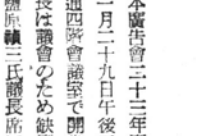
廣告は産業振興の推進力
廣告は生活文化の先驅
廣告は時代思想の象徴

N.A.A. NEWS

第5號（月1回發行）
昭和23年1月25日發行
編集兼發行人　西郷德男
發行所
東京都中央區銀座西七ノ一　電通ビル
日本廣告會
電話銀座5911・4111（社内201）

廣告の成長のために



商品の宣傳廣告が現在商品の生産との關連性に於てなされるのでなく從つて廣告本來の機能を果していないのである以上廣告に生氣が漲らぬのは當然であろう廣告スペースの小さな割一さ、廣告料金の據上り、廣告代理店問題屋外看板の無軌道の亂立振り等、廣告界の低調さに對して一方その混亂振りは何とも形容の出來ない有樣ではないか。確かに正常な狀態ではない突然に與へられた自由主義的精神が終戰後の廣告界にこのような結構な形になつて現はれた譯だ。故互に四苦八苦して無理をし乍ら廣告界は何となくその日その日を暮しているようなものである。

何時になつたら廣告が夫々の在り方に着いてしつとりと落附いて市民の生活に滲透してこれを高めるようにならぬ限り何事も問題にならない譯ではあるが、この渦中に投げ込まれているわれわれ銘々の廣告人は多分の責任がありはしないか。

日本廣告會は終戰後の日本の廣告界の羅針盤となるべく設立したものであり、廣告界をその正しい在り方にあらしめる可くイニシアテイブをとるために設立されたものである。終戰後今日に至つて廣告界の不活潑さに比べてその混頓振りはさらに廣告本來の文化的な姿を取り戻すことが出來るのだろう。文化と生産の推進力となり樂しい社會の指導性を何時になつたら廣告が持つようになるのだろう。

勿論經濟の安定によつて社會の狀態が正常な位置に在るようにならぬ限り何事も形態も實質的にやれるようになつたのであるから、今後は會員の熱意と協力によつて本當に仕事をする會にしなければならないと思う會の存在を示すために何かをするのではない等であるまだまだ本格的な動きをとるところまでは行つていなかつたと云へよう。

準直に云つて廣告界の動きはあらゆる面に於て困難な狀態にあり低調を極めているといえる恐らく最惡の條件の下に置かれている、だが近い將來の活動のために今この時將來の廣告の場合のために正しい秩序ある廣告界の地盤をつくらずにいたら一體どうなるであろうそしてこの仕事を日本廣告會がせずに一體誰がするというのか。正しい立脚の廣告活動の芽生へのためによい畑を今こそ培うのだ。

理事、監事を改選

本年度初總會終了

日本廣告會三十三年度初總會は一月二十九日午後二時より電通四階會議室で開催、高橋會長は議會のため缺席、副會長鹽原、鎌三氏議長席に就き開會の挨拶を述べ左記議題の審議に入る

第一、昭和三十二年度會計報告の件
第二、昭和三十二年度業務報告の件
第三、定款一部改正の件
イ、會費增徴の件
正會員五〇圓を一〇〇圓に增額
技術部會員一〇圓を五〇圓に增額
ロ、理事定員變更の件
現在理事定數三五名を五〇名に增員
ハ、分科規定一部改正の件
映畫、演劇部會、百貨店部會、官衙金融部會、交通觀光部會

從來の二部會を以上四部會に分割する
第四、理事、監事改選の件
第五、理事長互選の件
第六、常務理事增員の件
第七、昭和二十三年度收支豫算案審議の件
第一より第三に至る議案に就て長澤常務理事より詳細說明を行い原案通り承認、次で第四、理事監事の改選は分科規定に基き別室に於て各部會ごとに選擧又は協議を行い、左の如く議場に報告それ〳〵正式決定をみた

△新聞部會、（理事）瀧澤清、柳洲行、山岡重孝、戸重德田原武雄、光田龍司、野間浩、（監事）矢崎民造以上八氏
△化粧品部會、（理事）白川慶三、衣笠龍夫、西郷德男（監事）鹽澤鐵八以上四氏
△家庭部會、（理事）淵村重吉、北原鐵雄、藤井勝之助以上四氏
△醫藥品部會、鳥田憲之助、關原良三、中村實、（監事）加賀利寅三郎以上四氏
△映畫演劇部會、（理事）島尾良造、三浦信夫、岡田嘉三郎以上三氏
△百貨店部會、（理事）飯田美稻、松浦英吉、岡田茂
△廣告代理店部會、（理事）吉田秀雄、瀨木博政、南强一以上三氏
△飯食料品部會、（理事）佐佐木權三郎外未定
△屋外廣告部會、（理事）馬場聰吉、齋藤岩次郎　以上二氏
△出版印刷部會、（未定）
△機械器具雜品部會（未定）
△官衙、金融部會（未定）
△交通觀光部會（未定）

二百萬圓を突破

都廣告納稅組合成績

昨年十月設定した東京都廣告納稅組合その後の徵收狀況は頗る良好で徵收實績は別表の通り月を追うて上昇、而かも一人の滯納者もなく目下のところ極めて順調といえる、都當局では組合結成當時本年一月から多少の稅率引上げの希望も持つていたのだが前述の通り國會に進んでいる折柄僅少な稅率改正は却つて不得策と本年度內は現狀維持と決定した、尤も料金課稅と定額課稅の不均衡を是正するため十二月から第二種の內業者の企劃によつてなされている、例へば廣告增進運合看板等を第一種第二部として料金課稅に變更したが、增收の一因はその儘であるとみられよう、徵收成績は左の如し

二十二年十月分　五八、八〇〇圓（九月分を含む）
二十二年十一月分　六九、二九八四圓
二十二年十二月分　八四、一九〇圓
計　二二二、二一七五圓

これを種類別にした處なるものは（三カ月）

▽國鐵（四二、六四二圓）
▽都電（七八、五二四四圓）
▽地下鐵（九八、七八八圓）
▽東京急行（二六、七七四四圓）
▼東武（四、五三二八圓）
▼西部武蔵野（五、一三二圓）
▼京成（一、八七二〇圓）
▼電氣鐵（二六、九四三圓）
▼浴場（八、七三七三圓）
▼廣告塔（四、一七三四圓）
▼電車廣告（七七、四一一四圓）
▽電柱廣告（六五、八一六九圓）
▼驛掲出ポスター（四一、二三五〇圓）
▼驛掲出額面其他（一二、五三三六圓）

化粧品廣告界

ボツボツ老舗も登場
期待さるN・A・A

しかし鬼にも角にも紙上に現われる化粧品廣告はどれを中庸どころか至は比較的新しい本舖の原稿も未だはつきりした性格を出すところまで行つていない。矢張りまだ廣告の廣告界の深刻な表情があるのである

往年鎬を削つて覇を爭つた化粧品廣告界の老舖メーカーは未だ出揃はず、一方終戰直後非常な勢で廣告界に擡頭して來た新興商品の廣告も最近は以前の活潑さが見られなくなつたようだ。

資生堂、ライオン、クラブを始めウテナ、ルーブ、モンココ、ジヤスミーの諸本舖は未だウオーミングアップを續けている程度であり、丸見屋、井筒堂、花王に本舖などは漸くペンチから立上りバットを振り廻しているといつたところであるし、その昔のチヤンピオンランとして自他共に許していた大本舖の原稿が殆ど到着していないと思われるのは、止むを得ない事情があるにせよ寂しい感じがする。

廣告が一昨年四月再開した、當時は業者僅に四、五名で東鐵收入も日額數萬圓にしか過ぎなかつたが爾來急速に增加し殊に昨年春以來業者數の增加と共に收入も十數倍に上昇、現在では電車廣告の申込のみで每日百數十件、掲載割限の三倍以上に達している。一方各驛掲示のポスター及廣告額面の數も收容綠の數倍に達する申込みがあり每日論議により辛うじて處理しているいわれてており、每朝僅か參名の東鐵係員が擔當者四十七名を向うに廻し渉り合う？という狀態である

其の結果不掲出其他で廣告主に迷惑をかけることも少くないところから鐵道當局でも業者と懇談を重ねた結果、完全掲出をモツトウに全業者を打つて一丸とした鐵道廣告事業連合會を組織することとなり發起人に齊藤（折込廣告）、谷口（中村寫眞弘社）、片岡（交通公社）、田邊（日本交通工藝）山端（國際宣傳企業）、近藤（日本宣傳）、榎本（榎本廣告部）の七氏と業務擔當の馬場氏を加え二月初旬創立總會を開き今後の活動に備えることとなつた

廣告業者を一丸

東商　屋外廣協を强化

昨年五月屋外廣告の取締權限が警視廳から東京都廳へ移讓され建設局の都市計畫課で擔當することとなります都內に於ける業者の現況を綜り且つその結集を圖る爲に東京商工會議所の協力を得て實態調査に着手、引續き七月初旬重なる業者を集め屋外廣告研究會の名のもとに會議所の高橋會頭を會長に同吉阪專務理事と弘告社の堀田氏を副會長に、會議所前田業務部長を理事長とし理事十六名、監事二名を任命約六十數名の會員を擁して一應設立を了した、都當局ではその設立を俟つて直ちに一、新時代における廣告物取締の基本方針如何

二、現行廣告物取締法規に對する意見の二項目の諮問を發し研究會の意見を徵したが、これに對し會員中から委員を選び研究會を組織して答申した

昨年十月屋外廣告物取締權限が警視廳から東京都廳へ移讓され建設局の都市計畫課で擔當することとなります都內に於ける業者の現況を綜り且つその結集を圖る爲に東京商工會議所の協力を得て實態調査に着手、引續き七月初旬重なる業者を集め屋外廣告研究會の名のもとに會議所の高橋會頭を會長に同吉阪專務理事と弘告社の堀田氏を副會長に、會議所前田業務部長を理事長とし理事十六名、監事二名を任命約六十數名の會員を擁して一應設立を了した、都當局ではその設立を俟つて直ちに

一、新時代における廣告物取締の基本方針如何

二、現行廣告物取締法規に對する意見の二項目の諮問を發し研究會の意見を徵したが、これに對し會員中から委員を選び研究會を組織して答申した

ことと

二、右廣告部會は單に屋外廣告業者のみでなく凡ゆる廣告業者を網羅する外廣告主も參加せしめる

三、右廣告部會は屋外廣告に關する一切を研究し同時に廣告物件の審査順に許可の實施に當る

四、從來の屋外廣告研究會は「日本屋外廣告協會」と改め前記廣告部會に直結せしめる

以上の構想にもとづき具體的な結論を得たので目下關係各當局が御意その實現に邁進しているので近く具體的な形となるだろう

鐵道廣告連
合會創立

戰時中休止狀態であつた國鐵廣告が一昨年四月再開した、當時は業者僅に四、五名で東鐵收入も日額數萬圓にしか過ぎなかつたが爾來急速に增加し殊に昨年春以來業者數の增加と共に收入も十數倍に上昇、現在では電車廣告の申込のみで每日百數十件、掲載割限の三倍以上に達している。一方各驛掲示のポスター及廣告額面の數も收容綠の數倍に達する申込みがあり每日論議により辛うじて處理しているいわれてており、每朝僅か參名の東鐵係員が擔當者四十七名を向うに廻し渉り合う？という狀態である

其の結果不掲出其他で廣告主に迷惑をかけることも少くないところから鐵道當局でも業者と懇談を重ねた結果、完全掲出をモツトウに全業者を打つて一丸とした鐵道廣告事業連合會を組織することとなり發起人に齊藤（折込廣告）、谷口（中村寫眞弘社）、片岡（交通公社）、田邊（日本交通工藝）山端（國際宣傳企業）、近藤（日本宣傳）、榎本（榎本廣告部）の七氏と業務擔當の馬場氏を加え二月初旬創立總會を開き今後の活動に備えることとなつた

廣告電通賞

電通ではかねて懸案の「廣告電通賞」をいよいよ本年度より設けることになつた、第一回は二月一日より七月一日までの新聞雜誌ポスターなどの廣告を主に企畫面と技術面の兩面にそれぞれ優秀作品を選定し授賞するが、審査委員は期界の第一級的人物を網羅する

本賞は賞狀及び廣告電通賞牌　副賞金壹萬圓

となつており、入賞の發表及び贈賞式は來年七月一日日本廣告通信記念日に行う

本年こそ本格的活動を

白川理事長談

今年私が再度理事長を勤めることになりました、今年は廣告會としては愈本格的に仕事を始めたいと考へて居ります

常務理事會議を終り、最後に白川理事長より大要左の如き重任挨拶あり午後三時廿分終了した

「お前はロボツトで良い」ということで已むなくお引受けした次第であります、どうか皆樣の御支援と御鞭撻を御願致します

本年の計畫としては部會が增加し十四部會になつた事、會報編集委員會が出來、西郷氏が委員長としてやつて頂いて居り近く本年第一號が出ることになつております、そのほか廣告淨化委員會とか廣告についての調査委員會なぞを設けて組織と運營をうまくやつていきたいと考えておりますが、これには是非皆樣方の御熱意と御協力がなければ出來ませんのでどうか日本廣告會のために一層の御盡力を御願致します

☆

★

猶技術部會は他の部會とはその性格を異にするも同部會の重要性に鑑み新らたに左の如く理事を選出することとなつた

△技術部會（理事）二瀨亞士、新井靜一郎、椎橋勇、今泉武治、以上四氏
以上理事、監事三十六名の選出に引續き理事長の互選を行つた結果白川慶三氏が當選す

△常務理事西郷德男、吉田秀雄、鹽原良三、山岡重孝、以上五氏
二瀨亞士
次で「昭和二十三年度收支豫算案」に關してはその編成方針を明確にし「お前はロボツトで良い」ということで已むなくお引受けした次第であります、どうか皆樣の御支援と御鞭撻を御願致します

本年の計畫としては部會が增加し十四部會になつた事、會報編集委員會が出來、西郷氏が委員長としてやつて頂いて居り近く本年第一號が出ることになつております、そのほか廣告淨化委員會とか廣告についての調査委員會なぞを設けて組織と運營をうまくやつていきたいと考えておりますが、これには是非皆樣方の御熱意と御協力がなければ出來ませんのでどうか日本廣告會のために一層の御盡力を御願致します

☆

★

二十年度の技術部会

今年こそは

デモクラティックな組織と運営

土屋亜二渡

昨夏技術部會に於て、ニッポン・ルネサンス廣告展を計畫し、廣告文化の向上に輝しい一頁を記錄したことは我々の喜び得る大きな喜びであつた。正にそれはホームランであつたと言える。

ところが、そのホームランが相次いで出れば良かつたのであるが、その後は一本のヒットどころか、球場への出場も無くして遂に昭和廿二年度を終つて仕舞つたのである。これは一に私の責任であり、茲に深く謝申しないことで、茲に深くおわびする次第である。

技術部會の誕生そのものが日本廣告會が年一回程度開催するところの事業の技術面を擴張すると言うことのみで生れたものでないことは言うまでもない。日本廣告會が廣告文化の向上を計ると言つたところで、各種の事業を催さなければ向上も發展もあり得ないのである。ここには技術部會の誕生の意義がある。種々の事情から活發な活動をする事が出來なかつたが、今年こそは技術部會の組織を整備し種々事業を催し、廣告文化に寄與したいと考えている。

一、ルネサンス廣告展の年中行事化

ポン・ルネサンス廣告展を計畫し、廣告文化の向上に輝しい一頁を記錄したことは我々の喜び得る大きな喜びであつた。正にそれはホームランであつたと言える。

ところが、そのホームランが相次いで出れば良かつたのであるが、その後は一本のヒットどころか、球場への出場も無くして遂に昭和廿二年度を終つて仕舞つたのである。これは一に私の責任であり、茲に深くおわびする次第である。

技術部會の誕生そのものが日本廣告會が年一回程度開催するところの事業の技術面を擴張すると言うことのみで生れたものでないことは言うまでもない。日本廣告會が廣告文化の向上を計ると言つたところで、各種の事業を催さなければ向上も發展もあり得ないのである。ここには技術部會の誕生の意義がある。種々の事情から活發な活動をする事が出來なかつたが、今年こそは技術部會の組織を整備し種々事業を催し、廣告文化に寄與したいと考えている。

一、ルネサンス廣告展の年中行事化

金（副賞）もさることながら日本廣告會賞を更に權威あるものとし、定期的に廣大なる展覽會を開催して日本の廣告美術界の向上を計つて欲しいと言う要望の聲が高い。春秋二回でもよい、是非そうして見たいと考えている。日本廣告會賞或はその他の賞（新しく設ける賞）を何回か獲得したものは各社で引張り凧となり、高給で迎えられるところへ持つてゆきたいと思う。

三、各部會別「技術會」の設置

會と言うものは往々にして、ピラミッドの先端のみが活動し、會員は會費を納い、通信物を受取るのがせいぐだと言うことに終り易い。これでは何の爲めに會に入會しているのか分らないということになる。そこで各部會毎に技術會を組織し、作家の權利が認められる廣告技術の研究會を持ち、又方法を技術部會で計り度いと考えている。

以上は、技術部會として是非實現化してみ度いと考えている組織的な問題である。然しこれを實現さす爲めには、技術部會各位の積極的且つ活發な御意見と活動によるものでなければ達成されないのは勿論である。

個性を尊重せよ

今泉武治

ながい廣告の空白時代をへてやうやく廣告は再建時代に入つたのであるが、平和革命の急激な變動は廣告の全分野にも大きな轉換をあたえている廣告對象をとらえることの難しさはいつの世にも變らぬのだが、戰後、足もとから何もかもひつくりかえされた日本では、漠としてはつきり見きわめることは、相當に困難である。生活樣式——時代感覺の變革は顯著、嗜好を一變させたし、敗戰の損手は精神や經濟の價値基準を混迷させてしまつた。

戰爭中は廣告技術の水準が停止狀態だつたし、戰後の廣告技術者にとつて、時代の本流から少しでも離れた存在になると國民感情をさえ失うようなおかしな關係になる。この廣告技術空白時代による「遲れ」が、平和革命による廣告の「遲れ」にによつて、二重に强く感じられる。

長い間、新人育成をおこたつたために、次代の新人出現までは數年があり、生活樣式の變革は表現形式を一變させた。停滯と革命によるこの深い「遲れ」を自覺せずしてわれわれの再出發は意味を失うといつても決していていすぎではない。

廣告の「遲れ」は一面、個人の內部の問題でもある。新しい環境・傾向にふれて個性をほり下げたり發展させることは、各々がつとめるべきことである。だが、この急轉回時代にうつかりすると「個性」と時代の格子のようにとりこまされる。とくに廣告の表現技術者にとつて、時代の本流はいまだに目當のない不安定な狀態におかれている。技術の空白時代による「遲れ」が、平和革命による廣告の「遲れ」部會とはかぎらぬが、同志相集つて新らしい時代のアンテナを四方にひろげ、話しあい研究しあうことは今こそ、眞劍になつて皆んなでしたいことである。アメリカその他の國の新らしい傾向を、數少ない輸入雜誌や關係外人に聞いたり調べたりするだけでも今の資料不足の時には何よりの刺戟になる。また國內の統計資料にしても、何かたよるに足るべき根據もなしにあやふやな廣告を、これからもくり切つてやつてゆくことが何より大切である。誰かがやるのを待つ

「提案」欄の設置！

毎月發行の本誌の本面一頁を技術部會のページとすることに決定されました。そこで四分の一頁をさいて「提案」の欄を設けましたので、技術部會諸彦の活發な聲をお聞かせ下さい。原稿は廿字詰廿行程度にお書き願へれば幸甚です。宛名は日本廣告會々報「提案欄」宛

締切毎月十日

技術部會々員諸君！最もデモクラティックな組織を作り、最も活發な意見を戰はし、廿三年度の輝しい廣告海の航海にのぼらう！

組織の幅の問題

新井靜一郎

現在廣告活動の最も活潑な有力廣告主は、大なり小なり一定の廣告部組織を持ち、責任者を置くと共に企畫兼文案家と圖案家とを專屬に勤務せしめているのが普通である。

廣告活動の幅と深みを失ひつつある現實は、何としても打開の必要がある。そしてこの問題は、廣告主の廣告責任者だけが考へねばならぬ問題ではなく、所謂技術者の一人一人が眞劍に考慮しなければならない。

勤務圖案家の仕事の幅と、その中でも目覺ましい活躍をしている廣告主が自己の組織を、何とかして擴ね返そうとする努力が、有力廣告主の中から漸く現われ始めて來たのは、大變喜ばしい事であるがいまはこれといつた性格もなつてみたい。日前の國內の變な制限がいまだに頭をさかしているが、僕野の技術家諸氏にすゝんで入つていただき大いに滿意ある條件はいくらでもあるが、僕たちの足もとからでも少しでも明るくしてゆけるなら何よりである。（あ）

顏の横顏

椎橋勇

鳥居製藥の宣傳課長椎橋勇氏は、廣告界ウルサ型の一人と目されているのである。日本廣告會賞或はその他の賞（新しく設ける賞）を何回か獲得したものは各社で引張り凧となり、高給で迎えられるところへ持つてゆきたいと思う。

三、各部會別「技術會」の設置

會と言うものは往々にして、ピラミッドの先端のみが活動し、會員は會費を納い、通信物を受取るのがせいぐだと言うことに終り易い。これでは何の爲めに會に入會しているのか分らないということになる。そこで各部會毎に技術會を組織し、作家の權利が認められる廣告技術の研究會を持ち、又方法を技術部會で計り度いと考えている。

以上は、技術部會として是非實現化してみ度いと考えている組織的な問題である。然しこれを實現さす爲めには、技術部會各位の積極的且つ活發な御意見と活動によるものでなければ達成されないのは勿論である。

個性を尊重せよ

今泉武治

ながい廣告の空白時代をへてやうやく廣告は再建時代に入つたのであるが、平和革命の急激な變動は廣告の全分野にも大きな轉換をあたえている廣告對象をとらえることの難しさはいつの世にも變らぬのだが、戰後、足もとから何もかもひつくりかえされた日本では、漠としてはつきり見きわめることは、相當に困難である。生活樣式——時代感覺の變革は顯著、嗜好を一變させたし、敗戰の損手は精神や經濟の價値基準を混迷させてしまつた。

戰爭中は廣告技術の水準が停止狀態だつたし、戰後の廣告技術者にとつて、時代の本流はいまだに目當のない不安定な狀態におかれている。技術の空白時代による「遲れ」が、平和革命による廣告の「遲れ」部會とはかぎらぬが、同志相集つて新らしい時代のアンテナを四方にひろげ、話しあい研究しあうことは今こそ、眞劍になつて皆んなでしたいことである。アメリカその他の國の新らしい傾向を、數少ない輸入雜誌や關係外人に聞いたり調べたりするだけでも今の資料不足の時には何よりの刺戟になる。また國內の統計資料にしても、何かたよるに足るべき根據もなしにあやふやな廣告を、これからもくり切つてやつてゆくことが何より大切である。誰かがやるのを待つ

宣傳界の新路

終戰後の混亂と消極の宣傳界も今年こそ新しいものを期待し又創り出さねばならない時機だと考えている。日本廣告會も發會一周年を近々迎える時、新しい方向と組織を確立しなければ、じり貧になる恐れがあると思う。ニッポンルネサンス廣告展を契機として技術部會の廣告會たる色彩が强かつたようだが、その技術會も未だ漠たるもので、新しい仕事を成し得る組織を得ないことを心配する一人であ

る。一應新年から各部會毎に一つ技術會を充實して行く傾きになり、既に化粧品部會は活動を始めていることは喜ばしいことだ。尚、各部會の技術面が一と通り充實すれば技術部會の立場も自ら今年の宣傳界を乘切る試金石となるはずである。私は今年の宣傳界に次の事業を通して新進氣鋭の意氣を吹き込んで貰いたいと望むものである。

一、屋外廣告の美化改善運動

二、廣告審議會制度の創設

三、廣告人の文化的向上に必要な機關の整備

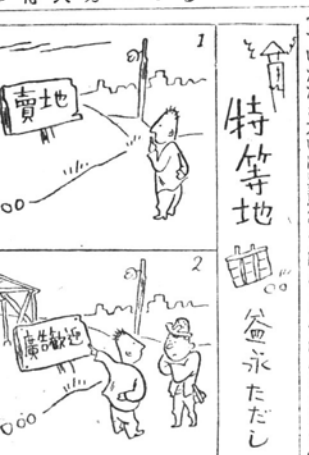
四、全廣告團體、廣告人からなる廣告技術の紹介（例えば廣告ショーなども行う）

五、廣告代理業者の企畫性の改善

以上不充分な理想論かも知れないが、先づ手近に出來ることから敢闘して行かねばならない年だと感じ右の愚言をぜよと云われている。そう考えてみると、終戰後最近まで混沌としていた流行として凡ゆる商品（特に新興品の）の意匠も素朴の中に美しい衣裳を着けて、今年はしつかりした的に使われ易い。猫も杓子もた役者になつて貰いたい。そはやりだからといつて……實こで、始めて立派な流行も生れてくる筈だ（M生）

化粧品廣告と流行

流行という言葉はとかく迎合



東寶
東寶株式會社
東京都中央區銀座7丁目1
電話（銀座）5906—9
7784—9

宣傳のことなど

岡田茂

○

生産増強の非常な困難性にも拘らず、時代は既に廣告戰に入りつつある。經濟危機とも言われる現下のインフレと缺乏恐慌が渦巻く經濟界のこの烈しい時機に當つて、その第一線を受持つ宣傳廣告のみが置去りにされる譯はない、そのどさくさに卷き込まれて活動し始めた終戰直後の宣傳機構は、その技術の拙劣と間に合せ主義の犯濫の爲、眼に餘る商品、新興メーカーと老舗の宣傳、即ちマークを一般に賣り込んだ店と、これからマークを賣り込まうと言う店との宣傳は自ら多少の相違がある。戰爭——敗戰と言う商品廣告のブランクの時代、廣告のエアーポケットの數年間に成長した若い世代の人人に對しての宣傳がそうそう簡單に考えられ出していいと思うそれと同時に信用ある老舗も沒つた。新聞廣告料の再度の値上の際であぐらをかいてはいられないのだ、敗戰によつて一線を劃された宣傳廣告界の空白の時代に育くんだ青少年達へ、商品宣傳の第一歩から除々に浸透させなければならない。即ち、一般宣傳廣告と歩調を揃えて訴求してゆかねばならない。宣傳廣告は間斷なく流れゆく水である、少しの際でも光が止れば水道の水は濁き汚物は溜り、鼈ては他の水の水路となつてしまう。

○

新聞廣告料の再度の値上も決つた。新聞廣告原稿もいろんな意味で再檢討されねばならないと思う。

二三、一、二六

1

昨年のルネサンスポスター展の時、つくづく感じたことであるが、日本のポスターは外國のポスターに比較してとても暗いということである。それは色彩的な暗さというよりは、もつと內容的な暗さである。

日本人的氣質の問題ともいえるが、しかし我々宣傳人はつとめて明朗な企劃のもとに明るい表現をもつた宣傳を常にやりたいものである。

2

從來の宣傳美術なるものは常に繪畫の影響を其のままうけていた、例えば構成派の流行していた時代には、ポスターやウインドー裝置も構成派的に、またシュールリアリズムの全盛時代には、ポスターもウインドもカタログの編集もシュール的に、それもただ器用に眞似ているだけであつた爲すべてが宣傳的表現としては不消化に終つてしまつた。これから出發しようとする若い人達は、先ず器用さを眞似しないで、もつと不器用でよいから基本的なものえの追求を深め個性のあるものを完成してもらいたい。

私の願い

3

「自分は、將來畫家になるんだこんな仕事は一時の腰掛けさ」と、よく言つている人がいる。

畫家になりたい人は宣傳の仕事など最初からやらない方がよい、一時の腰掛仕事で出來るほど簡單なものではないもつと專門的な技術だ、「生活の爲めさ」と宣傳技術を輕視しているあいだは、宣傳技術の進歩はおそい、眞劍に宣傳家たらんとする人達の癌である。

最初から眞劍に取組むだけの熱情をもつことが、すべての技術者にとつて必要なことであると思う。（椎橋　勇）

外國の話題

廣告放送について

廣告というものを人間の感覺から分類すると「見える廣告」と「見えない廣告」に大別することが出來る。

わが國の現狀では專ら「見える廣告」が行われていて未だ「見えない廣告」は實行の域を出ていない。しかし、新聞の順位になつてゐる。勿論これは全國放送と地方放送とを合せたものだが、その迅速な發達振りは全く驚異に値する。最近ではテレヴィジョン（ヴィデオと云ふ言葉さえ生れてゐる）が相當程度實用の域に達し既に廣告放送さへ行はれてゐると云ふことであるが、現在の我々には丸で夢のような話だ。近着のライフ誌からその一端を紹介して見よう

ラヂオの申し子として生れて二十年、一九〇四年には五萬三千の受信者から現在百萬人と云う飛躍振りを示してゐるが、始めは受信機の高價なのと娯樂性の稀薄なことから大部の受信者を得ることが出來なかつたようである。ラヂオ受信機の六千五百台に對して十二萬二千のテレビ受信機が使用されてゐるのでも分ろう

放送局から極めて近距離の地域以上は受信されず、廣告主も受信機製作者も大して力にはならなかつたようである。日本ではまだ廣告放送さへ實だが受信機も二五〇弗で實出廻されて居らぬと云ふのに、されるようになり着色放送もあちらアメリカではテレビ行はれる見込がついてゐる。ヨン（ヴィデオと云ふ言葉さ

廣告主も段々プログラムを提へ生れてゐる）が相當程度實供するようになり、最有力テ用の域に達し既に廣告放送さレビ放送局NBCも現在の四へ行はれてゐると云ふことで大都市（ワシントン、バルティモアー、フィあるが、現在の我々には丸で夢のような話だ。近着のライフ誌からその一端を紹介して見よう

ラヂオの申し子として生れて二十年、一九〇四年には五萬三千の受信者から現在百萬人と云う飛躍振りを示してゐるが、始めは受信機の高價なのと娯樂性の稀薄なことから大部の受信者を得ることが出來なかつたようである。ラヂオ受信機の六千五百台に對して十二萬二千のテレビ受信機が使用されてゐるのでも分ろう

放送局から極めて近距離の地域以上は受信されず、廣告主も受信機製作者も大して力にはならなかつたようである。日本ではまだ廣告放送さへ實だが受信機も二五〇弗で實出廻されて居らぬと云ふのに、されるようになり着色放送もあちらアメリカではテレビ行はれる見込がついてゐる。ヨン（ヴィデオと云ふ言葉さ

廣告主も段々プログラムを提へ生れてゐる）が相當程度實供するようになり、最有力テ用の域に達し既に廣告放送さレビ放送局NBCも現在の四へ行はれてゐると云ふことで大都市（ワシントン、バルティモアー、フィあるが、現在の我々には丸で夢のような話だ。近着のライフ誌からその一端を紹介して見よう

ラヂオの申し子として生れて二十年、一九〇四年には五萬三千の受信者から現在百萬人と云う飛躍振りを示してゐるが、始めは受信機の高價なのと娯樂性の稀薄なことから大部の受信者を得ることが出來なかつたようである。ラヂオ受信機の六千五百台に對して十二萬二千のテレビ受信機が使用されてゐるのでも分ろう

放送局から極めて近距離の地域以上は受信されず、廣告主も受信機製作者も大して力に

アメリカのテレビジョンの現況

いかに術が違ふとは云ひ乍ら

はならなかつたようである。

日本ではまだ廣告放送さへ實だが受信機も二五〇弗で實出廻されて居らぬと云ふのに、されるようになり着色放送もあちらアメリカではテレビ行はれる見込がついてゐる。ヨン（ヴィデオと云ふ言葉さ

廣告主も段々プログラムを提へ生れてゐる）が相當程度實供するようになり、最有力テ用の域に達し既に廣告放送さレビ放送局NBCも現在の四へ行はれてゐると云ふことで大都市（ワシントン、バルティモアー、フィあるが、現在の我々には丸で夢のような話だ。近着のライフ誌からその一端を紹介して見よう

ラヂオの申し子として生れて二十年、一九〇四年には五萬三千の受信者から現在百萬人と云う飛躍振りを示してゐるが、始めは受信機の高價なのと娯樂性の稀薄なことから大部の受信者を得ることが出來なかつたようである。ラヂオ受信機の六千五百台に對して十二萬二千のテレビ受信機が使用されてゐるのでも分ろう

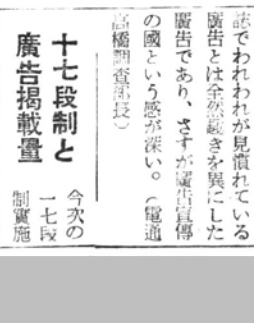
放送局から極めて近距離の地域以上は受信されず、廣告主も受信機製作者も大して力に

米國の協同廣告

ワールド・テレフラフより

商品の宣傳廣告は盱んだがいわゆる協同廣告とでもいうべき廣告の殆んど見當らないわが國の廣告界にアメリカにおける協同廣告の一例を紹介して參考に供したい。

これは昨年十二月八日附のニューヨーク・ワールド・テレグラフに掲載された一頁近い廣告であり、アメリカの全國製造業者協會の出稿になるものである。



廣告の復興運動はまず、われわれの手でとゆう意氣でやのことだ、そうして少しでも早く「世界的水準へ」の言葉を使えるようになりたいものだ

實體性を發揮してもらいたい

廣告は各社が主張するように報道面に好影響を齎したことは事實だが同時に廣告掲載量の增加も顯著に出來ない

左表は一月一日から十五日まで（ ）內は昨年一月中の平均掲載量

東京朝日　二七%（一五・三%）
大阪朝日　二七〃（一五・六〃）
西部朝日　二五〃（一五・九〃）
東京毎日　二六〃（一五・四〃）
大阪毎日　二七〃（一六・〇〃）
西部毎日　二七〃（一五・一〃）
讀賣　二六〃（二〇・四〃）
中部日本　二七〃（一五・一〃）
東京タイムス　一八〃（一〇・三〃）
合同　二二〃（一五・七〃）
神戸　二七〃（一六・〇〃）
北國毎日　二九〃（一四・二〃）
福島民報　二八〃（一五・九〃）

十七段制と廣告掲載量

今次の一七段制實施

（電通「廣告調査」第五號）

誌でわれわれが見慣れている廣告とは全然趣きを異にした廣告であり、さすが廣告宣傳の國という感が深い。（電通「廣告調査」第五號）

人事消息

▼第一製藥株式會社　廣告課長　堀田　正氏
昨年の暮、大阪支店勤務より本社廣告課長に就任

▼友田合資會社　廣告課長　大室　昇氏
本町の名物男楠治源治氏の引退後廣告課長に就任

▼ももとヂエーン株式會社　廣告部長　坂本　猛猪氏
今度却職のまま取締役にライオン製藥株式會社

▼廣告課長　森　進氏
廣告係長　藤橋　正枝氏
今回廣告課を設置し、森氏は資材部員より就任、藤橋氏はライオン醫藥文化部より轉任、

▼電通　新井靜一郎氏
新設の宣傳企劃部長に就任、

廣告放送について

英國では國內で廣告放送を許可してゐない。しかし廣告放送えの實現に應えるために、ルクヤンブルグの放送局から廣告放送をしているが、これに對する料金支拂をドルによつたゝめ、ドルの不足に極度に惱む同國としては思はぬ矛だとすれば、「見える廣告」のみに依存するわが國廣告界も、眞に生きた廣告を、廣告の價値を余すところなく實現するために、二〇パーセントの利用領域を放棄することなく、これが活用によつて新しい未開拓の市場獲得に進むべきではなかろうか。文化國家としてこの領域にまで近着のブリンターズ・インクでの進出は最早論議の余地はないまい。

心理學によると人間の知識の八〇パーセントは目を通して、殘り二〇パーセントの大部分は耳を通して獲得されるといはれてゐる。果してそうだとすれば、「見える廣告」のみに依存するわが國廣告界も、眞に生きた廣告を、廣告の價値を余すところなく實現するために、二〇パーセントの利用領域を放棄することなく、これが活用によつて新しい未開拓の市場獲得に進むべきではなかろうか。文化國家としてこの領域にまで近着のブリンターズ・インクでの進出は最早論議の余地はないまい。

外國の話題

廣告放送について

廣告というものを人間の感覺から分類すると「見える廣告」と「見えない廣告」に大別することが出來る。

わが國の現狀では專ら「見える廣告」が行われていて未だ「見えない廣告」は實行の域を出ていない。しかし、新聞の順位になつてゐる。勿論これは全國放送と地方放送とを合せたものだが、その迅速な發達振りは全く驚異に値する。最近ではテレヴィジョンや百萬噸の本一冊を僅か一究した論文が載つてゐる。それによるとラジオ廣告は他の新聞廣告、雜誌廣告、レコードの賣行等には何等影響せずむしろ相互にその特性を發揮することが出來るし、例えば最も熱心な廣告放送の聽取者はまた最も熱心な新聞、雜誌の讀者であるし、その逆も眞實であるということを實證してゐる。

英國はどうなつてゐるか。

英國では國內で廣告放送を許可してゐない。しかし廣告放送えの實現に應えるために、ルクヤンブルグの放送局から廣告放送をしているが、これに對する料金支拂をドルによつたゝめ、ドルの不足に極度に惱む同國としては思はぬ矛だとすれば、「見える廣告」のみに依存するわが國廣告界も、眞に生きた廣告を、廣告の價値を余すところなく實現するために、二〇パーセントの利用領域を放棄することなく、これが活用によつて新しい未開拓の市場獲得に進むべきではなかろうか。文化國家としてこの領域にまで近着のブリンターズ・インクでの進出は最早論議の余地はないまい。

廣告放送について

廣告というものを人間の感覺から分類すると「見える廣告」と「見えない廣告」に大別することが出來る。

わが國の現狀では專ら「見える廣告」が行われていて未だ「見えない廣告」は實行の域を出ていない。しかし、新聞の順位になつてゐる。勿論これは全國放送と地方放送とを合せたものだが、その迅速な發達振りは全く驚異に値する。最近ではテレヴィジョンや百萬噸の本一冊を僅か一究した論文が載つてゐる。それによるとラジオ廣告は他の新聞廣告、雜誌廣告、レコードの賣行等には何等影響せずむしろ相互にその特性を發揮することが出來るし、例えば最も熱心な廣告放送の聽取者はまた最も熱心な新聞、雜誌の讀者であるし、その逆も眞實であるということを實證してゐる。

英國はどうなつてゐるか。

英國では國內で廣告放送を許可してゐない。しかし廣告放送えの實現に應えるために、ルクヤンブルグの放送局から廣告放送をしているが、これに對する料金支拂をドルによつたゝめ、ドルの不足に極度に惱む同國としては思はぬ矛だとすれば、「見える廣告」のみに依存するわが國廣告界も、眞に生きた廣告を、廣告の價値を余すところなく實現するために、二〇パーセントの利用領域を放棄することなく、これが活用によつて新しい未開拓の市場獲得に進むべきではなかろうか。文化國家としてこの領域にまで近着のブリンターズ・インクでの進出は最早論議の余地はないまい。

ている、十二の對策を要約すると次の如きものである。

一、財政支出を極力節減し行政能率を最高度に發揮せよ
二、個人所得稅引下を即時實行し、投資資金を蓄積せしめよ
三、公債價却の組織的計畫を採用せよ
四、高利率の長期國債を發行せよ
五、銀行信用のインフレ的擴張を阻止せよ
六、生産增加に努力し、コストを引下げ、增大せる生

常務理事の横顔

吉田秀雄氏（電通社長）

電通ビルの全景からカメラが移動して三階出版部の部屋の一角に止まると我が日本廣告會の事務所がクローズアップされる。吉田氏の日本廣告會に對する好意と支持の態度の一切が之によつて說明される。誰が何といはうと廣告會は吉田氏の好意によつて店を張つているのである。吉田氏は廣い意味で日本の廣告界のパトロンである。アメリカあたりにも恐らく少ないであろうと思はれる完備した大廣告代理店の電通は既に一つの力であり勢力である。その力と勢力とは吉田氏に外ならない。電通社長が電通自體の經營最高責任者として或は廣告界に對して持つ重大な任務に對て振う熱意と手腕の振幅がそのまま廣告會に及ぶ限り廣告會が逆風に乘つて仕事が出來ることは間違いのない所である。

山岡重孝氏（讀賣廣告部長）

朝日、毎日の傳統と信用の間に在つて朝毎以上たることを念ずるために常に色々な意味で政治的な廻轉をしていなければならないという點で氏の存在は實々端倪すべからざるものとなつている。氏はあらゆる場合一種の懷しさのある重厚感を以て親分的な印象を與へる。その重厚感というのは悠容迫らざるそして內に頼むところある容貌態度恰幅から來るのであろうが、それはそのまま氏の知識と經驗と體驗の堆積に外ならない。氏が讀書精神の象徴的な面よりも寧ろ具體的な性格的なものを意味するといへないこともなかろうが、朝毎の間に在つて堂々論陣をそれ以上のあそこの線で持つて行つている政治家的な實務家としての恐るべき氣魄と敏腕の一端を日本廣告會の運營のために惜しむことなく傾けられるならば、廣告會の重要な構進力たる點に於て全く頼もしい一つの力であるといわねばなるまい。

二渡亞土氏（山之內製藥宣傳部長）

秋霜烈日、隼の如き二渡氏は日本廣告會の中核である技術部のイニシアチブをとる唯一人の存在として拔群の立役者である。あの鋭角的な風貌は猛禽類を思はせ冷いまでに、（といつて冷血の意味ではない自分の名前を亞土と名附ける個癖を見よ）戰闘的論理感の表象である。由來技術家は氣難しくうるさ型の傾きのある半面一種の洒脫さを滑びているものであるが氏も又その通りである。

しかも一見今迄の日本の技術家に見られない論理的な性格によつて精神の幾何學を證明せんとする氏こそ日本の廣告技術に一つの新しい秩序と統一を與へ得る最有能な創意ある指導者であらう。そしてその滿々たる自信と實踐力を以てをりその指揮を眞に發揮する立場と任務を與へられたのであるから正に刮目の的である。日本廣告會の今年の動きに爽やかな新風を送るとすればその扇の要に立つのは外ならぬ氏であらう。

西郷德男氏（中山太陽堂宣傳部長）

どつちかと云うと書齋派的に自己に沈潛すると云つた感じのする氏には一種の翳があつて濶達勝な嗚い面のあるのがもう相當古いものであるが取引的な面に於る政治性が稀薄な點があるように思はれ、謂わば書人的な色彩が強く欲を云へば一歩進んで積極性が欲しい。橫文字的なあちら好みだそうであるが、そんな點をもつと生かして戰爭前からの廣告經驗からの展望的な見方に調和を與へ、新しい日本の廣告の行き方を研究すると云うような面で大いに勉強してほしい。

臨原良三氏（三共宣傳部長）

新常務理事中の最年少の新進氣鋭の好青年。未だにラグビーをやると云うラガーだ。宣傳人として未完成であるだけ前途に對する希望は大きい。スポーツマンとしての鍛錬の堆積に外ならない。氏が讀書精神の象徴的な面よりも寧ろ具體的な性格的なものを意味するといへないこともなかろうが、朝毎の間に在つて堂々論陣をそれ以上のあそこの線で持つて行つている政治家的な實務家としての恐るべき氣魄と敏腕の一端を日本廣告會の運營のために惜しむことなく傾けられるならば、廣告會の重要な構進力たる點に於て全く頼もしい一つの力であるといわねばなるまい。

二渡亞土氏（山之內製藥宣傳部長）

秋霜烈日、隼の如き二渡氏は日本廣告會の中核である技術部のイニシアチブをとる唯一人の存在として拔群の立役者である。あの鋭角的な風貌は猛禽類を思はせ冷いまでに、（といつて冷血の意味ではない自分の名前を亞土と名附ける個癖を見よ）戰闘的論理感の表象である。由來技術家は氣難しくうるさ型の傾きのある半面一種の洒脫さを滑びているものであるが氏も又その通りである。

しかも一見今迄の日本の技術家に見られない論理的な性格によつて精神の幾何學を證明せんとする氏こそ日本の廣告技術に一つの新しい秩序と統一を與へ得る最有能な創意ある指導者であらう。そしてその滿々たる自信と實踐力を以てをりその指揮を眞に發揮する立場と任務を與へられたのであるから正に刮目の的である。日本廣告會の今年の動きに爽やかな新風を送るとすればその扇の要に立つのは外ならぬ氏であらう。

臨原良三氏（三共宣傳部長）

新常務理事中の最年少の新進氣鋭の好青年。未だにラグビーをやると云うラガーだ。宣傳人として未完成であるだけ前途に對する希望は大きい。スポーツマンとしての鍛錬の堆積に外ならない。氏が讀書精神の象徴的な面よりも寧ろ具體的な性格的なものを意味するといへないこともなかろうが、朝毎の間に在つて堂々論陣をそれ以上のあそこの線で持つて行つている政治家的な實務家としての恐るべき氣魄と敏腕の一端を日本廣告會の運營のために惜しむことなく傾けられるならば、廣告會の重要な構進力たる點に於て

事務局だより

昭和二十二年度　事業報告

日本廣告會發足初年度のことで全般的にみて未だ完全なる業務運營の域に達し得ざる憾み尚多きも概ね所期の目的に向い漸次諸計畫を進め得たり

一、會員

昨年二月十三日創立總會の時の會員登錄數は會員總數九十七、所屬會員數百廿一名であつたが、爾來日を追うて增加し殊に下期に入り廣告展覽會の開催等を契期として屋外廣告業務の實相を把握、內容は會報第一號に揭載周知徹底に努む

▲フランス通信社極東部長ジヤック・デスコット氏講演會

六月四日電通ビル會議室で開催、戰時、戰後を通じフランスに於ける新聞界の變遷並に經濟事情を代表として部隊當局へ滅免賦に實施前に於ける民主的な連絡方を懇情に八月一日業者を交へて「廣告稅對策委員會」を結成數回協議を重ねた上八月四日白川委員長外八委員が內務大臣免員申請を携行主管當局と懇談更に安井都長官にも直接意見を開陳懇重なる考慮を促すと共に引續き財務當局と折衝の結果課稅率の低減並に納稅組合の結成となり廣告主及取扱業者共に利便を享受し部隊當局の誠意なる協力を得ました事は鬼に角厚く感謝致します。

▲參考映畫試寫會

昭和二十二年十二月末日現在

部會名	商社	正會員	技術部會員	計
新聞部會	三八	六三	一	六四
化粧品部會	一四	三一	九	四〇
醫藥品部會	三三	四七	二〇	六七
家庭藥部會	三〇	三三	三	三五
映畫演劇部會	四	七	四	一一
百貨店部會	八	九	二	一一
出版印刷部會	二二	二三	〇	二三
告代理店部會	二四	三九	八	四七
機械器具部會	七	七	〇	七
雜貨部會	七	七	〇	七
屋外廣告部會	二〇	二二	〇	二二
飲食料品部會	四	四	四	八
官廳交通部會	一	一	〇	一
金融部會	一	一	〇	一
計	一九四	二七四	五一	三二五

七月十七日東寶試寫室で開催「廿年後の東京」外ニュースを試寫專ら屋外廣告宣傳の將來性につき會員の參考に供する

▲ニツポンルネサンス廣告展覽會

九月十六日より同月二十三日まで三越本店三越正館で開催元來本企畫は昨年二月二十日第一回理事會に於て「廣告祭」擧行案として取上げ更に四月二十五日の第三回理事會で「商品祭」（假稱）として準備委員十二名に附託されたるも其の後五月二十三日の第四回理事會で急遽する客觀狀勢と睨み合せ一應原案を撤回し、其の代案を技術部會へ一任することとなり其の結果六月五日の技術部會の決定せる各申案を基礎に七月八日第一回準備委員會を開き本展覽會の大綱を定め爾來開期迄三ケ月間技術部會を始め各部會、理事會等大小八十余回に上る會合を重ね本計畫の完遂に努めたる結果全國的に異常なる反響を呼びポスター應募點六百余入選展示作品二百點、各部會廣告塔と相俟つて盛況裡に終了せり

▼廣告稅對策委員會と、その成果

昨年七月東京都の實施せる屋外廣告稅に對し本會としては逸早く該稅の及ぼす影響を憂慮し七月廿六日白川理事長、鹽原理事を代表として都廳當局へ減免賦に實施前に於ける民主的な連絡方を懇情に八月一日業者を交へて「廣告稅對策委員會」を結成數回協議を重ねた上八月四日白川委員長外八委員が內務大臣免員申請を携行主管當局と懇談更に安井都長官にも直接意見を開陳懇重なる考慮を促すと共に引續き財務當局と折衝の結果課稅率の低減並に納稅組合の結成となり廣告主及取扱業者共に利便を享受し部隊當局の誠意なる協力を得ました事は鬼に角厚く感謝致します。

▼高橋會長との時局懇話會

十一月二十日、電通ビル會議室で開催、本計畫は二越支店で開催、本計畫は二越當事者の不少の支援により實施し、關西業界に多大の刺げきを與う、猶實施に當りライオン齒磨本舖廣告課南英四郎氏が特に現地へ出張萬般の斡旋に努められたことを深謝する

▼會報發行

創刊號以來廿二年度內の發行は三號のみで遂だ遺憾なるも印刷費其他諸經費の昂騰に阻まれた外未だ本格的な發行態勢整わざる憾み多く、廿三年度は編集委員制を設け內容の改善は勿論毎月發行嚴守とし會員各位の期待に添うべく目下準備中

▼高橋會長より現下の政界、財界各般に亘り卒直且つ明快なる解說的講演あり、更に會員との間に種々時局問題につき意見の交換を重ね頗る有意義であつた。猶今後も隨々會員懇談會を開くこととなつた

▼本會のマーク制定

本會のマークの基礎をN・A・A・とする方針は昨年十二月二十日の第一回理事會において決定せるも其の後圖案制作に關し技術部會の不馴苦心と努力に依り十月上旬漸く決定せり。（注、會報第二號揭載記事參照乞ふ）

▼入選ポスター大阪展示會

十二月八日より同月十三日迄大阪三越支店で開催、本計畫は二越當事者の不少の支援により實施し、關西業界に多大の刺げきを與う、猶實施に當りライオン齒磨本舖廣告課南英四郎氏が特に現地へ出張萬般の斡旋に努められたことを深謝する

▼會報發行

創刊號以來廿二年度內の發行は三號のみで遂だ遺憾なるも印刷費其他諸經費の昂騰に阻まれた外未だ本格的な發行態勢整わざる憾み多く、廿三年度は編集委員制を設け內容の改善は勿論毎月發行嚴守とし會員各位の期待に添うべく目下準備中

▼高橋會長より現下の政界、財界各般に亘り卒直且つ明快なる解說的講演あり、更に會員との間に種々時局問題につき意見の交換を重ね頗る有意義であつた。猶今後も隨々會員懇談會を開くこととなつた

▼本會のマーク制定

本會のマークの基礎をN・A・A・とする方針は昨年十二月二十日の第一回理事會において決定せるも其の後圖案制作に關し技術部會の不馴苦心と努力に依り十月上旬漸く決定せり。（注、會報第二號揭載記事參照乞ふ）

▼入選ポスター大阪展示會

十二月八日より同月十三日迄大阪三越支店で開催、本計畫は二越當事者の不少の支援により實施し、關西業界に多大の刺げきを與う、猶實施に當りライオン齒磨本舖廣告課南英四郎氏が特に現地へ出張萬般の斡旋に努められたことを深謝する

▼會報發行

創刊號以來廿二年度內の發行は三號のみで遂だ遺憾なるも印刷費其他諸經費の昂騰に阻まれた外未だ本格的な發行態勢整わざる憾み多く、廿三年度は編集委員制を設け內容の改善は勿論毎月發行嚴守とし會員各位の期待に添うべく目下準備中

大阪展日誌

南　英四郎

十二月六日　朝大阪着午前中直ちに毎日新聞社廣告部長を訪問、關西廣告協會との連絡を配慮願う、東京へは連絡なく小生も廣告會だけでやるものと思いしが、先方にては三月頃先方にても催物の計畫がありしことは當然にて實際九月以降の催物にあたりてはお互に交流致したいとの希望あり。

2三越大阪支店長に催物豫算がなき爲もし物足りぬ點あり出來得れば廣告會として今少し鄭重に工作に努めたらと殘念に思う。

十二月八日　會場の狀況を視る開會にあたりポスターの作者名の遲い等訂正す早朝より女學生多數熱心に見學あり嬉しく感ず、三越支店長不在の爲次長佐々木氏に面接禮を述ぶ午後大阪軍報道信社を訪ね小山氏新坂氏關氏に面接業界への宣傳を依賴す續いて朝日木村部長堺谷次長を訪問挨拶す

追記

1關西廣告協會への刺戟になりしことは當然にて實際九月頃先方にても催物の計畫がありしとのこと今後の催物にあたりてはお互に交流致したいとの希望あり。

2三越大阪支店長に催物豫算がなき爲もし物足りぬ點あり出來得れば廣告會として今少し鄭重に工作に努めたらと殘念に思う。

◇編集後記

會報も昨年度は思うような程度の猛者であり達人の方います、何會員からの御援助を必ずお願いし、ニュース本位に形式面目を一新して毎月必の會報なのですから遠慮なく御活用御利用下さい。終りに報會計にすると云う體裁も出來上つたつもり、業界への突內狀東京にて二〇〇枚印刷持參し關西廣告協會より納稅組合と稱し廣告會より監事一名を參加せしめたり

▼臨時總會

十月廿九日京橋明治製菓講堂で開催、各部會の充實と共に運營に關し技術部會の不馴苦心と努力に依り十月上旬漸く決定せり。（注、會報第二號揭載記事參照乞ふ）

▼入選ポスター大阪展示會

十二月八日より同月十三日迄大阪三越支店で開催、本計畫は二越當事者の不少の支援により實施し、關西業界に多大の刺げきを與う、猶實施に當りライオン齒磨本舖廣告課南英四郎氏が特に現地へ出張萬般の斡旋に努められたことを深謝する

▼會報發行

創刊號以來廿二年度內の發行は三號のみで遂だ遺憾なるも印刷費其他諸經費の昂騰に阻まれた外未だ本格的な發行態勢整わざる憾み多く、廿三年度は編集委員制を設け內容の改善は勿論毎月發行嚴守とし會員各位の期待に添うべく目下準備中

昭和二十二年度會計報告

昭和二十二年度會計報告（自昭和二十二年一月一日至昭和二十二年十二月卅一日）

一、總收入　內譯

一、入會金		八二、九〇〇、〇〇
	法人　五〇〇圓宛	一五九件　七九、五〇〇圓
	個人　一〇〇圓宛	三四件　三、四〇〇圓
一、會費收入		一四四、五四〇、〇〇
一、會報廣告料收入		二二、〇〇〇、〇〇
一、展覽會收入		三五、三五七、九〇
一、雜收入		七九九、三六
計		二七五、五九七、二六

一、總支出　內譯

一、創立費	八、四三五、八〇
一、人件費	五六、九〇六、〇〇
一、通信費	三、三三二、一〇
一、交通費	九一六、〇〇
一、印刷費	六、二六〇、〇〇
一、會報費	一六、三四五、〇〇
一、事務用品費	六、六四九、二五
一、事務所費	二、一四五、〇〇
一、諸會合費	三三、八五九、四〇
一、雜費	一六、一七三、〇〇
一、臨時費	五、一九五、〇〇
計	一五五、二一七、二五

一、昭和二十二年度收支決算

總收入　二七五、五九七圓二六
總支出　一五五、二一七、二五
差引殘高　一二〇、三八〇、〇一

昭和二十二年度へ繰越金

昭和二十二年度收支月表（自昭和二十二年一月十三日至昭和廿二年十二月卅一日）

月次	收入	支出	摘要
一月	一、九〇八	三、〇二五	臨時總會及廣告稅懇談會
二月	二、九八六	三、三五〇	東京都廣告納稅組合結成
三月	三、三八〇	一〇、九二四	高橋會長時局懇談會
四月	五、〇〇〇	一、二五〇	入選ポスター大阪展示會
五月	五、〇〇〇	二、三六〇	差引 三、三七〇 三年度へ繰越
六月	七、四〇〇	二、三六〇	
七月	二、九八六	三五、九八六	參考映畫試寫會
八月	三、三八〇	六、〇八〇	廣告稅對策委員會結成
九月	六、〇八〇	六、〇八〇	ニツポン・ルネサンス廣告展覽會
十月	一、九〇八	三、〇二五	佛通信社デスコット氏講演會
十一月	三、三八〇	一〇、九二四	
十二月	一〇、九二四	一、二五〇	
計	三五、九八六	三五、九八六	