

ココロ  
つなぐ  
ココロ。

広告の力、  
ふじのくにから発進。



SHIZUOKA  
2010

ココロ  
つなぐ  
ココロ。

広告の力、  
ふじのくにから発進。

大会報告書

## 第58回全日本広告連盟静岡大会 事務局

〒422-8033 静岡市駿河区登呂3-1-1 静岡新聞放送会館内 静岡県広告協会

TEL.054-284-8566 FAX.054-283-3370

E-mail:shikokyo@joy.ocn.ne.jp



SHIZUOKA  
2010

## 第58回全日本広告連盟静岡大会

主催:社団法人 全日本広告連盟 主管:静岡県広告協会 協力:山梨広告協会

## プログラム

### 第58回全日本広告連盟静岡大会

開催日：平成22年5月19日（水）  
場 所：静岡市民文化会館（大ホール）



#### オープニングアトラクション 9:50～10:00

〔出 演〕 静岡レディスコーラス&コールなでしこ

#### 大会式典 10:00～10:50

- |  |   |
|--|---|
| <b>1 開会宣言</b><br>第58回 全日本広告連盟静岡大会 実行委員長 杉 雅俊   | <b>6 第4回 全広連鈴木三郎助大賞贈呈</b><br>大 賞 古典の日推進委員会<br>選考委員会特別賞 (株)中国新聞社・(株)中国博報堂                                |
| <b>2 歓迎挨拶</b><br>第58回 全日本広告連盟静岡大会 会長 松井 純      | <b>第4回 全広連鈴木三郎助地域賞贈呈</b><br>最優秀賞 「山陽新聞創刊130周年特集『地方人宣言』」協賛企業各社<br>優 秀 賞 「越中とやま夢かるた」協賛企業各社<br>優 秀 賞 静岡放送株 |
| <b>3 大会挨拶</b><br>社団法人 全日本広告連盟 理事長 佐藤 安弘        |   |
| <b>4 来賓祝辞</b><br>静岡県知事 川勝 平太 様<br>静岡市長 小嶋 善吉 様 | <b>7 平成23年度 第59回 全日本広告連盟<br/>岡山大会開催地の紹介と主管協会挨拶</b><br>岡山大会会長 越宗 孝昌 様 (山陽新聞社 代表取締役社長)                    |
| <b>5 通常総会報告</b><br>社団法人 全日本広告連盟 専務理事 三浦 浩      | <b>8 閉 式</b>  |

#### 記念講演 11:00～12:00

〔演 題〕 駿河の巨星 白隱のこころ

〔講 師〕 花園大学 教授 芳澤 勝弘氏

#### ランチタイムアトラクション 12:00～13:10

〔出 演〕 DAIODOGEI 山本光洋氏・ダメじゃん小出氏

#### 歓迎アトラクション 13:10～14:10

〔演 題〕 ふじのくに「劇団SPAC」芸術総監督 宮城聰の世界

〔出 演〕 劇団SPAC (Shizuoka Performing Arts Center)

#### パネルディスカッション 14:20～16:10

〔テーマ〕 クロスする知。起こそう、広告ケミストリー。

〔コーディネーター〕 西川りゅうじん氏 マーケティングコンサルタント

〔パネリスト〕 高田 坦史氏 (株)トヨタマーケティングジャパン代表取締役社長

亀山 千広氏 (株)フジテレビジョン執行役員常務映画事業局長

田中 里沙氏 (株)宣传会議取締役編集室長

伊藤 直樹氏 Wieden+Kennedy TOKYO エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター

#### 懇親会 18:00～19:30

会場：ホテルセンチュリー静岡 5階「センチュリールーム」 懇親アトラクション〔出演〕 静岡県立静岡城北高等学校吹奏楽部

#### 見学会・懇親ゴルフ会 5月19日（水）・20日（木）・21日（金）

## 式典

### 第58回全日本広告連盟静岡大会

大会テーマ

## ココロつなぐココロ。

広告の力、ふじのくにから発進。



第58回全日本広告連盟静岡大会（主催/社団法人 全日本広告連盟、主管/静岡県広告協会、協力/山梨広告協会）は、5月19日（水）～21日（金）の3日間、静岡市民文化会館を主会場に、全国の広告関係者約1000人が参加して開催されました。

世界的な経済不況で広告業界を取り巻く環境が厳しさを増す中、変化し続ける広告のあり方、将来性をどう考えるか。日本の真ん中、静岡から広告の力と可能性を発信するために、「ココロつなぐココロ。広告の力、ふじのくにから発進。」をテーマに、参加者は記念講演やパネルディスカッションなどを通して、広告の未来を模索しました。

また、懇親会、見学会、懇親ゴルフ会では、静岡の郷土料理、地酒、文化や自然に親しみ、親睦を深めました。

## 歓迎挨拶

第58回全日本広告連盟静岡大会

会長 松井 純



第58回全日本広告連盟静岡大会にご出席の皆様、「ふじのくに」静岡へようこそお越しくださいました。全国各地からこのように多くの方にご参加いただき、厚く御礼申し上げるとともに、心より歓迎申し上げます。

静岡市での全広連大会の開催は、1996年以来14年ぶり2回目となります。今回はお隣の山梨広告協会にご協力いただき形で開催されます。これは、静岡・山梨両県で「富士山を世界文化遺産に!」という運動を推進しており、「富士山は日本人の心のふるさと」という気持ちで一緒に開催しようという運びとなったわけあります。

日本のほぼ中央に位置する静岡県ですが、東西155キロの太平洋沿岸には静岡、浜松の二つの政令指定都市をはじめ人口10万人以上の市がバランスよく連なり、人口は380万人を数えます。靈峰富士を仰ぎ駿河湾を抱き、その高低差は日本一の6276メートルにも及びます。また、山、川、海、湖など多彩な自然にも恵まれ、日本風土の縮図とも言えます。豊かな自然に支えられた第一次産業、東西の交通の要衝にあることで育った第二次産業、そしてサービスの第三次産業とが程よい均衡を保ち、日本有数の「もの作り県」であります。

世界的な金融危機の連鎖が起こって既に1年半が経過しました。新興国のいち早い回復を尻目に、日本は雇用不安定と個人消費の低迷が続き、とりわけ広告業界を取り巻く環境は一段と厳しさを増しています。日本の広告費の媒体別の変遷を見ますと、1975年にテレビが新聞を抜き、以降テレビが1位を続けておりますが、2004年にインターネット広告がラ

ジオを抜いてから、雑誌、新聞も抜き、今やテレビに次ぐ規模となっています。本日は民族連の廣瀬会長も会場にお越しですが、いよいよ来年7月にはテレビが完全デジタル化に移行します。

デジタル化、IT化が急速に進む中で広告手法も多様化し、既成概念を超えた新たな変化への対応が求められています。しかし、いつの世も変わらないものは、人と人をつなぐ心です。広告コミュニケーションの基本もここにあります。そこで今大会は、日本の真ん中「ふじのくに」から全国に広告の力と可能性を発信したいという思いを込め、「ココロつなぐココロ。広告の力、ふじのくにから発進。」というテーマとしました。

このテーマに沿って、記念講演では駿河の国が生んだ臨済宗中興の祖・白隱禪師の心の世界を解説していただき、午後のパネルディスカッションでは、デジタル化・IT化の進展による変化の時代に広告はどうあるべきか、各界の第一人者の方々に意見を交換していただきます。それぞれ示唆に富んだお話を聞かせていただけるものと期待しております。

さて、風香る静岡の5月といえば、新茶に初鰹、鮪にシラス、駿河湾でしか獲れない桜えび、そして静岡酵母が醸し出す銘酒の数々、そして今やブームとなっているB級グルメの静岡おでん、富士宮やきそばなど、滋味にあふれております。大会期間中、皆様には存分に味わっていただきたいと思います。

最後に、重ねて皆様方の本大会へのご参加に心から感謝申し上げて、私の歓迎の挨拶とさせていただきます。ありがとうございました。

## 大会挨拶

社団法人 全日本広告連盟

理事長 佐藤 安弘



第58回全日本広告連盟静岡大会開催にあたり、ひと言ご挨拶申し上げます。

本日はご多忙のところ、全国各地より大勢の皆様にご参集いただき心より感謝を申し上げます。

この静岡の地で全広連大会が開催されるのは、1996年以来14年ぶりとなります。今大会に向けて万全の準備を進めて来られた静岡県広告協会、山梨広告協会、大会事務局を始め関係者の皆様のご尽力に厚く御礼申し上げます。

日本経済は、深刻な不況から、若干回復の兆しが見え始めてきているようではございますが、本格的な景気回復にはまだ時間がかかりそうな状況です。広告界におきましても、メディア環境の激変もあり、大変に厳しい状況が依然続いております。

今大会では、「ココロつなぐココロ。広告の力、ふじのくにから発進。」という大会テーマのもと、今後、広告がどのような役割を果たすべきか、全国からお越しいただいた皆様と一緒に考えてまいる所存です。当地から、広告の新たな道筋を示すことができれば大変に喜ばしく思います。



## 来賓祝辞

静岡県知事

**川勝 平太様**



本日は、第58回全広連大会がこの静岡の地で、かくも盛大に開催されますことを心よりお慶び申し上げますとともに、静岡県民377万6000人を代表しまして、心より歓迎申し上げます。

3776という数字はいうまでもなく富士山の標高です。静岡県の人口は本年4月現在377万6000人余りでございます。まさに、静岡県が誇る最も美しい富士山の高さの数にちなんだ人口がいると御記憶いただければ幸いです。今大会は、静岡県と山梨県の両県が協力して開催の運びとなったと伺いました。両県はいま協力して、「富士山を世界文化遺産にしよう!」という運動をおこしています。静岡県の駿河湾は水深2500mという日本で最も深い湾です。そこから仰ぐ日本一高い富士山は、昔から信仰の山として崇められてきました。

山梨県は海こそありませんが、西は南アルプス、北は八ヶ岳、東は秩父を中心とした関東の山脈が連なって、さらに南に秀峰富士山を仰ぎます。山梨県は、それらの名山に囲まれた、日本で最も美しい「中庭」ではないかと思います。その中庭にひとわ美しく聳え立つ富士山を仰ぐ山梨県と、豊かな自然に抱かれつつ秀峰を仰ぐ静岡県が一体となって全広連大会を開くのは、時宜を得たものであると存じます。

富士山はどこから見ても美しい山です。信仰の源泉となり、その美しさ故に、芸術の源泉にもなってきました。まさに富士山こそ、日本の最高の広告塔ではないかと思います。今大会のテーマは、「ココロつなぐココロ。広告の力、ふじのくにから発進。」とのことですが、人と人の間をつなぐ、その心を作り上げてきたのは富士山ではなかったでしょうか。富士山

は絶対的な存在であると信じて、常に私たちは心を託してきました。

富士山を改めて大事にするために、本県におきましては、2月23日を「富士山の日」と決めて本年を迎えました。223は富士見とも読みます。たとえば、平成20年は一年を通して2月が最も良く晴れた月でした。青空に白雪を抱いた富士山の姿は大変美しいものです。そのような富士山を大事にしようと、県民運動を展開しておりますが、今後は北海道から沖縄に至るまで、「ふるさと富士」を持っておられるみなさまにもぜひ共有していただきたいと存じます。

日本はこれまで、戦前は軍事力、戦後は経済力を中心に発展してきましたが、これからは日本的心、日本の文化力を外に発信していくかねばなりません。その根底にあるのが富士山です。これほどセンスのいい、これほど深みのある、これほど美しい存在はありません。そのような富士山の姿を心として、これからは、ココロとココロをつなぐ広告をみなさまに作っていただきたいと思います。

さて、静岡県には219の食材があります。これは日本一です。「食材の王国」あります。きょうは、その豊富な食材を地元の名人たちがすばらしい料理に仕立てます。滋味豊かな郷土料理に舌鼓を打っていただきて、食の都である「ふじのくに」の魅力をゆっくりと御堪能していただきたいと思います。

最後になりましたが、本大会の成功を心より祈念し、日本のそれぞれの地域における皆様方の御活躍をお祈り致しまして、御挨拶にかえさせていただきます。本日はおめでとうございました。

## 来賓祝辞

静岡市長

**小嶋 善吉様**



第58回全日本広告連盟静岡大会が遠来の皆様方をここ静岡市にお迎えし、盛大に開催されますことを心からお喜び申し上げますとともに、72万市民を代表し、心から歓迎申し上げます。

静岡市は全国の地方都市の中でも珍しく、中心市街地が空洞化をしていない地域のひとつであります。お出かけいただければおわかりだと思いますが、中心地は昼夜を問わず、非常に多くの人が歩いています。きょうは、この町の夜の賑わいをゆっくりとお楽しみいただければ幸いに存じます。

今回の大会におかれましては、日本各地より広告・マスコミ業界関係の方々が一堂に会し、記念講演会、パネルディスカッションなどを開催されますことを心からお慶び申し上げたいと思います。

最近は、ブロードバンドの普及とそれに伴うネット社会の成熟などによって、広告の社会に果たす役割と責任は計り知れないものとなっています。日本はもとより、世界の情報・広告の最先端を担う皆様がここ静岡市に集結され、議論や交流を展開されることを、大変光栄に感じますとともに、今回の大会が皆様にとりまして実り多いものとなりますことを期待して止みません。

さて、この静岡市は、地域資源・地域魅力にあふれる町であります。北部にそびえる南アルプスから南の駿河湾に至る広大な市域は、温暖な気候で豊かな自然に恵ま

れおり、1年を通じてお茶やみかん、桜えびなど、バラエティに富んだ農水産物を楽しむことができます。市内には靈峰富士を望む日本平、羽衣伝説で有名な三保の松原などの景勝地をはじめとする観光資源も大変豊富ですので、ぜひこの機会にお足をお運びいただければと思います。

さらに、静岡市は弥生時代から今川・徳川両時代を経て今日に至る長い歴史の中で培われた豊かな文化と伝統も有しております。特に大御所 徳川家康公が駿府の町に職人を集めたことに始まる家具や履物などの木工産業は、いまなお静岡市を代表する産業のひとつであります。そこから発展したプラモデル産業は、世界の田宮模型の本社も静岡市にありますが、国内はもとより世界有数の生産量を誇るまでに成長しております。

さて、本市では、今年の7月24日から来年の3月まで、静岡市の中心部で「模型の世界首都静岡ホビーフェア」を開催します。昨年東京のお台場で展示された実物大のガンダム像が静岡に移って参りまして、約8ヶ月展示させていただきます。ぜひまた静岡市にお越しいただき、発祥の地であるプラモデル産業の魅力を存分に味わって頂ければ幸いです。

結びに当たりまして、本大会のご成功とご出席の皆様方のご活躍を祈念いたしまして歓迎のご挨拶とさせていただきます。ありがとうございました。

## 通常総会報告

社団法人 全日本広告連盟  
専務理事 三浦 浩



本日は第58回全広連静岡大会にご参加をいただきまして、厚く御礼申し上げます。

只今から、昨日行われました第58回全広連通常総会のご報告をさせていただきます。まず、平成21年度に行われました主な事業について、ご報告いたします。第57回全広連長野大会を5月13日から15日までの3日間、長野市で開催いたしました。全国から約1000名の広告関係者が参集し、盛大に行われました。

次に第3回「全広連鈴木三郎助大賞」は、仙台・宮城デスティネーションキャンペーンを企画・実施した仙台・宮城デスティネーションキャンペーン推進協議会に、また、第3回「全広連鈴木三郎助大賞選考委員会特別賞」を、「名づけて『はかた博物館』」を企画・実施した㈱春潮社に、第3回「全広連鈴木三郎助地域賞」は、最優秀賞を㈱東奥日報社に、優秀賞を愛知の大洋薬品工業㈱と鹿児島の大口酒造㈱にそれぞれ贈賞いたしました。

続いて、第20回全広連夏期広告大学は、吉田秀雄記念事業財団様のご協賛により、7月に大阪、名古屋、山形、徳島、高松、静岡の6地区で開催されました。6地区的参加者数は延べ741名を数えました。また、全広連主催の吉田秀雄記念事業財団様からご協賛いただいた、㈱電通様、㈱博報堂様、㈱アツーディ・ケイ様三社の女性マーケティング・プランナーと著名広告クリエイターによる全広連・秋のシンポジウム「第3回三社合同セッション」は、山形、静岡、大阪、広島、鹿児島の5地区で開催いたします。

全広連の長年にわたる中心的活動であります「広告課税反対要望書」については、本年も広告・報道関係8団体として、情報収集につとめるとともに、意見交換しながら対応を進めていきたいと思います。

顕彰活動としては、第4回全広連鈴木三郎助大賞、同じく第4回全広連鈴木三郎助地域賞は、本大会の席上において贈賞し、会場にその受賞作品を展示しております。また、恒例の三社合同セッションをはじめ、全広連主催事業の提供により各地広告協会の活性化をサポートして参ります。このほか、定期刊行物の発行としまして、「月刊全広連」と「全広連名鑑」を継続刊行します。国際関係活動については、平成23年3月タイのバタヤで開催予定の「第13回アジア太平洋広告祭」への参加研修ツアーを企画・実施します。

「広告課税に対する反対要望書」への対応ですが、本年は衆議院選挙により民主党への政権移行に伴いまして、広告・報道関係8団体連絡会を開き今後の対応を検討した結果、民主党に対してはゆっくり情勢を見極めた方が良いという結論に達し、最終的に提出には至りませんでした。

また、全広連機関誌「月刊全広連」を毎月発行、全広連加盟37広告協会会員名簿であります「全広連名鑑」平成21年版を刊行いたしました。

さらに、諸官庁ならびに諸広告関係団体の事業に参加、後援、協賛

いたしました。国際関係活動では、平成22年3月に、タイ・バタヤで開催の、第13回アジア太平洋広告祭へ参加する毎年恒例の全広連海外研修ツアーを企画しましたが、タイ国内の政情不安により主催者側から広告祭中止通知をいただき、ツアーを見送りました。

「平成21年度の収支決算」につきましては、当期の収支差額はマイナス509万5,344円となりまして、次期繰越収支差額は1,306万484円となりました。

「平成22年度事業計画」につきましては、まず本日から21日までの3日間、静岡県広告協会主管によります第58回全広連静岡大会を開催。次に、吉田秀雄記念事業財団様の協賛事業であります第21回全広連夏期広告大学は、今年度も7月に甲府市、盛岡市、岡山市、札幌市の4地区で開催いたします。また、㈱電通様、㈱博報堂様、㈱アツーディ・ケイ様三社の女性マーケティング・プランナーと著名広告クリエイターによる全広連・秋のシンポジウム「第3回三社合同セッション」は、山形、静岡、大阪、広島、鹿児島の5地区で開催いたします。

全広連の長年にわたる中心的活動であります「広告課税反対要望書」については、本年も広告・報道関係8団体として、情報収集につとめるとともに、意見交換しながら対応を進めていきたいと思います。

顕彰活動としては、第4回全広連鈴木三郎助大賞、同じく第4回全広連鈴木三郎助地域賞は、本大会の席上において贈賞し、会場にその受賞作品を展示しております。また、恒例の三社合同セッションをはじめ、全広連主催事業の提供により各地広告協会の活性化をサポートして参ります。このほか、定期刊行物の発行としまして、「月刊全広連」と「全広連名鑑」を継続刊行します。国際関係活動については、平成23年3月タイのバタヤで開催予定の「第13回アジア太平洋広告祭」への参加研修ツアーを企画・実施します。

「平成22年度の収支予算」につきましては、当期収入の計で9,408万円、当期支出計で9,904万円、これによりまして当期収支差額はマイナス496万円となります。前期繰越収支差額1,306万484円を加えた次期繰越収支差額は810万484円という大変厳しい予算編成となりました。以上が平成22年度の事業計画および収支予算でございます。

なお、平成22年度の全広連の活動目標は、昨年制定されました「広告の元気は、ニッポンの元気。」を本年も継続使用いたします。

以上が昨日行われて承認されました通常総会の報告でございます。

## 第4回全広連鈴木三郎助大賞 受賞の言葉

古典の日推進委員会  
ゼネラルプロデューサー

**山本 壮太様**

「古典をいだき 古典に抱かれて」  
『古典の日、キャンペーン』



古典の日推進委員会の山本でございます。本日は全広連静岡大会の盛大なる開催、本当におめでとうございます。また、身に余るような鈴木三郎助大賞をいただき、大変光栄に存じます。

古典の日推進委員会は、その前身となる「源氏物語千年紀委員会」が設けた11月1日の「古典の日」を定着させるために、「古典をいだき 古典に抱かれて」のテーマのもと、さまざまなキャンペーンを展開いたしました。

キャンペーンの内容につきましては、メインイベント「古典の日推進フォーラム」をはじめ、「朗読コンテスト」、「街かど古典カフェ」、「歴史ウォーク」などを重層的に展開しました。また、京都新聞紙上では、昨年の10月から今年3月まで、全25回シリーズで「奥の細道」の原文を解説付きで紹介。さらに、経済、文化、宗教、学生など、さまざまなジャンルの人たちを取材した「古典と私」のほか、古典文学ゆかりの地元スポットを紹介する「文学ウォーク」を掲載するなど、古典文学の香りを保ちながら、人々が広く古典を親しむ機会を提供し、11月1日の「古典の日」の周知に務めました。

ここで、テーマとなっております「古典をいだき 古典に抱かれて」の意味合いにつきまして、簡単にご紹介させていただきます。

これは源氏物語の研究者で、東京大学名誉教授の秋山慶先生のお言葉を拝借いたしました。「人間は誰しも心の中に古典を抱いている訳ですが、もっと広く言うと、人類全体が人類の叡智であります古典にやわらかく抱かれているのですよ」というニュアンスです。



このテーマのもとに、今後とも私どもは11月1日を「古典の日」ということで運動キャンペーンを推進して行きたいと思っております。11月1日という日は、「源氏物語」が紫式部の日記の中に初めて登場する日付が、1008年11月1日であることを記念して、この日をこれからも古典に親しみきっかけの日にしようということでございます。

先ほどの川勝静岡県知事のお話ですと、2月23日を「富士山の日」とお決めになられたそうですが、併せて11月1日を「古典の日」とご記憶願って、今後ともご声援をいただきたいと思います。

最後になりましたが、このキャンペーンの推進にあたりましては、京都の日商社様、京都新聞社様、京都広告協会のみなさまの多大なるご努力、ご協力をいただきましたことを、この場をお借りして感謝申し上げます。ありがとうございました。

### 第4回 全広連鈴木三郎助大賞

受賞者:古典の日推進委員会  
受賞作:「古典をいだき 古典に抱かれて」

### 第4回 全広連鈴木三郎助大賞選考委員会特別賞

受賞者:株式会社中国新聞社、株式会社中国博報堂  
受賞作:『緑の伝言プロジェクト』

### 第4回 全広連鈴木三郎助大賞地域賞

〈最優秀賞〉 受賞者:「山陽新聞創刊130周年特集」協賛企業各社  
受賞作:別刷特集「地方人宣言」(新聞広告)  
〈優秀賞〉 受賞者:「越中とやま夢かるた」協賛企業各社  
受賞作:越中とやま夢かるた(新聞広告)  
〈優秀賞〉 受賞者:静岡放送株式会社  
受賞作:SBSステーションキャンペーン「おやつ」篇、  
「ボディビル」篇、「放課後」篇(テレビCM)



## 次回開催地挨拶

岡山大会会長  
(山陽新聞社 代表取締役社長)  
**越宗 孝昌様**



来年度の全広連岡山大会を主管いたします、岡山広告協会の越宗でございます。

まずは、第58回全日本広告連盟静岡大会が、全国各地から大勢の方がご参加されまして、盛大に開催されましたことを心からお慶びを申し上げます。

来年5月、私ども岡山広告協会が主管いたしまして、第59回全日本広告連盟岡山大会を開催いたします。振り返りますと、岡山での大会開催は昭和47年の第20回大会、昭和63年の第36回大会に次ぎ3度目となります。これまでの大会以上に、岡山らしい特色のある、実りのある大会にしたいと、会員一同、鋭意準備を進めているところでございます。

先ほどからお話をありましたように、広告界を取り巻く環境はなかなか厳しい面がございます。国内の政治が、経済、社会も、同じような重苦しい閉塞感に包まれております。海外に目を向けましても、まだまだ世界同時不況の痛手から立ち直れておらず、もう少し時間を要するのではないかと思います。

そんな中で来年開催いたします岡山大会ですが、テーマは、「ニッポンを元気にする、ふるさとパワー! 晴れの国『岡山』から。」といたしました。情報の発信、コミュニケーションのあり方が根本的に変わりつつあるいま、地方からの情報発信がさまざまなムーブメントを生み始めていると思います。地域、地方から情報を発信することが日本の

活力、さらには世界の活力につながるのではないか、そんな時代になってほしいという願いも込めまして、このテーマを設定させていただきました。

それから、「晴れの国」というのは、こちらの静岡県もまさにそうですが、温暖で日照時間が長い、そういう気候が岡山の代名詞であるということです。

中国と四国を結ぶ交通のクロスポイントとして、交通の便の良い岡山県ですが、北は中国山地から南は瀬戸内海と、大変自然に恵まれております。そして古来の吉備の国以来の文化と伝統を今日まで育んできています。自然、歴史、文化というものは、ご当地静岡県も大変すばらしいものがございますし、そして、先ほど知事がお話をされたように食が大変豊かでありますけれども、岡山も瀬戸内の海の幸、あるいは山の幸、さらに果物と、食の自慢には事欠きません。

そういう岡山のすべてを集めまして、来年は皆さまを歓迎申し上げたいと思っております。今日は、岡山広告協会からもこの静岡大会において、あらゆるもの学ばせていただこう、吸収させていただこう、持ち帰ろうということで、50名を超える会員が張り切って参加させていただいております。

どうぞ、皆さま来年は岡山へお越しください。本当に心から皆さまをお待ち申し上げております。ありがとうございます。

## 記念講演

花園大学 教授  
**芳澤 勝弘氏**

### 「駿河の巨星 白隠のこころ」

1945年長野県生まれ。同志社大学経済学部卒。禪文化研究所主幹を経て、現在、花園大学国際禪学研究所教授。白隠禪師研究の第一人者として知られ、国内外だけでなく海外にも白隠の魅力を発信している。「白隠禪師の不思議な世界」、「白隠禪画墨蹟」全3巻など著書多数。



得て…」とあります。老胡(達磨)の真面目(本当の姿)を描いたというのです。富士山は「聖諦(しようたい)」つまり仏性的象徴であり、法(達磨)を表しており、一方の大名列行が「俗諦」として現実の社会を表し、二つを対照的に描いています。絵には164人が描かれていますが、2人だけ富士山を眺めています。白隠はこうして「仮性を見なさい」、「見性成仮しなさい」というメッセージを伝えているのです。

とはいっても、我々の生活の中で俗諦が要らないかというと、そうではありません。我々は政治経済に浸かって生活しているので、聖諦と俗諦は全然別物ではないのです。白隠は、聖諦と俗諦の二つを合わせた絵の全体が達磨の本当の姿であるということを1枚の絵で表したのです。

現代はもう大名列行はありませんが、新幹線に乗って毎日多くの人が東へ西へと走り回っています。それは政治経済、現実の生活を実現するための活動です。そして、その彼方は、昔と変わらず美しい富士山がそびえています。もし、白隠が現代に生きていたら、「富士新幹線図」を描いていたのではないかと思います。

さて、中央に真っ白い富士山、手前に大名列行を描いた「富士大名列行図」という絵があります。単なる風景画と解釈されてきましたが、私はそうではないと考えています。当時の参勤交代制度は、大名列行に莫大な費用がかかり、農民一揆の原因になっていました。白隠は大いに怒り、「邊鄙以知吾(へびいちご)」という本を著して、参勤交代がいかにばかばかしい制度であるかと批判しました。幕藩体制の根本を批判するために、この本は禁書にされてしまいました。禪層が権力批判することはまず考えられなかった時代ですが、白隠は「ダメなものはダメ」として自分の考えを主張したのであります。

この絵には、「老胡(ろうこ)の真面目(しんめんもく)」を写し



## パネルディスカッション

[テーマ]

### 「クロスする知。 起こそう、広告ケミストリー。」

世の中のデジタル化が急速に進む中、これからの広告はどうあるべきか？ 発信する側の我々はどう取り組むべきなのか？ 地域と産業の元気化に手腕を發揮するマーケティングコンサルタントの西川りゅうじん氏をコーディネーターに、トヨタマーケティングジャパン社長の高田坦史氏、フジテレビジョン映画事業局長の亀山千広氏、宣伝会議編集室長の田中里沙氏、Wieden+Kennedy TOKYOエグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクターの伊藤直樹氏をパネリストに迎え、どうすれば地方の広告業界を活性化させることができるのか、話し合っていただきました。

[コーディネーター]



西川りゅうじん氏

1960年、兵庫県生まれ。一橋大卒。マーケティングのエキスパートとして、地域と産業の元気化に手腕を發揮。「愛・地球博」の「モリゾーとキッコロ」や平成運都1300年祭の「せんとくん」の選定・PR、「土佐・龍馬であい博」総合プロデューサーなどを務める。

[パネリスト]

高田 坦史氏

1946年、静岡県生まれ。神戸大卒。トヨタ自動車の宣伝部長、グローバル営業企画本部担当の専務取締役などを歴任。今年より、トヨタのマーケティング新会社株式会社トヨタマーケティングジャパン代表取締役社長に就任。トヨタのマーケティングならびにプロモーション活動を担う。



亀山 千広氏

1956年、静岡県生まれ。早大卒。株式会社フジテレビジョン執行役員常務映画事業局長。「あすなろ白書」「ロングバケーション」「踊る大捜査線」など、伝説的なドラマをプロデュース。2003年から現職で、「踊る大捜査線」シリーズをはじめ、数々のヒット映画の製作を手がける。

田中 里沙氏

1966年、三重県生まれ。学習院大卒。株式会社宣伝会議取締役編集室長。専門は企業の広報、宣伝戦略、マーケティングトレンド分析などで、政府・自治体の審議会の委員をはじめ、日本広報協会広報アドバイザーなどを務めるかたわら、コメンテーターとして情報報道番組にも出演。

伊藤 直樹氏

1971年、静岡県生まれ。早大卒。Wieden+Kennedy TOKYOエグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター。カンヌ国際広告祭では、日本人最多の5つの金賞を含む10のライオンを獲得。ここ4年、国内外の広告賞・デザイン賞で90以上の賞を受賞している。

**西川** 広告業界は世の中を元氣にする仕事です。「大変な時代」と言われますが、大変とは「大きく変わる」ということ。変化はチャンスです。CHANGEをCHANCEにするにはTABOO、つまり既成概念や固定概念、過去の成功体験を取り去ることです。今回のテーマは、「クロスする知。起こそう、広告ケミストリー。」まずは田中さんからクロスマediaの現状についてうかがえればと思います。

**田中** 世の中は多様化していますが、私たちがアプローチしたいのは一人ひとりのお客様です。生活者の特性に着目して、それぞれのシーンに合ったメディアを選択して組み合わせることで、的確にメッセージを届けることが重要視されています。今やビジネスの課題=コミュニケーションの課題ですから、消費者の心をいかに動かすかなど、広告業界に求められる役割、領域、仕事の幅が広がっていると実感しています。手間隙かけて丁寧に、企業とコミュニケーションを取らなければならない時代になっていることを認識しておかなくてはなりません。

**西川** 生活者視点が重要ですね。今後、広告業界はどう変わっていくでしょうか？

**田中** 世の中には良い商品がたくさんあるのに、それが十分に伝えきれていないのが現状で、それはやはり宣伝が足りないからだと思います。多くの人に商品を知つてもらうためには、ストレートに情報を発信するだけでなく、デザインやコピー



を生かして商品を豊かなものにしていくことが重要です。1995年から2005年までの10年間で、消費者の受信可能な情報量はネットの普及で410倍に膨れ上がり、逆に消費できる情報量は13倍にとどまるという総務省のデータがあります。これでは、とてもすべての情報を消化できませんから、送り手である企業やメディアにとっては大変厳しい状況と言えます。広告の素材を作つて媒体に載せるという従来手法は、コミュニケーションの中でも一手段にすぎないと考えられるようになっていますから、伝達の手法自体を考えて提案する必要がありますね。ネットとマスmediaは敵対関係にあるのではなく、両者とも非常に重要で有益な存在なので、仲良くどういう形で進化していくかを考えたいですね。

**西川** “世界のトヨタ”がマーケティング会社を設立したこと自体、大きな変化ですが、高田さんは広告業界を取り巻く環境の変化をどのように捉えていますか？

**高田** デジタル化によって、消費者の行動が変わり、広告を取り巻く環境も大きく変わりましたね。これまで、新商品発売を宣伝すれば興味も感じてもらえていましたが、今は消費者がウェブで情報を検索し、商品を購入した後にその評価をブログで発信するなど、口コミによる評判形成のウェイ特徴が大変高まりつつあります。日本はアメリカや中国に比べて、まだウェブの接触時間が少なく、既存のメディアに割く時間が長い。このことはテレビや新聞にも十分な影響力があることを示しています。広告主としては、メディアの皆様には投資効果を高めるために、テレビCM・新聞広告等とリサーチのツールとしてのウェブを有機的につなげ、消費者の行動に結びつけるようにしてほしいですね。そのためには、メディア同士が垣根を越えて連携することが重要だと思います。他方、マスmediaは文化を形成する重要な媒体です。そしてこれら媒体は宣伝広告費で経営が成り立っているのですから。



我々広告主は単に効率追求だけにとどまらず、視聴者の数が増えるように媒体社と広告企画会社と三位一体となって、メディアの魅力を高める取り組みが求められると思います。



**西川** 亀山さんはコンテンツの創り手としてメディアの現状をどのように考えていますか?

**亀山** ドラマの世界では、成績として視聴率が問われます。スポンサーは、番組にではなく、そ

りゅうじん

の番組を見る視聴者のために広告料を出してくれます。明確な制作意図はもちろん重要ですが、顔が見えない視聴者がどう反応するかを常に考えながら作品づくりに取り組んでいます。これまで視聴者の反応がわからなくても、面白い番組を作ることはできました。しかし最近は、ウェブのおかげで視聴者の反応がリアルタイムでわかるんですね。反応に応じて、作り手は瞬時に作品の方向性を修正することが可能になった反面、結果として無難な作品しか生まれなくなつた傾向もあります。マーケティングを始めると、逆に突出するものがなく番組になってしまふかもしれません。

**西川** 亀山さんは神の手ならぬ亀の手と呼ばれ、数々の成功を収めて来られました。映画プロデュースの現場にいて様々な媒体の特性をどのように見てていますか?

**亀山** 携帯電話のほか、新聞や雑誌、テレビ、映画などの各メディア媒体とお客様との“距離感”を常に意識しています。自分なりに、3mm(携帯電話)、30cm(活字媒体)、3m(テレビ)、30m(映画館)と解釈しています。昔は繁華街には必ず映画館があったので、デートの合間に映画を見るのは当たり前でしたよね。しかし、今やシネコンが多いですから、「さあ、きょうは映画を観に行くぞ」とはっきり決めてから家を出させないといけない。ですから、多くの人に映画館に足を運んでもらうためには、映画以外の媒体を利用して情報を発信していくことも必



亀山 千広

要なんです。書店でハリー・ポッターの本が平積みされているのを見て、「ああ、そろそろ映画が始まるんだな」と思わせることが大事なんです。売り込みたい商品のターゲットや規模に応じて、どのメディアをメインに据えるのかにいま最も関心がありますね。テレビは早く広く伝わりますが、深く長く訴求できるという点では、ウェブや新聞の方が強烈なメディアなのかもしれません。

**西川** 伊藤さんが創るCMは感動的です。メディア環境が激変する中で広告はどう変わると思いますか?

**伊藤** メディアがデジタル化したことで、人々の意見の多様化が進んでいます。そうした中での広告の役割は、広告主の良い“評判”を作り、世論を形成することです。一方的に押し付けるのではなく、ウェブの双方向性を生かしながら、じわじわと評判を形成していくことが大切だと言えるでしょう。日本でもiPadが発売されました。多くの人が雑誌や新聞や書籍の情報をここから得る時代が必ず来ます。既存のメディアはこうした流れを敵対視するのではなく、どう生かしていくかが大事になってきます。また、広告会社が仕事を受注してコンテンツを考えるという従来の仕組みも変える必要があると思います。これからは、企業と代理店、マスメディアが一緒に商品を作り上げていく時代です。サービスやコミュニケーションの観点からも、この流れは広告業界の新しいビジネスの形になるのではないかと思います。

**西川** 広告の役割は評判作り、デジタル媒体も一緒に業界が一丸となって商品を作る時代になるとは夢が広がりますね。田中さんはどうあるべきだと思いますか?

**田中** マスメディアには文化的側面と産業的側面がありますが、いま伊藤さんのお話を聞いて、それは両立できるのだと思いました。経済環境の厳しい時代において、とかく広



告の効率を追求しがちですが、それが先行すると、小さな成果しか得られないのではないかでしょうか。失敗はないけれども、大成功もない。そんなことに終始するような気がします。マスメディアは

一気に効率よく伝えられますが、一人ひとりの消費者に想いがきちんと伝わることを軽視してきた面があると思います。ネット世界で広がる多様性、評判を意識すれば、もっと新しいことができるはずです。何だかワクワクしますね。

**西川** 高田さんはこれから媒体はどうあるべきだと考えていますか?

**高田** 来年にはテレビの地上デジタル化が完了しますが、データ放送の使い方がまだこなれていません。いちばんの特徴であるインタラクティブ性を生かしてほしいですね。また、新聞などの活字媒体にもデジタル化を機会に、新たな可能性を探っていただきたいですね。それと、先ほど伊藤

さんがおっしゃったように、クリエイターが企業の商品開発に参加するという意見は、新しい視点を取り入れられる点で大賛成ですね。



高田 坦史

“化学反応”を起こして行くにはどうすべきでしょう? 皆さんならば静岡をどうPRしますか?

**伊藤** やはり、日本一のパワースポットである富士山の存在が大きいですね。静岡は気候も人も穏やかで、南フランスのニースやコートダジュールのようなロハスな雰囲気をもっているような気がします。こうした特徴を業界としてもっと前向きにアピールすれば、観光資源として生かしていくのではないでしょうか。仰ぎ見ればそこに富士山があるというのは、ビジュアル的にもわかりやすいですね。ぜひ、私にコンテンツを作らせてください(笑)。

**西川** 伊藤さんには“平成の白隱禅師”として地域を元気にしてもらいたい。静岡県各地に足を運んで来られた田中さんはどうすればいいと思います?

**田中** 静岡のふるさとCM大賞を通して、いろいろ学ばせていただきました。地域がいちばん活用すべきは、地域の人や企業、組織をつなぎ、コーディネートできる力を持ったマスコミや広告業界だと思います。前向きに力強くものごとを動かす力はこの業界の特技です。あらゆる地域にいろいろな資産があるにもかかわらず、置き去りにされているので、もっと業界の力を生かすべきです。静岡県は、豊かな資源に恵まれているのに、それを発信する詰めが甘いとも言われます。それだけ豊かで困っていない証かもしれません。企業の商品開発担当者やメディアのプロデューサーは、顔が見えないお客様のことを考えて商品や作品を作り上げるという点では同じですね。なので、みなさんがおっしゃるように、企業の商品開発の段階から、メディアや広告代理店が参加して、一緒にコンテンツを作ってみてもおもしろいと思います。

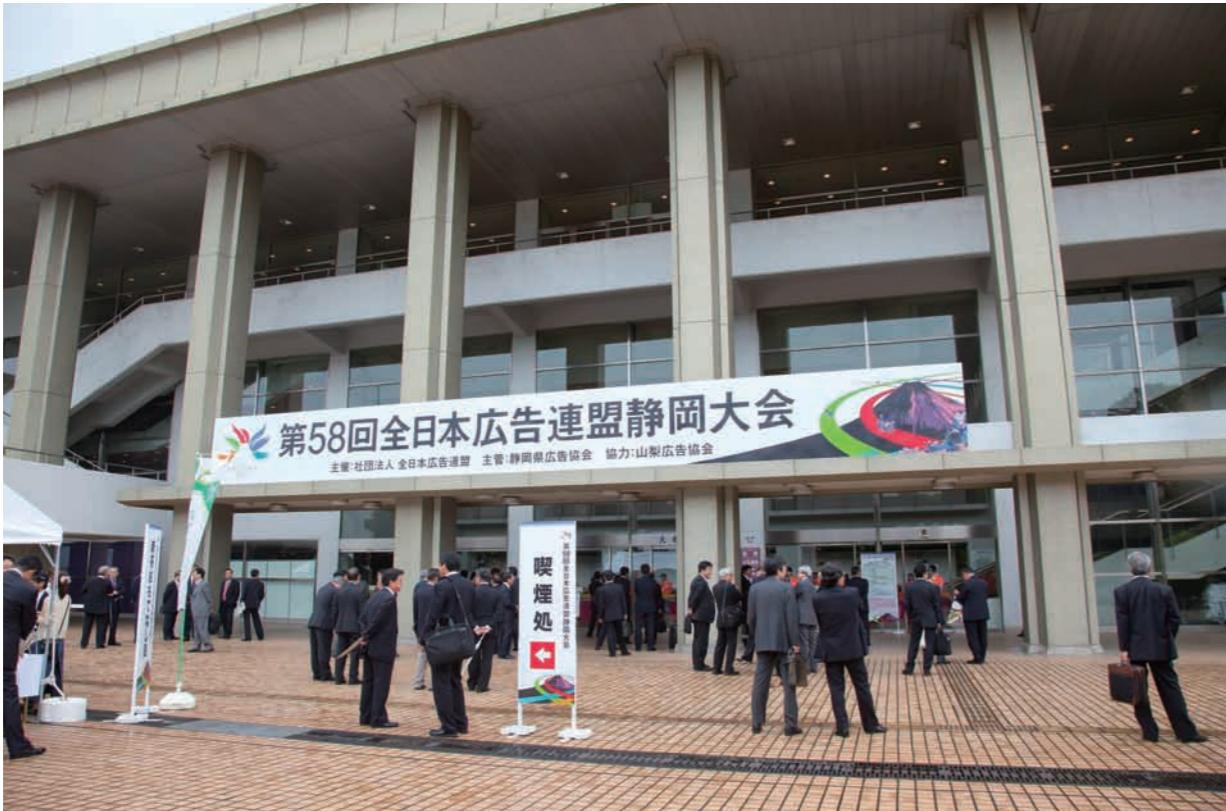
**西川** 静岡出身で世界を知る高田さんはどう考えます?

**高田** 静岡をアピールする上で、静岡には産業育成にしても、観光資源にしても、人を惹き付けるだけの十二分のコンテンツがあります。問題はそれを外部にどう伝えるか。グローバルな視点から見れば、中国がすごい勢いで成長しているので、富裕層をターゲットにした仕掛けを作るのもひとつ的方法だと思います。

**西川** ふじのくに静岡から広告業界を、ニッポンを元気にして行きましょう!ありがとうございました。



## 会場風景



会場となった静岡市民文化会館



静岡駅前に掲げられた歓迎の懸垂幕



富士山、お茶、みかん、駿河湾をイメージした歓迎モニュメント



当日のタイムスケジュール看板



静岡駅前地下道の会場案内看板



静岡茶の新茶もふるまわれた



静岡県のお土産コーナー



記念講演やパネルディカッションを熱心に聞き入る参加者たち



受付でネームカードと資料を受け取る



富士山パネル展

鈴木三郎助大賞授賞作品  
「古典をいだき 古典に抱かれてキャンペーン」等を展示

茶処・静岡の煎茶



お昼には当日の号外も配られた



全国各地から約1000人が参加

## オープニングアトラクション

[出 演] 静岡レディスコーラス&コールなでしこ

### 静岡レディスコーラス

1974年、「心もハーモニー」をモットーに創設。  
ドイツ・韓国などでの合唱交流も経験。

### コールなでしこ

1999年、静岡県立静岡城北高校の同窓生を中心発足。

両団体とも、「第32回全日本おかあさんコーラス全国大会(2009年愛媛県松山市)」に出場。



「ふじの山」の美しいハーモニーで会場を魅了しました



静岡レディスコーラス



コールなでしこ

## ランチタイムアトラクション

[出 演] DAIODOGEI 山本光洋氏・ダメじゃん小出氏

1992年から始まった日本最大の大道芸イベント「大道芸ワールドカップ IN 静岡」は本年11月4日から7日まで開催されます。ランチタイムアトラクションでは皆様に、計算しつくされた動作と、考え抜かれたギャグのオンパレードで観客を魅了する山本光洋氏と、痛快なトークとコメディタッチのジャグリングで笑いを誘う異色のエンターテイナーダメじゃん小出氏のパフォーマンスをお楽しみいただきました。



山本光洋氏



ダメじゃん小出氏

## 歓迎アトラクション

[演 題] ふじのくに「劇団SPAC」 芸術総監督 宮城聰の世界

[出 演] 劇団SPAC (Shizuoka Performing Arts Center)

(財) 静岡県舞台芸術センター(Shizuoka Performing Arts Center:SPAC)は、専用の劇場や稽古場を拠点として、専属の俳優、専門技術スタッフが活動を行なう日本で初めての公立の文化事業団体です。今回は、芸術総監督宮城聰の演出による演劇「ペール・ギュント」の名場面を上演。専属俳優たちによる楽器の生演奏を含め迫力ある舞台が繰り広げられました。



SPACによる歓迎アトラクション



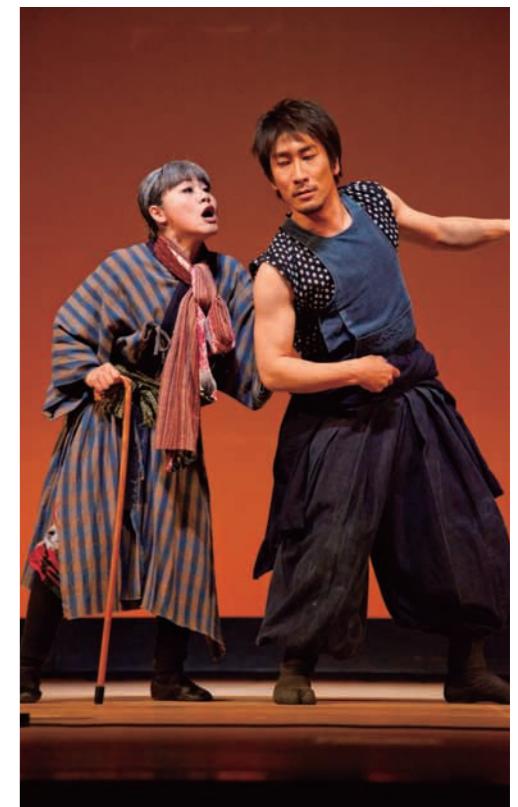
戯曲「ペール・ギュント」の1シーン



迫力ある生演奏も俳優たちが兼任する



「舞台芸術のすそ野を広げたい」と話す宮城聰芸術総監督



熱演する俳優は地元静岡に住む“身近な”存在

## 懇親会



挨拶する山梨広告協会の野口会長



大会参加者で賑わう会場「センチュリールーム」

会場となった  
ホテルセンチュリー静岡

パネリストの田中里沙氏(宣伝会議編集室長)



コーディネーターの西川りょうじん氏



静岡の海の幸、地酒がぞうり



パネリストの高田坦史氏(トヨタマーケティングジャパン社長)



お土産コーナーも人気を集めた



地場产品販売コーナー



山梨県産ワインも大好評!



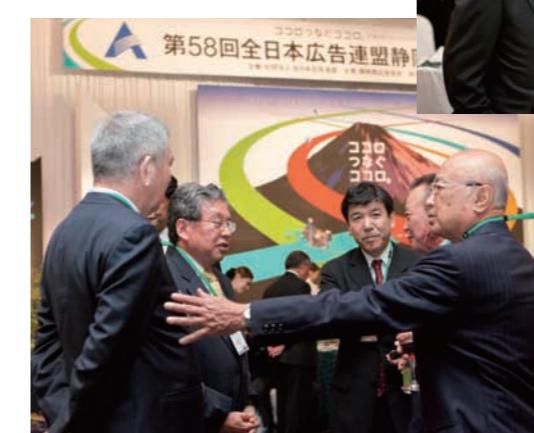
静岡県立静岡城北高等学校吹奏楽部のみなさんによる懇親アトラクション



高校生の演奏に耳を傾ける参加者のみなさん



パネリストの亀山千広氏(フジテレビジョン映画事業局長)



大会会長の松井純氏(右)

和やかに談笑する参加者のみなさん



静岡の旬の食材を使った料理に舌鼓



## 見学会

当日朝まで降り続いた雨が、見学会の出発を待つかのように降り止み、  
静岡県の東・中・西部への各コースを楽しんでいただきました。



家康公が幼少時代をすごした「臨済寺」(静岡コース)



資生堂企業資料館・アートハウス(掛川・浜松コース)  
130年にわたる広告の歴史を熱心に見学



スズキ歴史館



家康が祀られている久能山東照宮(静岡コース)



土肥金山(伊豆コース)



砂金採りに挑戦



修善寺  
修善寺温泉「とっこ湯」へ

## 親睦ゴルフ会

朝方までに雨も上がり、絶好のコンディションとなりました。  
途中、富士山も姿を現し、雄大な眺めを楽しみながら、プレーを満喫して頂きました。



富嶽カントリークラブ



豪快にナイスショット!!



スタート前に記念写真

# 静岡県広告協会 会員社

(業種別五十音順)

## 【経済団体】

静岡県印刷工業組合  
社団法人 静岡県屋外広告協会  
財団法人 静岡県銀行協会  
静岡県広告業協会  
社団法人 静岡県商工会議所連合会  
社団法人 静岡県信用金庫協会  
静岡県中小企業団体中央会  
静岡県農業協同組合中央会  
社団法人 静岡県バス協会  
静岡県百貨店協会  
静岡商工会議所  
沼津商工会議所

## 【広告主】

アサヒビール株式会社静岡支社  
株式会社 アブリイ  
株式会社 安心堂  
株式会社 アンビ・ア  
株式会社 井越  
株式会社 イシバシプラザ  
伊豆箱根鉄道株式会社  
株式会社 市川園  
株式会社 いちまる  
株式会社 エスパルス  
株式会社 エスパルスドリームフェリー  
SBSマイホームセンター株式会社  
株式会社 エンチョー  
株式会社 遠鉄百貨店  
木内建設株式会社  
キリンビール株式会社静岡支社  
株式会社 クーポール会館  
小泉アフリカライオンサファリ株式会社  
株式会社 小山園茶舗  
株式会社 ザ・サードプラネット  
サッポロビール株式会社東海北陸本部静岡支社  
株式会社 ザ・トーカイ  
三京株式会社  
サントリービア&スピリッツ株式会社静岡支店  
株式会社 CFSコーポレーション  
株式会社 ジーンズショップオサダ  
株式会社 JTB中部静岡支店  
株式会社 静岡伊勢丹  
静岡委託商事有限会社

静岡ガス株式会社  
株式会社 静岡銀行

静岡県新聞輸送株式会社  
静岡県信用農業協同組合連合会  
静岡県遊技業協同組合  
静岡県労働金庫  
静岡ターミナル開発株式会社  
静岡帝国警備保障株式会社  
静岡トヨタ自動車株式会社  
静岡トヨペット株式会社  
静岡ビル保善株式会社  
静活株式会社  
株式会社 清水銀行

株式会社 白形傳四郎商店  
有限会社 新日邦  
株式会社 スギヤマコーポレーション  
スズキ株式会社  
株式会社 スズキ自販静岡  
鈴与株式会社  
スルガ銀行株式会社  
セキスイハイム東海株式会社  
ソフトバンクモバイル株式会社営業第一本部  
株式会社 市川園  
株式会社 いちまる  
株式会社 エスパルス  
株式会社 エスパルスドリームフェリー  
SBSマイホームセンター株式会社  
株式会社 エンチョー

株式会社 遠鉄百貨店  
木内建設株式会社  
キリンビール株式会社静岡支社  
株式会社 クーポール会館  
小泉アフリカライオンサファリ株式会社  
株式会社 小山園茶舗  
株式会社 ザ・サードプラネット  
サッポロビール株式会社東海北陸本部静岡支社  
株式会社 ザ・トーカイ  
三京株式会社  
サントリービア&スピリッツ株式会社静岡支店  
株式会社 CFSコーポレーション  
株式会社 ジーンズショップオサダ  
株式会社 JTB中部静岡支店  
株式会社 静岡伊勢丹  
静岡委託商事有限会社

富士ゼロックス静岡株式会社  
株式会社 富士屋

ホテルアンシア静岡  
株式会社 ホテル小田急静岡  
株式会社 メガネトップ  
株式会社 望月商事  
矢崎総業株式会社  
株式会社 やまだいち  
ヤマハ株式会社  
ヤマハ発動機株式会社  
株式会社 横山事務器  
米久株式会社

【新聞・放送・出版】  
株式会社 アルバイトタイムス  
株式会社 伊豆新聞本社  
SBSメディアサービス株式会社  
株式会社 エフエムしみず  
エフエムぬまづ株式会社  
株式会社 エフエム富士静岡営業所  
株式会社 静岡朝日テレビ  
静岡エフエム放送株式会社  
株式会社 静岡新聞社  
株式会社 静岡第一テレビ  
株式会社 静岡ビジネス社  
静岡放送株式会社  
株式会社 竹茗堂茶店  
中部ガス株式会社浜松支店  
中部電力株式会社静岡支店  
株式会社 東海道シグマ  
東京電力株式会社沼津支店  
トヨタカローラ静岡株式会社  
トヨタカローラ東海株式会社  
西日本電信電話株式会社静岡支店  
日産プリンス静岡販売株式会社  
日本電気株式会社静岡支社  
日本ヘルスマイト株式会社  
ネットヨタ浜松株式会社  
はごろもフーズ株式会社  
花の舞酒造株式会社  
浜名湖競艇企業団  
浜松ホニクス株式会社  
ハラダ製茶株式会社  
株式会社 浮月

## 【広告業】

オイネオン株式会社  
株式会社 朝日広告社静岡支局  
株式会社 旭ビジョン  
アデックス株式会社日本経済広告社東海支社  
株式会社 アドウイング  
株式会社 アドウェーブSANO  
株式会社 アドコウ  
株式会社 アドシップ  
有限会社 アトラスト  
株式会社 アドリブ  
株式会社 インクス  
株式会社 エイエイピー  
株式会社 エイビィエス  
株式会社 SBSプロモーション  
株式会社 エム・エス・エス  
遠州鉄道株式会社  
株式会社 オフィス大野  
協同広告株式会社静岡支店  
株式会社 グローバル・ネットワーク  
株式会社 広宣社  
コスタ株式会社  
株式会社 産経広告社静岡支社  
株式会社 三晃社静岡支社  
サン宣伝社  
株式会社 シード  
株式会社 ジェイアル東海エージェンシー静岡支店  
株式会社 ジエクラフト  
株式会社 静岡オリコミ  
株式会社 しづおかオンライン  
静岡広告株式会社  
静岡コープサービス株式会社  
静岡鉄道株式会社  
株式会社 静岡テレビセンター  
株式会社 静岡博報堂  
株式会社 静岡毎日広告社  
株式会社 静岡読売インフォメーションサービス  
株式会社 静鉄アド・パートナーズ  
有限会社 志太折込広告センター  
株式会社 清水オリコミ  
新企画株式会社  
新放広告株式会社  
株式会社 星広  
有限会社 西部広告

株式会社 総合広告浜松支社  
株式会社 相互広告社

大日廣告株式会社  
株式会社 ダイワ  
株式会社 ダン  
中電興業株式会社静岡支社  
株式会社 中日アド企画東海支社  
株式会社 中部エージェンシー  
中部企画株式会社  
株式会社 中部日本広告社浜松支社  
株式会社 ディスタンス・インターナショナル  
株式会社 電通東日本静岡支社  
株式会社 東海オリコミ  
東海広業株式会社  
株式会社 東広  
東電廣告株式会社沼津支社  
株式会社 日交東海本社  
株式会社 沼広  
株式会社 浜松中日サービスセンター  
株式会社 ビーエーシー

有限会社 藤枝オリコミビーアール  
株式会社 富士企画  
株式会社 富士コミュニケーションズ  
株式会社 富士テレネット  
株式会社 プレーン  
株式会社 メディアトーク  
有限会社 読売静岡広告社  
株式会社 ライフ  
株式会社 リック

有限会社 スタート・アップ  
有限会社 ツボヤ建装

東京企画装飾株式会社静岡支店  
株式会社 ブレーイン  
有限会社 マイルスタッフ  
株式会社 メディアワークスジャパン  
有限会社 ワンダーランド

## 【印刷】

株式会社 石垣印刷  
株式会社 エスケイビー  
杉山メディアサポート株式会社  
星光社印刷株式会社  
中部印刷株式会社  
ナガハシ印刷株式会社  
日興美術株式会社  
日本レーベル印刷株式会社  
松本印刷株式会社

## 【広告関連】

テレビ静岡商事株式会社  
株式会社 トムス  
株式会社 ビデオリサーチ静岡営業所  
株式会社 リビングプロシード静岡支社

## 【ご協力いただいた団体・企業】

静岡県  
静岡市  
社団法人 静岡県観光協会  
財団法人 静岡観光コンベンション協会  
浜松商工会議所  
富士商工会議所  
認定NPO法人 富士山を世界遺産にする国民会議  
静岡グラフィックデザイナーズ協会  
静岡県酒造組合  
日本たばこ産業株式会社静岡支店  
山梨県  
山梨県 観光部観光企画・ブランド推進課  
株式会社 テレビ山梨  
株式会社 山梨日日新聞社  
株式会社 山梨放送

## 世界お茶まつり2010

World O-CHA(Tea) Festival 2010, Shizuoka, Japan

会期: 平成22年10月28日(木)~31日(日)  
会場: グランシップ(静岡市)

世界お茶まつりは、約30ヵ国・地域が参加し、静岡から世界に向けて産業・文化・学術に関する最先端の情報を発信するお茶の総合イベントです。



富士山静岡空港「しづおか茶おもてなしコーナー」

## ほつとするHOTなまち 静岡市 大道芸ワールドカップ in 静岡 2010

とき: 2010年11月4日(木)~7日(日)  
ところ: JR静岡駅周辺など  
世界中からトップクラスのアーティストが集結!  
<http://www.daidogei.com>



写真展「静岡市の魅力(仮)」  
とき: 2010年11月2日(火)~7日(日)  
ところ: 静岡市民ギャラリー(静岡市葵区追手町5-1)  
問合せ: 静岡市広報課(☎054-221-1021)



## 大会役員

大会役員	大会役職名	協会役職名	氏名	団体・社名 役職名
大会顧問	大会会長	会長	松井 純	(株)静岡新聞社、静岡放送㈱社長
	大会副会長	副会長	杉山 元	静岡県広告業協会 理事長
	副会長	副会長	河合 久光	(株)静岡朝日テレビ 代表取締役社長
	副会長	副会長	鈴木 一喜	静岡エフエム放送㈱ 代表取締役社長
	副会長	副会長	福岡 常行	(株)静岡第一テレビ 代表取締役社長
	副会長	副会長	佐藤 修造	中日新聞東海本社 取締役東海本社代表
	副会長	副会長	小林 豊	(株)テレビ静岡 代表取締役社長
	山梨広告協会会長	野口 英一	(株)山梨日日新聞社 会長兼(株)山梨放送 社長	
	副会長	大高 正利	静岡県印刷工業組合 理事長	
	副会長	横山 巍	(社)静岡県屋外広告協会 会長	
	副会長	中西 勝則	(財)静岡県銀行協会 会長	
	副会長	松浦 康男	(社)静岡県商工会議所連合会 会長	
	副会長	御室 健一郎	(社)静岡県信用金庫協会 会長	
	副会長	佐野 光治	静岡県中小企業団体中央会 会長	
	副会長	田代 武満	静岡県農業協同組合中央会 会長	
	副会長	竹内 善一郎	(社)静岡県バス協会 会長	
	副会長	水野 和明	静岡県百貨店協会 会長	
	副会長	後藤 全弘	沼津商工会議所 会頭	
	山梨広告協会副会長	金丸 康信	(株)テレビ山梨 代表取締役社長	
	山梨広告協会副会長	井上 雅雄	(株)アドヴォネクスト 代表取締役会長	
	山梨広告協会専務理事	西川 勝仁	(株)山梨日日新聞社 常務取締役	
実行委員会	大会役職名	協会役職名	氏名	団体・社名 役職名
<財務部会>	委員長	理事長	杉 雅俊	(社)静岡県商工会議所連合会 専務理事・事務局長
	副委員長	副理事長	玉村 知史	西日本電信電話㈱静岡支店 理事 静岡支店長
	副委員長兼大会事務局長	副理事長	杉田 至弘	静岡放送㈱ 常務取締役
	副委員長	副理事長	豊田 操	(株)電通東日本静岡支社 支社長
	部会長	常任理事	宮城島 安宏	(株)静岡新聞社 顧問
	副部会長	理事	溝田 高虎	(株)静岡博報堂 代表取締役社長
	参与	常任理事	石神 章兆	はごろもフーズ(株) 常務取締役販売本部長
	部会長	理事	吉岡 克己	中日新聞東海本社 営業局長心得
	副部会長	理事	池川 道佑	コスタ㈱専務取締役
	参与	理事	広地 俊夫	日本電気㈱静岡支社 支社長
<総務部会>	部会長	理事	井上 隆	(株)静岡朝日テレビ 常勤監査役
	副部会長	理事	佐藤 隆司	(株)東海オリコミ 代表取締役社長
	参与	理事	加藤 正明	セキスイハイム東海㈱ 代表取締役社長
	部会長	理事	杉田 至弘	静岡放送㈱ 常務取締役
	副部会長	理事	石原 郁生	(株)ビーエーシー 常務取締役営業統括
	副部会長	理事	大村 均	(株)三晃社静岡支社 取締役支社長
	副部会長	理事	滝 克芳	(株)アドシップ 代表取締役
	参与	理事	竹尾 晃	中部電力㈱静岡支社 常務執行役員支店長
	部会長	理事	高橋 均	(株)テレビ静岡 営業局長
	副部会長	理事	大川 智	静岡エフエム放送㈱ 取締役営業本部長
<大会部会>	副部会長	理事	金山 功征	三京㈱ 代表取締役
	副部会長	理事	大戸 正彦	(株)静岡第一テレビ 取締役営業局長
	副部会長	理事	森田 博隆	(株)静岡リビング新聞社 代表取締役社長
	副部会長	理事	大石 実	(株)静岡銀行 支店サポート部長
	参与	理事	福元 進	(株)静岡商工会議所 総務部長
	部会長	理事		
	副部会長	理事		
	副部会長	理事		
	参与	理事		
	部会長	理事		
事務局スタッフ	大 会	役 棒	氏 名	団体・社名 役職名
事務局長	事務局長	総括	杉田 至弘	静岡放送㈱ 常務取締役
	事務局次長	総括	秋山 爭	(株)静岡新聞社 営業局専任局長兼広告開発部長
	事務局員	諫訪部和雄	丹澤 朋行	静岡県広告協会 事務局長
	事務局員	財務	村松 重治	山梨広告協会 事務局長
	事務局員	総務	市川 浩志	(株)静岡新聞社 営業局長兼静岡営業センター長
	宿泊送迎		竹島 則之	(株)静岡新聞社 総務局次長兼経理部長
	大会		藤田 悅司	中日新聞東海本社 営業局広告部長
			中島 功	(株)中日ショッパー 取締役統括本部副本部長兼静岡統括部長
			佐藤 信也	(株)静岡朝日テレビ 編成業務局業務部長
			村木 信男	(株)JTB中部 静岡支店営業一課グループリーダー
懇親			加藤 哲朗	静岡放送㈱ 編成業務局次長兼業務推進部長
			竹下 卓	(株)静岡新聞社 企画事業局企画センター企画部長
			鍋田 繁広	(株)電通東日本静岡支社 支社次長兼業務管理部長
			永田 龍彦	(株)電通東日本静岡支社 支社次長
			松世 弘	(株)SBSプロモーション 取締役静岡営業本部長
			青嶋 秀晃	(株)テレビ静岡 事業局次長兼事業部長
			白井 清也	(株)静岡第一テレビ 事業局長兼事業部長
			石上 聖子	(株)静岡第一テレビ 営業局EM兼営業推進部長
				静岡県広告協会 事務局

## 全広連静岡大会を終えて

第58回全日本広告連盟静岡大会は、5月19日から21日の3日間、静岡市の静岡市民文化会館をメイン会場に、全国37協会の会員、関係者約1000人の参加者を集めて開催し、成功裏に閉幕することができました。

お忙しいなか、遠路ふじのくにまで足をお運びいただきまして、心より御礼申し上げます。また、大会運営にあたり多大なるご指導、ご協力を賜りました全広連事務局、各地広告協会のみなさまに深く感謝いたします。

静岡大会のテーマ「ココロつなぐココロ。広告の力、ふじのくにから発進。」は、広告業界を取り巻く環境変化をどう捉え、どうチャンスとするかを追求しつつ、ふじのくにから発信することを目指して掲げました。デジタル化が急速に進む中、これから広告のあり方を考えるきっかけにもなったのではないか。

オープニングを華やかに飾った静岡レディスコーラス＆コールなでしこの美しいハーモニー、劇団SPACの生演奏を含めた迫力あるステージ、難解な禅の教えを絵と文字で大衆化した白隱禪師の魅力を説いた芳澤勝弘・花園大学教授の講演、さらに、「クロスする知。起こそう、広告ケミストリー。」をテーマにしたパネルディスカッションなど、いずれも本年度の全広連活動目標である「広告の元気は、ニッポンの元気」につながるメッセージを発信していましたように思います。

見学会や懇親パーティ、ゴルフなどは、静岡の自然や歴史、文化に触れ、食を楽しみ、そして、全国の仲間との交流を深めていただく機会になったことと思います。

静岡大会で培われた全国の仲間との絆は、全広連のさらなる飛躍に結びつくものであり、静岡県広告協会にとりましても大きな財産になったと確信しております。

今後ともみなさまの一層のご支援、ご指導を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。



静岡県広告協会 全広連静岡大会事務局