

## 平成21年度活動報告

### 広報事業部 広報事業部 部長 鶴間 徹

会員名簿の発行とネットミニマグマの更新が順調に進んでいる中、突然の出来事が！なんと、ビッグマグマの制作を残して、12月に部長の森川くんが札幌へ引越してしまうことに。広報事業部としては一番ボリュームのある制作物なだけに、それはかなりの痛手でした。その後は部内で持ち寄った企画モノの案を幹事会で発表するも、ことごとくダメ出しをくらひ、ビッグマグマの発行に黄色信号がともった時、疾風のごとく現れたのが佐藤祐太会員でした！彼がディレクションを受け持ちリードしていくと、みるみるうちに形になっていき、今迄のビッグマグマとはひと味違うひとつの作品が作られていきました。今年の広報事業部は彼なしでは語れません。佐藤祐太会員に感謝です。

### イベント事業部 イベント事業部 部長 弦間 信

今年度のイベント事業部の活動内容は、「aadc展旭川の食」「サマーパーティー」「ボウリング大会」「旭川デザインキャンプ2010」です。それぞれの詳細についてはマグマやネットマグマの特集をご覧ください。今回のaadc展は会員が考えた商品やサービスを外部にプレゼンテーションする、というのが最終的なゴールでした。これは、個人的にこれからのaadcの活動のベースになる考え方だと思っています。会員が力を合わせて、どんどん会の外へアピールすることで、広告におけるデザインの重要性やデザインに携わる人々の意識を高めることができれば、会員それぞれの利益につながっていくはず。さあ旭川を盛り上げるぞー！おー！

### 20周年企画事業部 20周年事業部 部長 大井 琢磨

今年度aadc創立20周年を迎えて、「何か企画事業を」と起ち上がり、事業の概要とその方向性を決めようと協議した結果、20周年の節目事業は「総括や活動記録にとどまらない」「これから先の旭川デザイン界を見据えた活動」を行うこととなりました。が、小さなトラブル続きで進展の無いまま行き詰まってしまう。このままだと何も始まらないため、主導権は幹事会預かりとなり、幹事会での意見で、「作品集を作りましょう!!」(aadc会員名鑑)という運びになりまして、他事業部にもかかわらず弦間会員にディレクションをしていただきました。会員の皆様にも時間が無い中、掲載作品準備から顔写真撮影とお世話になりまして、なんとか総会へ間に合わせました。

## magma : 旭川広告デザイン協議会会報

発行	旭川広告デザイン協議会 URL: <a href="http://www.aadc.jp/">http://www.aadc.jp/</a>
発行日	2010.5.15
事務局	有限会社 デザインピース内 〒070-0032 旭川市2条通9丁目 道銀ビル6F Tel.(0166)23-4776 Fax.(0166)26-7378
発行責任者	やはずのよしゆき
編集・アートディレクション・デザイン	佐藤 祐太
編集ライター	小高 剛/矢崎 真弓
写真	吉田 哲昭
企画デザインスタッフ	春日 充/加藤 祐子/小高 剛/坂井 敬昌/佐藤 祐太 下出 敏男/鈴木 歩/中濱 亜喜良/鶴間 徹/森川 瞬 矢崎 真弓/吉田 哲昭
協力	aadc各事業部/チェアーズギャラリー/INTERNI/浅田 知実
印刷	須田製版

### 平成20年度 事業報告

5月21日(木)  
■9名出席 於:デザインたち  
・各事業部部長振り分け・aadc展について他

6月10日(水)  
■10名出席 於:デザインたち  
・aadc展(旭川の食)内容検討  
・各事業部報告

7月1日(水)  
■9名出席 於:デザインたち  
・aadc展(旭川の食)ツメ・各事業部報告

8月5日(水)  
■10名出席 於:デザインたち  
・aadc展・サマーパーティー収支報告  
・20周年記念事業について検討  
・ホームページ個人ページの制作について

9月2日(水)  
■8名出席 於:デザインたち  
・ホームページ個人ページ制作進捗状況  
・20周年記念事業について検討

10月7日(水)  
■10名出席 於:デザインたち  
・各事業部事業報告  
・「第2回デザインキャンプ」検討

11月4日(水)  
■デザインたち  
・「第2回デザインキャンプ」検討  
・20周年記念事業ほか各事業部報告

12月2日(水)  
■10名出席 於:デザインたち  
・BIG MAGMAほか各事業部報告  
・デザインキャンプ内容検討

1月20日(水)  
■8名出席 於:デザインたち  
・デザインキャンプ内容ツメ  
・20周年記念事業(記念誌制作について)  
・BIG MAGMA特集他事業報告

2月3日(水)  
■9名出席 於:デザインたち  
・デザインキャンプ最終ツメ  
・20周年記念事業(記念誌制作について)

3月3日(水)  
■9名出席 於:デザインたち  
・デザインキャンプ及びデザインナイト報告  
・20周年記念事業(記念誌制作について)  
・BIG MAGMA進捗状況について

4月7日(水)  
■12名出席 於:デザインたち  
・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

5月9日(土)  
■aadc会報「BIG MAGMA vol.20」発行

7月29日(水)  
■ネットマグマ 4号  
・「竹田副会長 2008年度札幌ADCにて  
松下計費受賞」ほか

9月18日(金)  
■ネットマグマ 5号  
・「竹田副会長 第9回ポスターリエナーレ  
トヤマ入賞」ほか

12月1日(火)  
■ネットマグマ 6号  
・「札幌ADCコンペティション&アワード2009」ほか

### 平成21年度 各事業報告

5月9日(土)  
■平成21年度 定期総会 コレクション館 18:00～  
■交流懇親会 同上 19:00～  
■aadc会報「BIG MAGMA vol.20」発行

7月21日(火)～8月2日(日)  
■aadc展「旭川の食」会場/デザインギャラリー  
■サマーパーティー 7/26(日)16:00～

7月29日(水)  
■HP(会員限定ページ)に名簿アップ

9月8日(火)  
■aadcホームページ個人ページUP

9月12日(土)  
■交流懇親会(ボウリング大会)

2月13日(土)  
■第2回デザインキャンプ 会場/デザインギャラリー

### ADA関連事業

■旭川デザインマンス(6月16日(火)～8月2日(日))

### その他の活動

6月28日(日)  
■ふらのクリエイターズマーケット見学会

9月27日(日)  
■コタさんの写真行楽宴(in美瑛白金)

# magma

aadc communication paper 2010 Vol.21

aadc  
ASAHIKAWA  
ADVERTISMENT  
DESIGN  
COUNCIL.

特集:旭川広告デザイン協議会の軌跡と未来予想図



## 集まればきっと何かが生まれる その可能性に期待を込めて。

### 変わり行く時代を見つめて

あれは時代が昭和から平成に変わった頃。グラフィックデザインを巡る環境が大きく変わるとささやかれました。

デジタル化です。それは旭川でも現実のものとなるのか、写植をピンセットで貼っている人間がそれについて行けるのか。正直、未来の出来事のようにも思いましたが、大きな変化が訪れるという大予言に不安は募ります。他の皆にも声をかけて話を聞いてみようという気になった、それが会発足のきっかけです。

いくつかの代理店に声をかけると数人が賛同してくれました。そうなれば面白いもので、どうせなら同じ仕事をする者同士、何かやろうではないかと発想は飛躍。とにかく「会」を始めようという起人会が立ち上がることとなりました。

活動計画としては、勉強会をやるうとか、相互理解のために自分たちが普段作っているものを発表しあう作品展をやるうとかなど、様々な案が浮上します。しかし皆がやっている仕事は互いに垣根が高い。グラフィックデザイナーはもちろんイラストレーターやプランナーなど広告制作には多くの職種がありますから方針を決めるのは容易なことではありませんでした。

そして会の名称です。デザイン協会ではないかと自分。それに対しデザインという言葉は広義で高い位置にある感じがして、何やらおこがましいのではないかと。自分たちの生業を振り返った時、何より外すことの出来ないキーワードである「広告」という文字を入れようということになり、今の「旭川広告デザイン協議会(以下aadc)」となりました。

### 広告マーケットにアピール開始

かつてクライアント側でも、デザインとは何かなんて考える人はいなかったように思います。我々は単なる制作者、宣伝屋でしかなく、そこにデザイン料を支払うとい

う習慣はほとんどありませんでした。代理店ではデザインはサービスという考え方があり、デザイナーの地位は低かったかも知れない。そうした環境に対して我々の存在を意識づけたい。我々はどんなことを考え、どんなことが出来るのかを知ってほしい。そんな気運が会の中に生まれてきたんです。そんな思いが会の定款に綴られていると思います。

その活動がかえって自分達を苦しい立場に追い込んでしまったという困ったこともあり。各広告代理店は競合状態にあり、時には値引きで対抗するという状況下、値引きの競争でなくデザインで競争することを提言し、自分たちの価値を上げようということだから、社内で非常に苦しい立場になったメンバーもいたかと思えます。

### 旭川デザインの新たな一歩

団体の名による動きは、非常に大きな成果を残したと思います。公的な団体に対して、デザイン要素を含む案件の発注は単なる実績や価格など担当者レベルによる決定でなく公平にコンペで行うべきと発言できたこと、制作費を希望すると言えたこと。また建設される公的施設について、そのネーミングやロゴマークなど慣例的に設計会社が業務の一部として請け負っていたものに対し、その部分は自分達にやらせてくれと談判したこと。デザインのプロがそこに介入することは都市のデザインレベルを上げるために必要なことと説得に時間を費やしました。

つまりそうしたことは公募形式でコンペを実施するとか、あるいは我々を含むデザイン職と随契を交わす方が得策であるとか、いちいちお願いしたり提案するために出向いたわけです。旭川市の各部署や上川支庁と何度も話し合いました。少しずつでも結果が出たなと感じるまでは4、5年かかったと思います。

それを見ていたのが伊藤君(第二代会長)でした。会長になってからは、自分なり

に考えを具体化してくれました。

### 個人、そして会として成長を

二代目会長の伊藤君、現会長の矢筈野君と受け継がれたaadc。ギャップや違いがあっても当然です。違いをエネルギーとするくらいの意識で取り組んで欲しいと思います。

時代や、その中での人それぞれは変わっていくと思いますが、ひとつ変わらないことがあるとすれば、会是谁のためにあるのか、会員は何をすべきかということです。一人ではできないけれど会としてなら動ける。そんなエネルギーの元になる、一人ひとりの高まりを会の中に持ってきてほしいし、自分のものにしてほしいと思います。

社会では今、誰もが自信をなくし、どうしても良いか分からない状況から抜け出せてはいないように思います。企業にしても来た道ばかり見て、前を見てない経営者が右往左往しています。そうした状況に対して、メンバーの皆さんには社会性を持ったクリエイターになってほしいと思います。常に足元を見つめ、先行きを読むことが大切です。時代の小さな波、大きなうねりの中からの確かな見識を持ち、分野が違ってもクリエイターの知恵を出しながら、あたかもスタッフのような存在感を発揮して一緒に取り組んでいける、個人としては頼られるデザイナーになって欲しいですね。同時に一個人と同じく立派な会が旭川にあるということがもっと周知されると良いですね。



小野 慶治 おの けいじ  
コミュニケーションデザイナー・プロデューサー  
デザインオフィス・オノ代表  
1937年北海道夕張市生まれ  
1989年aadc創立メンバー/初代会長

## 特集

# 旭川広告デザイン協議会の 軌跡と未来予想図

わたしたちが広告デザインのプロ集団として旭川に名乗りを挙げてから20年。

この時の流れを長いとするか短いとするか。あるいは早いかゆっくりか、

その物指しはメンバーそれぞれの胸の中にあると思います。

さらに私たちはこの先どう歩んでいくのか、そのヒントを探るべく、

会の創立から現在に至る時代のキーパーソン4名にご登場を願い、

それぞれの思いを語っていただきました。

# aadc



## 自分たちの手で受け継ぐ 変えていくものと変えてはならないもの。

### 今、新時代への序章

17年前、自分が入会した頃とはまったく違う空気を感じています。当時、メンバーには広告代理店の部長クラスの方々も多く、自分はお手伝い的な位置から会の活動を見つめていました。小野会長を先頭に、先輩方には世の中に対してモノを申すような勢いがあり、実際に活動されていたのを見聞かしています。その甲斐あって、コンペなどで声がかかるような団体になったのだと、今さらながら実感している今日です。

改めて会の沿革を振り返ると、旭川で自分たちの地位向上のため協力しあいながら、地元企業や地域の文化をどんどん高めようとするスタンスが初代会長の小野さんの時代。そして二代目会長の伊藤さんの時代は、デザイン協議会をはじめとした多くの団体との協働を図りながら、旭川や他都市に対する貢献を模索し結果を出した。というように時代の中で必要としていたことを歴代会長はやってきました。

### 「内」から「外」へ

そして今。会長職を引き継いだ私は、会内外に渡る人間関係や社会との連携のカタチが出来上がり、成熟しつつあると位置づけました。いよいよメンバー各々が外に目を向けることができる体制が整ったものとも言え、外から入ってくるものをどう受け入れ、どう発信したらよいか、追求する段階に来たという考えです。

実は会長として何をどうしようかというその前から、若い世代の減少傾向が気になっていました。そのために始めたのが、外の空気を入れながら、それをきっかけに若い世代を引き入れることができないかというのが、ここ数年の取り組みです。

そこで感じるのですが、旭川のデザイナーは大人しいですね。例えば三都市デザイン交流の会議の席で、旭川(の出席者)は熱いと言われはしますが、会全体としてはどうなんだろうと、気になります。こっち

のメンバーや旭川のデザインシーンは熱いはずなのに、それが旭川以外の地域に伝わっていない気がして悔しくもあります。閉鎖的というか旭川のデザイナーは外に出ようとする人が少ない。もっと外との交流を積極的にできるよう働きかけていきたいと思ってはいますが、出来てないから若い会員が増えない。目下それが課題でした。

### 若いデザインスピリッツに期待

そんな時、若手メンバーの勢いが増してきました。自ら札幌とのつながりを作り上げ、発表の場を見つけては、どん欲なチャレンジを始めました。どこの地域にとでもきちんとしてデザインで対抗し、アピール出来るよう彼らは自分達を磨いています。その努力が会に対してどう影響しているかについては、例えばデザインキャンプに学生さんが沢山きてくれたという実績がそれを物語っていると思います。

もともといるメンバーは自分達のスタンスが出来上がっているが、若手メンバーはやらせれば自分たちで率先してやっていけるはず。自分達で他所のコンペに作品を出すなんて、今まではない流れには目を見張るものがありますからね。将来を担う力になると大いに期待しています。

### 未来予想図では君たちが輝く

今後の方向ですが、若手は積極的にやっている訳だしこのままの流れでいけるのではないかと、良い意味で楽観しています。会の未来は未来の人間が創ればいい。ただその先頭に立つ者がちゃんと育ていくか、例えば30代あたりの元気のよいメンバーがどう頑張る、どんなリーダーシップを発揮するかに掛かっていると思います。あとは違う方向に向かっていかないよう交通整理をするのが自分のやることかな。伊藤さんが会長になった時は小野さんが伊藤さんの交通整理をして、自分が会長になった時には伊藤さんがそれをやってくれ

ていたと思う。また、先代会長がやってきたこと、たとえば公的機関との連携などをこれからの世代が壊してしまわないよう、当面は今の自分がきっちり監督すべきと心得ているつもりです。外に目を向けても、地元での活動がしっかりできていないと意味がないし、評価があって初めて外からの空気を入れられることを忘れてはいけないと伝えたいですね。

### 基本は旭川を語る 広告デザインにあり

会員個々に対しては、外との活動でヘンに感化され、アートばかりを偏重してしまわないよう見守りたいですね。そうでないと、その後輩メンバーやこれからメンバーになるかもしれない学生の意識が、アートだけをやりたいなら旭川の会じゃなくてもいいだろうということになりかねない。それは趣味でやればいいことで、会のベースは「広告づくり」なのだから、情熱は普通の広告の仕事に生きてくるべき。つまりaadcの基本を守りながら旭川で活動することに刺激を持って言いたい訳で、それを間違えそうなメンバーには糸の切れた凧にならぬよう、きちっと紐をつけておくのも自分の仕事だと思っています。

そういう部分では、旭川の活性化に結びつくことが期待できる事業も良いでしょう。今、地域は地域の手で地域のデザインを発信する時代です。そんな機運をきっかけに旭川のデザインとはどういうものなのかを外に発信できる、旭川発のプロが育つべきで、会はそんな人間のパワーに満ちた団体であるべきなのです。そのパワーをどんなカタチで発揮するかは、この先、新しい人材が新しい発想で考えれば良いと思います。

今では、会が立ち上がった時、この世に生まれたような人がいる団体になりました。そうした人材には昔の感覚を押し付けてもうまくいかないのが当たり前。それならば若い人材が力を伸ばしていけるような事業に時間を回す方が望ましいと思います。

# Yoshiyuki Yahazuno

## やはずのよしゆき

アートディレクター・グラフィックデザイナー  
(有)デザインピース所属  
1963年東京生まれ・横浜育ち  
1993年aadc入会/会長



## 作品を見るだけではなく、 “人”を知ることが大事だと思います。

### 入会していなければ 業界を離れていたかも

小さい頃からイラストを描くのが好きでした。小学生のときにイラストレーターという職業があるのを知りましたが、地元でそのような仕事をしている人を知らなかったので、身近には感じられなかったですね。でも、高校卒業後、旭川の専門学校に進学したことが転機になりました。専門学校の講師にaadcの会員の方がいて、仕事場に遊びに行ったり、実習でお世話になったりするうちに「こういう仕事に就けたらいいな」と思い始めたんです。

卒業して小さな印刷会社に勤めていたとき、aadcに入りました。入会を決めたのは「デザインの仕事をしていくなら、業界のことをもっと知る必要があるし、自分のことも知らなければいけない」と思ったからです。その後、会の幹事になりましたが、その頃勤務先が傾き始め、不安の中で求職活動を続けている最中。幹事会で思わずそのことを漏らしたら、その場にいた方から後日、「履歴書を送ってみて」という電話をもらいました。それがきっかけで、再就職することができたんです。もし、aadcに入っていなければ、転職の機会を逃して、業界を離れていたかもしれないですね。

### 会員みんなの ファンになっている感じ

aadcで初めて参加したチーム制作は、旭川の観光をテーマにしたものでした。仕事が終わってから、チームで集まって案を出し合うのですが、メンバーは会社も、仕事のスタイルも違う人たちばかり。チームリーダーが参考資料をたくさん用意してきたのを見て「こんなに！」とびっくりしたのをはじめ、他の人たちの仕事の進め方や言動も、とても刺激的でした。色んな発見があり、自分の仕事に取り入れたいと思えることもたくさんありましたね。

こうした活動を通して「人」を知ることができるのが、aadcの良さだと思います。デザイナーの作品もライターの記事も、それらを手掛けた「人」を知ってから、より面白くなりました。デザインされたものを見て「なるほど。この方は、こう来たか!」、文章を読んで「あの方は、こんな風を書くんだ」とか。入会しないで、出来上がったものだけを見ている人に比べて、私は得をしているかなと思います。私の場合、会員みんなのファンになっている感じがですね。現会長の矢野野さんにはサインをもらいたいです(笑)。

作った「人」のことを知らず、作品だけを見て「すごいな」と感じ、「自分もこんなものを作りたい」と思ってしまったら、気持ちは外に向かず、自分自身の作品づくりに没頭してしまいます。見るばかりではなくて、どんな人が作っているかを知ると、もっと作品を身近に感じるができるはず。だから、「人」を知ることが大事だと思うんですよ。でも、こんな風に考えている人って、あまりいないのかな。

### 入賞より 社内で認められることの方が大切

aadcに入って色々な人と出会ったことで、何となく、この業界に落ち着いていられるかなというのはありますね。安心感という大変けど。私は自分から外に出て行かないタイプなんです。外どころか、できれば布団から出たくないほど(笑)。でも、aadcの会議やイベントがあると、無理にでも起きようと意識しますからね。私の場合、会の活動が自分自身の体を外に向けるきっかけになっています。

活動の仕方は、会員それぞれ違いますが、私としてはaadcで得たことを会社の仕事に活かしていきたいと思っています。私は「デザインはビジネスになればいい」と思っているので、自主制作の作品が入賞することよりも、今は社内で認められることの方が大切。以前は、作品で賞を取った

人に対して、うらやましいという気持ちもありましたが、今は「すごいな。意欲的だな」と思うくらい。自主制作をする時間があるのなら、ちゃんとお飯を食べて、早く寝たいです(笑)。これは、きっと今の仕事が充実しているからでしょうね。社内の営業担当者から「お客さんがOK出してくれたよ」と聞くと、すごくうれしいですし、営業さん自身が喜んでくれることも、私にはすごく幸せ。広告屋である以上、結果を出さなければとれないし、会社の人間として仕事をさせてもらっているから、会社に貢献したいという気持ちも強いです。

### 「もっと僕たちを見て！」 というアピールを

この仕事を続けるためには、自分自身が成長していかなければならないので、業界の色々な人たちから話を聞くことは大事なことだと思っています。aadcが企画する「旭川デザインキャンプ」などに参加者が増えると良いですね。そのためにも、まず、aadcの活動を知ってもらうことが必要だと思います。aadcでは毎年作品展を開いていますが、訪れた人たちは個々の作品を見るだけで、これが旭川広告デザイン協議会という団体のイベントだとは気付いていないのではないのでしょうか。実際、私が学生時代に見に来たときは、そうでしたから(笑)。例えば、作品展が出来上がるまでを映像で流すなどして「人」が見える仕掛けをし、「もっと僕たちを見て!」というアピールをした方がいいんじゃないかなと思います。そうすれば、私のように会員や、この業界のファンになる人も出てくるかもしれません。

これからは、旭川のことをもっと知って、「旭川の色」が出るデザインを発信していけたらいいなと思っています。地域のデザインとでもいうのでしょうか。地域性をつかんだデザインができれば、旭川を盛り上げることもつながっていくのではないかと思います。

# Emi Sakamoto

坂本 笑美 さかもと えみ

グラフィックデザイナー・イラストレーター  
(株)北日本広告社 旭川支社所属  
1984年北海道常呂郡置戸町生まれ  
2005年aadc入会/20周年事業部所属



## 旭川で、デザインの仕事をすることに 意味があるんです。

### 「北海道、いいじゃん」と ひらめいて

母親が沖縄出身ということもあり、本当は沖縄の美大に行きたかったんですね。でも、募集枠が狭く、2浪。そろそろ地元を離れたくなって、ほかに受ける大学を探していたときに「北海道、いいじゃん」とひらめいて、東海大を受験、そして、進学することになったんです。

大学では、油絵ばかり描いていましたね。でも、それじゃ卒業研究作品にならないから、個展のためのDMや作品集などのツールを作り、後から実際に展示会を開くことにしました。卒研が終わり、ファッションビルのギャラリーで展示会の準備をしていたときに、当時8階にあったデザイン事務所の人と知り合い、それが縁で展示会後は、しばらくそこでアルバイトをしていました。

卒業を前に札幌で就職活動をしました。が、うまくいかず、結局、アルバイトをしていたデザイン事務所に入社しました。社長ともう一人のスタッフは、別の仕事をしていたので、事務所には僕一人。しかも、1年くらいしたら、完全歩合制になったんですね。だから、独立しようと思って社長に相談したら、法人の方が信用されるよとアドバイスしてくれました。それで、(有)グラフィクス・エーオージーを作ったんです。

### クライアントのいない モノづくりをするように

その後、札幌のデザイナーさんの紹介で、札幌アートディレクターズクラブに入会しました。作品を出品したりして活動していたとき、現aadc会長の矢筈野さんに会い、「何で旭川の会員にならないんだ?」と言われたんです。aadcの存在は知っていたけど、当時は札幌志向だったので、旭川の団体に入っても面白くないだろうと思っていました。だから、何度誘われても逃げていましたね。でも、矢筈野さんがあまりに何度も「飲み会に出てればいいんだから」と言うの

で、「それなら」と入会。間もなく、会の幹事になり、今、もりもり働かされています。すっかり騙されましたね(笑)。

でも、入ったお陰で、同じ仕事をしている人たちと大勢知り合うことができ、だんだん楽しくなっていました。それまでは、ほかのデザイナーとの交流がまったくありませんでしたからね。それに、aadc展のポスターやチラシなどを会員として自由に制作できるのもいいなと思いました。本来の仕事とは別の部分で、実際に世の中に出て機能するモノを作り、自分のデザインを試せるんですから。それまで、自主制作というものをやってこなかったんですが、入会をきっかけに、クライアントのいないモノづくりをするようになりました。

### 会社を辞めて、 札幌に行こうと考えた

一方、事務所を構えての仕事は、寝る間もなく忙しい時期もあれば、ヒマで仕方がない日々もあり、だんだん疲れてきていました。一人でやっていくのは結構キツイよなと思い始めたちょうどその頃、人から人への紹介で広告代理店の入社を打診されたんです。少し迷ったけど「安定していること」が決め手になり、入社しました。

でも、結局合わなかったんですね。僕は、最初の就職先から、自分の食い扶持を自分で稼ぎ、仕事に必要なことは1から10まで全部一人でやってきました。分からないことは、自力で調べたり、印刷会社の人に教えてもらったりして身につけたし、仕事があれば名刺を配って歩き、仕事をもらえると、ありがたくて、メッチャ頑張ってた。でも、当たり前のことかも知れないけど、会社員だと、そういう意識を持ちにくいんですね。僕なりに社内のデザイナーの意識を変えようとしたけど、思うようにはいかず。それで、ゆくゆくは会社を辞めて、札幌に行こうと考え始めました。札幌は、いいまちだし、住んでみたいなと思って。

### 大事なのは、 場所ではなく意識

2008年の終わり頃、札幌で少し就職活動をし始めたんですが、同時期にaadc主催のイベント「第1回旭川デザインキャンプ」の準備も始まりました。年明け2月に開催したら、思いのほか大盛況で、「ああ、やっぱり旭川っていいな」と思い直したんですね(笑)。このイベントをきっかけに、旭川への愛情がぐっと深まり、札幌や東京に移るという考えがなくなりました。というのも、情報や人材の豊富な札幌や東京ではなく、旭川に居ながら広く認められるモノを作った方が目立つし、カッコイイし、面白いということに気付いたからです。大切なのは、場所ではなく意識なんですよ。デザイナーは自主制作をしながら、それをどう仕事に活かすかを考えていく必要があると思います。そして、旭川のクリエイターのモチベーションをもっと上げて、ほかに負けないモノづくりをしていけば、それがクライアントの利益につながります。そうなればクライアントも広告におけるデザインの力を今よりもっと大切に考えてくれるようになると思うんです。

そうやって旭川を盛り上げていく役割を持っているのが、aadcなんですよ。これから、やるべきことは、様々な情報をどんどん発信して旭川の人たちに刺激を与えていくこと。aadcの名で広告代理店や印刷会社で講習会を開いて若いデザイナーの意識を高めたり、aadcの活動を紹介するフライヤーを作ってPRしたりと、お金をたくさん掛けなくても、知恵を絞って、フットワークを軽くして活動すれば、色々な効果を生み出せると思うんです。まずは、旭川の人たちに、aadcはやる気あるよね、面白いことをやっているよね、と思ってもらうことが大事。そして、僕たちがデザイン力を使って、aadc自体のプロモーションを成功させることができれば、それがそのまま、クライアントへのプレゼンテーションにもなると思っています。

# Makoto Gemma

弦間 信 げんま まこと

Gemma Design Inc 代表  
アートディレクター・グラフィックデザイナー  
1974年福岡県福岡市生まれ  
2004年aadc入会/イベント事業部所属





## aadc展2009

2009年7月26日、当会から企業の皆様へ、「デザインのチカラ」で売れる商品づくり&PR活動を提案する、プレゼンテーション展覧会を開催しました。

テーマは「旭川の食」、ジャンルは「菓子」「米（農産物）」「酒」「らーめん」の4つを設定。会員たちは、広告、ネーミング、パッケージ、ディスプレイ、写真など、それぞれの分野でチカラを発揮し、多彩な販促物を生み出しました。当日は、各チームの代表による15分間のプレゼンテーションの後、7名の審査員がジャッジ。さて、どのチームが審査員の心を動かしたのでしょうか。そして、あなたの評価は？

### 「酒」チーム



旭川らしくお酒の種類を日本酒に決め、ターゲットは日本酒の新しい消費者層を意識して30~40代の女性に設定しました。そして、カラーセラピーを商品に絡める事でターゲット層に好まれる商品を目指しました。そこでより旭川らしさを出す為に地元産の野菜や果物を使用し日本酒ベースのカクテルを商品化することにしました。ネーミングは「色」と「いろいろある」という言葉にかけて「色・色」としました。通常の地場産品よりもより広範囲で販売するために、コンビニインターネットを中心とした販路を想定し、都会的雰囲気や田舎を演出する形のパッケージや広告を目指しました。

#### 審査員の評価 旭川デザイン協議会 会長 小林 謙 審査員

中身の完成度に甘さがありますが、可能性はあるかと思えます。方向性を絞った方がよりいいものになるのではないかと感じました。

### 「菓子」チーム



スイーツには和も洋もある中で、旭川ブランドとして統一するのは難しい。広告のプロらしく、「商品」ではなく「売り方」でブランドにしていこう、というのが今回の私たちの提案です。内容は、毎週水曜日を「水良いつデー」とし、各店が店内にミニイトインコーナーを設けて、自慢の「生菓子」（水分を多く含むから、「水良いつ」と命名）をおトクに食べてもらうキャンペーンを設定。それを進めるためのロゴやキャラクター、ディスプレイ等を制作。この取り組みにより、そこに行かないと食べられない本物の「生菓子」が旭川ブランドとなり、観光客の誘引にもつながると考えます。

#### 審査員の評価 旭川市経済観光部 部長 立花 謙二 審査員

看板のキャラクターやアルファベットは可愛くていいと思いますが、水ようかんやゼリーなどの商品を特定しないとイメージしづらいかもれません。

### 「米」チーム



私たちが扱う商品は、米・野菜・果物といった加工されていない原材料です。この農産物を全国に誇る旭川市の特産としてアピールするには、商品自体の魅力もさることながら、新しい売り方のシステムを作り上げ、売り込んでいくことが大切だと考えました。〈自炊くらぶ〉は、「自分で食事をつくること」を生活文化としてとらえ、それをサポートしていく、いわば通信教育型のフードカルチャー事業です。豊富な農産物の名産地・北海道旭川の農業基盤を背景に、新しいビジネスモデルを創造したいと考えました。

#### 審査員の評価 旭川ラーメンバズ 田口 忠臣 審査員

プレゼンターの説明が楽しく、商品の良さが心に響きました。独身の方に便利な企画だと感じました。

### 「らーめん」チーム



旭川ラーメンとしての定義、統一性が乏しいため、オリジナルメニューを作り展開していこうとコンセプトが決定。温・冷兼用でき、さっぱりとした味わいが楽しめることから、旭川ではあまり浸透していない「ぶっかけ」スタイルとし、北海道産の山わさびと地元の野菜を多く使ってヘルシー感を出すことでシニア層にも好んでもらえるのではと考えました。由来となる神々の住む山の物語をはじめ、旭川ラーメンらしいブランド価値をつけ、撮影においても、大雪山連峰を表現するため3種類のラーメンを実際に制作。新たな旭川ラーメンファン層を獲得できればと思います。

#### 審査員の評価 旭川菓子商工業組合 組合長 村本 洋 審査員

野菜は絞り込んだ方がよりいいモノが出来るかと思えます。「やまめん」の書体がちょっとイマイチな感じを受けました。



## 仕事の在り方を追求した 熱い時間。

今回のテーマは「チームプレイ」。広告の制作という日常の中で、様々な分野のプロ同士が、いかに向き合い成果というゴールを達成すべきか、札幌市で指折りの若手クリエイター3氏に参加を願い、トークを繰り広げました。コーディネーターは弦間幹事。こちらも2度目の奮戦となりました。

第一部ではゲストそれぞれが現在取り組んでいる仕事の内容や制作に対する姿勢を伺いながらトークはスタートしました。札幌の第一線で活躍中のクリエイターの実際を知る絶好のチャンスに、メモを取るなどして聞き入る側もまた熱く、会場の中でゲストとオーディエンスがひとつになりました。

続いての第二部では、当会の中村会員もコピーライターとしてトークに参加し、本題

でチームプレイを追求しました。その中で、仕事に対してははっきりと目標がないとチームは成り立たないこと。また、互いを尊重した上でそれぞれの役割を意識することが重要であるとの共通認識が確認されました。また、フットサルのチームでもあるゲストの3氏だけに、サッカーに例えた話題をも随所に加え、分かり易く興味深い話題を提供して頂きました。

熱かったトークタイムが終了すると、会場は一転パーティ会場に。デザインナイトと称した懇親会が開催されました。ゲストと共に情報を交換しあうなど、そこはクリエイター同士、また世代の似た者も多く、楽しく盛り上がるのに時間は要らず、最後には記念品を交換し、和やかなムードのうちデザインキャンプは終了しました。

ゲストの佐藤氏からは「若い方のエネルギーを感じられたのがうれしかったです。

今後の旭川発の活動が、ますます楽しみです。こちらにも負けてはいられない」とメールでの後日談。オーディエンスからは「何だか私にも熱気が乗り移り、エネルギーが通ったような感じがしました(札幌市・コピーライター・女性)」、「皆さんの熱意がある温かい会に参加でき、旭川のデザインや社会に一步踏み出すきっかけになったように思います(旭川市・デザイナー・女性)」、「私達がここまで楽しめるイベントは他にはないと思っています(旭川市・大学生・女性)」など数多くの感想がメールで寄せられました。

イベント事業部としては、概ね成功であったとの評価とともに、本番当日、視聴覚設備のテストが不十分だったこと、アンケートの準備が間に合わなかったこと、フロアディレクターの不在等々を反省点として記録し事業は無事完了しました。



アートディレクター / グラフィックデザイナー  
**上田 亮** Ryo Ueda

1977年滋賀県生まれ。  
北海道東海大学卒業。スウェーデン・ストックホルム大学留学。専門学校を卒業後、デザインプロダクションを経て、2005年COMMUNEを設立。JAGDA会員、札幌ADC会員。2006年札幌ADC新人賞受賞。2008年札幌ADCジェネラルグラフィックス(立体)部門銅賞・三木健チヨイス賞受賞。他受賞多数。

### Comment

会場、グラフィック、作品展示、料理、来場者含め、皆さんのお人柄と意識の高さ。旭川はデザインに対してまじめで熱いなあと肌で感じる事ができました。人口が少ない北海道は、市場規模も当然小さく、デザイン業界が厳しい状況があるのは確かです。そんな中でこそ問題意識が育ち、優秀なデザイナーも育つ。北海道のデザイナーは全国や海外に活動の場を広げる可能性は秘めているはず。ヨーロッパの北海道とも言える北欧では、海外は当たり前の選択肢ですから。そのためにも今後は、英語やウェブサイトはますます重要になるかもしれません。もちろんデザインはおろそかにはできませんが。



コピーライター / クリエイティブディレクター  
**池端 宏介** Kousuke Ikehata

1978年北見市生まれ。  
小学生時代を札幌で過ごす。  
上智大学外国語学部ポルトガル語学科卒業。日本デザインセンター、エルグを経て、東急エージェンシー北海道支社へ。2009年SCC(札幌コピーライターズクラブ)最高賞受賞。ブローグ<http://ikepong.blog62.fc2.com/>

### Comment

みなさんどんな感想をもったんだろう。やる気はUPしたのかなあ。ああ、不安です。人さまの講演はよく聞きますが「これは自分に活かせる!」とか「実際はどうかあ」とかいろいろ考えながら聞きますよね。事例からいかにヒントを盗めるかだと思のですが、僕たち3人の話から何か盗んでもらえたらうれしいです。あと、コピー(言葉)に興味のある人がいたのがうれしかったですね。最後にトークでは残念ながら時間不足で割愛したオススメの本を2冊紹介します。谷崎潤一郎「陰翳礼讃」、中島義道「醜い日本の私」は是非。



アートディレクター / グラフィックデザイナー  
**佐藤 健一** Kenichi Sato

1978年生まれ。松前町出身。  
北海道造形デザイン専門学校卒業後、デザインプロダクション、出版社等を経て(有)寺島デザイン制作室入社。JAGDA会員、札幌ADC会員。ニューヨークADC入選・台湾国際ポスターデザインアワード入選、2007年札幌ADC環境・サイン部門金賞、2009年札幌ADCジェネラルグラフィック(平面)部門会員審査賞・高井薫チヨイス賞受賞。他受賞多数。

### Comment

若い皆さんが熱心に、私たちの話を聞いてくれていたことがなにより嬉しかったです。そして、このような機会を与えてくださり感謝しております。チームプレーはいつもうまくいくとは限りません。私だっていまだに失敗ばかり…。でも、上手く結果が出せた時の喜びは、独りで完結する仕事より何倍もうれしいものです。それを少しでもお伝えできたのであればいいのですが。パーティでも積極的に声を掛けていただき、逆にエネルギーをいただきました! あ〜、また行きたい! アメリカ銀行!

## ASAHIKAWA DESIGN CAMP 2010

2010年2月13日、旭川デザインギャラリーにおいて「デザインキャンプ2010」を開催しました。若いクリエイターを元気にしようと始まったこの企画は、去年の好評を受け第二回の開催となりました。PRや声掛けによって思いが通じ、会場はほぼ満席となり、オーディエンスの顔ぶれには若い世代も目立ちました。

今回のテーマは「チームプレイ」。広告の制作という日常の中で、様々な分野のプロ同士が、いかに向き合い成果というゴールを達成すべきか、札幌市で指折りの若手クリエイターである上田亮氏、池端宏介氏、佐藤健一氏の3名にトークをしていただきました。