

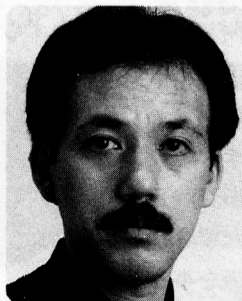
マガマガ

発行日/1990.1月31日
発行/旭川広告デザイン協議会
事務局:旭川市中常盤町1丁目
電話(0166)22-2794
FAX(0166)22-4435
株式会社・エージェンシー
発行責任者/小野慶治
編集責任者/大串義久



撮影 西川比呂司

松田優作氏の元気な頃の姿。
インタビュー中のワンカット。
多くの俳優を撮ったが、気の合った一人。



西川比呂司プロフィール
日大芸術学部写真学科卒業
在学中より電通写真スタジオにて飯塚武教、荒木経惟氏等のアシスタントをする。
斎藤一男氏に師事。
フリーカメラマンとして雑誌、CMの仕事をする。
「キネマ旬報」「バラエティー」にて連載ページを持つ。
「NON-NO」「MORE」「私の部屋」「美しい部屋」等にてインテリア、商品、料理の撮影を担当。
大門四郎氏(舞踏家、パリ在住)と「舞踏夢」を作品制作。
「人形物語」(私の部屋)
「シネマ個性派ランド」(キネマ旬報)
「母さんの料理」(婦人生活社)
1988年、新しいイメージのポートレートスタジオとして、旭川にスタジオエヌを開設、現在に到る。



1990 旭川市開基100年

みんなで祝おう旭川100年

旭川市は、明治23年に旭川・神居・永山3村が置かれてから、今年で開基100年を迎えます。

厳しい大自然を相手に、数々の苦勞を重ねて、私たちの祖先の方々が道北の拠点都市として築きあげてくれた「旭川」。

このたくましく何ものにも負けない開拓者魂を受け継ぎ、記念すべき年にこのまちに住んでいることを喜び、先人の方々に感謝し、さらに21世紀に向けての新しいまちづくりの第一歩となるよう私たちも進んで記念事業に参加し、心から旭川市開基100年を祝おうではありませんか。

●開基100年記念イベント

日本のまつり・旭川

とき／平成2年8月10日(金)～12日(日)

ところ／常磐公園、昭和通り、平和通買物公園

主催／日本のまつり、旭川実行委員会

この催しは、旭川の開拓にゆかりの深い全国の各県から、その地で育ち、伝承されている国内で有名な「まつり」や「芸能」15団体を旭川に招き、開基100年を記念して開催されるものです。

昭和通りをパレードし、常磐公園の特設ステージで演技を披露するなど、居ながらにして、日本を代表するまつりや芸能に触れることができます。

また、このイベントを盛り上げ、彩りを添えるため、物産・観光コーナーの設置をはじめ、緑日や街角でのパフォーマンス大道芸も開催される予定です。

旭川市開基100年記念事業の紹介

■記念式典 (平成2年9月20日(木) 旭川大雪アリーナ)

- ・ありがとう100年 (感謝と顕彰)
- ・旭川2世紀への出発宣言
- ・祝賀行事 (アトラクション等)

■記念行事

(記念イベント)

- ・「市民ふれあいフェスティバル」
- ・「日本のまつり・旭川」

(主な協賛イベント)

- ・第14期棋聖戦 (1/31・2/1 ニュー北海ホテル) (小林光一棋聖対大竹英雄九段)
- ・開基100年旭川冬まつり (2/7～12 旭橋下流河川敷地)
- ・'90ふゆトピア・フェア (2/8～11 地場産センター他)
- ・スウェーデン王国カール16世グスタフ国王陛下大会参加
- ・第10回旭川国際バーサースキー大会 (3/20・21 旭川競馬場他)
- ・旭川アイスショー (3/24～25 旭川大雪アリーナ)
- ・北海道音楽大行進 (6/5 市内パレード)
- ・国際家具デザインフェア旭川'90 (7/3～8 旭川大雪アリーナ、地場産センター)
- ・'90旭川演劇フェスティバル (7/7～14 市民文化会館他)
- ・第5回ミュージックフェスティバル (7/29 若者の郷を予定)
- ・大相撲旭川場所 (8/14 旭川大雪アリーナ)
- ・(仮称) 旭川あゆみ展 (日時・場所未定)
- ・オペラ「ヘンゼルとグレーテル」 (11/24・25 市民文化会館)

このほか1月から12月までの1年間に民間団体などによる数多くの協賛イベントが予定されています。

※期間はすべて平成2年のイベントです。なお日程、会場は変更される場合がありますので、事前にご確認ください。

■記念施設

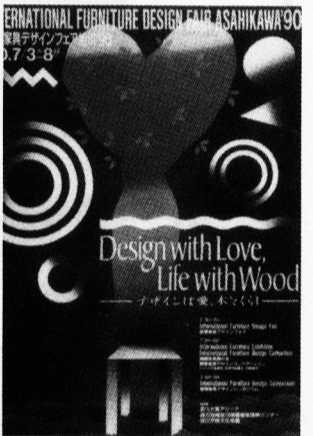
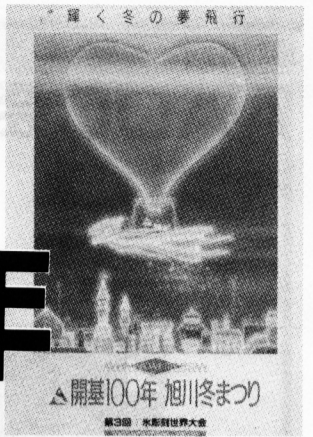
- ・100年記念ホール (仮称) (駅南地区) ~歴史文化資料館、記念ホール、多目的ホール等
- ・河川公園の造成 (旭橋の上・下流)
- ・嵐山公園の整備

■記念郷土史料

- ・市史、100年記念誌の出版
- ・記念映画、ビデオの制作

■その他の記念事業

- ・小中学生の作文、図画の募集、その他



私たち(AADC)も開基100年記念事業の一端をお手伝いします。

旭川100年の記録と100年目の旭川の顔を保存するための写真複写と撮影。

発会当初より、我が旭川広告デザイン協議会として、旭川開基100年記念事業に何らかの形で参加したいとの意見が論議されておりました。

この度、旭川市より旭川100年の記録写真の複写と100年目の旭川の記念写真の撮影に対する協力の要請があり、幹事会並びに写真関係の会員と再三に渡る検討と打ち合わせの結果、会としてこれを受ける事になりました。

100年に一度の機会を、旭川広告デザイン協議会の名で、市の資料室に永久保存されるこの仕事

は、旭川市開基100年に協力する絶好の事業であり、満足のゆく費用は設定されておりませんが一つのボランティアとして市に協力してゆきたいと思っております。

複写、撮影合わせて千数百点に上るこの仕事に、実際にたずさわる写真関係の会員の方々には大変ご苦勞な事と思っておりますが、ぜひとも頑張ってくださいと願っております。又、他の会員の方々も、できうる限りのご協力をお願いいたします。

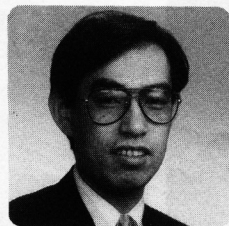
(事務局)

これから、この音。
クオリティを重視し、
ハイテク化をめざしたら
この音になりました。

TOTAL PRINTING
株式会社 須田 裁版
旭川市 忠和5条8丁目
☎(0166)62-2266
札幌/苫小牧/滝川

テレビ映像に思うこと

谷崎 邦夫 (DVスタジオ)



ここ2、3年における映像表現の発達には目を見張るものがあり、たとえば5年前のテレビ録画を見て時代の流れを感じるのには必ずしも私一人ではないと思う。コンピューターグラフィックは今やオブジェの質感まで表現するに到り、このことは映像の特殊効果装置と相まって私達に表現領域の無限の広がりを与えてくれている。

アンペックスが2インチVTRを発表したのは1956年であり、この年は磁気録画の元年とも云われる。約20年目の1976、7年頃から1インチVTRがこれにとってかわり、かれこれ12、3年間の1インチ全盛時代が続いて来た。しかし1987年、88年とソニーにより矢継ぎ早にD-I、D-IIのデジタルVTRが発売されるに到って今や完全にデジタルVTRの時代に突入した様である。私も1989年の放送機器展のデモ機が全てD-IIでラインアップされているのを見て、妙な安心感を覚えると共に、時代が既にターニングポイントを回っているのをこの身に感じる事ができたのであった。

VTRのハード面の進展に比例して、ソフト面を支える編集技術も格段の進歩をとげている。2インチVTRのカッターによる神技的なスプライシングから始まった単純カット継ぎも、間もなく登場した電子編集システムによってオーバーラップ、ワイプ、スーパーなどが可能となり、更に絶対番地のタイムコードを前提としたオンライン(+オフライン)編集システムへと移行している。ただ、いかんせん、これまでのVTR編集においては、映画編集のように途中のカットの出し入れができないのである。4~50回のダビングに耐えるデジタルVTRの登場が、ようやく時間軸の絶対量の変更と云う最後のガードをとり払ってくれたのであった。

私事になるが、1インチが普及しはじめた12、3年前と云うと、私は住みなれた文化系の世界から

頭を切り替えるべく無線工学にあけくれていた。巷では技術系の領域でマイコンが爆発的人気を呼んでおり、情報処理ではマシン語によるオフコンの徹夜のプログラミングが行なわれていた。

ビデオアートの波が日本に及んで来たのもちょうどこの頃で、私も草月ホールなどいくつかの会場に出かけていってはがっかりして帰ってくるのが常であった。ブラウン管を磁界に置いたり、映像を発振させたりしてそのアートとしての可能性を探っている時期だったからである。だから今日のコンピューターなくして映像が成り立たない様な現状を見ると我ながら「今は昔、の隔世の思いにとられるのである。

沈黙が人に与えるイメージには底知れぬ奥深さがある。ムーブメントが人に与えるイメージには胸をかき立てるものがある。ムーブメントには時間がつきものであるから映像は四次元の世界になるが、このx軸、y軸、z軸、t軸の全てに渡る移動、伸縮、更に歪みを可能にするのがデジタル映像であり、それが映像マンの想像力を刺激する。イマジネーションの世界においては、時間の流れは現実の流れに直対応している訳ではなく、あらゆる所で逆行と飛躍をくり返す。遠近法に従っている訳でもない。四次元的な歪みを可能にするデジタル映像において、はじめて映像を現実との一対一的対応関係から解き放ち、心象内容の外在化として再構築することが可能になる。クリエイターにとってこれ程強力な味方はいないと思うのである。人は美しいものにも感動する訳ではない。それが他人の作品であれ、自分の作品であれ、はたまた自分の子供であれ、対象物に己れの影を見、己れとの同一性を発見する時、「ドキッ」とする。自己の内的世界が表現できた時、真に感動する。このことは商業映像の世界に於ても本質的に変わらないと思うのである。

変化自在のツールを目の前にして、改めてイメージと云う抽象物の根っ子が現実であり、それが現実の主観的な措定であることを再確認しなければならぬと思う。低俗な画像いじりに堕さないために、何よりも自分なりの表現内容が問題だと思うのである。

イマジネーションにおいてはあらゆる事が可能になる。たとえば心の中で、私も月に降りたって、月の地平線からゆっくり上ってくる青白く輝く地球を見ることが出来る。そして私も同じように一人呟くだろう。「これは月で、あれは地球だ。私は確かにここにいる」(アラン・ビーン、米国)「なぜ私達がここにいるのか、今わかった。それは月をくわしく見るためではない。振り返って、私達の住みかである地球を見るためなのだ」(アルフレッド・ワーデン、米国)

ちょっと参考までに……

次ページの新春座談会にも旭川の料金体制について「札幌の10年前にも……」という意見が出ておりますが、ここに東京の10年以上前の標準価格の一部をご紹介します。驚くべき数字に何の参考にもならないかもしれませんが、中央の実態を知っておくのも何かのたしになるのでは……。

グラフィックデザイン

- 総合企画費……500,000円~4,000,000円以上
- 新聞広告
 - 企画費……100,000円~800,000円以上
 - 制作費(1段)……15,000円~40,000円以上
- ポスター
 - 企画費……200,000円~500,000円以上
 - 制作費(B全)200,000円~600,000円以上
 - (B3)100,000円~300,000円以上
- カタログ(DM)
 - 企画費……50,000円~400,000円以上
 - 制作費(B5 1頁)20,000円~700,000円以上
 - コピー、文章リライト(400字詰1枚)……2,000円~10,000円以上
- イラスト(カラー)
 - メインテーマ……50,000円~200,000円以上
 - カット……10,000円~100,000円以上
- シンボルマーク
 - 企画費……100,000円~1,000,000円以上
 - 制作費……50,000円~1,000,000円以上
- ロゴタイプ
 - 企画費……50,000円~400,000円以上
 - 制作費……20,000円~800,000円以上

コマーシャルフォト

- 撮影料・使用料
 - 1テーマ(カラー)60,000円~500,000円以上
 - (モノクロ)50,000円~400,000円以上
 - 1カット(カラー)20,000円~150,000円以上
 - (モノクロ)16,000円~120,000円以上
- 上記料金にスタジオ、機械の使用料、人件費諸経費、保険料等々がプラスされます。

パッケージ

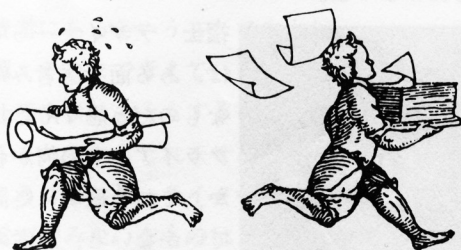
- 企画費……300,000円~2,000,000円以上
 - 制作費 個装パッケージ……300,000円以上
 - 包装紙……200,000円以上
 - 袋もの・バッグ……200,000円以上
 - シール……150,000円以上
- 上記金額にロイヤリティー、バリエーション等々がプラスされます。

コマーシャルフィルム

- 企画費……300,000円~1,000,000円以上
 - コンテ作画費……1コマ2,000円以上
 - 1案30,000円以上
- 上記金額にプロデュース費、ディレクター費、機材費、撮影諸費、スタジオ、タレント、ナレーター、フィルム費等々がプラスされます。
- (日本アド・プロ年鑑'78参照)



あらゆるニーズに
お応えします。



企画・撮影・デザイン・製版・印刷
東和印刷株式会社
旭川市10条23丁目 TEL(0166)31-5521

Lead the next Century

21世紀に向かって走りだした日本発色は
今年、その事実をお見せします。

NIHON HASSHOKU
日本発色

札幌事務所

札幌市中央区南2条西10丁目1-4第2サントービル1F
電話(011)231-1841



新春座談会

しいたい

平成2年の新しい年を迎えた去る1月11日、広報部会の呼びかけで会員の各部門から1名ずつと広告代理店、印刷会社の営業の方を加えて旭川の制作活動の実態と動向について2時間にわたって話し合っていたいただきました。その一部をここにご紹介いたします。



伊藤 今日は、各業種の方々に集まっていたので、それぞれの分野で話しが進んでいけば、お互の啓蒙にもなって面白いのではないかと思います。会員以外に営業の方も入っていただいているので、営業サイドとクリエイターサイドの間の苦勞話しなんか聞かせてもらえるかもしれませんね。皆さんよろしくお願ひいたします。

高橋(光) 営業としては、社内ではかなり強がりと言ってますけど、外部のお客さんや制作者の方には弱い面が多いんですよ。

伊藤 クライアントの要望を制作者に適確に伝える事が本質でしょうが、クライアントによっては制作者もいっしょに打ち合わせをしたいという声も聞くんですが、その辺はどうでしょうね。

高橋(光) たしかにその声はふえて来ていますね。

高橋(雅) 話しがうまく伝わらない事で、制作者が十分能力を発揮できないという事もありますからね。

高橋(光) クライアントに制作者の声を直接聞かせた方が説得しやすいですね。ワンクッション置いてしゃべると、素直に言えずにけこう含みをもたせて言う場合が多いから――。

伊藤 その場合に制作者というのは、良い物を作るとかでだんだんエスカレートして、予算の面などでおさえのきかない所が出て来てしまうんじゃないですか。



高橋(光) 営業は先に予算をうかがいますからね。でも、制作の方がどんどん話していただく事で、予算もふくれ上るって事もありますから。営業だけだと、どうしてもお金に弱気になりますね。

川上 最近、制作予算はけこう認めてもらえるようになって来ましたね。

高橋(光) 札幌あたりとの仕事の兼ね合いを見ると、制作費ぬきでは考えずらくなっていますからね。

伊藤 でも、今まで旭川では、制作費などをはっきり見積りに出せない部分があったんじゃないんですか？

川上 今でも何か別の形で見積りに入れておくとか、そういうごまかしの様な事はありますが、その分制作費として見ておくという事は、あたりまえの考えになっていますね。

伊藤 でも、制作費をはっきり企画費だとかコピー代、撮影代と明確にしておかなければと思

ますが。

高橋(雅) 業界の統一したフォーマットがあるといいんですけどね。

伊藤 かつて印刷会社では、デザイン料、フィニッシュ料はサービスみたいな所があったんじゃないですか？

高橋(光) いや、そういう事はありません。必ず見てはいるんですが、競合とかになると、どうしても総合的にダウンするという事はありますね。

伊藤 札幌なんかでもそうでしょうか。

高橋(光) 自社の話して聞くと、札幌ではそうした場合でも見積りにはきちっと制作費として入れているようですね。



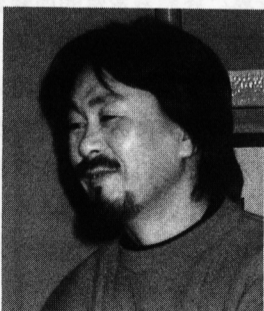
岩田 印刷会社の場合、チラシ、パンフレット等が1枚いくら、1冊何円という形で受ける場合が多いので、絶対必要経費である紙代なんかを引いていくと、どうしても制作費にしわ寄せが来る場合が多いですね。

近江 旭川は制作費を最後に見るという形にありますね。本来これは逆じゃないかと思うんですけど。

高橋(光) クライアントが最初から予算組みをしている場合が多いんです。ですからそういう形になるんじゃないかと思ひますよ。

近江 札幌が今、良い形にあるとしたら、そんな事理解を得るために戦って来たと思うんですよ。旭川はこれからじゃないんですか。

伊藤 旭川じゃ制作の分業化がまだしっかりしていないと思うんですね。そんな事が制作費の設定をむずかしくしているとも考えられませんか。



近江 それは我々が口先だけで望むのではなく、それぞれの分野でしっかり理解してもらえるように力を発揮していかなければいけないと思ひますね。そうしなければ、お客さん自体わからないわけですから。実際の仕事の上だけでなく、どんどん自分の作品を外に出していく事で価値感をもってもらえるんじゃないでしょうか。

高橋(光) 道内で印刷が安いのは旭川と北見だとよく言われるんですが、これからはクリエイティブな部分をもっと生かして予算も質もレベルアップしていかなければなりませんね。

伊藤 予算はあっても、それが札幌、東京へ出される場合も多くあるから、もっと我々が良い物を作って、戦う精神をもたなくてはね。

西館 確かに東京、札幌には良い物が多いけど、そうじゃない物もいっぱいあるわけで、旭川も決して劣るものではないと思ひますよ。旭川でも優秀な人はどどん力を伸ばしてギャラを要求していけば、いずれ良くなると思ひますけど。



川上 旭川でも大きい予算の仕事ってのはあるんですけど、スタジオだとか機材だとかハードの面でどうしても東京などに行っちゃうんですね。そういう仕事をしょっちゅうやっていたらハードも

揃うんでしょけど、今の旭川でそれをこなせといってもなかなかできない面が多いんですね。もっとソフトの分野でつっこんで行けるって事もあるんですけど、ハードなしではむずかしい事が多いですよ。そういう仕事がしょっちゅうあれば旭川のプロダクションやスタジオも優れたハードを揃えていけるんでしょうけど、残念ながらクライアントの規模が小さいから――。

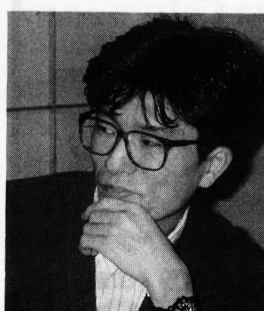
伊藤 特に映像の方はこの影響は大きいでしょう。

高橋(雅) カメラワークやソフトの部分では負けない自信はあっても、ハードの部分になると仕上がりではっきり見てわかる良い悪しがでてきてしまうんですね。映像の場合、一つが1千万、2千万全部で何千万円なんて機械になると、趣味で買える人もいるかもしれないけど、仕事にしようと思ったらとてもペイするものじゃありませんよ。

伊藤 確かにそういう部分では中央にはかなわないですね。

高橋(雅) 確かにソフトの部分で表現を変えるとか工夫するとかで、内容的に負けないものはできるかもしれないけど、それでも自分の力ではできない部分、例えばモデルとかアナウンスとかは、どうにもなりませんよね。

川上 でも、何が良いものかってことは分りませんよね。営業がクライアントから聞いて来る事はどうすればこれが売れるかってことですから、いくら制作の人がこれが良いって言って良いものを出しても、案外泥くさい物を望んでいたりって事もありますよ。



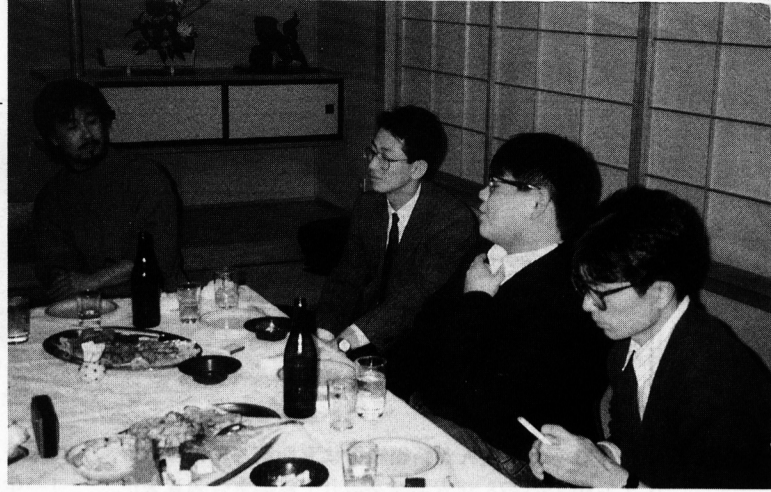
福士 デザイナーってのは、ある面で医者みたいなものだと思うんですよ。クライアントの何が悩みか、それを適切に処置していかないと、患者の方から「俺は風邪だから、風邪薬をくれ」って言われちゃうんですね。だから風邪薬をやれば良いか

というところも迷っちゃうんです。旭川にはそう

放題

●出席者(アイウエオ順・敬称略)

司会 伊藤 友一(北海道たき・デザイナー)
岩田 充(須田製版旭川支社・デザイナー)
近江 隆俊(アウル・フォトグラファー)
川上 宏一(協同広告社・営業)
高橋 雅之(ウエイブ・ディレクター)
高橋 光徳(中央オフセット印刷・営業)
西館 真(ワズクリエーション・コピーライター)
福士 成悟(ワイズ・イラストレーター)



いう患者が多くて、そこに本根で説得しても、なかなか意志が伝わらない。それでも我々がどんどんアピールしていかなければ良くはないんでしょうけど。

伊藤 我々は、クライアントの要望も大切だけれどもっと先のユーザーや消費者に対してどうあるべきかも考えなければならぬという事です。

福士 そういう意味でクリエイターは、もっと戦わなければならない。コピーライターのハルステビンスが言うように「クライアントの社長のネクタイが赤だったから、この人は赤が好きだということを考えちゃだめだ」ということですね。

西館 でも、どうしてもクライアント好みになってしまうんですね。

伊藤 そういう所が我々のアート性を出せない部分かもしれませんね。

福士 ただアートをやるのではなく、そこにユーザーの精神とか、心理とかを見ぬいた部分で完成されれば、それは何としてもクライアントに分かってほしいですね。ただ、それを説得できない、自分の力量の無さもあると思うけど。

高橋(光) 営業マンは、どうしても仕事が来ればいいって事を先に考えてしまう。

西館 制作者だってそれは考えますけど、だけども違うみたいな所にジレンマをもちやう。

高橋(光) 旭川には大きな制作予算を組める企業が少ない点にも問題があるのでは？

川上 ただ、良いものを作るって事を考えると、予算が多ければいいって事でもないし――。

それじゃ良いものって何なのかというと、ちょっとわかりませんけどね。

高橋(雅) 商売で考えれば、クライアントを満足させる仕事――。

伊藤 でも、クライアント側が、どうすれば良くなるか迷っている時などは、提案すべきじゃないですか。

高橋(雅) そのためには、こちらの知識もかなり上でないと自信もてませんよね。

岩田 僕は、ヒットするという事だと思いますよ。ヒットさせようとするところに制作者は敏感にならなくちゃいけない。

川上 本当のお客さんは、クライアントでなく、消費者にあるということですよ。

伊藤 そこまで考えていつも仕事に取り組めたらいいですね。そうすることで作品もギャラも認めてくれるかもしれませんね。

ところで、コピーライターという職種の旭川での位置づけみたいなものはどうですか？

西館 まだまだ確立されているとは言えませんが反応はありますね。

伊藤 旭川にコピーライターとしての人材が少ないのは、その分野でまだ商売にならないからでし

ょうか？

福士 旭川では、かつてデザイナーがカメラマンであつたり、コピーライターであつたり、イラストレーターであつたりしていたし、今でもそうせざるを得ない現状があると思うんです。そうした事からぬけて行かない限りコピーライターとか、イラストレーターは育っていかないんじゃないんでしょうか。

伊藤 結局、1人でやってはいけないという所から分業化を進めて行かなければ、という事ですか。

福士 分業化をして、それぞれが料金をとることが、制作費体制を確立する道ですよ。

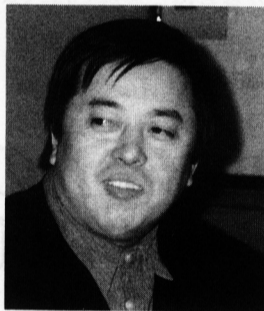
伊藤 旭川は、その歴史が浅いんですね。

西館 一日も早くその理想を実現していきたいですね。

福士 旭川の現状は、札幌の10年前にも遅れているんじゃないですか？

近江 旭川には制作者が育たないってよく言われる要因は、そのへんにもあるんじゃないかな。

福士 能力のある人はいっぱいいると思うんですけどね。



高橋(雅) クライアントにつぶされるという部分もあるんじゃないですか？ 良い物が認められない。努力が買われないっていうことで、やってられないみたいな所があると思いますよ。それが、本当

に良くないものなのか、認められなくてしかたのないものなのかって事ですね。でも、そんな企業ともうまくやっていかなければ喰って行けないという現実がありますね。

川上 確かに「めしのたね」という部分がありますけどね。それにしても、代理店や印刷屋さんには外注費をふやそうくらいの考え方を持つべきですよ。

伊藤 旭川では、代理店がはばをきかせて、プロダクションデザイナーの足を引っばっているということはありませんか？

福士 いや、もっとはばをきかせて制作意欲を見せつけてほしいですね。

伊藤 帯広では、プロダクションパワーがすごいですね。代理店が旭川に比べ少ない事もありますけど、プロダクションが、代理店と競ってどんどん進出していますよね。

福士 旭川では、以前には代理店も印刷屋さんも制作はサービスみたいな体制があつたけど、最近それが制作者側から見ると徐々に良い方向に進んでいると思うので、もっと大きな力で見せつけてほしい気はしますね。中央で作られられた消費者指向なんていうのもあるし、そんな流行を作っ

ていくみたいな事に参加できれば面白いですよ。

高橋(光) 中央発信じゃなく地方発信でね。

伊藤 今の社会は情報網が発達しているから、どうしても中央指向になりがちなのかな。

高橋(雅) 映像でいえば、ハードの部分でどうしても中央指向にならざるを得ない事がありますね。

福士 ローカルをそのままぶつけるような事で、良いものはできませんか。

高橋(雅) 旭川でも同業の各社のソフトとハードを一堂にしてぶつかれば、あんがい優れたものができるかななんて思いますけど。

近江 あんまりそこにこだわると、ローカルの制作者は自分を見失ってしまうんじゃないかな。地方は地方だ。そこで一生懸命良いものを追求すれば、それはそれで良いんじゃないかな――。

伊藤 ライブラリーなど中央から情報がどんどん入ってきて、良い物が手近に使えるようになって来ているしね。

近江 ライブラリーも、簡単だから、時間がないからとかで使われると、地方のオリジナル性が無くなってしまふ。もっと考えた使い方をしなくては。

高橋(雅) どれが良くてどれが悪いかというのは規準が無いからむずかしいですよ。

川上 やりたい事を徹底的にやった、自己満足の世界なのかもしれない。

福士 その辺では旭川のクリエイターたちは、パワーがありませんよね。

高橋(雅) やるチャンスがほしい。

高橋(光) クライアントに、もっと大きな長い目で見た仕事をさせてもらえるよう、みんなで力を合わさなければなりませんね。

岩田 旭川には安くしないと仕事がこないという考え方が根深くありますよね。その辺をみんなのパワーで何とかしないと。



西館 結局、業務分担することで、それぞれの分野のクリエイターの力が発揮でき、多くの人で仕事を作り上げていけばもっと楽しい仕事もできるんじゃないでしょうか。

伊藤 制作費問題、広告主・営業・制作者間のポジショニング、制作者間の分業化、クリエイター同士のコミュニケーション等、まだまだ未熟な課題の尽きない旭川ではありますが、今日の座談会でも、少しずつ良い方向に向かっていける様な個々のパワーを感じました。

広告には、一般生活者に対する責任があるという事を忘れずに、また明日から仕事をしてゆきたいと思っています。

会員からの寄稿

空白の新婚旅行

種田アートスタジオ 種田 幹博



昔、古い友人が新婚旅行に立つ前その又友人から中古の35ミリカメラを借りて私のところに来た。日頃メカに弱いと嘆いていた彼にとって、カメラ操作は初めてである。

今のようにオート露出機構もない。つまり全手動のシンプル機である。大体の説明を何度も繰り返したがもとの木阿弥である。「さあ、露出をどうするか?」で、日中のみ撮ること、晴天、曇天など幾通りかの絞りとシャッターの組合わせを図に書いてあげた。(もっとも天候による絞りなどの説明書は当時もフィルムケースに入っていたが)。フィルム装填は街のカメラ屋SSの36枚撮りを1本買いそこでつめて貰いなさい。若し途中で撮り終えたら旅行先でカメラ屋を探し、又つめて貰うよう教えた。

旅行から帰ってきた彼は浮かぬ顔で私のところ

に来た。

「一生に一度の記念すべき旅行も俺には影も形も残らなかった。空白の新婚旅行になった」

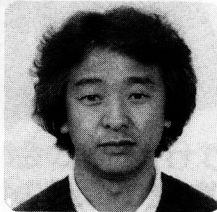
たった1本のネガばさみに収められたネガは全部スッポヌケ、つまり何も映ってないのである。1コマづつ教えられた通りシャッターを切ったという。カメラにレンズキャップなど付いてない。「古い友人よ、決して悲しむべきことではない。君と奥さんがお互いに撮り合ったその時の微笑ましい状景は、たとえフィルムに残ってなくても君達の胸に深く刻まれている筈だ。

淋しそうに笑っていた彼に慰めの言葉もなかった。30年程前のことである。

以後初心者を訪れたとき最初のフィルムは必ず私がつめてあげることにした。

息子と私

竹山カメラ店
中村 陽一



昨年の夏の夜のことである。

息子とカワセミの話をしてしていた。

息子は凶鑑を持ってきて、父さんこんな美しい鳥が本当にいるの?本当に旭川で見れるのと、不思議そうな顔をして私を見た。

それじゃ明日早起してカワセミを見に行くことになった。

早起きは三文の得だね父さん……

息子は2時半に目覚し時計をセットした。

まだ夜も明けてないが私と息子は2時半に起きることが出来た。

機材とテントを車に積んで出かけた。

息子は目はパッチリ、父さん鳥いるかなあー私はいる、いる、いるとも?

夏の朝車を運転しながら息子とカワセミの話で熱くなった。

さあー着いた。車から機材を降して場所を決めてテントを張った。

テントの中にまず三脚を立て、カメラを付けた。

その時レンズがないのに気がついた。

息子は言った。玄関にあったよと……

私の眼前は暗くなりました。

でもこれが仕事でなくてよかったと我にかえったものである。

もうそれからはゆっくりとバードウォッチングに切りかえました。

テントの中で双眼鏡で息子と2人で、来た、来たあー魚を捕った、またしばらくしてまた来た。

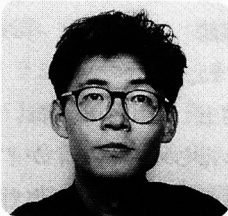
父さん、きれいな鳥だねー。

羽のブルーが本当に美しい鳥だねと息子と私は見とれていました。

私は夢中で頭の中でシャッターを切っていました。

約束の日までの約束

アド・アソシエーツCAN 阿野 仁志



S・Hは病気持ちだ。あと10歳年をとっていたら、確実に亡くなってますよ。医師からそう言われたほどだ。その体で月に2度も、成田の北ウイングに立つ。

S・Hは所帯持ちだ。だが、イラストレーターを妻にしたのは幸運だった。留守を守る母と子は、父の似顔絵を描いて暮らしている。

S・Hはカメラマン。2年ぶりにこの街に帰ってきた。僕らは話す。スティングの出産ビデオについて。村上春樹の羊の行方について。ブルース・ウェバーのセクシャリティやインクスティック芝浦の閉館について。その情熱はサン・ロクでのあの頃と何も変わっていない。

「いつかまた一緒に仕事をしようよ。」6年半前に交した約束を、僕達はまだ果たしていない。けれどあの日の約束は、永遠に生きている。

S・H、聞いてほしい。その日が来るまでに僕は、僕の素敵なクライアントが5回、そう今から

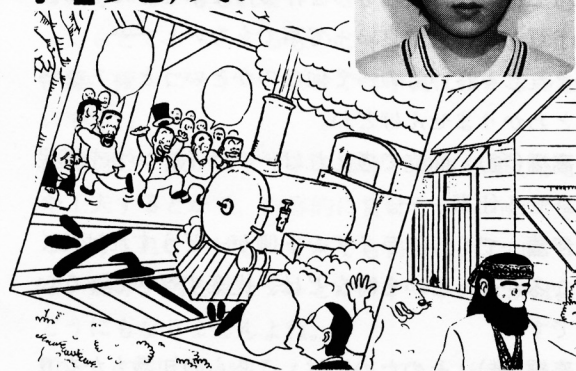
5回だけ、彼の声が裏返ってしまう光景を目にしたいと思う。それまでに君も、僕のノドがカラカラになってしまうような写真を撮ってほしい。それが、2つ目の約束だ。

会員幡野由枝さんの「歴史まんが旭川100年」完成!

北日本広告社
幡野由枝さん

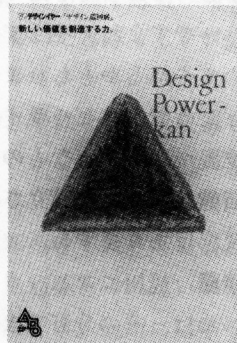


昨年5月から制作に入っていた「歴史まんが旭川100年」が遂に完成。当初上・下巻各150ページの予定を1巻約300ページとし、2月15日から市内各書店の店頭で並ぶ予定です。脚本は大沼克之氏、絵は当会々員の幡野由枝さん。制作期間の約8カ月間の孤軍奮闘も、終ってみるとあっけないものとは幡野さんの弁。価格はまだ未定ですが、1,000円以内では買える模様です。



デザインフェアイン おびひろ開催

1月25日~30日、帯広市で市や帯広デザイナーズ協会など15団体と賛同者によって「光・風・音」をテーマに「デザインフェア インおびひろ」が開催されました。'89デザインイヤー「デザイン巡回展」「デザインパワー館」と並催して行われたもので帯広藤丸デパートの会場には地元デザイナーらの創作パフォーマンス等親しみやすい作品が一堂に展示されました。



卓越したコミュニケーション活動を



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) 23-4771(代) FAX (0166) 22-1036

私たちは、
広告を創る
ブレインです。



株式会社 北海道たき
〒060 札幌市中央区北大通西8丁目
☎214-5181
分室/旭川・函館・青森
旭川ヴィジョン・函館ヴィジョン

あと2万キロ

アキナイ企画 山本 不二夫

スポーツサイクリングを始めて15年になる。おおよそだけれど、これまで年平均2,000キロで、30,000キロほど走破して来た。

1回の走行は100キロから180キロの範囲だが、一度だけ200キロ走ったこともある。

そんな私のサイクリングなのだが、調子がいいとどんどん行き、調子が悪いと数分走っただけでさっと帰って来ることもある。

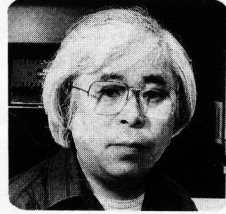
とにかく気まま(実はわがまま)にできるのが自転車の楽しみなのかも知れない。

走り始めた当初から50,000キロをライフワークにした。

だからあと20,000キロは走らねばならない。とはいっても、気まま、わがままだから気負いもなく、たんたんとやっている。

旭川近郊というのは実に自転車に向いていて、どちらの方向へ行こうと結構楽しい。

ただ盆地の中の都市だから、必ず峠にぶつかる。ツーリングすると峠の2つ3つは越えねばならな



い。
塩狩峠などは車が多く、とても楽しめないけれど、隣りに位置するタカス峠、紺文峠、更には幌加内線の江丹別峠などなかなかいい。中でも道々嵐山線から入る湯内峠は私の最もお気に入りの峠の1つだ。

添牛内から苦前へでる霧立峠、愛別から朝日町へ抜ける上紋峠、北竜町から増毛海岸へでる江袋別峠、どれもすばらしかった。

その他地元の人達ですら忘れかけているような名もない数々の峠たち。

そしてあと20,000キロ。
走破できるのかどうか、やってみなければわからない。

ともかくたんたんとやって行こうと思う。
今から雪だけが楽しみだ。

旭川広告業協会会長に

株協同案内企画旭川支社長

紺野文男氏が就任



開基100年
今こそ飛躍の時

旭川広告業協会
会長 紺野文男

旭川広告デザイン協議会が、発足から無事一周年を迎えられ、心

からうれしく思います。旭川の広告業界を支える力として更なる飛躍を期待しています。

わが国の広告出稿額は、近年顕著な伸びをします。旭川も例外ではなく、開基100年に弾みをつけ、いっそうの伸びが予想されます。制作部門に携われる皆様への期待もますます大きくなることでしょう。

情報の発信源として、当協会と積極的な交流を深めつつ、互いの向上を図らん事を心から願っています。

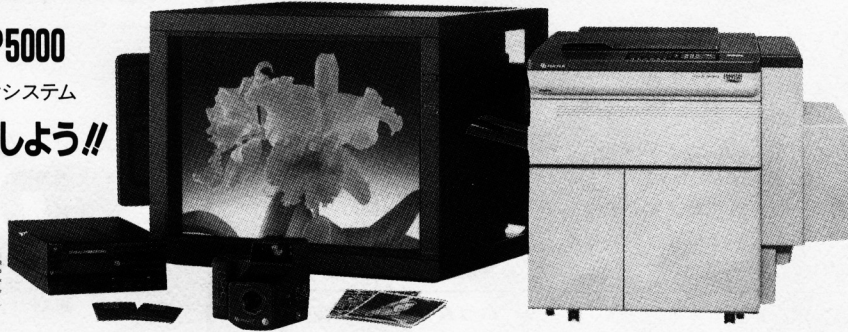
業界情報

研修部会からのお知らせ

●フジカラーコピーAP5000

●フジックス スチールビデオシステム

を体験しよう!!



すでにご存知の皆様も多いでしょうが昨年登場しましたフジカラーコピーAPがなかなかの評判です。それと今話題のスチールビデオシステムも一諸に体験してみませんか!

■日時 平成2年2月17日(土) 10:00~17:00

■場所 フジカラー旭川プロプラザ
旭川市5条通7丁目☎24-7831

AADC会員に限り無料カラーコピーサービス、(数量限定)と、無料スチールカメラ撮影、再生を体験させていただきます。

展示機種

◎フジカラーコピーAP5000

従来のカラーコピーとはひと味ちがいで、特に写真の表現のクリアさでは、他と大きな差を感じます。ネガ、ポジ、プリント、印刷原稿からの

超高画質コピーはもちろん、OHPや立体コピーもOK。

◎フジックススチールビデオシステム

- 電子スチールカメラ ES-20・ES-30TW
- ビデオカメラ/プロセッサ FV-5000
- スチールビデオレック/プレーヤーR5000H
- ビデオプリンター VP-6000

従来のスチールの鮮明さとビデオテープの便利さを組み合わせた新しい情報コミュニケーション手段。簡単に超鮮明画像をフロッピーに録画、モニターへ忠実に再生する最新のシステムをご自分で撮影、再生、プリントしてみてください。

★上記について詳しくは

(株)フジカラー旭川☎53-6605 (荘司さんまで)

クリエイターたちの仕事始め

第1回 AADC年賀展

(事業部)



会員の年賀状を集めての小作品展が去る1月19日~24日、旭川西武連絡通路ギャラリー5で開催されました。

また、札幌・帯広・釧路のクリエイターの皆さんからも出品協力いただき、小さな作品から大きなパワーを感じる展覧会でした。

この年賀展は帯広デザイン協会の要請で帯広でも展示されました。これを機会に会員の作品展や各地のクリエイターたちとの交流に発展してゆくものと期待いたします。

尚、年賀展については毎年恒例としたいと考えていますので会員の皆さんの参加をお願いいたします。

モノづくりを通じて北国に新しい文化を

第3回

北の生活産業デザインコンペ 作品展

- 会期 1990年2月1日(木)~2月6日(火)
- 会場 丸井今井・札幌一条館8階イベントホール
- 時間 AM10:00~PM7:00(6日のみPM5:00まで)
- 主催 北の生活産業デザインコンペ実行委員会
- 同時開催 「デザインパワー館」'89デザインイヤー・デザイン巡回展

入場無料

●作品

工業デザイン部門
クラフトデザイン部門
パッケージデザイン部門

事務局

札幌市中央区北3条西6丁目

北海道商工労働観光部工業振興課内

TEL011-231-4111(内線26-3666)

(事務局)

この美しさは、誰もコピーできない。

超高画質フルカラーコピー COPYSTAT AP5000



印刷物、写真プリント、ネガ、ポジフィルムなど、さまざまな原稿を鮮明コピー。

写真の事ならフジカラー旭川へおまかせ下さい。

株式会社
フジカラー旭川
☎070 旭川市旭町2条7丁目TEL(0166)53-6605

PROPLAZA
ASAHIKAWA
☎070 旭川市5条通7丁目 TEL(0166)24-7831

いろいろな仕事のオリエンからプレゼンまで、社員全員が飛び廻っているうちに我が社の宣伝を忘れてしまいました。

(株)協同案内企画旭川支社 ——— どうぞよろしく。

1年を終えて

'90年の生活のキーワードは、生活を楽しむ心を基本とする「唯楽論（ゆいらくろん）」に——。電通「生活大予言1990」はモノ余りを背景に「心の豊かさ」を求める風潮が強まっているが、その実現は自分自身の生活を「楽しむ能力」にかかっていると指摘。仕事、勉強、消費、遊びのあらゆる面で、この能力を磨く年になると予想しています。1990年にして始めて、人生は楽しむべき=社会はその受皿、といった理論が出てきたようです。

生活を自分自身の手で創造していく事が求められる時代……そして、今年は、「旭川開基100年」の記念すべき年にあたります。個人・家庭・企業・まち……いままでとは違う何かが発芽ははじめているような気がします。この新しい一年、お互いに夢をもち、悔いのない生活を実現したいものです。私たちの会、旭川広告デザイン協議会も会員一人ひとりの気持が集まった一つの芽かも知れませんが、みんなで大切に育てていきたいと願っている新年であります。

さて、昨年発足したこの会も、はや1年を過ぎようとしています。スタート時に会員のみなさんに、どんな事（活動）をやりたいかアンケートをしたところ沢山の案が集まりました。幹事会で意見を交換し会の目的に照らし、すぐ取りかかれるもの、長期継続で取り組むべきもの、予算との兼ねあい……など、アイデアを出しあいながら検討の末の活動計画でありましたが、その熱い思いのいくつが実行できたであろうかと、努力の割にはまなならず反省している次第です。しかし、その間、仕事の合い間、または終了後おそくまで超多忙な中を集まるためには大変無理があったにもかかわらず重なる幹事会や諸事業に協力していただき深く感謝しております。また、この一年弱の間には多くの問題も浮かび上がってきました。会員への情報伝達のやりとりの難しさ、協力度や参加意欲の不透明さ。幹事の使命の範囲……などなど。運営の難しさは覚悟を遥かに上回り、そのために、お叱りも受け、また内外から沢山の励ましやご援助、ご協力もいただいたヨチヨチ歩きの日でありました。

今後も、思考錯誤の連続であろうと思いますが本来の目標を見失うことなく、会員相互が楽しく交流できる会に、そして、個々の質実の向上をめざしながら地域社会とデザイン界の発展向上にみんなで力を合わせていきたいと考えております。本年も、関連各界はもとより多くの方々のご理解とご支援を切にお願い申しあげます。

会長 小野慶治

古い言葉で申し訳ありませんが、小野会長の女房役的存在の副会長を務めさせて頂き、も早一年過ぎ様としております。自分なりに努力して来たつもりですが、反省面も多々有り此の場を御借り致しまして全会員に御詫言申し上げます。

唯、全会員の中で行事や催し又は集会等に参加しなかった人達と、自分なりの意見を御持の方に御願いが有ります。会に入会した以上は出来る限り参加致して会の中で大いに発言致し、より良いエネルギーを行動と共に発散致し、自分で入会致した事の良さ等探し求める様努力願います。

私でさえ幹事の方々と20数回の会合を持ってやっと打ち解け始めましたことさへ有り、年に1、2度位では会の事も会員の事も何も見え無し。次年度から幹事会に自由に且つつも参加出来る会に致します。大いに会の為になる発言を期待しております。

副会長 盛安俊彦

平成元年1月28日、旭川広告デザイン協議会発足!!

感動があった。予想を上まわる会員数。当然予想される難問もあった。発起人一人ひとりの脳裏に、発会までの激論と疲労が思い起こされた。

期待も大きかったはずである。自分たちには想いも及ばないような、新しい時代の会員の方々の新鮮な意見がポンポン飛び出すのではないかと——。

が、しかしその後の経過を見てみると、予想に反してどこかもの足りないものを感じられた 私だけではないと思う。

「影口」「中傷」「不協力」「不参加」等残念に思えてならない。

そんな中で各部会の方は「やらなければ」の一念で、大変苦労されたと思います。会を良くしてゆくには、おらかな気持と、協調する事が必要であろうと思う。今後、もっともっと会が充実してゆくために敢えて苦言を書き記します。

事務局長 紺野勝也

'89年度の活動としては、消費税説明会、白井栄三氏講演会、国際家具デザインフェア審査会、いづみや展示会の後援などを行いました。当初の予定ではもう一回位講演会を実施したかったのですが出来ませんでした。'90年度は初年度の経験を活かし、少し大きな講演会（一般も対象）等や、個人の作品発表のお手伝いなど、会内部の啓蒙と同時に外へ向けてのPR、デモンストレーション等を実施してゆきたいと思ひます。研修部会の皆様あと一年、様々な意見を交わし、力を出し合っていきましょう。他の会員の皆様も何か活動計画をお持ちの方は、ぜひ一報下さい。また各部会で計画した行事には、一人でも多くの会員が参加してくれる事が、会員個々の向上や発展につながる研修活動だと思ひます。

研修部会長 伊藤友一

初春の候、皆様にはますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

旭川広告デザイン協議会の懇親の意味として5月20日にビールパーティー、9月3日にはボウリング大会（ジンギスカンパーティー）を開催することができました。

第1回ビールパーティーは、研修部会（講演会）と合同にて開催し約40名近い会員、会員外の方にご出席いただきました。2回目の懇親会は、ボウリング大会、ジンギスカンパーティーを開催、ご家族も出席いただきました。ボウリング大会は大人も子供も一緒になって無中になってボールを投げていました。また、ジンギスカンパーティーでは、メロンが山のように積み、その他たくさんの景品が集まり、ゲームによって配られ、時間も忘れて楽しく過ごしました。

景品については、多数の会社、または個人の皆様にご提供いただき、ありがとうございました。

反省としては、年間3～4回の懇親会を開催したいと思ひていましたが、なかなか思うようにはいかず、誠に申しわけがなく思っております。しかし、そのためには皆様のご協力が必要で、例えば、出欠の返信ハガキが期日までに届かなく大変困りました。皆様もお忙しいこととは思いますが、せめて返信ハガキは出していただきたいと思ひます。

皆、忙しい中で活動しているのですから、会員である以上、もっと協力していただいても良いのではないのでしょうか？

今年も皆様がお集まりいただけるような、企画を考えていきたいと思ひますので、よろしくお願ひします。

福祉部会長 近江隆俊

「記録部会ですが急いで名簿おねがいします」「顔写真早く届けてください」催しに始まり、自己紹介やら世間話してついつい長電話。前向きな話しもあれば、忠告もありと人さまざまである。あまり旭川の広告の世界を知らない僕にとっては、体力が勝負の名簿づくりになりました。

とにかく、電話ではあるが多くの会員と始めて話しができ、印象に残る1年であった。

また新しい年が明けました。部会の皆さん、会員の皆さん今年もよろしくお願ひします。

記録部会長 上田政夫

仕事をしながらの会員活動はやはり大変な労力を用するものです。ましてや様々なジャンルからの集った集団だから一同に会してのアクションは仲々困難だと実感した1年間でした。いろいろ計画した案件も一部しか実行できなかった反省点も多々ありました。

みんなの協力を得て、もっと気軽に各種行事や部会へ参加できる方法を2年目へ向けて考えて行きたいと思ひます。

また、年賀状展に協力出品して頂いた帯広・釧路・札幌のクリエイターの作品を見て、元気のあるデザインだと感じたのは私だけでしょうか。小さな作品から大きな刺激を受けた様な気がいたします。

旭川のデザインにも、もっとパワーと元気が欲しい!!と思ひました。小さな作品展でしたが、実行できることから行動を起し刺激あつていきたいものです。

2年目はもう一つステップして気軽に参加し、もっと真剣に考える場を企画し、そしてパワフルなデザイン活動を!!

事業部会長 沢田 彰

広報部とは、会員の動向や消息、内外部の情報を収集し、全ての会員にお知らせするという事を意識しつつ、部長たる自分の忙しさと無能さによりその重責の万分の一も果たすることができませんでした。任期あと1年、部員、他会員の皆様と協力の上、できうる限りの努力をしたいと思ひます。その前に、部長不的確により解任（クビ）されるかも知れませんが、会員の方一人ひとりが自分の消息の変化、出来事、外部の情報などを積極的に事務局又は広報部員までご連絡いただけると、今後大変スムーズにゆくと思ひます。

広報部会長 大串義久

百
色
繚
乱

BIG
Professional Lab

株式会社ビッグカラーサービス

本社/〒060 札幌市中央区南3条西8丁目7番地大洋ビル
TEL(011)261-0991-FAX(011)261-0987
旭川現像所/〒070 旭川市3条7丁目左10号パークビル3F
TEL(0166)25-5126-FAX(0166)25-5190

デジタル……
イメージーション……

テレビCMから最先端映像まで、
映像のエキスパートがお手伝いします。

DV studio

DIGITAL VIDEO Tel(0166)26-5077
〒070 旭川市3条通14丁目左2号 多田ビル2F
㈱スタジオマンモス・ビデオプロ㈱共同事業部

ア
ド
バ
ン
ス
二
週
間
誌

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

来るべき、
まだ見ぬ時代に備えます。

中央オフセット印刷

本社工場 ● 旭川市5条通3丁目右1号
☎(0166)22-7507(大代表)
第2工場 ● 旭川市4条通3丁目左6号
台場輪転工場 ● 旭川市神居町台場127番地
札幌支社 ● 札幌市中央区南3条西12丁目
札幌キャピタルビル4F
☎(011)261-6081