



「ディストーション」 写真 近江 隆俊

'94コンセプト
閑寂から調和へ

自然で何だろう
人間で何だろう
生活って何だろう
夢って何だったのだろう
家族や子供達
またその子供達の未来のために
一歩進んだ
コミュニケーション活動を計り
さらに心ふれあう
旭川の街づくりを
目指しつづけてゆきます。



おかげさまで30周年

北海道富士興業グループ/北海道富士興業株・株富士管財・株リアルター

PHOTO LAND

株式会社 フォトランド
SAPPORO 札幌市中央区南3条西3丁目 トークビル 8F
Tel 011-261-2089 Fax 011-281-5334
ASAHIKAWA 旭川市5条通9丁目 酒井ビル スケア509 4F
Tel/Fax 0166-24-8717
HAKODATE 函館市富岡1丁目7番8号
Tel/Fax 0138-45-7262

郷土を見つめる地元のグラフ誌

ブらっ旭川

旭川市5条通10丁目岩田ビル
☎(0166)25-5616(代)

感嘆符、涙点、エクスクラメーションマーク、
びっけりマーク……
様々な呼び方をするように、感じ方も使い方も色々。
表現や発想も無限大だから、
広告づくりが面白い。



株式会社 協同広告社

旭川支社
旭川市4条通11丁目左1号 ☎24-0181代
本社/札幌・支社/東京、青森、支局/釧路・出張所/旭川

素敵に……

日本発色のプリントは、鮮やかに、ナチュラルに、
心のイメージ伝えます。

株式会社 日本発色

札幌市中央区南2条西10丁目第2サントービル ☎011-231-1841 FAX.271-0784

●本誌は柳竹尾ケナフグリーンエイドを使用しています。

aadc
ASAHIKAWA
ADVERTISEMENT
DESIGN
COUNCIL

MAGMA

BIG・VOL.5

平成6年3月31日発行
旭川広告デザイン協議会年報
発行日/1994年3月31日 ●発行/旭川広告デザイン協議会
事務局/旭川市豊岡2条2丁目5-23番2号 ☎0166-24-8194
発行責任者/小野康浩 ●編集責任者/伊藤友一



我街我業界……

2

平成5年度活動報告(概要)……

4

会員雑感……

6

作品募集……

12

事務局から・移転……

13

私たちの役割

旭川広告デザイン協議会会長 小野 慶治

平成6年も4月を迎え新しい年度のスタートを切った。内外ともに多くの難問が山積みしている日本。なかでも経済の低迷、景気の停滞は深刻の度を増すばかりで、その克服は国家的緊急課題でもある。今回の不況は単なる景気の波動によるものではなく、大きなうねりの中で社会の基本構造そのものに変化が起り、それに伴って日本経済のシステムが新しい構造を求めて模索している、いわば構造的な不況でありその克服には少なからず時間がかかることは皆が実感しているところだろう。昨年12月に電通総研が発表した「日本の潮流」によると、今年のキーワードは「信頼社会の創造」となっている。そして現代社会の特徴は戦後の日本を支えてきた枠組みがことごとく崩壊したことであり、そうした状況の中で日本人はどこに自分の足を置き、何を信じて生活していけば良いのか分からなくなってきたと分析している。

旭川も例外でなく、いまひとつ将来発展への糸口をつかめず低迷を余儀なく続けているところへさらに不況の波を大きくかぶった状況でないかと思う。今、必要なのは早急に皆が希望をもてる未来ビジョンを描き、その実現にそれぞれの立場で協力することではないだろうか。旭川で生きている私たち旭川デザイン協議会のメンバーもこのような大きな変化の中にあつて、今果たすべき役割を皆で考えてみてはどうかと思う。コピーライターの糸井重里氏が広告デザインについてこう表現している。「広告デザインとは付加価値をつくり出すことではなく、何が本質かということを皆の前に提示することではないか」と。

私たちクリエイターの仕事はコミュニケーションの分野を業としているわけだが、どのように大切なものを見つけ、どのように伝えたい相手につなげるかという行為は、本来あたりまえのことなのだ。商品に確実になると必ずしく、自分自身の力のなさを身にしみて感じることが多い。商品が売れる場合でも、企業や地域PRでもおなじだが、一方的に都合の良いことばかりを並べ立て、「良い品で安心です」、「私の会社はきちんとした信用できる企業です」、「旭川はいいまちです」といっても相手に信用してもらえないだろうし、納得もしてもらえない。本当は理解し好感をもってもらうためには、口先だけや見せかけてない、きちんとしたコミュニケーションをとり信用してもらうことが大切である。そのためには自分で本質をつかむ力をもたなくてはならないし、その表現にも技量や感性が必要だ。幸い当協議会は多彩な才能をもった人の集団である。さらに切磋琢磨し個々がレベルアップすることも可能だし、皆でひとつのテーマを追求するのでもいいのではないかとと思う。例えば、旭川のまちづ

今、まちに「頭脳」が動きだした

旭川産業高度化センター 小林滋夫

「頭脳立地とは」

旭川地域は、古くから豊かな農林水産資源を有する地域として、これらを活用した生活関連産業の集積が、全国的にも大きいところだ。

しかしながら、これらの産業においては、近年の経済のソフト化、サービス化、ニーズの多様化やライフスタイルの急激な変化などに対応した生活提案型の産業への脱皮が求められています。これを実現するためには、既存の製造業の高度化は勿論のこと、これらを支える産業支援サービス業(デザイン業、情報関連業、自然科学研究所等)の存在、活性化が不可欠となります。

旭川地域頭脳立地構想は、「北の生活文化産業の創造」をテーマとしています。これは、旭川が豊かな自然に恵まれた北国の街であることから、様々な資源の高度利用、積雪寒冷地に対応する技術の開発、市民の快適な生活を実現するための製品やデザイン開発などを、地域の企業と、産業支援サービス業や大学・公設試験研究機関等との交流を通じて行ない、北国らしい産業とまちづくりをしようとするものです。旭川産業高度化センターは、この構想実現の中核の推進母体として設立され、技術開発・製品の改良に取り組みなどの研究開発事業、新商品・新技術や消費者動向を企業に伝える情報提供事業、企業の人づくりを支援する人材育成事業、企業関係者と課題解決の議論をしたり、情報交換を行う交流促進事業、企業活動の相談に応じたり、起業化を支援する企業等育成支援事業など地域のニーズに即した事業を進めていきます。

また、こうした活動の拠点施設として、現在、地域振興整備公団が旭川市旭神町に造成している「旭川リサーチパーク」内に「旭川産業高度化センター」を建設することとし、現在、施設・設備内容について検討を進めています。

旭川リサーチパークは、産業支援サービス業という産業活動の中でも「頭脳」的な仕事をす業種を集積し、周辺の環境と調和した一体感を演出し、地域に開かれた団地とするため「緑豊かな環境の形成」、創造的研究開発の場として適した、心と体がリフレッシュできるような「快適空間のイメージ形成」に配慮した団地造成を進めています。

従来の工業団地のイメージとは異なった企業活動の場が、本年秋季に誕生します。

「デザインシティ旭川の目指すもの」

「デザイン」は、工業の近代化やメディアの発達と共に、豊かな物創りとイメージの展開によって心の交流を図ってきました。優れたデザインは、国境を越えた国際市場において各国の

くりを私たちの切り口で考えたらどうなるのか、固定概念にとられないユニークなお本質をはずさない旭川の未来像が見えるかも知れないし、旭川の新しい価値が見つかるかも知れない。それが、とりもなおさず旭川の活性化や、日頃お世話になっているお得意先の広告づくりや商品づくりへのヒントにもなれば結構なことだし、多少なりとも私たちの役割の一部分を果たすことになる。

不況な時こそデザインの力が求められている。生活の中で今までよりさらに踏み込んだ視点で物を見たり、人と接し、まちなを見るのが本質に迫る仕事ができる第一歩ではないかと思う。おたがいに元気で今年度もやりましょう。

※後になってしまいましたが日頃から私たちの会は多くの皆様に、厚情を頂いております。心からお礼を申し上げると共に、今後ともよろしく願う次第です。

右往左往

旭川広告業協会会長 藤田幸右

旭川でデザインすることの意味はなにか?なぜニューヨークや東京や札幌でなくて旭川なのか?と考えてみる。旭川に赴任してまだ一年もたっていないセイでまだそんなことを考えている。それにしてもあまりパツとしないなと旭川産業高度化センターからの「アンケート」を前にして腕ぐみして考えている。なんとなくその場その場、なんとなく右往左往しているように見える。

いつのことひっくり返してみたら?と問いかけたい衝動にかられる。もともとデザインは旭川が中心なのだから、と。これまで旭川にそのようなポジティブな面があったのだから、これからは全面的に「デザイン旭川」とハラを決めてかかった方がよい、という訳である。札幌や東京やニューヨークに対して強力なスタンスをとることである。真似をやめると言ってもよい。もともとアチラには参考になるものは少ない。むしろ「もはやナイ」といった方がよいくらいである。

旭川のデザイナーがそれぞれ独立して、世界一のデザインで街をうめつくして、ポテンシャルを高めて、個性的なデザインを発信するわけである。グラフィックでも立体でもカメラでも、旭川だけのデザイン(の基盤)をつくるのである。

そうすれば「アンケート」を前に苦労する必要はないのに、といささか乱暴なことになったが、旭川から何を発信できるかという意味では、われわれ広告マンも同じ問題をかかえて変らず右往左往しているのである。

生活者の指示を得てきました。したがって、デザインは世界の共通言語の役割を果たしてきたといえましょう。

このようなデザインの役割が、わが国においても単なる産業振興にとどまらず、地域全体の振興に有効との認識が広まっています。とくに多くの人々が集まり、仕事と生活の場である都市において快適な環境の整備は、全国的規模で進められています。

例えば、政令指定都市では大阪市について名古屋でも国際デザインセンターを120億円かけて建設中ですし、各地方都市でもそれぞれデザイン創造支援拠点づくりが進められています。

旭川市においても、近年、以下三本の柱でデザイン振興策が進められてきました。

- ①人材育成(セミナーとデザインスクール)
- ②国際家具デザインフェアの開催
- ③市民デザインマインドの高揚

これら活発なデザイン事業は、地元の人が思う以上に関係者から高い評価を受けています。このことから「デザインシティ旭川」の可能性が注目され、地方自治体担当者からの問い合わせや視察が続いています。

そして、クリエイターなどの一極集中を是正する役割を持つ頭脳立地構想の推進機関として設立された旭川産業高度化センターは、「デザイン」と「情報」とをキーワードとして施設の建設計画と事業展開を進めています。これからはデザインによって豊かな街造りを進めるためには、長期的な広い視野に立った「旭川デザイン振興ビジョン」などを策定する必要があります。それを着実に実行していく機関としての旭川産業高度化センターがいかなる施設と組織を持つかも重要といえましょう。

国の内外から訪れる質の高いデザイン情報を持ったクリエイターたちとの交流には、豊かな感性によって創造性が発揮できるような、それにふさわしい機能を有する場に拠って迎えることが肝要と思われまます。

まさに旭川産業高度化センターのデザインコンセプトの内容こそが今後の旭川の発展の鍵を握るものといえましょう。

これら実現のためには、AADCの会員をはじめ、デザインの各分野から地元の全てのクリエイターや専門家の積極的参画や連携が不可欠と思われまます。

今後、国際家具デザインコンペティション、などレベルの高いイベントの開催など、「デザインシティ旭川」を舞台に、具体的な事業を通じて、人々の豊かなコミュニケーションの輪を広げることが我々が本心に目指すものでありましよう。

平成5年度活動報告(概要)

- 〈平成5年〉
- 4月10日(土) 定期総会(35名出席) 花月会館 PM 6:00~7:00
 - 4月10日(土) 親睦会(37名出席) 花月会館 PM 7:00~9:00
 - 6月25日(金) AADC会報ミニMAGMA/VOL.14 編集委員 第5班
 - 〈内容〉平成5年度活動スケジュールについて
 - アジアカップスケート マーク募集
 - MAGMAブックサロン
 - 7月7日(木) AADC会員名簿 平成5年度版発行 編集委員 第4班
 - 8月5日(木) AADC会報ミニMAGMA/VOL.15発行 編集委員 第6班
 - 〈内容〉サマーキャンプのお知らせ
 - 特集「デザイン協議会について思うこと」
 - 頭脳立地構想その後の状況
 - APA著作権セミナーについて
 - 10月3日(日) デザインフォーラム'93 in 旭川 HBCメディアプラザ(参加80名) 開催担当 第1班・5班
 - 第一部「著作権セミナー」AM 11:00~
 - パネラー 伊藤隆夫氏 庄司 毅氏
 - 第二部「デザイン会議」PM 1:30~
 - コーディネーター 臼井栄三氏
 - パネラー 札幌・函館・帯広・旭川のクリエイター10名
 - 第三部「交流会」PM 6:00~
 - アサヒビール園グルメ旭川

「デザインフォーラム'93 in 旭川」開催にあたってのアンケート調査

- 〈アンケート集計〉
- ①あなたの制作現場での一番の悩みは?
 - 制作料の無い仕事が多い。制作料がない割に賃が求められる。
 - デザイン料金の引き上げの努力を私にはしていますが、他社(特に代理店)がどんどん崩壊していつてしまふ。
 - 仕事が少ない。単価が低い。その割には要求されるものが高い。人材がいない。
 - ディレクションする人がいない場合のギクシャクとした仕事の流れ。船頭の多いお客さんとの仕事。
 - ②広告制作における旭川環境について、どう思いますか?
 - ハード的には全然揃っていない。コンピュータ関係(入力、出力)は特に旭川市レベルのコンベンなど、見る目のない人が多く、作品の選択など不可能ではないか。
 - ソフト面では、デザインの認識が低すぎて話にならない。ハード面では、不備が多いと思う。これは十分な報酬がないので設備投資ができないからだ。だから良いものを作りにくい。ローカル特色を生かすれない。人材も育たない、という悪循環の繰り返し。
 - 自分のことを言えば、グサイ、ハイ、ヤスイ、の「3い」。
 - ハードを使いなせない。または使う場のない環境。ソフトが充実していない。ソフトの意味を理解していない環境。
 - ③広告料金について、日頃感じていることは?
 - 北海道第2の都市としては、制作料金はかなり低いほうだと思います。それに料金体系も確立されていない。旭川の物価が札幌の半分というわけでもないのに。
 - 企業と直接の場合、ほぼちゃんともらっているので満足。あだだに人が入ると、とてもハラハラになってしまう。(人により差が大きい)
 - 全般的に安い。特に、市関係の仕事は非常に安いと感じている会社は多いはず。頭脳立地、デザインシティ旭川とは程遠い現状だと思ふ。
 - 全体として細かい部分の金額まで含んでいるものが多く、とにかく安い。特にチラシ等は、紙面の大きさをただで金額を決めるものが多い。
 - ④制作者側から見たクライアント像はどんなもの?
 - メディア等の情報で頭でっかちで、頭脳パブルの人が多くに思ふ。時間、予算はないに東京並のものをノミたいな。でもそれを許してきた制作者側にも問題はあろうと思ふ。
 - ワガママ。
 - わがままな人たちと感ずるのはコミュニケーションが足りないからでしょうか。
 - いい物を安く作らせたいと考えている。「いい物にはお金がかかる」ということは理解しているが、料金設定に関してはシビアである。
 - 知ったふり。無理難題製造機。



11月19日(金)

- 幹事会 & 親睦会(参加者20名) 伴天連茶屋 PM 7:00~
- 11月20日(土) AADC会報ミニMAGMA/VOL.16発行 編集委員 第2班
- 〈内容〉デザインフォーラム'93 in 旭川の報告
- デザインフォーラム開催にあたってのアンケート 調査紹介
- 〈平成6年〉
- 1月19日(水) 第5回「年賀展・クリエイターたちの仕事初め」 西武旭川店5F連絡通路ギャラリー 担当 第2班
- 2月25日(金) AADC会報ミニMAGMA/VOL.17発行 編集委員 第4班
- 〈内容〉第5回年賀展報告
- 特集「旭川を見てみよう」
- 矢三新子会員のコミック
- 関係団体・機関への協力
- アジアカップスケート競技大会 シンボルマーク審査(7月)
- デザイナー調査(旭川産業高度化センター/2月)
- デザインスクール実践講座(2月)

⑤デザインシティ旭川について、あなたの考えている理想像は?

- これといって観光資源もないので付加価値で売っていくという事だと思ふ。市のプレゼンにしても、やっと8万円程度の制作費で、数年前まではゼロ。こういう認識の中では、理想像なんて思い付きません。
- 何を思うかではない。デザインシティ・旭川という構造、構想自体わからない。旭川は木エデザイン街なのでは? それもこれも私たちの責任なのだから、しょうがないか。
- 理想像は、もっとエキスパートとしての我々の意見を吸い上げて、若者の活性化によりパワーのある街にしていきたい。できれば携わりたいです。市民の認知が足りなさすぎる。後で文句を言わせるのではなく、進行中の今、意見を述べさせてほしい。ヒミツが多すぎる。
- もちろんデザインに理解があり、それがキャラにつながる。質が上がる。デザインシティとアピールするには、デザインというソフトに理解がないのはなぜか。
- 生活、産業、まちづくり等に広告が果たしていく役割について、あなたは考えていますか?
- 後押しではなく、牽引して行くのが役割と感ずる。
- 情報提供ではなく、イメージアップやコミュニケーション等、街の活性化にもなると思ふ。
- 大変重要なポジションを担っている。広告というより、むしろデザインが。大企業は別として、中小企業が多い旭川ではなおのこと。個性化デザインのマッチが不可欠では?
- 広告は、新しい生活の価値観をつくり、産業を生かし、街に力強い表情を与える。特に街づくりでは、旭川市は特徴のない街と言われるだけにこの街の特徴を明確化し、市民の誇れる魅力ある都市アピールに向けて、広告の果たす役割は重要と考へる。
- ⑦広告表現上における公取委や各業界の自主規制等について感ずていることは?
- 広告の一文に「ヌード」と入れたところ、規制を受けた。道新は何を考えているのだろうか?
- 決められた土俵の中で、各社が競合するわけだから特に問題はない。ただ、同業者同士の「チクリ」はみっともない。
- 広告は、言葉や文意、写真、映像、音声、音等の集大成である。故に、その広告表現上の扱いは慎重さが必要である。
- 現状の世の中の規制にある程度そろえることは当然と思ふ。自分の周りだけ良くなればよい、ということではないと思ふ。
- ⑧最後に、旭川広告デザイン協議会(AADC)の活動に対し、要望があればどうぞ。
- 全道規模の行事よりも、会内での活発な行事を多く設けるべき。
- 何事にも希薄で内容が感じられない。これは、少なからず皆が思っていることと思ふ。しかし、それは受け手としての参加だからだ。各人が自分の会として、自分に働きかけ、皆でよりよくなっていきたい。前進あるのみです。
- 各専門分野(コピー、写真等)の分科会があってもいいと思ふ。



藝風

横山和俊

日頃、堅い写真で食べさせて頂いている私ですが、私的写真の藝風は、最近「エロトス」でばくられてしまったあの天才アラキー氏が、現在の様に人気者になつてしまつて以前から、20年も前から憧れていて大きな影響を受けています。そして、仕事を離れて撮る生き様はあの「私写真」が多いのです。



「あさひかわ雪あかり'94」に参加して

中央オフセット印刷部 斉藤俊夫

去る、2月9日、13日に開催された「旭川市民」のフェスティバルに「鷹栖町民」の私も参加させてもらいました。雪の積もった屋根に灯を使つて海を描こうと、家族総出で、理屈抜き、思いつくまま、成行きまかせの作業(寒かった)は楽しくもあり、「デザイナー」であることを忘れた強引な作品が出来上がり、見事「特別賞」も頂いた。だがしかし、「デザイナーの作品」とは思われなくなつたので、意識的に職業を伏せていたのに、打上げパーティーでは会社員の癖で、名刺を配りまくつていた私、実に「情けなかつた話」でした。

情けない...といえ、コメが売ってないこと。

中央オフセット印刷部 千代裕也

日本人の主食、コメが、しかも国産米がみんな満足に食べられなくなる。農家の長男として生まれた私にとっては、この世から、酒・タバコがなくならない以上はシヨッキンなことです。これから生まれてくる子供達なら、米の味なんてさほど問題ではないかもしれないが、自分が老人になった時には、死ぬ前にもう一度、白い国産米とみそ汁を食いたたい！と思えますよ。これからは農家にとつては、厳しい状況が続くそうだが、外国米も国産米も消費者が選んで食べていければいいと思う。そして、国は農家を大切に！！

情けなかつた話

柳ラーエ芸社 今津秀邦

つい最近までローマを首都ではなく国だと思っていました。...もしかすると、イタリヤ人旭川のことを国だと思つて

情けなかつたこと・頑張りたいたいこと

井上隆也

先日、旭川産業高度化センターから、広告業にかかわる者の意識調査と思われるアンケート調査があった。あなたのこれからの仕事の発展的可能性について「ある、いは、あなたには仕事にどんな夢をもっているか」というようなことを問われたように思う。ところで今、自分の仕事に発展的な要素があるのだろうか、と忘れかけていた問題意識を呼び覚まされた。自分がかかわる広告をより優れたものにクリエイティブの質を高めていきたい...。そんな意識をどこにしまいこんでしまったのだろうか。あなたの仕事に将来何を求める、と問われて返答に困つてしまうくらい、いつの間にか情性で仕事をしている。正直いって、そのアンケートの問いを見て、明解に答える進歩的なビジョンがあり、もう少し才能があれば、わが街のことを考える前にさつと広告市場の需要が広がる大都市に出て仕事しているんじゃないだろうか、と思つてしまったほどだ。本来、広告は自分が住む街と地域企業の発展を願わずして創れないはずである。にもかかわらず、そんな自分勝手な発想をしてしまう私...。情けない話である。

都市がデザインを堂々と誇ることでできる街作りや産業の推進を図るといふ構想は途方もなく大きな夢だ。単純に一市町村の努力で地道に築いてき上がるプランではないはずだ。それが地元クリエイターの各人も持っている広告デザインの夢と同一線上のものになるには、更に遠い道のりを要するかもしれない。現実の私たちの仕事は、地域企業の消費拡大を図るささやかな告知ツールといった、クリエイティブとは程遠い仕事に埋没されてしまふ日かほとんどを占める。デザインシテイや頭脳立地構想という、世の中にこれほど格好よく聞こえるネーミングもあったのかと感心してしまふ指定構想...。あなたはどうか思いますがと問われて、まるでイメージがわからずに戸惑うのは私だけだろうか...。広告デザインにかかわる私たちは、たとえ微力にせよデザ

インシテイ旭川の構成要因であることは間違いない。そんな私たちが今できることといえば、自らの存在をPRすることとがまず必要な行動ではないだろうか。旭川にはこんなに沢山のクリエイターがいることを発信すること、それ自体がデザイン振興活動かもしれない。そういう観点から見るとAADCの存在意義も非常に大きいと考える。考えるばかりでなく、今年もつと会に積極的に参加しようと思う。

フリクリ、オナクリ、サラクリ

匿名希望

年々、否応なしに増え続けているのは、我が預金ではなく、外来語とヨコ文字。ソレニ弱インダ...なんい言つていられない時代。ましては自分に関連ある職域語さえ大変なのに。又我が社名もヨコ文字である。改めて調べてみると、有る、ある、アル、R。商品名、作品名、人名、会社名、地名に、時事後、専門用語、流行語、省略後に、日本人のみ通用する和製外来語に至るまで...という訳で私も作ってみました。AADC会員は職能人「クリエイター」の集団であるが、各々個人を見つめると、三つに分類される。

■一人て営んでいる個人経営職能人、又は一匹狼型をフリークリエイター、略して「フリクリ」。

■法人会社の社長兼職能人が現役ならオーナークリエイター、略して「オナクリ」。同じく専務兼職能人なら「センクリ」。

■残るは企業勤務職能人をクリエイティブサラリーマン、略して「サラクリ」。

以上のことはあらゆる職種のデザイナーに当てはまると思う。流行るかな...この言葉...「フリクリ」「オナクリ」「サラクリ」。そつといえ、昔、ある我が仲間の会社に電話を掛けると必ず「○○クリデス」との返事。今、その会社は大きくなり社名も変わったが大変懐かしい...

織田コレの価値を理解できないデザイナーシテイ。

西川建築設計事務所 西川佳乃

世界的な椅子のコレクションで知られる織田憲嗣さんが、4月から旭川の市民となることになった。かねてから旭川の家具メーカーや市民の有志で構成されている織田コレクション協会の希望だった(椅子の博物館)構想が、いつまでもつても青写真すら見えてこないの、業を煮やしたと言う専らの噂だ。

デンマークをはじめ各地の美術館などが、織田さんにコレクションの保存と展示を申し出ているのをすべて断つて、この旭川へ全コレクション(840余点)を移送してくれたというのに、なぜ未だに何の反応もないのか。私も旭川市民として残念でたまらない。もちろん、資金を投じてバックアップする大企業が旭川にないことも原因のひとつはある。しかし、そんな場合こそ行政に力を出してもらいたいと思う。協力が市に椅子の美術館について話をしに行つたら、こう断られたそうである。

「織田コレクションには価値がないですからね。」

実に悲しい反応である。椅子のコレクションは、家具のまち旭川にはこれ以上ない素晴らしい素材だ。こういうものを積極的に誘致してまちづくりを生かさないと、いつまでたつても旭川は何も見るところがない、名物がない、個性がないと言われ、札幌だ富良野だ知床だと、魅力的なまちの座を譲ることになってしまう。かといって、私たち庶民には財力もないので、4月からの織田さんの活躍をただただ祈るばかりなのであるが...

広告デザインをもっと上手に作れ、売れ、そして買えー!!

御デザイン・ビークス 伊藤友一
デザインは、街のためだったり、企業のためだったりするのです

街並や広告がステキになったり、企業がもうかったり、そしてみんなが元気で活動的な生活をしたがために考えてみませんか？
AADCも発足して満5年が過ぎました。この5年間で振り返ってみると、業界内外で様々な変化や進歩があったと思います。広告デザイン業界では私をはじめ、金子、栗林、佐藤、鈴木、高橋(光)、中村、丸山、矢野野がフリーランスや独立経営という道を歩きはじめ、会員以外のクリエーターもかなりの人達が独立しています。業界の外では、頭脳立地構想の指定や、AARCの設立をはじめとして各方面でソフト(デザインやプラン等)の必要性の認識が少しずつ高まってきました。クリエーターに求められる仕事や考え方の範囲が広がってきているように思います。

話を少し戻すと、独立した会員(又は会員以外の人達)は今までの組織の中のクリエーターという立場から、自分で自分の家族や従業員の生活のためにギヤラを請求し、売上げを確保していかねばならない本来クリエーターが苦手(私だけかもしれないが)ではないかと思われる金勘定を自分で運んでいなければならないようになったのです。そして新しい色々な問題に遭遇しました。ひとつはクリエティブワークのシステムの問題、我々制作者側とスポンサーやクライアント(代理店や印刷会社)とのポジションのこと、発注受注、元請け下請けの中でクリエティブを存分に発揮できる環境になっているのか?そしてクリエーターの仕事に対する世間の認識の低さ。デザイナーというインテリアかファッション関係と思われていたり、カメラマンという記念撮影しかしていないと思われたり、旭川でも動くCMを作れるの?とビックリされたり、プランナーやディレクターって

いったい何をやっている人種なの?なんて思われたりしているのではないのでしょうか。当然我々の質や種類、仕事内容の理解も薄く、報酬的にも押さえられパワーを発揮するチャンスにも恵まれず、良い広告やデザインをしなければという意欲がだんだん薄れてきてしまったらそれは大変なことなのです。

AADCではこの5年間に各種講演会や勉強会、作品の発表や情報交換等の努力を重ねてきました。その結果、少しは個々のレベルアップにもつながってきたと思います。我々クリエーターが仕事やつき合いを通じ旭川の企業や官公庁、広告代理店や印刷会社等と一緒に広い意味でのデザインや広告を知り、そのパワーを最大に表現できるデザイン環境づくりを真剣に考える時がきているのではないのでしょうか。

私達はデザインが商品です。商品の質を高め、少しでも高く売る努力をしていくべきです。またそれを買う側は値段に合った効果を期待します。真面目にきちんと取り組んだ広告やデザインは必ず結果が表れます。頭を悩ませ労を惜しみますパワーを出せたデザインは企業にとっても我々にとっても良い結果が出てくるのではないのでしょうか。私達ももっと楽しく生活をしたり、一生懸命遊んだりすると街も楽しくなります。

こんなことを話してみたい人は連絡をください。(デザインビークス ☎22-4771)

北18条駅の秘話

榊原田製版旭川支社 岩田 充

都合のよいテーマがなく書きやすい「情けなかつた話」をひとつ。今をさかのぼること16年前、私はデザイン専門学校で学生でした。当時は珍しい3年生で北大のそばにあり、地下鉄駅の隣に現在もあります。(今は2年生になっていまして)季節は9月頃で、何がきっかけだったかは忘れませんが1年から3年までの仲の良かった仲間とコンパを開催、男女合わせて20名位集まったので北24条にあるマンモス焼鳥屋で1時間半位飲んでたてでしょうか。学生時代は例にもれず普段は金がない、時間にルーズという生活をしてきたので、昼食もとらず夕方からのコンパでアツという間に酔ったみたいでした。地下鉄ですすきのへ移動ということになりましたが、気分が悪くなり北18条駅で泳ぐようにプラットホームからトイレへ。キップを自動改札口を通しませず、トイレの中でゲロゲロ。どのくらいか不明ですが、2、3度駅員が声をかけていたようでした。実はその時、女性の友達断じてガールフレンドでも許嫁でもないがズットトイレの外で待つてくれたのでした。少し意識が戻ってはいましたが、足はフラフラ。その女性に担がれてその娘のアパートに運ばれるはめになりました。アパートには同居しているその娘の後輩がいて布団を敷いたり、水を飲ませてくれたりしたようですが、そのまま朝まで死んだように眠りました。朝目覚めてその友達に話を聞いて、恥ずかしいやら、情けないやら。夜、襲われたらどうしよう!と話ながら寝てたそうです。お礼もそこそこ、頭痛の頭を抱えながら、それでも真面目に授業へ行きました。何の授業かはすっかり忘れられました。その女性の友達は近年御無沙汰していますが、札幌でしっかり主婦をしています。真面目でチョットとプライドの高い私はこの事件が今でも胸の奥に引っかかっています。

米、それもどうかと。

デザインスタジオ・オザキ 尾崎満範

お米屋さんの前で朝早くから、お米を買い求める人々の行列が目につくようになってきた。自分とは言えば、納豆ご飯の余韻を楽しみながら行列を横目に会社へと車を走らせている。米が手に入る感謝とレベルの低い優越感が微妙に入り交じりながら、事務所のドアを開ける毎日。皆さんの中にも、この行列側であったり傍観者側であったり経験をした方はいらっしゃるかと。

最近騒ぎ過ぎ傾向であるとはいえず、タイ米は絶対嫌だという意見...それはちょっとどうかと。タイの留学生がふるさとのお米を批判されたらショックを受けているとか。お米屋さんのシャッターに車で体当たりした方がいたけど、それもちょっとどうかと。安いお米屋さんに浮気する消費者がお米屋さんに信用をもらえずに売ってもらえないんだという意見もあるけれど、それもどうかと。転動してきた人はどうなるんだろう。お米の値段が上がるのを待って、隠している人がいるそうですが、それこそそのすくく、どうかと。新しい情報を耳にする度に、「それもどうかと...」と思う話ばかり。

我が家の米は昨年、たまたま仕事の取り引きが始まった有機農法の農場から無農薬のさらさらを定期購入して、なんとか不自由なく暮らせているのです。しかもオシイ。皆さんゴメンナサイ。年間契約量は100キロまでだけ、これを期に健康でおいしいお米を契約してみませんか。興味のある方は「デザインスタジオ・オザキ」まで、一報ください。

「Photograph」に関するアイデンティティ

榊原スタジオ・マンモス 盛安俊吉

今から約170年前の18世紀前半にはじめて「Photograph」の撮影に成功して以来、写真は現在に至るまで機材も含めて急激な発展を遂げてきました。物や人、風景などを描く道具としては、記録性と描写力にすぐれた、もともと真実的な表現方法と認知され、また喜怒哀楽のすべてを感じさせるマジック的な側面を持ち、それが人々を魅了しました。

「写真」という言葉は、写真が日本に伝えられた18世紀後半以降に、真実を写す、真実を捉える、という意味から生まれ、ひろく定着しました。しかし「Photograph」の原語は「光」と「図・絵」であり、光を活用して描く、という意味を持つ。英語では「Photo Picture」、中国では「照」と訳語化され、我が国でも昔から「光画」や「写心」と呼んでいた人々があり、私も同様に解釈しております。

ネイチヤー...ふと

スタジオM2 高橋光夫

雪どけが始まりかけ、もうすぐ春。身体では、少し温かくなつた空気を感ずる仕事も春物になった。頭の中は年度末決算のこと。(良くなかつたなア、どうしようか?)もうひとつは、自分のライフワークにしている動物達のこと。そろそろキツネが巣穴で出産の準備。4月中旬には仔キツネが巣穴から顔を出す。カワセミも渡つて来て巣穴を掘り出す。クマゲラもテリトリ確保のためドラミングをしながら飛び廻る頃、4月になつたらこんな世界に飛び込んで行きたい。しかし売上実績があまりにも悪すぎる。このままでは...と考えると、キツネや鳥達と夢の世界で過ごすわけにはいかない。仕事をしなければ...

近頃の話

榊原スタジオ 高橋雅之

①「情けなかつた話」
原稿の依頼を(ミニマグ)G.F.A.Xにて送付するも、一向に送られてこず、これでミニマグが出来上がるのだろうかと思つたとき、などという声がよく聞こえてくる。AADCの会の会員モラルってこんなもんなのか?と思うと情けなかつた。

②「こわかつた話」
今年の雪の降り始めの頃、旭正橋を降りてくると信号機のある交差点がありますが、赤信号の為止まらなきやと軽くブレーキペダルに足をのせると、ツーという軽快な音、見る見る迫り来る前の車、オリンピック選手の華麗な滑りよろしく見事なスケートティング。激突寸前とところでタイヤのグリップが回転し事なきを得ましたが、これは本当に怖かつた。

③「名前の言えない業界の話」
えーと、去年の夏の仕事のお金が多もらえていない。最終的な金額もなんだかんだ鼻かんだと言つてまだ決まっていない。結構な金額になるんだが本当に金くれるんだろうね?大きい会社だから大丈夫だと思つたんだけど...。心配なの、もう貰えないと会社がやばいんじゃないかな?

④「自社PR」
さて困つたぞ、③でちよつとまずい話を書いたので言わずら、でもPRもしたいし、とりあえず、何がクリエティブか?プロとしての仕事とは何か?広告の中で何を表現したいのか?その為にはどんな表現が適切なのか?伴うコストは適切か?常にこれらの事柄を考慮しながら仕事に取り組んでいます。

うそつき、うそつき、うそつき……

デザイン：たち 下出敏男

なにが情けなかったかと言えば、年の瀬も迫った1992年12月29日深夜12時頃、春光台を鷹栖へ向かつて降りて行くとうと下りにさしかかったその時、黄色く点滅するウィンカーを私は見た。「これは右折する車がいるのだな」と思いつつ車は時速50kmのスピードを維持しながら前進を続けた。だがウィンカーは依然として同じ場所点滅を続け、いつまでも車線を変えてはくれない。その車が道のど真ん中で立ち往生している」と気づいたときはもう遅い……間合い150m。まずポンピング、効かない。ハンドルを左に切つて路肩の雪山に、また効かない。ポンピングとハンドルについてフルブレーキ……全然効かない。なぜだ。新品のスタッドレスのなのに。その日は例のブラックミラーがらすパウダースノーについて勾配10度の下り坂道。

……つまん正月でした。

みなさんスタッドレスは効きません。広告ほうそです。

……うそつき。

……うそつき。

去年から今年の最大の出来事

伊東一典

2年前、中古で1BOXを買った。半年で車検をとった。とつてすぐ事故でつぶれてしまった(このとき、すりキズ)。5月また1BOXを買った。半年にもならない10月、事故でまたつぶした(自分も入院した。初めて救急車に乗せられた)。以来今年の3月まで代車に乗っている。今度また1BOXを買った。3度目の1BOXは、また自分の運命を握っているのだろうか？

新春サスペンス劇場『絆』

クリエティブスタジオ・ワイズ 福土成悟

5月とはいえ、明け方の峠は吹き、晒しの風でツルツルの路面だった。ここはいつもインレットから強い風が吹いている。太陽の昇るこの時間は放射冷却でさらに冷えているのだらう。それでも気持ちは晴れ渡っていた。長かった禁欲の季節が終り、待ちに待った釣りの季節の到来に心は浮き立っていた。この峠を過ぎれば湖はもうすぐだ。左のブラインドコーナーに向けてちょっとアクセルを緩めてやる。軽くカウンタナーを当ててテールを流す。車は横を向きながら綺麗にコーナーをクリアして次の右コーナーに鼻先を向けていく。浮き立つ気分も手伝って、ほとんどリリーススト取取りだ。助手席の息子は真夜中の出発でぐっすり眠っている。「こいつはナビゲーターにはなれないな」。谷間にイグゾーストノートを残しながらチュリニ峠を越え、モンテカルロラリーも終りに近づくと、ゴールだ。湖はちょうど橋の下の水が解けて湖面が顔を見ながらそそくさと支度を始めた。「早い。目が覚めて直ぐに良くこんなときばきと動けるものだ」。ロードにラインを通す頃には貴奴はもう歩き始めていた。「おい、危ないから待て」。ここから湖面は20メートル程下にある。しかも崖はまだ残雪に覆われていてガチガチに凍っている。急いで車をロックして貴奴を追いかける。子供は夢中になると回りの状況なんか目に入らなくなる。ましてや俺の子だ。「滑るから気をつけろ」足元の氷の危険な感触を察した俺は貴奴に声を掛けた。と、そのときだ。貴奴の歩くスピードが速くなった。違う、滑っている。「秀平！」慌てて追いかけた。まず、止まらない。滑る。二人とも滑っている。崖下まではまだ10メートル以上もある。転んで必死に何かをつかもうとするがどうにもならない。崖づぶらがどんどん迫ってくる。息子をつかもうとすることができない。「もう駄目か」脳裏に「釣りの親子崖から滑落死」という14Q・BGぐらいの新聞の

盲学校の生徒に。ピアノ・エレクトーンを教えています。

PI MUSIC OMINATO 大湊幸秀

盲学校の子供達と、初めて会ったのは16、17年前、まだ私がつもつと若かった頃です。楽器店より頼まれて、盲学校へ演奏をする為に行ったのが最初でした。その時は、あまり深く考えずに軽い気持ちで「ホイホイ」と演奏をしながら行ったのを覚えています。なんと、その「ホイホイ」と行った私に、演奏の後「今日は、とても素晴らしい演奏。どうもありがとうございました。すこいハッピーを、一歩一歩自分て征服してようやく普通の人と同じ事が出来るのです。ある人が言いました。「彼らは生まれた時から目が見えないので、自分の事を不幸だと思つてないよ。」みなさんどう思います？私はその言葉を聞いて腹が立つて腹が立つて、彼等が一度も「どうして私は目が見えないのだろうか？見えるってどういう事なのだろうか？」と考えるまいと思つているのだろうか？もう一つ、

目が見えないから、音感がいいのは「あたりまえ」……このことが、あるわけがないのです。努力してるんです、みんなでも、「すこいハッピー」を持つているけど、すこく頑張っている特別な人達」と自分達の世界から外さないでください。私は彼等が私達と同じ土俵で才能を発揮し、「仕事として、何かを出来るようなシステムを作つていきたい。才能のある人が、そ

見出しが浮かんだときだった。息子のタックルケースが鋭い音とともに宙を舞った。春の陽差しに反射してルアがキラキラと輝きながら落ちて行く。止まった……。「カシヤン」遙か下のほうからタックルケースが砕け散る音が聞こえた。助かった。二人とも助かったのだ。崖づぶらの氷が僅かに飛び出た岩に二人の足がつかっている。そこから真下は絶壁になっていた。「お父さん、僕のタックルケースが……」。恐る恐る崖下を覗いたが粉々になった息子の宝物はどこにも見えない。「あきらめろ」。助かったことより自分のタックルケースのことが気掛かりで仕様がなくて息子の手を引っ張って立たせた。「氷が解けたら探してくればいいさ」。諦め切れない様子の息子にそう言い聞かせたが、こんなところには「一度と来た」はなかった。振り返って見上げて再びツツとした。二人が今滑り落ちてきたこの氷の崖を戻らなければならぬのだ。確かにすいぶん長い時間には感じたけれど、恐らくほんの4、5秒の出来事だったはずなのに上までの距離は結構ある。一歩一歩足元の氷を確かめながら上り始める。妙に足の指にまで力が入る。「もう少しだ」。息子の手を引きながら、親子の絆が深まったような気分浸っているのに、息子は親の気持ちなど知らぬげに「お父さん、向こうから降りれそうだよ。」さあ、帰りはパリ、ダカだ。早く車に乗れ……

の才能を使って仕事をするという、単純なことです。どんなに才能があつても、今の彼等には「あんま・マッサージ師」の道しかなかった。この道も、普通の人が入ってきているので、難しくなつてきています。

PR
角川書店 月刊ASUKA 5月号
新子友子のマンガが
掲載! 只今発売中!
ロンリーウルフ
パートII
よかつたら
読んどくれ
男の旅情
ミステリー
矢三版下デザイン
矢三新子

ひとつ包んで

株協同業内企画旭川支社 坂本 力

先日ついに少年時代からの憧れであった、マーチンのギターを買った。マーチンといつてもD-28やD-45などとはとうてい無理な話で、メイドイン・メキシコのバックパッカーという形のおもしろい、まるで琵琶か、しゃもじのへらのようなへんで、弾きづらいといった他に例を見ないような代物で、形は小さいわ、音色は小さいわ、おまけに、抱えた姿は危ないおじさん。それでもマーチンと言うブランドに負けてついでに一本包んでもらつてしまった。僕はどうも衝動買いをしてしまうタイプで、このあいだも金子さんのところで見つた、伊藤さんの最新型電子手帳ザウルスを見てついでに一つ包んでもらった。最近はどうも電気製品によく見て、見るとすぐに欲しくなつてしまう。家を使つていたColor Classicを、むりやり子供にあずけて、なけなしのお金をはたいてまたまたQuarta 610を包んでもらつてしまった。子供はだんだん大きくなつてお金もかかってくるし、毎月の家のローンもあるして、こんなことはしてはいられないと思いつつ、また今日もひとつ包んでしまう情けない話でした。

作品募集

**第34回全北海道広告協会賞
作品募集について**

- 【応募規定】
- 作品について／道内に本社または事業所をもつ広告主が、道内で制作した作品で平成5年4月1日から平成6年3月31日の間に掲載、掲出あるいは放送された作品に限る。出品する作品の本数に制限はありません。
- 出品料について／(A)印刷物(新聞・ポスター)は1点につき1,000円(シリーズも別々に1点として扱う)。(B)電波関係はテレビフィルム(VTRを含む)、ラジオテープ1作につき2,000円。
- 部門別分類／(A)新聞部門 (B)ラジオ部門 (C)テレビ部門 (15秒と16秒以上の2部門に分ける)。(D)ポスター部門 (一般ポスターと車内吊りの2部門に分ける)。
- 提出期限／平成6年4月11日(木)4月22日
- 提出先／札幌市中央区北大通り西5丁目(株)電通内(3F)全北海道広告協会事務局

※くわしくは事務局まで。

**信濃川テクノポリス
国際デザインコンペティション'94
応募要項**

- 主催／国際デザインフェア '94 NAGAOKA 開催委員会
- 開催趣旨／新潟県長岡市を母都市とする信濃川テクノポリス地域に広がる産業は、私達の生活に必要な様々な製品を作り出しています。これら多彩な製品群を住環境という観点から見直し、これからの社会に向けて提案し得るインテリア及びエクステリア用品を生み出すために、広く世界からデザインを求めます。
- 募集作品／インテリア用品(家具、照明器具、インテリアファブリックス、住宅設備など)およびエクステリア用品(カーテンレール、フェンスなど)のデザインを募集します。
- 応募登録／1994年4月1日(金)～6月30日(木)
- 作品提出／1994年7月1日(金)～8月31日(水)
- 賞／グランプリ：副賞300万円(1点)
特別テーマ賞：副賞150万円(1点)
金賞：副賞100万円(1点)
銀賞：副賞50万円(2点)
銅賞：副賞30万円(2点)
奨励賞：副賞5万円(10点)
- 上位入賞作品には、内閣総理大臣賞、通商産業大臣賞、中小企業庁長官賞の各賞を授与する予定です。
- 問い合わせ先
国際デザインフェア '94 NAGAOKA 開催委員会事務局
〒940 新潟県長岡市幸町2丁目1番1号
長岡市役所内
TEL(02556)39-22246
FAX(02556)39-22279
国際デザインフェア '94 NAGAOKA 東京事務局
〒105 東京都港区浜松町1丁目28番13号
フォーラムビル7階
TEL・FAX(03)3434-6455

※詳しくは事務局まで。

CGフォト展+ワークショップ開催

写真界・デザイン界で主流になりつつあるデジタルを、実際に製作活動している盛安俊彦氏のオリジナル作品を主体に展示。この機会に作品(A4反射物)を持参し、新しい映像を勉強しながら楽しんでみませんか。

- CGフォト展／APA・ADC会員：盛安俊彦氏
- ワークショップ／Harry E. Cyagen氏 他
- とき／4月19日(火)～4月25日(月) 参加無料
- ところ／ヒラマ画廊 旭川市2の8左1仲通2F

☎(0166)23-9345

事務局から

今回、事務局では会員の福利厚生と会員相互に支え合うことを趣旨として健康保険の団体加入について調べてみました。国保加入のフリーの会員や将来独立しようと考えている会員にとって、有利な健康保険に加入することが関心の高い問題と考えたからです。関係機関の説明では、独自の国保組合の設立は現在条例で認められていないこと、社会保険については雇用関係が成立していることが条件であることがわかりました。ADC会員の加入可能な国保組合としては東京に本部のある「文芸美術国民健康保険組合」があります。この国保組合にはJAGDA、APA、TCCなど我々の仕事に関係のある44団体が加入し、現在組合員5,500人、被保険者11,500人が加入しています。東京に本部のある団体の加入を原則とし個人加入は不可。保険料は組合員一律月額8,500円、家族月額4,000円。この44団体のいずれかに入る場合、それぞれに審査や条件、会費など解決しなければならぬ問題があります。しかし、保険料の安さばかりではなく東京の情報など会員個人を通してADC全体の活動にもメリットが期待できるのでチャレンジしてみたいかがでしょうか。今回ADCとして直接この問題を解決する方法を見つけることができませんでしたが、これからも有利な制度づくりに努力していくことが大切だと思いますので皆さんの意見や情報をお寄せください。なお、「文芸美術国民健康保険組合」の資料のことなど、興味のある方は事務局の上田まで連絡してください。

上田政夫(スーパースタジオ) ☎34-3672

移転

- 株式会社コダックシグマ札幌 旭川営業所
- 【旧】旭川市3条7丁目左10号パークビル3F T070
- ☎(0166)2515126 FAX(0166)2515190
- 【新】旭川市5条西1丁目サントアリオ旭川1F T070
- ☎・FAXはこれまでと同じ。
- 太田一彦(株)太田写真場
- 【旧】旭川市5条12丁目シロヌ大成402(自宅) ☎23-9560
- 【新】旭川市5条11丁目シロヌ5条602(自宅) ☎23-9560
- 尾崎満範(株)サイエンススタジオ・オサキ
- 【旧】旭川市豊岡7条7丁目(自宅) ☎32-4776
- 【新】旭川市神楽岡10条8丁目(自宅) ☎66-0196
- 梅サン・オフィス
- 【旧】旭川市東4条10丁目2番14号
- ☎23-80364 FAX25-86646
- 【新】旭川市4条通西7丁目西ビル2F
- ☎・FAXはこれまでと同じ。



Hardwork is Heartwork.



株式会社コダック シグマ札幌
本社 札幌市中央区南3条西8丁目大洋ビル1F 〒060
TEL(011)261-0991 FAX(011)261-0987
旭川営業所 旭川市5条西1丁目サントアリオ旭川1F 〒070
TEL(0166)25-5126 FAX(0166)25-5190



人と人をつなぐ
コミュニケーションファクトリー

中央オフセット印刷株式会社

本社工場 旭川市5条通3丁目右1号 TEL(0166)22-7507代
札幌支社 札幌市西区西町南11丁目1番8号 TEL(011)666-3333代

株式会社フジカラー旭川 プロプラザ

旭川市9条通り7丁目・電話(0166)24-7831
(本社)旭川市旭町2条7丁目・電話(0166)53-6605

コミュニケーション
表現の魔法つかい。

協同来内企画 旭川支社
〒070旭川市1条通11丁目左1号TEL24-5285

イン ヤン
陰 陽
PHOTOTYPESETTING yin yang

旭川市4条11丁目 第13中島プラザビル202号室
☎(0166)26-6178

読む、見る、美しいフォントタイプ、いろいろ。

MI
(有)毛リキ写植センター

旭川市3条通11丁目左2号 新三条ビル3F ☎23-9430・☎26-0665

卓越したコミュニケーション活動を

COMMUNICATIONS
XCELLENCE
ENTSU

株式会社 電通 旭川支社
070 旭川市4条通9丁目拓銀ビル5階
電話(0166)23-1771代 FAX(0166)22-1936

total creative resource .Too

DTPのリーダー企業として
株式会社Tooはデジタル化による
新しいクリエイティブワークを追求し、
DTP分野へご提案していきたいと考えます。

株式会社Too札幌営業所
札幌市中央区大通東2丁目 第二松村ビル5階
Tel.011-241-5431 Fax.011-242-3035

人も、街も、輝いていたい。

富貴堂
MEDIA COMMUNICATION CLUB

本店/旭川市3条通8丁目右2号 TEL26-6100 FAX26-3485
文具館/旭川市3条通8丁目右3号 (本店と並び) TEL26-7711 FAX26-3485
東光店/TEL33-8545 永山店/TEL47-6420 緑が丘店/TEL65-1102

ぬくもり伝えたい

ただ正確な情報だけではなく
気持ちのわかる情報を伝えたい
人から人への基本を大切に
ハートコミュニケーションパートナー

総合印刷 株式会社 須田義版 旭川市忠和5条8丁目
(0166)62-2266

人創造。北創造。

ARC
アルク
ASAHIKAWA RESEARCH CENTER

株旭川産業高度化センター
旭川市4条通9丁目朝日生命ビル4F
TEL26 6668 FAX26 6675

意見、アイデアを募集しています。
AADCで実施してほしい事業や企画など、要望をお寄せください。幹事会にて検討いたします。ご意見、ご要望はいつでも事務局がお近くの幹事へ。
幹事会よりお知らせ。
定例幹事会を毎月第1水曜日(PM7:00)に4条7丁目アイゼリアにて開いています。幹事以外の方もぜひ参加してください。
(参加される方は、事前に事務局に開会の確認をお願いします。)

広告協力企業のご案内(順不同・敬称略)
株式会社フジカラー旭川プロプラザ/御モリキ写植センター/富貴堂/中央オフセット印刷株式会社/陰陽/株式会社「OO」/株旭川産業高度化センター/
株式会社コダックシグマ札幌/株式会社協同来内企画/株式会社電通/株式会社須田義版/北海道富士興業グループ/株式会社協同広告社/
株式会社フォトランド/株式会社日本発色/グラフ旭川

■編集委員(第3班)坂本 カ・福士成悟・井上隆也・尾崎満範・佐藤修久・下出敏男・谷崎邦夫・三好武雄・三好典仁