全広連

www.ad-zenkoren.org

広告の元気は、ニッポンの元気。

全広連

Special Report

ローカルキャリアの現在地/変態事業創作家の育成



愛媛県 松山市/道後温泉本館修理中に「ラッピングアート」



全広連 11

CONTENTS

ローカルキャリアの現在地 2 Special Report

(石井 重成氏)

変態事業創作家の育成

(齊藤 義明氏)

6 …… 第30回(令和元年度)全広連夏期広告大学

地域で働く悦びや、豊かな将来性を見出す

新たな発想とコラボレーションで、地域資源の掘り起こしに取り組む

7 …… 各地広告協会の動き

8 ····· CLIP BOARD

Cover photo & Off shot



表紙·中表紙写真提供:愛媛新聞社 愛媛広告協会 協力

道後温泉本館 営業しながら保存修理工事

「日本最古の湯」といわれる道後温泉のシンボルとなっている重 要文化財「道後温泉本館」は築125年を超え、2019年1月から7 年間、松山市が「営業しながらの保存修理工事」を進めている。市 によると、公衆浴場として営業しながらの保存修理工事は日本初。

「ラッピングアート」は工事を観光資源とする「道後REBORNプ ロジェクト」の一環で、南北約34メートル、東西約19メートル、高 さ約20メートルの素屋根に、漫画家の手塚治虫さんの代表作「火 の鳥」をモチーフにしたデザインが描かれている。2020年度末ま での設置予定で、ほかにも道後温泉にまつわる神話時代から飛鳥 時代までの歴史絵巻を表現した「プロジェクションマッピング」な ども楽しめる。中表紙の写真はラッピング前。

全広連 2019.11 1

ローカルキャリアの現在地 ~釜石から白書を添えて~

令和元年度全広連夏期広告大学・金沢/盛岡講座に登壇した 石井氏に寄稿していただきました。

可視化された地域課題は、外部の人材や企業がその地 域と交わることのできる余白でもある。"ふるさと"を自分の 役割や居場所を感じられる場所と定義するならば、それは 自らの意思でつくることができる。震災を機に、縁もゆかり もない釜石に移住した私には、そんな風にも感じられる。

本稿では、釜石の実例とともに、今年5月に日本財団

の支援を受けて発刊した『ローカル キャリア白書』(以下、白書・右図) より、地域で挑戦する働き方=ロー カルキャリアの現在地を述べたい。 (白書は公式HPより無償でダウン ロード可)



東北に生まれた多様な自己決定と、釜石での原体験

岩手県沿岸部に位置し、企業城下町として繁栄してき た釜石市は、東日本大震災で1.000名以上の犠牲を出し た。オープンシティ構想を掲げ、地域内外のつながりを 豊かにしていくことで、コミュニティ活動や経済活動が生 まれやすい土壌を耕し、人口減少時代に持続可能なまち づくりを試行してきた。

例えば「釜援隊」という枠組みでは、半官半民の地域コー ディネーターを創設し、復興に取り組むNPOや公益組織を黒 衣として支え、活動を面的に繋げてきた。扱うテーマは、企業



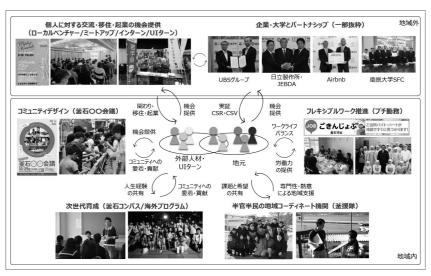
石井 重成 (いしい かずのり) 釜石市オープンシティ推進室長/ (一社)地域·人材共創機構 代表理事

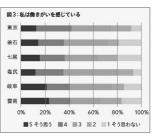
1986年愛知県西尾市生まれ、国際基督教大学卒。経営コンサ ルティング会社を経て、東日本大震災を機に岩手県釜石市へ 移住。700名を超える市民との対話を通じて、地方創生の戦略 立案や官民パートナーシップを統括。半官半民の地域コーディ ネーター機関・全援隊の創設・グローバル金融機関と連携した 高校生キャリア教育、広域連携による移住・創業支援、シェアリ ングエコノミーの展開などを通じて、人口減少時代の持続可能 な復興まちづくりを推准、2018年5月にSDGsを踏まえ、地方版 総合戦略・オープンシティ戦略を改訂。内閣官房シェアリングT コノミー伝道師、総務省地域情報化アドバイザー。2019年5月に 『Arts of Local Career ローカルキャリア白書』を発刊。

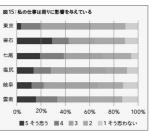
連携による商品開発、一次産業の担い手育成、観光ビジョン の推進、コミュニティ支援から地域包括ケアまで多岐にわた る。7期・250人超の応募から委嘱した30名の隊員のほとんど がUIターン者であり、自らのやりたいこと・できることと、地 域の課題をすり合わせる中で自身の役割を定めてきた。2017 年には、復興庁より「復興功績顕彰」を受賞している。

「ローカルベンチャーコミュニティ | というプログラムで は、釜石の地域資源を生かしたビジネス創出や社会課題 解決に取り組む人材を誘致し、起業支援金やネットワーク を提供している。初詣に多くの拝観者が訪れる釜石大観 音のふもとに位置しながらもシャッター商店街となった仲見 世というエリアに、民間資本・運営のコワーキングスペース 「co-ba kamaishi marudai」が誕生し、カフェ [sofo café] や、ゲストハウス「あずま家」がオープンした。甲子柿の六 次産業化や、間伐材を用いたエコプロダクトの製造、子ど もたちの自己肯定感を醸成する自然保育の普及など、多様 な官民パートナーシップが生まれる仕掛けとなっている。

中長期目線の取り組みとしては、高校生に対して地域内外 のロールモデルを紹介し、対話機会を提供するキャリア構築 支援プログラム [Kamaishiコンパス] を約4年運用してきた。 ほぽ毎月学校を訪問し、少人数のセッションでキャリアパス や悩みを同じ目線で語り合う。延べ3,000人の高校生と500人 以上の講師役が参加し、4年前と比較すると、地域活動に参 画する高校生を応援する大人たちがつながり、「いずれ釜石







釜石の地方創生エコシステム

に戻りたい|と回答する高校生の割合は15%上昇した。

釜石の考える地方創生とは、住民票上の人口に一喜一 憂するのではなく、釜石に暮らす・関わることの可能性を 最大化できるエコシステムを構築していくことである。

7年間で60人以上のビジネスパーソンが釜石に移住す る中で、各地で地域振興に取り組む仲間たちや、イノベー ションを起こせない風土や社会システムに葛藤する大企 業の社員らとの対話を通じて、そして、何より私自身の実 体験から、いつしかビジネスパーソンが地域に関わる意 義と可能性を探求し始めていた。震災後に東北に起きた 人材還流は、単なる長期ボランティアでも、都落ちでもな い。困難に対峙しながらも、自らの意思によって道を切り 拓く自己決定であり、多様な個の集積が新しい公共を生 み出す空間の創出だったのである。

『ローカルキャリア白書』が示す現在地

共同代表を務める(一社)地域・人材共創機構では、"都 市と地域の垣根をなくす"というビジョンのもとに、中間 支援機能の確立に取り組む地域アライアンス「CAREER FOR」を運営し、都市部企業向けのリーダーシップ研修 や、自治体向けハンズオン支援などに取り組んでいる。白 書の発刊記念イベントには全国から約100人が参加した。

白書はローカルキャリアを実践する24人のインタビュー 調査と、首都圏と地方圏のビジネスパーソン700人のアン ケート調査によって構成される。例えば、地方から首都圏 への人口流出の要因として、"地方には都市部のように高 度でやりがいのある仕事がないから"と考えられているが、

本調査では、「働きやすさ」と「働きがい」に大きな差異は 見られなかった。また、「私の仕事は周りに影響を与えてい る」と回答する割合は圧倒的に地方の方が高く、ローカル キャリアを通じて得られる力として「実践する力」「柔軟に 対応する力」「調整する力」「助けてもらえる力」「課題を見 つける力 | の5つが挙げられた。 顕在化した社会課題に触 れる機会が多く、相対的に自身の存在感が大きいため取り 組みの肌感を持ちやすく、時として必要な非合理的コミュ ニケーション能力も磨かれる。調査地域が人口数万人規模 の自治体に限られ、回答者の主観的認識をベースにした分 析ではあるが、発刊以来多くの反響を頂いている。

日本全体で人口減少や少子高齢化が進展する中で、 真に大切にすべきことは一人ひとりの成長や変容であり、 ローカルキャリアの価値を明らかにし、意味づけを重ね ていく作業こそが、都市と地域の共創に繋がっていくの ではないか。地方創生や多様化する個人の働き方を考え る上で、白書が何らかの指針になればと願っている。

"ふるさと"はつくれる

自分の居場所や役割を感じられる場所を"ふるさと"と呼ぶのであれば、 "ふるさと"は自らつくることができる。

偶然性と自己の再発見

キャリア・ドリフトが結果的に実践される。原風景/原体験が自身の再発見に繋がる。

生活と暮らしが融和できる

仕事と暮らしを自分のライフスタイルに合わせて融和できる。

兼業・複業もできるし、満員電車に乗らなくていい。

多様な人的ネットワークはむしろ地域で広がる 地域でユニークなキャリアを歩むことで、縦にも横にも多様な人脈が広がる。

小さいからちょうどいい

地域の規模感なら、自分の役割が大きい。フィードバックが速い、肌感がある、試せる。

移動が個人と地域を豊かにする

居場所を選び、そこで働くことは、個人の成長にも、地域や社会の持続可能性にも貢献する。

未来に必要な力が磨かれる

地域だからこそ開発できる能力があり、これは都市部のビジネスパーソンにも必要な力である。

白書より抜粋(ローカルキャリアの可能性)

2 全広連 2019.11

変態事業創作家の育成

~イノベーション・プログラムの実践を通じて~

令和元年度全広連夏期広告大学・岡山/米子講座に登壇した 齊藤氏に寄稿していただきました。

私たちのチームは現在、全国各地域で地方創生のための「イノベーション・プログラム」に取り組んでいます。 このプログラムは従来の創業・ベンチャー支援策とはちょっと変わっています。どこが面白いのか、少しお話をします。

変態経営者のスキルを反映したイノベーション・プログラム

まずこのイノベーション・プログラムの実践に先立ち、私たちのチームは日本の様々な領域のイノベーター(革新者)を100人探し出し、彼らをネットワーク化する活動を始めました。約3年の月日をかけ全国を駆け回り、日本の社会課題に独自の切り口で挑む革新者の皆さんと対話し、友人や同志のような関係になることを目指しました。産業分野は問いません。むしろ流行のAI、IoT、ライフサイエンスなどの分野に偏らないよう、いわゆる旧い産業分野にもこれまでとは全く違う面白い視点で挑戦している革新者がいるので、あらゆる産業分野の「変態経営者」を探し回りました。

革新者にお会いするときはチームで分担せず、必ず私が会いに行くようにしました。単なる分析で終わらせず、のちにこの100人の革新者ネットワークを次の展開の武器とするためには、誰か一人が全員とちゃんと会う必要があると考えたためです。愚直にも100人を超えるのに3年



齊藤 義明 (さいとうよしあき) 様野村総合研究所未来創発センター 2030年研究室長

1988年野村総合研究所入社。NRIアメリカ ワシントン支店長、コンサルティング事業本部戦略企画部長などを経て、現職。政策や企業経営コンサルティングの現場でこれまで100本以上のプロジェクトに関わる。専門は、ビジョン、イノベーション、モチベーション、人材開発など、著書に『日本の革新者たち』がある。

もかかりました。

この100人の革新者たちとのネットワークを生かして次に何をすべきか?悩んだ末、日本の地方創生に活かすことに決めました。革新者たちのイノベーションのキラースキル(必殺技)を研究し、それらを反映した事業創作家の育成プログラムを立ち上げました。それがイノベーション・プログラムです。このプログラムを土台として、各地域からも新たに革新者を生み出し、日本中に革新者を増やしていきたいと考えました。

イノベーション・プログラムの成果

イノベーション・プログラムは図1のようなセッション展 開を持つ約5か月間のプログラムです。参加者は地域の

次世代経営者や 潜在的起業家な どで30名~50名 程度、5か月後 には新しい経営 チームを組み、に はなかったような 新事業構想を打

第1回	キックオフ・セッション
第2回	相互理解セッション(合宿型)
第3回	革新者刺激セッション1
第4回	革新者刺激セッション2
第5回	アイデア創出セッション
第6回	事業創発セッション1(チーム形成)
第7回	事業創発セッション2(事業構想)
第8回	スパーリング・セッション
第9回	事業化支援セッション
□ 1 /	/* ` ```

図 1 イノベーション・プログラムのセッション展開

ち出すことをゴールとしています。

現在、このプログラムは北海道十勝地域、沖縄県、新潟県、山陰(島根県・鳥取県)の4圏域で実践しており、十勝は5期目、沖縄は3期目、新潟と山陰は2期目を迎えており、いずれの地域も1期だけで終わらずにその後も継続しています。これまで約500名の潜在的起業家がこのプログラムに参加し、100を超える新事業構想が生まれ、数多くが事業をスタートすると共に、新会社も10社設立されています。

新会社設立	概要
KOYA lab	十勝の絶景プライベート空間で、地元食材を堪能 しながら、タイニーハウスに滞在する移動型宿泊 事業
Destination Tokachi	北海道・十勝の持つ雄大な自然空間を活かした ワールドクラスのアウトドアレジャーを提供するアウトドアライフ特化型DMO
エアシェア	小型飛行機による旅行移動をアレンジするため の飛行機オーナー、パイロット、ユーザーの三者間 マッチングシステム事業
sketch	大手旅行会社では企画できない深いレベルの十 勝旅の企画運営
カミクマワークス	移住を支援・プロデュースするメディア事業
TASUKI	次世代にタスキをつなぐことを理念とした人材育 成事業
新潟小規模 蒸留所	新潟県内各地で土地の風土を生かしたウィスキー の小規模蒸留を行うベンチャーウィスキー事業
2Kmit	地域の細かな面白いイベントを集約・案内する情報サービス事業、3D画像技術を用いて遠隔参加も可能とする
山陰逸品	廃棄物等と地域の伝統的技術を結び付けること によって、新たな山陰発の新製品を企画開発
ethos	子供のスポーツ活動を支える新しい小型広告事業

図2 イノベーション・プログラムから生まれた新会社設立の例

このプログラムの建付けは、地域の金融機関や行政、メディアと連携し構築しています。民間主導で自由にプログラムをデザインしたかったため、基本的には国や自治体の資金ではなく、民間資金で回しています。この建付けについて一言申し上げるとすれば、地域支援機関連携のリアルな成功ポイントとは、「組織」ではなく「個人」だという点です。産学官金言労連携という名のもと、地域の広範な支援機関の連携図がカッコよく描かれることが多々ありますが、こうした組織連携自体には実はあまり意味がなく、その連携関係に魂を宿すのは個人(キーマン)です。個人と個人が志を重ね合わせ、組織の立場を超えて手を取り合うとき、はじめてイノベーション・プログラムのような場に命が吹き込まれ、動き出すと実感しています。

他のプログラムとは違うユニークな性質

イノベーション・プログラムは、100人を超える革新者

たちから学んだイノベーションのノウハウが埋め込まれていると共に、私自身過去30年間のコンサルタントやシンクタンカーとしての職業生活を通じて抱いてきた優等生的なやり方に対する反発意識が反映されていますので、一応、定番の創業・ベンチャー支援手法をわきまえつつも、従来とはかなり変わったやり方を試行しています。そのいくつかをご紹介します。

まず、このプログラムは、ビジネスプラン・コンテストやアクセラレータのように、優秀な起業家を「待ち」、「選ぶ」やり方ではなく、地域でモヤモヤしている普通の人たちを集めて「共にもがきながら」新事業の種を生み出していくやり方だという点です。私はよく「モガキタノシム」イノベーション支援だと言っています。

実際に集まる参加者は、いわゆる起業家とは異なる人もたくさんいます。職業モラトリアム的な人、子育てママなども含めて、何か新しいビジネスに挑戦したい人であれば、裾野を広く構えて受け入れています。この点は、イノベーション・プログラムの器を試している感じもあります。

そして事業案の作成においては、世の中の課題やニーズよりも、自身の心の中にある怒りとか喜びのような「マグマ」を起点にしているのも特徴です。最初のところで面白くなければ、どんなにビジネスプランを精緻化しても意味がないので、事業として儲かるか以前に、その事業は過去の事業とどこが違っていて、何が「クレイジーポイント」なのかをしつこく問うています。

まだまだ独特な特徴があるのですが、文字数の関係で紹介しきれませんので、最後に一つ。このプログラムは、地域金融機関にとっても、コンサルにとっても、その他すべての支援機関にとっても、ビジネスライクに考えたら実現はムリです。組織内部で投資効果の説明がしにくく、組織的意思決定にはなじみにくい。だからこのプログラムに関心を持った方々には、説明するのではなく、現場に見に来ていただいています。

地方創生に対する意味

最後に、イノベーション・プログラムが地方創生に対して有している意味と、これからの地域メディアが持つべき視座の転換についてお話させて下さい。

イノベーション・プログラムは、地域経済の中で、多様な「シード・クリエーション (事業の種の創造)」現象を起

4 全広連 2019.11 **5**

こし、内発的地域経済振興の一端を担う役割を持って いると考えています。最近よく言われるベンチャー・エコ システムの中では、その母胎ともいうべき種づくりの部分 です。種は待っていても地域ではなかなか生まれず顕在 化もしないので、待ちのエコシステムではなく、攻めのエ コシステムとして機能します。

また、地域の人づくりや移住定住に対する積極的意味 も有していると考えます。この新しいことに挑戦し続ける 場は、実際に地域の人々の潜在能力を引き出し、新しい 繋がりによる創造の楽しさを生み出し、それがまた人を 惹きつける循環をもたらしていると観察しています。

地域メディアが持つべき新たな視座

そして、このイノベーション・プログラムの担い手として 地域金融機関や地域メディアの役割はたいへん大きい と思っています。それは地方創生のお手伝いという狭い 視座からではありません。地域金融機関や地域メディア は、それぞれの事業環境の劇的・根本的な変化の中で、 従来の中核的事業 (オールド・エコノミー) の収縮に苦 しんでいると思いますが、両者共に今や実態は、地域商 社、ホテル、イベントなども経営する「地域コングロマリッ ト化 | しています。結論的に言えば、地域なくして存立で きないわけですから、地域経済を自ら編集していくとい う積極的な視座を持ち、イノベーション・プログラムのよ うな地域の事業創作機能を中心的・主体的に支援、活用 してほしいと考えています。是非、ご興味をお持ちいただ けたらお問い合わせ下さい。

備考) 100人の革新者たちとイノベーション・プログラムに ついては拙著『日本の革新者たち』に詳しくとりまとめて います。ご関心のある方はご覧いただければ幸いです。

第30回 (令和元年度)

公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団 協賛 全広連夏期広告大学

第30回(令和元年度)全広連夏期広告大学(主催:各地広告協会、(公社)全日本広告 連盟、協賛:(公財)吉田秀雄記念事業財団)を7月25日から9月9日にかけて、全国5地区 で開催した。盛岡・米子会場の概要をレポートする。

盛岡講座 8月29日

地域で働く悦びや、豊かな将来性を見出す

第1講は東日本大震災を機に石巻に 移り、漁業を「カッコよくて、稼げて、革新 的 | な産業に変えることを目指す漁師集団 フィッシャーマン・ジャパンを立ち上げた長 谷川琢也氏が登壇。第2講は、『ローカル キャリア白書』を著し、未来の働き方は地 域で働くことと語る釜石市オープンシティ 推進室長の石井重成氏が登壇。第3講は、 月間「ソトコト」編集長の指出一正氏が登 壇。創刊以来「エコロジー」「スローライフ」 「ロハス」など社会観を発信してきたが、指 出氏が提唱した「関係人口」は、これから の価値観を示した。





石井重成氏



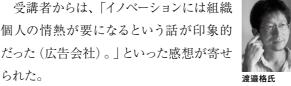
米子講座 9月9日

られた。

新たな発想とコラボレーションで、地域資源の掘り起こしに取り組む

第1講は、著書『日本の革新者たち』で 100人と対談し、地域でのイノベーション創 発に取り組む野村総合研究所の齊藤義明 氏が登壇。第2講は、インバウンド専門企業 を設立し地方を世界の観光地にしていくプ ロデュースを手掛ける岡本岳大氏が登壇。 第3講は、著書『田舎のパン屋が見つけた 「腐る | 経済」が海外でもベストセラーに なった渡邉格氏が登壇した。





だった(広告会社)。|といった感想が寄せ

各地広告協会の動き

京都広告協会 「秋期アド・フォーラム」 を開催

京都広告協会は9月27日に京都 市内のホテルで、「秋期アド・フォー ラム- "令和" の社会・くらし・トレン ドー」を開催した。会員48人、一般 190人の申し込みがあった。

鈴鹿且久理事長(株)聖護院八ツ橋 総本店社長) の開会あいさつの後、 片上崇味の素㈱理事広告部長兼 オリンピック・パラリンピック推准室 長が「味の素のスポーツ支援活動と 企業コミュニケーション」を講演。

トップアスリートを「食」で支援 するビクトリープロジェクトの取り 組みを、五輪の場などで手掛けた 光景をもとに説明。選手に提供す る 「勝ち飯®」の一般への認知度 向上のためメディアと連携して展 開した事例も多数示され、日本に とどまらず世界へ栄養サポートの 方法を広げるなど、今後の「食」や スポーツ支援の指針を語った。

次にテレビのコメンテーターで も活躍する、世代・トレンド評論家 の牛窪恵さんが「平成から令和へ ~トレンド・キーワードとの向き合 い方」を話した。

少子高齢化に伴うキーワード の変容をたどり、近年のキーワー ドと、それが「なぜ人気なのか?」 という視点で考察を加えた。次に 「バブル世代」「団塊ジュニア世 代」「ロスジェネ~草食系世代」 「ゆとり世代 | それぞれの世代の 特性に戦略のヒントがあるとし、 「令和 | 時代の流行語やヒット商 品に、必ず次のトレンドが隠れて いると、語った。



約180人の来場者が熱心に聴講

愛媛広告協会 第49回愛媛広告ゼミナール を開催

愛媛広告協会は10月3日、松山 市の東京第一ホテル松山で「愛媛 広告ゼミナール」を開催し、会員や 大学生ら約140名が参加した。

同事業は、広告界の第一線で活 躍中の人材から最新動向を学ぶべ く、1967年から実施している。

テーマは「地域創生は地域広告 の活性化から~今、私たちにでき ること」。世界に通じる瀬戸内のブ ランドづくりに携わる藤田明久氏 (瀬戸内ブランドコーポレーション 社長)と、地方自治体の要請でデジ タルメディアを活用した地域広告プ ロモーションキャンペーンを展開して きた島津裕介氏 (電通クリエーティ ブ・ディレクター)を講師に迎えた。

藤田氏は「私が考えるブランド とは"言動一致"。コンテンツを 発信し続け、実際に来た人が楽し く、満足しているかを考え、実態 に合わせて行動し続けることが大 切」と強調。島津氏は茨城県大子 町や大分県別府市での取り組みを 紹介し、「誰のためにするのかの 視点で考えたとき、市民の主体的



6 全広連 2019.11 全広連 2019.11 7 な参加が重要で、その結果、話題化 につながった」と述べた。

大阪広告協会 AD-Labセッション eスポーツをテーマに開催

大阪広告協会は10月9日、今年2回 目となるAD-Labセッションを、会員 社でもあるOCA大阪デザイン&IT専 門学校様の全面協力のもと、「eスポー ツの最前線を学ぶ/専門学校体験入 学」と題して行った。講師に滋慶学園 グループ名誉学校長、元日本eスポー ツ協会理事の馬場章氏を招き、OCA のeスポーツ教室 (ゲーミングルーム) にて、学生による対戦の観戦やゲーミ ングPCを使った実習も行った。

馬場先生は、プロのeスポーツプ

レーヤーを育てて きた教育者として の立場に加えて、 海外の多数のeス ポーツ大会を観戦 してきた目線で、 変化の激しいeス



馬場先生講義風景

ポーツ界の最新事情を詳しくお話し された。また実習では、参加者はeス ポーツの観戦やゲーミングPCに触る



セミナールーム実習風景

のは初めての人がほとんどで、大変 新鮮な体験だったと好評をいただい た。ともすればマーケティング視点の みに陥りやすい広告界において、eス ポーツという新しい市場を、人材も含 めていかに育てていくかという教育 の視点からアドバイスをもらい、大変 有意義な機会となった。



全広連の活動について詳しくはウェブサイトから Www.ad-zenkoren.org

INFORMATION

令和2年「広告界合同年賀会」1月8日に開催

毎年恒例の「広告界合同年賀会」を全広連含む関係29団体の共催により、開催します。 【日時】令和2年1月8日(水)午後3時30分~5時 【会場】帝国ホテル本館2階「孔雀の間」(東京都千代田区内幸町1-1-1) 【会費】9,000円

第23回アジア太平洋広告祭(ADFEST2020) 2020年3月18日~3月21日に開催

第23回目となるアジア太平洋広告祭 (ADFEST2020) が、3月18~21日に計4日間の日程でタイ・パタヤで開催されます。【公式HP】 http://www.adfest.com 各カテゴリーの作品応募要項 (英文) がADFEST公式HPに掲載されています。全広連では、応募要項の和文抄訳を作成し、追って全広連ホームページに掲 載する予定です。また、Young Lotus Workshop2020国内選考会の応募要項、同広告祭への研修ツアーのご案内も今後、掲載する予定です。

【会期】2020年3月18日~21日 (Craft@ADFEST 3月18日·19日/Creative@ADFEST 3月20日·21日)

加盟各地広告協会 人事 [敬称略]

事務局長就任 [長崎広告協会]山田繁生(長崎新聞社営業局次長兼広告部長) 10月1日付

全広連の活動(令和元年11月~令和2年1月)

令和元年 11月26日 第12回 (令和元年度) 秋のシンポジウム

(仙台、河北新報社ホール)

12月13日 「第8回日本宣伝賞」選考委員会

(東京、第一ホテル東京)

12月14日 第12回 (令和元年度) 秋のシンポジウム

(青森、東奥日報新町ビル)

令和2年 1月8日 広告界合同年賀会(東京、帝国ホテル)

加盟各地広告協会 新入会員社紹介 [順不同:敬称略]

【東京広告協会】(2社 2名) 【静岡県広告協会】(1社 1名)

■㈱CBCラジオ ■㈱ドラEVER

代表取締役 加藤智江 三河支社長 渋谷盛裕 ■日本BS放送㈱

代表取締役社長兼COO 小野寺徹

8 全広連 2019.11