



“ウラ”から眺める “オモテ”の景色

旭川大雪観光文化検定



Prologue

表・裏、検定制作の キーマン2人が 徹底対談!!

aadcが、広告制作に携わるものとして、昨今ブームとなっている“検定”を取り上げるとすればどんな形になるのか。昨夏開催された『aadc展2008～あさひかわ裏検定』は、そんな実験を通して会員の力量を世に知らしめ、あわよくばビジネスチャンスにつなげようというテーマ展でした。奇しくも同時期、商工会議所が中心となり、本物の検定である『旭川大雪観光文化検定』が水面下で進行、2009春に第1回検定試験が実施されています。

今回は、“表”検定にアドバイザーとして参画した尾崎会員と、“裏”検定のキーマン・新崎会員による対談形式で、この2つの検定の検証を通して見えてくる旭川の課題や、検定の果たすべき役割などを浮き彫りにし、今後aadcができるを探ってみました。

(2009年2月14日、デザインスタジオ・オザキにて)

あさひかわ裏検定



新崎 力也 (しんざき りきや)
1967年 旭川生まれ
(株)みらいプリントイング
広告宣伝の企画、映像作品の企画
IT系コンテンツのディレクション／プロ
デュースをつとめる。
キャッチコピーは「礼儀正しい無法者」

The First 検定って何だろ？

今回のaadc展、創作力が溢れていて私達らしいと思いましたが――。

新崎 楽しんでもうための一つのカタチとして、試してトリビア的なモノを展示したいと思い、旭川大雪観光文化検定がオモテならこっちはウラという位置づけを意識しました。

尾崎 aadc展は内向きになりがちだが、広告発注者に向けて広く発信する必要性があると思うんだよね。

新崎 aadc展を企画して実感したんだけど、オモテの検定は旭川をまるごと発信できるツールになるから。諸団体を巻き込んで対外的に大きな取り組みとしてやるべきでしょう。

尾崎 検定の設問はカタイものが多い気がする。ただそれを知っておくことは必要なんだと思いますから、我々クリエイターが知恵を出して、観光客の心に残る絵的な表現にアレンジしていくことが必要なんだと思うね。

絵的に表現しなければならないんですね。裏検定の意義が改めて理解できました。

では、ウラでもオモテでも、検定は市民にどんなメリットを提供すべきでしょうか――。

尾崎 検定は意識改革のきっかけなるということ。観光に携わる企業がおもてなし産業でなくてはならないという考えが定着しているこの頃、検定は具体的な対応策が見つけられる“きっかけ”になると思うよ。

旭山動物園の入場者増で観光の入り込みも目に見えて分かりますものね――。

尾崎 今は突然の動物園人気で対応のおくれやバラつきが感じられるこの時期に検定が始まったのは良いことだなあと思いますね。

新崎 自分のマチについて意識が希薄と言われることの多い旭川。その中で検定をやろうとした商工会議所の動きはこのタイミングにおいて英断だと思いますよ。

尾崎 あとは検定という事業に市民がどこまで興味を持続できるか。事業の価値は、モチベーションを高めることと継続して行くことにあると思う。

検定合格者にステータスを持たせることは大切ですか――?

尾崎 観光検定を受けなければ観光トークができないという考えは誤解が生じる。本来は誰でもできることなのだから興味を持たせるために何をするかというと、た

とえば全国的に有名な旭川ラーメン。旨い店を知っていて、しかもなぜ旨いのかということを語れるヒトはたくさんいる。そんなふうに食べ物でも見どころでも一市民一ネタを持つことだけでも充分魅力的な対応ができると思う。

自分ネタをきっかけに、次は視野を広げ自分達の地域を客観的に見ることができると思う。地域にはない物が沢山あるという客観視を養う、それを気づかせてくれるのが検定であってほしい。



The Second へえと思わせる。

こうした検定は、まちづくりだけでなく、業界や企業にも応用できる面白さがあると思うんですが――。

尾崎 検定試験の内容や知識が第三者にとって興味深いか、ということが肝心だと思う。

新崎 そこでウラの存在感が。実は…という部分はみんなが聞きたいネタ話だと思う。モノやコトの起りを学ぶのが検定だとすると、テキストが単なる歴史的事象になり「実はね」という部分が少なくなる。

尾崎 旭川の代表的な橋「旭橋」の幅は何メートルあるか?という話になったとして、ただ数値を伝えるんじゃなくて、なぜその寸法なのかというエピソードを会話の中に添付した方が印象的だよね。

新崎 答えとしては、“戦車のサイズ”が基準の一つでしたと言いたいんだけど、それによって旭川はかつて軍都だったという会話にも発展するじゃない。

尾崎 へえと思わせることが大事。記憶に残るインパクトでも言うか、例えば東京ドーム何個分と言われても魅力は感じないけど、旭橋は戦車を通すためにこの巾になったと言うと「へえ」と思うよね。



尾崎 满範 (おさき みつのり)
1957年 紋別生まれ
デザインスタジオ・オザキ代表
アートディレクター・グラフィックデザイナーとして、旭川市及び近郊の数多くの広告に携わる。
近年、フォードライターとしても活躍。
キャッチコピーは「幸告(広告)をデザイナインする。」

会場案内制作チーム 新崎、弦間、安久、森川、木島、坂本、仁科、鶴間、中濱



会場展示サイン ad/弦間 c/新崎 d/森川 s/安久(藍工房)



※ZAKI+ZAKI
aadcにとっての論者、オザキとシンザキの2つの“ザキ”を合わせた意味。元々、このお二人、話が長くなることで有名。紙面だとタブロイド版でも収まりきれないで、簡略にお伝えします。



The Third ここが本音かな?

オモテ、ウラ問わず今後も検定を進化させていくとすれば、そのポイントは——?

尾崎 旭山動物園に続く次の魅力を導き出すこと。それは食べ物かなと個人的には思ってる。たとえば海の地方に漁師料理は存在するのに、旭川で農家料理という言葉はあまり聞かない。農家さんに尋ねると実はあったりするんだけど、その家では至極当たり前なもので、観光の要素になることを第3者が見つけ出していくことが必要。実はそういうもので北海道に来た満足感を提供できるし、裏話のネタもたくさんありそう。観光客がサンロクに魅力を感じるヒントにもなりそう。

新崎 地域の観光、文化についてよく知っている、というコトはとても大切なこと。でも知ってるだけじゃだめなんだよね。課題はその先だよね。

尾崎 儲積した情報をどう活かして観光客と向き合うか。その展開法を何らかのカタチで提案するのが我々、表現者の役割だと思う。たんなる知恵に終わらせないようにね。

私達に出来ることは具体的にどんなことでしょうか——。

尾崎 理路整然とした史実だとか地理を一方的に発信するんじゃなくて、地域の人しか知らない裏事情、そういうところをうまく伝えると「検定」が生きておもしろくなると思うんだ。例えば飲食店などで食材に関する検定問題をクイズ形式のポップ表示をして観光客に食べながら楽しんでもらうとか。

新崎 キャンペーンにしたり特典をつけるのもいいね。

尾崎 そういうのを活用例としてPRする機会があるといいね。市民全体に呼びかける前に、まずは観光に携わっているヒトがどう利用するか、という段階から始めることが必要かもね。

新崎 よく感じるんだけど、「旭川で動物園の他に面白いところはありますか」と観光客に尋ねられて、「ありません」と答える人が、このマチにはあまりにも多いんじゃないだろうか。気づいてないだけなんだよね。

尾崎 そういう部分で言えば、検定は観光産業へのテコ入れになるんだろうね。観光客は旭山狙いの人ばかりじゃなく、美味しいもの狙いの人もいるんだよというふうに、思い込みを変えていくものになれば。

Closer aadc展について

今回のaadc展の意義は——。

新崎 旭川市の観光課さんから「あさひかわ裏検定」で使った原稿をもらえないかという話がきて「旭川大雪観光文化検定公式テキストブック」の巻末に掲載されました。それと、「富貴堂MEGAのギャラリースペースに、作品展に使ったパネルを展示したいので貸してほしい」という、問い合わせがありました。こっちの話は、パネルを処分した後だったので、実現できず残念だったなあ。

お二人の話を聞いてきて、aadcが取り組むべき課題は、検定試験とリンクして、「裏(話)を伝える。」ということではないか。と思いました。

私達の会は、一貫して旭川と深い関わりの中で作品展のテーマを決めて取り組んできましたが、これから、このエネルギーをどこに注ぎましょうか——。

尾崎 みんなで取り組むテーマとしては、自分達も楽しめたくらいだから良かったと思うけど、これからは、作品展としての発表を、会員同士のコミュニケーションの中で評価し合うことで終わらせないで、もっと、テーマを掘り下げて、違うものとコラボレーションしてみたいな。既存の企業のCIを立ち上げてしまうとか。

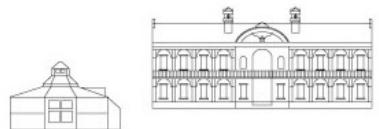
新崎 今回のテーマをステップに、いろいろできることはありますね。若い新会員さんもたくさん入会してくれましたし、幅広い年齢層で頑張って行きましょうよ。

aadcがクリエイター集団として、今後の活動に大変参考になるお話を聞くことができました。
はたして、次回の作品展はどんなことができるか?
乞うご期待!!

(聞き手・竹田貴治)



検定を斬る!!



ASAHIKAWA URA KENTEI

aadc会員が考案した問題と検定PRを兼ねたポスター

●自然編

さて、これは何の「跡」でしょう。

- (1) 兵器庫
- (2) マリオの土管
- (3) 底無沼
- (4) 金鉱山

〈解説〉

神居町忠和、道道旭川多度志線の近くにあります。旭川市史に底無沼・立岩伝説が載っています。この写真の史跡は、旭川市開基百年記念建立されたものです。



ad.c./井上 p/大井 d/竹田

参考

●食編

あさひかわラーメン村には
どうやっても割れない割り箸がある。
—2人が別れませんように。



ad.c./中村(真) p/吉田 d/細谷

参考

●歴史編

旭川には、はじめて定住した和人の名がつけられた街があります。その人物とは。

- (1) 鈴木 亀蔵
- (2) 永山武四郎
- (3) 曙 太郎
- (4) 富沢十兵衛

〈解説〉
その街の名前とは「亀吉」のことです。交易のために訪れた亀蔵のことをアイヌの人々は「カメキチ」と呼んでいました。写真の碑は、「鈴木亀蔵居住の地」で亀吉公園にあります。旭川市開基80年記念の建立されました。



ad.c./井上 p/大井 d/春日

参考

●ひと・こと編

よく間違われたのはナニ?
上野ファームの砂由紀さんが
英國留学中イギリス人から
英語で質問された二つのナニ?



ad.d.c./尾崎 p/今津

参考

●くらし編

あさひかわに、コクろう。
「知れば知るほど、旭川がもっと好きになる『あさひかわ裏検定』、いよいよスタート。あなたの参加をお待ちしています。」

もしも旭川の高校生全員がカップルになろうすると男の子は余る。

〈解説〉
住民基本台帳(平成20年6月末現在)で16歳~18歳人口(男4,988人、女4,907人)から予測。



c/小高 p/吉田 d/細谷

Q) 旭山動物園の裏人気ナンバーワン? タコさんは、どこに住んでいますか?

1. べんざん館
2. あざらし館
3. ほっさくぐま館
4. 手洗場

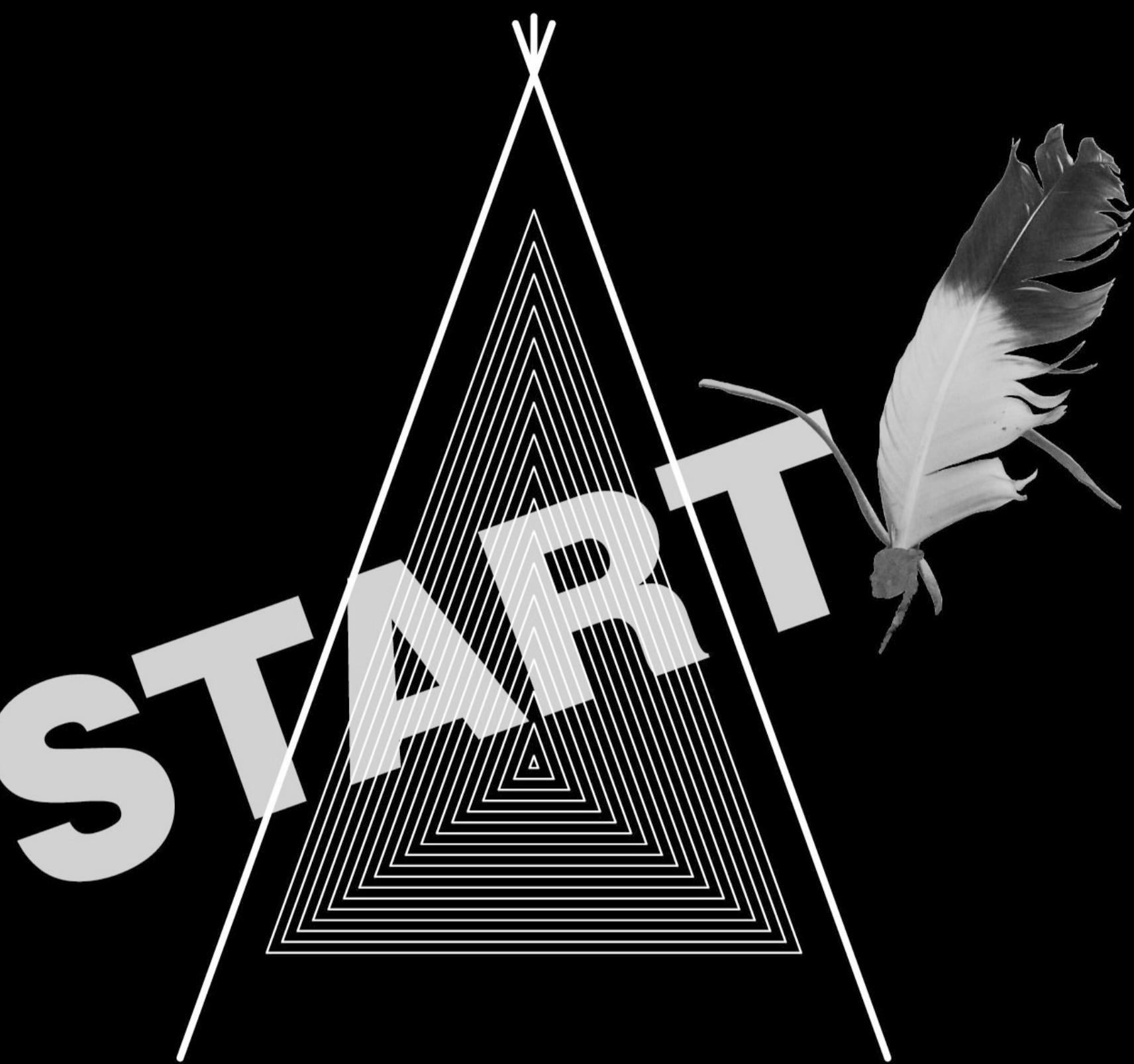
〈解説〉
「なぜか気になるアイテム」として来園者の心の中に生き続けていたタコ水道とあざらし館でひっそりと生きている本物のタコ…今までに旭山動物園を訪れた幾多の人々の思い出の「すみっこ」にはいるであろう「タコ水道」と「タコ」は思いっきり「へえーーー!!」ではないかもしませんが人の心にちょっぴり「ぶつ」と感じる幸せを生んでくれるに違いないという確信でこのアイディアで制作することに決まりました。



d/鈴木 p/今津

参考

ASAHIKAWA DESIGN CAMP 2009



札幌&旭川のデザイナーたちが 熱い陣を張った1日

- Starring -

鎌田 順也 Junya Kamada
足立 詩織 Shiori Adachi
弦間 信 Makoto Gemma
佐藤 裕太 Yuta Sato

2009年1月31日(土) 17:00~ 旭川西武A館8階 西武ホール

「札幌等のデザイナーに比べ、旭川のデザイナーは外に出なさ過ぎるのではないか」——。内外のデザインコンペになかなか積極的になれない旭川気質に業を煮やしたaadcの若手有志が、活きのいいデザイナーたちの話を聞くことで刺激をもらい、旭川に喝を入れようと企画したのが『デザインキャンプ』です。

第1回目のゲストとしてお招きしたクリエイターは、札幌で活躍する鎌田順也さんと足立詩織さん。海外のデザインコンペの入選者が東京に次いで多いという札幌デザイン業界の中でも注目株の二人をお迎えし、現役のデザイナーや学生の皆さんに向けて、デザインという仕事の魅力やその高いモチベーションについて、大いに語っていただきま



The Second デザイン～この オモシロき仕事 パネルディスカッション②

第2のキーワード



弦間／次は、「もう1歩踏み込む」というのをテーマに、普段仕事をしている中で、もうちょっと作りこんでいくとか、先を目指していくとか、そういう感覚ってどういうところから出てくるのかなというのをお聞かせください。

足立／仕事は仕事で楽しいんですけど、グラフィックデザインというツールを活かして楽しくて人の役に立つものを作りたいなと思って、「しおりのしおり展」という、本の葉の展示会を去年開きました。ただ自分が楽しいからやっているんだけど、琴似にある「くすみ書房」さんにも協力してもらって、本の売上につながる葉を作りたいなと思っていました。

鎌田／楽しんで表現したいことがあるってうらやましいですね。僕は一番の悩みが、表現したいことがない、ということだったから。「便箋のデザインをしなさい」と言われたとして、真っ白な紙が良かったら、僕はそれでもいいと思うんですよね。今は、おじいちゃんやおばあちゃんに見せて、デザイナーに見せて、「これいいね」と言ってもらえることをやりたい。

弦間／鎌田さんの場合、このくらいでいいかな、いやもうちょっと、というモチベーションはどこから来るんですか。

鎌田／それがさっきのアイデアの振り幅というところですよ。相手にとってちょうどいい距離感でアイデアを考えれば、表現はMAX。それが仕事のスピード化にもつながると思うし。

弦間／佐藤くんは、「もう1歩踏み込む」ということについてはどうですか。

佐藤／学生のときに、農業法人のロゴコンペが学内であったんです。僕は課題以外のことをやるような人間ではなかったんですが、面白そうだからやってみたら、当初設定されてなかった特別賞を頂いて。一歩踏み込んで挑戦したものが特別賞を頂いたので、自信がついたんですね。今回のイベントのフライヤーのコンペでも選ばれて、自分が作りたかったものを作れたので、一歩踏み込むことが自分の自信になり、その自信が仕事につながっていくと思うので、コンペとかは皆さんもぜひやってみて頂きたいです。

第3のキーワード



弦間／デザインで良し悪しを判断してもらえるような環境や、デザインが力を発揮できる環境を作っていく、という点において、デザイナーができることは何でしょうか。

足立／私の友達が『モスリンクエージ』というサイトを運営していて、道内の色々なデザイナーを紹介しながら、デザインの効用を一般企業にアピールしてます。例えば、豆腐屋の豆太っていう会社の社長が「デザインを取り入れることでこんなに商品が売れました」とアピールしていたりして、そういう場面を作ってくれる人がいるのはありがたいと思う。

鎌田／環境を作るまでいかどうか分かりませんが、コンペでいいデザインを世の中に知らしめていくという方法が一つ。もう一つは、デザインができる事をちょっとずつでも見せていく事が大事だと思います。例えば、農業の生産者カードを作る際に、カードの表面に家族写真、裏に「安心安全のホニヤララ農場です。よろしくお願いします」と入るんですが、明朝体だと寒くなる。それで、その文を子供の字で書いて「片山農場5代目(予定)カタヤマ テツノスケ」と入れてみたら、「おいしかったです」という手紙がテツノスケ君宛てに来たり、他に作ったマークも効果を發揮して、すごく商品が売れた。そうやってデザインの力を見せてあげると、予算がついてくるし、そういうことはちょっとずつやっていくことですね。

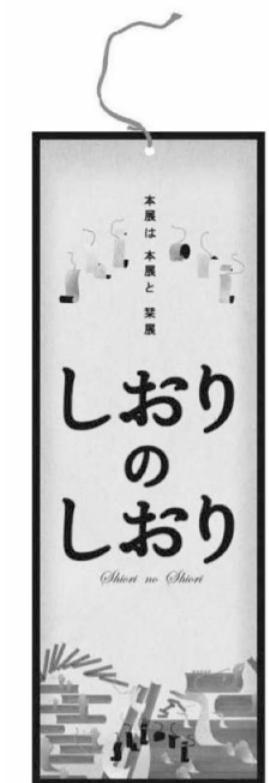
弦間／そのために、普段の仕事の中で何をどう考えたらいいのか、ヒントはありますか？

足立／ダメもとでも挑戦、提案してみるのがいいと思います。最初からあきらめて、この程度のものを提案する、というのではなくて、自分がやりたいなら提案して説得して、ということを楽しむのがいいんじゃないでしょうか。

鎌田／行動力が自分の未来を切り拓くんだと思います。会社の中で自分のポジションを変えたり、そういうところにつながっていけばいい。

弦間／佐藤くんはまだ仕事を始めてあまり経っていませんが、デザインを活かすための工夫などはありますか。

佐藤／新聞広告を作る際に、新聞を取り込んで、実際に新聞に入ったときのイメージで見せてあげたりするようにはしていこうと思っていますが、今は自分がいいと思うものを活かすための提案の仕方を勉強中です。



モスリンクエージ サイト
<http://www.mosslinkage.com>



片山農場ロゴ・ポスター
片山農場ロゴ・ポスター
片山農場ロゴ・ポスター



Pick up !!
来場者からの
メッセージを紹介



* フライヤーのイメージと重なるインディアンの住居「ティピー」の模型

第4のキーワード



弦間／結局は、デザインの力が発揮され効果があつたという結果が重なっていくことが大事だと思います。そのためには、クライアントにいいものを選んでもらうためのコミュニケーションを意識する必要があるけど、若い人たちにはそういう接触機会がないので、よりいいものを作ろうというところまで高まっていかないのが旭川の現状かと。

足立／いいデザインというのは、感覚で覚えていくしかないので、最初の何年間をやり続けるのが一番いいんじゃないかな。時間が遅くなるのがイヤだし、ダメ出しばっかりだし、と諦めちゃうとそこで終わりなので、課外活動で好きなことをしたりして、楽しめるものを見つけ出すのがすごい大事ですね。

弦間／コンペへの出品や課外活動みたいなものを通して、同じデザイナーとのコミュニケーションが広がるし、自分たちの仕事に影響を与えてくれるんじゃないですかね。

鎌田／大いにありますね。僕は、このクライアントにマークとか名刺を頼まれたら、こういう風にするな、というのを空いた時間に勝手に作ったりして、そういうトレーニングが別の仕事で活きたりすることあります。

足立／「あー、めんどくさい」と思っているときに、札幌ADCのパーティとかがあって、皆やる気ムンムンになっているところを見ると、やらなきゃと思うし、刺激し合えるのはいいなと思う。審査会の直後は、皆、燃えるって言っていますよね。札幌ADCに限らず、デザイナーの人たちの交流はすごく大事だなと思います。

鎌田／札幌ADCの場合は、審査員が東京から来たり、色々な人が来て非常に公平なので、ぜひ一度会場を見ていただきたいです。審査員が気に入った作品に自分の投票シールを貼っていくので、1000点くらい集まった中でなぜこれが賞に入ったのかなというのが分かる。落選しても、「あっ、松永真さんが投票してくれた」みたいなことがモチベーションになりますしね。

弦間／今日は、札幌からお二人にお越しいただいてお話をいただけたり、普段は顔を合わせない人たちが集まって、こういう交流の中からモチベーションを上げていくものが生まれてくるんじゃないかなと。旭川だからできない、ではなくて、俺たちがやるんだという感覚になっていけば、機運も盛り上がり、やがてはデザインを活かすというところにつながっていくと思います。本日はありがとうございました。



●来場者アンケート結果
(有効アンケート数……41回答)

Q.職業は何ですか?
A.学生 25名、先生・講師 2名、デザイナー制作 11名、主婦 1名、フリーター 1名、他 1名

Q.旭川の広告は市民のニーズを満たしていると思いますか?
A.満たしている… 9名
満たしていない… 3名
わからない… 14名
理由:
たくさんデザイナーの方が活躍しているので(学生・男・18歳)
デザインに興味がある人が少なそうだから。(学生・女・20歳)
美術展のような作品展を増やしてほしい。(学生・女・18歳)

Q.(学生さんに)旭川でデザインの仕事に就きたいですか?
A.是非… 17名
旭川以外… 11名
デザイン以外… 1名
理由:

札幌でデザイナーになり、北海道を元気にすること夢だからです。
札幌に住むのが小さい頃からの夢だからです。(学生・男・19歳)

旭川もいいんですけど、旭川以外の場所でいろんなものを見て経験、体験して仕事につなげたいと思います。(学生・男・18歳)
本当は旭川がいいんですけど…正社員で入れるなどどこでもいいです。(学生・女・19歳)
これから一生デザインにならかの形でたずさわっていきます。(学生・男・20歳)
外を見ていずれ地元に戻りたい(学生・男・20歳)
デザインを考えるのがとても楽しいので、出来ればデザイン関係の仕事につきたい(学生・女・20歳)

Q.イベントトークの感想は?
A.大変良かった…… 15名
よかった…… 18名
ふつう…… 1名
よない…… 1名
どちらでもない…… 0
無回答…… 4名
理由:

いかに仕事を楽しくやるかと言うことが開けて良かったです。(フリー・男・26歳)
鎌田さんの作品がおしゃれかった(事務・女・31歳)
出来ればもう少しうっくり、色々なお話が聞きたかったです。(学生・男・19歳)

皆さんの活躍を間近で見たり経験したことや仕事に対する気持ちとか、意気込みを聞いてとても勉強になりました。(学生・男・18歳)
心に残った言葉など沢山ありました。(学生・女・18歳)
デザイナーさんの生の声を聞くことが出来たので(学生・女・20歳)
デザイナーの方の考えがわかった。(学生・女・20歳)
もう少し作品がみたかったです。(学生・女・19歳)

普段聞けないような話を聞いて、大変になりました。(学生・男・20歳)
鎌田さん、やはづのさん、大学のDNAを感じます。(大学教師・男・60歳)
創作意欲がわきました。(DTPデザイナー・女・25歳)

ASAHIKAWA Design Camp

旭川広告デザイン協議会では、交流懇親会を開き、会員同士だけでなく、地元の有識者や団体、デザインを勉強する学生たちとコミュニケーションを取っています。デザインキャンプの名前は、「デザインナイト」と呼ばれています。

Asahikawa Advertising Design Council
"Asahikawa Design Camp" Intimacy Party
2009/11/31(sat)19:30-21:30 by Set miyashita9chome

デザイン交流懇親会



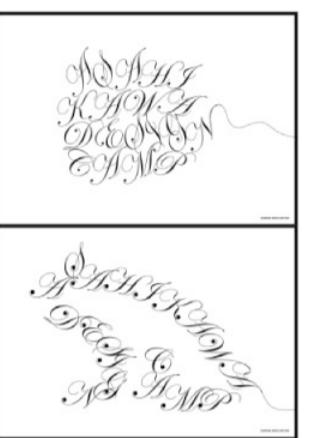
Asahikawa Design Camp Design Night

photo by kotarin

●aadc幹事会審査で惜しくも選外になつたデザインキャンプのポスターたち



本島会員作



弦間会員作



仁科会員作



細谷会員作



森川会員作

Design Night

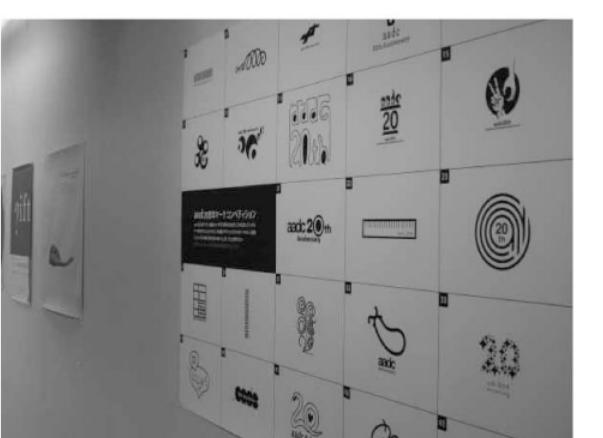
もう1つの デザインキャンプ デザイン交流懇親会

話足りない者同士の交流へ

今回のイベントの目的は、旭川の若いデザイナーたちのモチベーションを高めることでした。そのためを考えたのは、札幌で大活躍中の若いデザイナーの方々のお話を聞くこと、もうひとつ大事なことは、若いデザイナー同士が交流する場を設ける、というものでした。特に広告代理店や印刷会社などに勤めていると、社外で自分と近い世代のデザイナーと会う機会はなかなかないものです。デザインナイトはセミナーのあととの懇親会…というオマケ的なものではなく、実はこっちが本命くらいのメインイベントだったわけです。当日は、運営上の不備も多々ありましたが…セミナーで盛り上がった雰囲気も手伝って、大盛況で幕を閉じました。(その後の二次会、三次会は明け方までつづいたとか、とか…)デザイナーにとって刺激を受けることはとても大切なことです、こうしたイベントで交流の機会を持つことはきっとイイ刺激になるとと思います。実際自分は、刺激受けまくりのモチベーション上がりまくりでした。今年もまた、デザインキャンプ&デザインナイトやるぞー!(イベント事業部長 弦間信)



デザインキャンプのポスター展示



aadc 20周年記念マークコンペ



●デザインキャンプ会場で来場者による審査aadc20周年記念マークコンペ結果発表!!

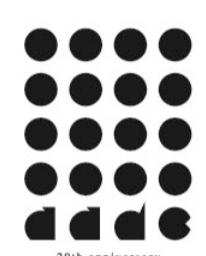
第1位 木島会員(28点)



第2位 やはずの会員(27点)



第3位 尾崎会員(27点)



第4位 森川会員(26点)



第5位 細谷会員(24点)



第6位 竹田会員(23点)



第7位 森川会員(22点)



ゲスト賞(鎌田・足立選)森川会員





viva 20th!

aadc、旭川広告デザイン協議会は、今年度創設20周年という節目の年です。昨年度はその20周年を見据え、年代の違うクリエーターたちがお互いを刺激し合い、少しでも旭川のデザイン業界全体のレベルアップを図っていくことを目標に、若いクリエーターたちを中心とした企画やイベントを開催することができました。このような交流を持つことで、デザインを追求する上での飛躍を目指しながら、いい意味での刺激をし合える新しい世代へのデザイン団体へと発展するための足がかりをつくることができたと思います。

20年間という月日は、人の成長で言えば成人式を迎えるやつ社会で一人歩きができるスタートラインに立った未熟な青年です。これからも30年、40年と更に時を刻みながらクリエーター同士が共に手を組んだり、競い合ったり、楽しんだりと、その中から自分たちがデザインに対してどうあるべきなのかなどを探りながら、地域への「感謝と貢献」を忘れることなく前進していくべきと考えます。DESIGNという文字は、DE="外に"とSIGN="カタチ(示すもの)"から構成され、まさに「カタチを外に出す」ことを表すと言われます。このように、これからは次々と若い世代へバトンを渡しながら現状に満足することなく、常に最適であるもの、最高であるデザインを外に出し、自分たち自身はもちろんのこと、さまざまな人にとっても価値あるものをつくり出していかれるようなaadcを目指していきたいと思います。

これからも会員みんなでがんばっていきますので、皆様方には更なるご指導ご鞭撻くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

viva 20th!

旭川広告デザイン協議会 会長 やはづの よしゆき

平成20年度活動報告

広報事業部から

広報事業部 副部長 鶴間 徹

平成20年度の広報事業部は大きな改革がありました。

それは、従来まで印刷をして発行してきた会員名簿とミニマグマがメール配信およびホームページからPDFとしてダウンロードできるようになったこと。印刷をしないことでのデメリットの声もありましたが、印刷代とその各会員に送る発送代が節約できただけでなく、ミニマグマはネットミニマグマとして生まれ変わり、身近な情報や最近行われたイベントなどが、より柔軟によりリアルタイムに公開できるようになったので、それなりにいい効果が出たのではと思っております。

しかし一方で、私の主導で進めているHPの会員PRページ(新)がいまいち浸透しておらず、原稿を送つていただいた方は未だにたった1名という現状…。(新崎さんありがとうございます)効果的な告知ができなかつたという反省点もありますので、これを来年への課題とし、こういったPRページを皆さんに有効に活用していただいて、aadc会員としてのメリットをより皆さんに感じていただけるようにしていかなければと思っております。

イベント事業部から

イベント事業部 副部長 早坂 琢弥

1月31日に、札幌からデザイナーの鎌田順也さん、足立詩織さんを向えたトークイベント「ASAHIKAWA DESIGN CAMP」を開催しました。告知期間が充分になかったにも関わらず、当日は80名以上の方にお集まり頂き、初めてのイベントとしては十分な成功が得られたと思います。

DESIGN NIGHTと銘打った懇親会でも予想以上の人々に参加頂き予約したお店のキャバを越えてしまうという嬉しいハプニングもありました。元々aadcの会員増を目的に近郊のデザイナーの交流の場を作りたいとの想いから始まったこのイベント。今回は学生さんの参加が多く、若手デザイナーとの交流という当初の目的から言えば、まだまだの結果と言えますが志の高い学生の方達と触れ合う事が出来たのは良い刺激となりました。会員内外からも好評の声を多く頂き、入会から日の浅い若手会員のモチベーションアップにも繋がった様です。aadc展も含めこれらのイベントは地域の業界活性化のみならず、地域経済にも意味のある存在になりえると思いますので、来年以降も盛り上げていきたいものですね。



20周年企画事業部から

20周年企画事業部 部長 新崎 力也

20周年事業部の幹事になりました新崎です。

幹事になり「さてなにを20周年事業にするか?」と考え始めたところに、AADC展での「あさひかわ検定」話が起きてきたので、これに乗ってしまえ!と調子のよいことを考えましたが、既に商工会議所を中心にホンモノの「あさひかわ検定」が立ち上がっており、あえなくAADC展のみの「ウラ検定」企画に。虫のいい思いつきは頓挫するものです。現在は、「デザインと著作権」をテーマにしたセミナーを開催すべく、補助金関連の情報を集める日々です。20周年事業部の活動よりもイベント事業部への出席が多いようではいかんよなあというのが今期の反省。

平成20年度 事業報告

【平成20年度 幹事会報告】
4月2日(水)

- 10名出席 於:デザインたっち
 - ・各事業部事業報告
 - ・デザインマンス
 - ・次年度幹事引継ぎ
 - ・総会準備
- 4月16日(水)
- 11名出席 於:デザインたっち
 - ・BIG MAGMA校正
 - ・総会準備
- 5月7日(水)
- 10名出席 於:デザインたっち
 - ・各事業部員振り分け
 - ・aadc展について他
- 6月4日(水)
- 11名出席 於:デザインたっち
 - ・aadc展(あさひかわ検定)内容検討
 - ・各事業部報告
- 7月2日(水)
- 9名出席 於:デザインたっち
 - ・aadc展(あさひかわ検定)ツメ
 - ・各事業部報告
 - ・入会希望者見学(木島・森川・仁科)
- 9月3日(水)
- 11名出席 於:デザインたっち
 - ・aadc展・サマーハーティー収支
 - ・セミナー検討
 - ・ピッグマグマ内容アイデアフラッシュ
- 10月1日(水)
- 9名出席 於:デザインたっち
 - ・ホームページについて
 - (会員名簿のアップ、会員ページ制作等)
 - ・各事業部事業報告
 - ・自主勉強会(からマヨ)
- 11月5日(水)
- 8名出席 於:デザインたっち
 - ・「デザインキャンプ」検討
 - ・20周年記念事業部 ほか各事業部報告
- 12月3日(水)
- 9名出席 於:デザインたっち
 - ・BIG MAGMA報告
 - ・デザインキャンプ内容検討
 - ・各事業部報告
- 1月14日(水)
- 11名出席 於:デザインたっち
 - ・デザインキャンプ内容ツメ
 - ・20周年マーク
 - ・BIG MAGMA特集他事業報告
- 2月4日(水)
- 11名出席 於:デザインたっち
 - ・デザインキャンプ報告
 - ・20周年記念事業進捗状況報告
 - (著作権セミナー、JAGDA込み等)
 - ・次年度デザインマンスとaadc展について
- 4月1日(水)
- 15名出席 於:デザインたっち
 - ・BIG MAGMA校正
 - ・各事業部事業報告
 - ・次年度幹事引継ぎ
 - ・総会準備

【会報発行】

4月25日(金)

- aadc会報「BIG MAGMA vol.19」発行
- 9月2日(火)
- ネットマグマ 1号
- ・aadc展2008 あさひかわ検定(ほか)
- 10月3日(金)
- ネットマグマ 2号
- ・「札幌ADCコンペティション&アワード2008」ほか
- 12月4日(木)
- ネットマグマ 3号
- ・「東京デザイナーズワーキー」ほか

【平成20年度 各事業報告】

4月25日(金)

- 平成20年度 定期会
- コレクション館 19:00~
- 交流懇親会 同上 20:00~
- aadc会報「BIG MAGMA vol.19」発行
- 7月15日(火)~27日(日)
- aadc展「あさひかわ検定」会場・デザインギャラリー
- 7月27日(日)
- aadc展サマーハーティー
- 1月31日(土)
- 第1回デザインキャンプ 会場／西武ホール

【後援・共催・協力事業】

- 「神々の遊ぶ庭の展覧会」
- 主催／上川支店
- ・絵手紙募集チラシ、告知ポスター制作
- (新崎会員)

【ADA関連事業】

- 旭川デザインマンス(6月16日(土)~7月27日(日))

協賛広告 Associated ads

株式会社 Too 札幌支店
札幌市中央区南一条西5-5講談社ビル2F TEL 060-0061
Tel (011) 241-5431 Fax (011) 242-3035



<http://www.too.com/>

「ありがとう」は、宝物。
私は、その言葉が大好きです。
その言葉は私たちの元であり、大切な宝物。
その言葉が教えてくれる、伝えることの大切さ。
これからもがんばってまいります!
皆様からその言葉を聞くために……。

TOTAL PRINTING 株式会社 須田 製版

旭川支社・旭川市忠和5条8丁目3番1号

TEL:0166-62-2266 fax:0166-61-8818 <http://www.suda.co.jp>

*札幌本社 *製版支店 *古牧支店 *海川営業所 *東京営業所 *埼玉営業所

ひとつの写真、夢ひとつ。

ワンドリームピクチャーズ(有)
One Dream Pictures

旭川市大町1条4丁目 tel.(0166)50-2556 fax.(0166)50-2566
www.1dream.jp

dentsu

株式会社 電通北海道 旭川支社

070-0032 旭川市2条通9丁目旭川道銀ビル6階
Tel 0166-23-4771 Fax 0166-22-1036

Innovation
革新 '09

次の変化に対応します。

私達は環境の変化に対応し
常にお客様へ価値のある
提案を行います。

みらいプリントイング
MIRAI PRINTING Co.,Ltd.

本社・工場 T071-9298 上川郡幕別町2982-31地主:幕別インター流通地
札幌支店 T060-0067 札幌市中央区北7条西13丁目日本ビル2階
東京営業所 T02-0072 東京都千代田区麹町4-4-2ビルズ飯田橋505

<http://www.mirai-prt.co.jp>

藍工房

藍染めの工房ではあります・・・

Display , Event and More

有限会社 藍工房
番070-0321 旭川市近文町22丁目2746番地6
T. 0166-51-8666 F. 0166-54-8668
e-mail info@aikoubou.com

豊富な2年割、3年割、4年割の
アート&デザイン専門学校

アート&デザイン専門学校

bisen 北海道芸術デザイン専門学校

〒070-0030 旭川市宮下通11丁目
TEL 011-758-0777(FAX 011-758-0545)
TEL 011-708-5886(FAX 011-756-7312)
<http://www.bisen-g.ac.jp> ☎ 0120-5888-96

CHAIR GALLERY

<http://potato.hokkai.net/~ada/>

〒070-0030 旭川市宮下通11丁目
TEL 0166-23-3000
Fax 0166-23-3005
開館時間 / 5月～10月 10:00～18:00
11月～4月 11:00～17:00
休館日 / 毎週月曜日 入場無料



◎協賛広告募集!! あなたも「MAGMA」に協賛しませんか? 企業:1口1万円 個人:1口5千円