

ZENKOREN

全広連

2026 AUTUMN Vol.1119



全広連

2026年10月5日発行／1、4、7、10月の5日発行／通巻1119号／昭和39年2月12日第3種郵便物認可
発行／公益社団法人全日本広告連盟 〒104-0061 東京都中央区銀座5丁目14番5号 光澤堂GINZAビル3F

電話03-3569-3566

定価450円（購読料は会費に含む）
www.ad-zenkoren.org

Special Report

「福島の現在地から、未来をひらく」



公益社団法人
全日本広告連盟
JAPAN ADVERTISING FEDERATION

CONTENTS

2	SPECIAL REPORT	「福島 の 現 在 地 か ら、未 来 を ひ ら く」
		情報の地図を書き換える ―― 複合災害から15年余り、ふくしまの「現在地」を歩く
		第75回全日本広告連盟ふくしま大会プレイベント 「特別講演会」
6		各地広告協会の動き (東京・福井・愛知・熊本・鹿児島)
8		CLIP BOARD

COVER ILLUSTRATOR

2026年は、Young Lotus Workshop 2025日本代表チームに表紙をデザインしていただいています。コンセプトとともに楽しみください。

アイデアを生み出す上で大切なのは、
発想に至るまでの「思考の姿勢」。
時代を超え受け継がれてきた
広告クリエイティブの考え方を、
季節のモチーフに重ねてデザインしました。

秋のモチーフは「ワイン樽」。
じっくり時間をかけて寝かせることで
上質な香りや味わいが生まれるように、
アイデアも寝かせてこそ、
新たなひらめきや、深みが生まれていきます。
秋はワインの旬を迎える季節。
実りの時期にふさわしく、
アイデアもまた、豊かに育っていきますように。



神戸 弥宙
株電通
●コピーライター

高校卒業後、
カンボジアの工科大学へ進学。
自動運転車の開発、
人工衛星を用いたAI画像処理の研究を行う。
2023年入社。
囲碁歴20年、全国大会5位入賞。



野口 柁晴
株電通
●コミュニケーション
クリエイター
●アートディレクター

2000年生まれ。
東京藝術大学デザイン科を
主席で卒業後、株電通入社。
Future Creative Center所属。
アイデア×ビジュアライズで、
遊び心のある体験設計を行う。

★次号からはYLW2026日本代表チームが表紙デザインを担当します。お楽しみに！

全広連ふくしま大会の開催を来年5月に控える福島。本特集では、地元を代表する二つの県紙が共同で記事を執筆しました。福島民報社は「震災復興15年を迎え、未来へ歩みを進める福島の現在地」を、福島民友新聞社は「全広連ふくしま大会プレ事業を通じて描く、これからの福島」を紹介します。

情報の地図を書き換える — 複合災害から15年余り、 ふくしまの「現在地」を歩く

※写真提供／東京電力ホールディングス㈱



通称「1F」の構内を視察する高校生ら。大半のエリアで一般の作業服による活動が可能になった現場を歩き、かつて見聞きた「情報の地図」を更新する。

あの日から、15年という月日が流れました。2011（平成23）年3月11日午後2時46分。福島県を襲ったのは、激しい揺れだけではありませんでした。巨大な津波が沿岸のまちをのみ込み、そして東京電力福島第1原発事故という未曾有の事態へと至りました。

私たち福島民報社は震災発生の直後から、混乱の渦中にある現場を走り続けてきました。防護服に身を包んで足を踏み入れた無人のまち、避難所で肩を寄せ合う住民の皆さんの涙、がれきが少しずつ取り除かれていく復興の道程。これまで膨大な数の記事を届けてきましたが、15年を経たなお、「福島の現在地」を正しく伝えることの難しさを感じています。

なぜなら、復興の歩みとともに見えてきた「光」と、時間が止まったままのような「影」が混在しているからです。「被災地」という一括りの言葉では捉えきれない福島の姿を、改めて皆さんの心の中に描き直していただければと願っています。

「1F」の変貌と、長い歳月を要する 廃炉への挑戦

福島の現在地を知る上で避けて通れないのは、東京電力福島第1原発、通称「1F（いちエフ）」の廃炉です。事故直後、構内は高線量のがれきが散乱し、重装備の防護服なしには立ち入ることもできませんでした。現在は大半のエリアで一般の作業服による活動が可能になり、「戦場」のようなかつての状況から大きく変化しました。

しかし、廃炉の現場には依然として極めて困難な課題が横たわっています。溶け落ちた核燃料「燃料デブリ」の

取り出しは、その最たるものです。遠隔操作ロボットなどを駆使した気の遠くなるような作業が続き、完了までには数十年という歳月を要します。また、発生し続ける汚染水を浄化した「ALPS処理水」の海洋放出についても、科学的な安全性、社会的な安心が将来にわたって両立されなければなりません。

原発事故に伴う除染作業で出た大量の土壌は1F近くの中間貯蔵施設に保管されており、2045年3月までに県外で最終処分することが法律で定められています。期限まで20年を切りましたが、最終処分場の候補地さえ見通せないというのも大きな課題です。

廃炉とは、どの時点をもって「完了」と言えるのかも決まっていない長期のプロジェクトです。私たちは地元紙として、県民の目線に立ってつぶさに報じ続ける責務があります。

自分の目で確かめる、対話の旅 「ホープツーリズム」

こうした福島の複雑な現状を、断片的なニュースや過去の映像だけで判断してほしくない。その思いから福島県が進めているのが「ホープツーリズム」です。その主な舞台は、太平洋に面した「浜通り」と呼ばれる地域です。

かつて避難指示が出されていた国道6号を走ると、真新しい公共施設と、いまだ取り壊されずに残る民家や店舗が車窓を流れていきます。ホープツーリズムは単なる見学ではなく「対話」です。たとえば震災遺構となった浪江町の請戸小学校で津波の脅威を感じ、双葉町の伝承館で事故の経緯や教訓を学ぶ。そして、この地に生きる人々の話を聞く。

再び土を耕せるようになった喜びを語る農家、この地に移住してきた理由を説く若者…。複合災害という特異な経験をした土地だからこそ、「生きる」ことへの根源的な問いがあります。廃炉の現場を含む被災地は、複合災害が決して遠い世界の出来事ではなく、私たちの消費生活やエネルギーの問題と地続きであることも教えてくれます。



ホープツーリズムの舞台の一つである浪江町の請戸小学校。震災遺構となった校舎内で津波の脅威を感じ、案内人との「対話」を通じて当時の教訓を学ぶ。

創造的復興と、人々の葛藤

原発が立地する大熊町や双葉町でも、避難指示の解除が進み、新たなまちづくりが始まっています。JR双葉駅周辺には災害公営住宅や診療所が整備され、少しずつ「生活の場」がよみがえりつつあります。震災前を再現するのではなく、新しい価値を生み出す「創造的復興」への挑戦が続いています。新たに立地が進む企業、まちの壁を彩るアート作品などは、復興の確かな歩みを感じさせます。

いまだ2万人以上の県民が避難生活を余儀なくされています。「故郷に戻りたい」という願いを持ちつつ、教育や医療、コミュニティなどの問題から帰還を断念せざるを得ない人々もたくさんいます。ようやく戻った故郷で、孤独を感じる高齢者も。一人ひとりの「人生の選択」の重みを、私たちは常に心に刻んでおく必要があります。帰還した人、避難先で生きる人、新たに移住してきた人。その多様な選択を尊重しながら、地域社会をどう維持していくか。それが今の福島に課せられた重い問いです。

「元に戻す」の先にある、日本の未来像

福島は、国全体の課題の「最前線」でもあります。急速に進む少子高齢化、労働力不足、地域コミュニティの維持。震災、原発事故により、これらの課題がいち早く顕在化したのが福島なのです。

だからこそ、ここから生まれる解決策は、日本の未来を照らすヒントになり得ます。たとえば「福島イノベーション・コースト構想」。南相馬市の「福島ロボットテストフィールド」では、物流ドローンや災害対応ロボット、さらには「空飛ぶクルマ」の実証実験が行われ、世界中から技術者が集まっています。

浪江町の「福島水素エネルギー研究フィールド」では、再生可能エネルギーを用いた世界最大級の水素製造が行われ、脱炭素社会の旗振り役を担っています。浪江町では最先端の学術拠点となる「福島国際研究教育機構（F-REI）」の本施設整備も進んでいます。



南相馬市の「福島ロボットテストフィールド」で行われているドローンの実証実験。「創造的復興」に向け、世界中から技術者が集まり先端技術の開発が進む。

また、いわき市から新地町までを結ぶ約180キロの「ふくしま浜通りサイクルルート（浜サイ）」が、2026年7月にナショナルサイクルルートに指定されました。海風を感じながら自転車を走らせれば、そこには豊かな自然と、再生へと向かう人々の確かな営みがあります。先端技術と伝統的な文化、そして自然が共存する新しい地域の形が、浜通りにはあります。



ナショナルサイクルルートに指定された「ふくしま浜通りサイクルルート（浜サイ）」。いわき市から新地町までを結ぶ約180キロのルートに、再生へと向かう確かな営みがある。

結びに代えて — 「情報の地図」を更新し続ける

福島の現在地を知るということは、復興の「光」だけを讃えることではありません。残された「影」や「痛み」を強調することでもありません。その両方をしっかりと見つめ、福島の「今」をありのままに捉えることではないでしょうか。

福島が抱える廃炉や新たなエネルギーの模索、地域の再生といった課題は、決して他人事ではありません。私たちが日々使う電気はどこから来るのか。人口が減り続ける日本で、私たちはどうやって豊かさを守るのか。福島を見つめることは、自分たちの未来を見つめることと同義なのです。

私たち福島民報社は、これからも現場に立ち続けます。移ろう景色、人々の心を伝え続けます。皆さんも、かつて見聞きた「情報の地図」を更新してください。福島を訪れ、空気を吸い、そこに生きる人々の声に耳を傾けてください。その経験が皆さんの未来を築く確かな力になると信じています。

福島民報社 ビジネスデザイン局担当局長 成田央

第75回全日本広告連盟ふくしま大会プレイベント 「特別講演会」

2020年5月、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、規模を縮小して事前収録、配信の形で開催された第68回全日本広告連盟ふくしま大会から早6年。満を持して改めて福島の地で開催される2027年全広連大会の機運醸成を図るため、第75回全日本広告連盟ふくしま大会プレイベント「特別講演会」は7月21日、郡山市で開催、福島県内の広告関係者約140人が出席しました。

講演会には電通、博報堂の第一線で活躍しているクリエイターが登場。嶋野裕介氏(㈱電通 クリエーティブディレクター)による「福島から全国へ メディア×SNS/AIなどを活用した新しいコミュニケーション実践」と、日野昌暢氏(㈱博報堂ケトル兼㈱博報堂 地域ビジネスデザイン事業ユニットプロデューサー、『クオリティーズ』編集長)による「地域資産の再編集とPR、そしてナラティブ」の2講演が行われました。両講演では、SNSや生成AIの普及によって大きく変化する情報発信環境の中で、地域が持つ魅力をどのように発見し、伝え、共感を広げていくかについて実践事例を交えながら紹介されました。

情報発信環境の変化と SNS時代のコミュニケーション

嶋野氏は、「福島から全国へ メディア×SNS/AIなどを活用した新しいコミュニケーション実践」をテーマに講演し、現代の情報発信の在り方について具体例を交えながら解説しました。

従来のテレビ・ラジオ・新聞・雑誌といったマスメディア中心の時代から、SNSとAIが主導する時代へ移行していると指摘。以前は送り手が伝えたいメッセージを大規模な媒体で発信すれば届いたが、現在は視聴者が興味を持たない情報を瞬時にスキップできる環境にある。そのため、多くの人へ一斉に伝える発想ではなく、

「特定の人強い関心を持ち、自ら拡散したくなる情報」を作ることが重要だと述べました。

その実践例として青森県との観光プロモーションを紹介。青森県はSNS利用率や情報発信力に課題を抱えていたが、「まるごと青森」プロジェクトを立ち上げ、県職員自身が発信者となる体制を構築。リンゴペンゴや土偶メモ帳、ゲーム企画など青森らしいコンテンツを次々に制作し、SNS上で話題化した。これにより地域の認知度向上とファン獲得につながりました。

また、SNSだけでなく新聞など既存メディアとの連携も重視しました。コロナ禍には県民の温かいメッセージを集めた新聞企画や縄文文化を活用したコミュニケーションを展開し、多くの共感を生みました。さらに青森県と長野県が協力し、Mrs. GREEN APPLEを起用したPR施策では全国的な話題を創出しました。



嶋野氏

全広連静岡大会で披露した「徳川家康AI」

最後にAI活用事例として、静岡新聞社と連携した「徳川家康AI」を紹介しました。新聞社が蓄積してきた地域情報とAIを組み合わせることで、新しい地域コンテンツや企業との関係構築が可能になると説明。講演全体を通じて、SNS、既存メディア、AIを連動させながら地域の魅力を世界へ発信する重要性を強調しました。

「絶メシリスト」はじめ、全国各地の取り組み

日野氏は、「今、地域の価値をつくるPRとナラティブ」をテーマに、本質的な地域活性化の考え方について講演。広告やイベントを単発で終わらせるのではなく、地域に根付き継続していく仕組みづくりが重要だと語りました。

代表事例として紹介されたのが群馬県高崎市発の「絶メシリスト」。後継者不足などにより失われつつある飲食店を紹介し、その店や店主の物語を発信することで新たな価値を生み出した。単なるグルメ紹介ではなく、人や地域の歴史に焦点を当てたことで多くの共感を集め、テレビドラマ化など全国的な広がりを見せました。

日野氏はPRを「仲間づくりの技術」と表現。広告は人との違いを見つける仕事に対し、PRは人と同じところを見つける仕事であるという。絶メシリストも行政、鉄道会社、市民、メディアなど多くの関係者が参加したことで成功しました。

さらに広島県の牡蠣プロジェクトや宮崎県のスナック文化を紹介した事例を紹介し、地域資産に新たな意味を与えることで観光資源や地域ブランドへ発展させる手法を解説しました。



日野氏

露出拡大から行動変容生み出すPR

また、PRの目的は単なる露出拡大ではなく、人々の認識を変え、行動変容を生み出すことにあると強調。AI時代だからこそ、人と人とのつながりや信頼関係、語りたくなる物語の価値が高まるとし、「楽しいから続く」「応援したくなるから広がる」という考え方こそが地域活性化の原動力になると締めくくりました。

今回の講演を通じて

今回の講演会を通じて、地域プロモーションの考え方は大きく変化していることを実感しました。SNSや生成AIの活用は重要であるが、その根底には地域への愛着や共感を生み出すストーリーが必要。単なる情報発信ではなく、人々の心を動かすコミュニケーションこそが求められています。

福島県には豊かな自然、食文化、産業、そして震災から復興を続ける人々の姿など多くの魅力があります。これらをSNSやAIも活用しながら効果的に発信することで、新たな交流人口や関係人口の創出につながる可能性があると感じました。

来年開催の全広連大会では、福島魅力を全国へ発信する絶好の機会となります。本講演会で得た知見を今後の業務や地域活性化活動に生かし、福島価値向上に貢献していきたいと思います。

福島民友新聞社 営業局次長 添田喜史

各地広告協会の動き (2026年)

東京 東京広告協会 「広告未来塾 第9期」開講

東京広告協会は7月8日、「広告未来塾 第9期」を開講した。塾長に太田麻衣子氏(博報堂／博報堂クリエイティブ・ヴォックス)を迎え、テーマを『0→1の見つけ方、そしてその先へ』として、広告界のトップランナーを迎え全6回の講義を実施している。60名の若手人材が講義と課題を通じて学ぶプログラムとなっている。

第1回は、箭内道彦氏(クリエイティブディレクター)が登壇。箭内氏は、「0から1」を生み出す原動力は「たのまれていないことをやる」姿勢にあると語った。広告は受注ビジネスだが、タワーレコードの『NO MUSIC, NO LIFE.』や『フリーペーパー 風とロック』、福島県での活動など、多くが依頼ではなく自らの発意から始まっていて、背景には、「自分のパトロンは自分」という考え方があり、やりたいことに対して自ら発注者となって行動することを大切にしており、クリエイティブの役割は対立する二択に終始せず、「第三の答え」を見つけることだと指摘。既成概念に囚われず新たな選択肢を提示する発想こそが、創造性の本質であると語った。講義終了後には懇親会も開催し、受講生・講師らが熱心に交流をはかっていた。



第1回講義の様子

福井 福井広告協会 「定時総会・講演会」開く

福井広告協会は6月15日、福井市の福井商工会議所ビルで「令和8年度定時総会・講演会」を開催した。同協会に加盟する広告関連企業やマスコミ各社など90名が出席した。

講演会では、dentsu JapanでAI利活用の推進リーダーを務める並河進氏が登壇。「AI時代のマーケティング」をテーマに、生成AIが市場を変容させる中で人間の役割について語った。並河氏は自社調査を引き合いに出し、対話型AIが身近な相談相手として浸透している現状を分析。「AIは気軽に相談できる点が強みである」とした上で、企業の活用においては「AIに詳しい人と周囲を巻き込めるムードメーカーがタグを組むことが重要」と強調した。さらに、AI時代だからこそ人間にしかできない力として「プロセスが生み出す力」「AIに従わない力」「初期衝動の力」「決断し責任を負う意思の力」などを挙げ、今後のマーケティングの方向性を示した。

あわせて開かれた定時総会では、吉田真士理事長(福井新聞社社長)が議長を務め、今期の事業計画などを審議・承認した。



講演する並河進氏

愛知 第13回愛広協 実践広告ワークショップ開催

愛知広告協会では、愛知県下の大学生、専門学校生を対象にマーケティングやコミュニケーション、クリエイティブの今を学ぶ講座「第13回愛広協実践広告ワークショップ」を開設。2月7日に第1講座、3月7日に第2講座を開講、今回の講師は、ホーユー(株) マーケティング本部長の加藤政樹氏、(株)博報堂の須田和博氏、(株)電通の土橋通仁氏の3名。参加学生は、第1講座が24名、第2講座は22名(2名欠席)。

第1講座では、必要な情報を学生にインプットする3講師の講義がそれぞれあり、加藤講師が課題を提示、第2講座ではその課題に対して学生一人ひとりが自身のアイデアを講師と学生にプレゼンテーション。一人ひとりのプレゼンをコンペティション形式で3名の講師が審査、適切で丁寧なコメントやアドバイスをしながら進化した。

今回の課題は、「大学生、専門学校生(女性)にセルフカラーを使ってもらうためのコミュニケーション戦略と具体的なクリエイティブ」。学生にとって身近な題材ではあるものの、難しい課題であったが、参加した学生達のスキルは想像以上に高く、審査員も刺激を受ける、独創的なアイデアが多数発表された。

グランプリ、準グランプリを含めて11名の学生が受賞、7月24日AAA2026贈賞式で「学生広告賞」として表彰された。



ワークショップの講師と参加学生

熊本 熊本広告協会 「第5回ビジネスセミナー」開催

8月20日に熊本広告協会「第5回ビジネスセミナー」(全日本広告連盟助成)を熊本市の熊本城ホール大会議室で開催した。7月28日に発生した令和8年熊本地震の影響で、会場を含め、開催が危ぶまれたが、結果的に無事開催することができた。約70名が参加。

講師に九州博報堂の共創プロデュース局プロデュース三部長の小郷裕也氏を迎え、「伝える」広告から、「動かす」共創へ～地域課題をビジネスに変える、これからの事業構想とブランニング～と題して講演をいただいた。「行政×異業種×住民」の事例として佐世保周辺の地域生活圏育成リーダーシップ事業「となりあんぐる」や「メディア×広告会社」の事例として「脳活新聞」を取り上げ、具体的な課題の進め方のヒントや、単なる業務の代行(受託)だけでなくお互いのアセットを持ちより、「事業パートナー」として共に新しい価値を創ることが「共創」のめざすものなど、示唆に富んだ内容の講演だった。

参加者からも「広告会社×広告会社」の共創のあり方や、行政の担当者との関係構築、維持についてなどの質問が相次ぐなど、参加者の満足度の高いものとなった。



熱心に聞き入る約70名の参加者

鹿児島 鹿児島広告協会 第51回鹿児島広告協会賞 記念講演会開催

鹿児島広告協会(会長・本坊修本坊酒造(株)取締役相談役)は4月22日、鹿児島市内にて令和8年度総会後に「第51回鹿児島広告協会賞記念講演会」を開催した。毎年総会後に行われるこの講演会は、これまで広告制作に携わる関係者を県外から講師としてお招きしており、変化していく現代の広告業界における広告のあり方をアップデートするために企画された講演会である。当日は会員や一般聴講者を合わせ、約100名が参加し、この講演会に参加するためだけに会場に足を運んだ参加者も多くいた。

講師には、和久田昌裕氏(株)電通九州インテグレート・グロースプランニング局クリエイティブ2部部長/クリエイティブ・ディレクター/コピーライター)をお招きし、「地元愛に、火をつけろ。」と題した講演を行った。

和久田氏は講演の中で「身近に既に存在する何気ない出来事と広告主の課題を結び付け、地元での生活者に気づきを促し、地元を目を向けさせることで活動が活発化し、やがてその活動は外に向けて情報発信することにつながっていく」と、自身の体験談などを交えて解説し、多くの聴講者に刺激を与える講演となった。



講演する和久田昌裕氏

TOPICS

福がひらく、あしたの広告。第75回全広連大会、福島・郡山で開催へ！

令和9年5月12日（水）～14日（金）、第75回全広連大会が福島県郡山市にて開催されます。全国からお越しになる皆さまに、福島という地域の力を感じていただけるよう、心を込めて準備を進めております。次号Winter号では、全広連ふくしま大会の概要や見どころを詳しくご紹介いたします。どうぞ楽しみにお待ちください。

【主催】第75回全日本広告連盟ふくしま大会組織委員会
（公社）全日本広告連盟

【開催協会】福島広告協会

【会期】令和9年5月12日（水）～14日（金）

【大会会場】けんしん郡山文化センター（郡山市堤下町1-2）

【大会テーマ】「福がひらく、あしたの広告。～ふくしまが灯す、広告の未来～」



第37回（令和8年度）全広連広告大学 動画配信のお知らせ

今年度の全広連広告大学では、太田麻衣子氏（株博報堂／株博報堂クリエイティブ・ヴォックス）と多彩なゲスト講師による全6講義の動画を、10月9日（金）から順次インターネット配信します。事前申込制です。詳しくは同封のチラシをご覧ください。

- 受講料**／会員および会員の所属する会社の方：無料
一般：有料 25,000円
- 申込方法**／チケットサイトPeatixにて申込受付。
全広連HPよりアクセスください。

[全広連](#) 

INFORMATION

加盟各地広告協会 人事 [順不同・敬称略]

山形	〈理事長〉 井上周（株山形新聞社 取締役広告局長）	7/27付	愛媛	〈会長〉 三好賢治（愛媛県商工会議所連合会 会頭）	6/12付
福島	〈理事長〉 安斎康史（株福島民報社 代表取締役社長）	7/21付		〈副会長〉 山本義幸（株伊予鉄高島屋 代表取締役社長）	6/12付
神戸	〈会長〉 武市寿一（株みなと銀行 取締役会長）	5/18付	長崎	〈会長〉 森田公三（株長崎国際テレビ 代表取締役社長）	6/29付
山陰	〈専務理事〉 野津富士男（TSKエンタープライズDC株 代表取締役社長）	6/30付			

事務局長就任 [敬称略]

山形	東海林学（株山形新聞社 広告局広告管理部長）	7/27付
-----------	------------------------	-------

新入会員社紹介 [敬称略]

全広連 〔賛助会員〕	■株大広
東京	■REVISIO株／河村嘉樹（取締役 共同創業者 ビジネス本部本部長）
愛知	■株Shinker／曾根田光（CEO）、山崎北斗（Executive Manager）、土井佑太（Executive Director） ■株アドライブ／遠藤隆一郎（代表取締役）、服部達哉（執行役員） ■株アトコ／小川敬太（執行役員 ATS事業部長）
京都	■株タイミー／土屋俊太（広域事業本部 本部長）
大阪	■JCOMマーケティング株／阪上裕昭（局長） ■ノウンス株／田中啓志朗（代表取締役）、今立真緒（イノベーションパートナー部 グロースマーケット2グループ リーダー）
山陰	■株ワキザシ／松宮悠人（代表取締役）
広島	■株ITADAKI／近藤東峰 ■クラシノ株／芝田潤（代表取締役）
愛媛	■1063WORKS／白石照美（代表） ■株キクノ／菊野先一（代表取締役） ■株コアラプロダクション／伊賀上将司（代表取締役） ■株フェローズ／土屋高広（常務取締役） ■プリンセストラベル株／河内広志（代表取締役会長）
福岡	■九電産業株／中村圭介（執行役員ブランドコミュニケーション部長）
佐賀	■株CRAFT 5／大谷拓也（代表取締役） ■TAKUBO NO DESIGN／田久保敬亮（代表）