

北広協ニュース

発行/一般社団法人
北海道広告業協会
〒060-0051 札幌市中央区南1条東1丁目2番地1
太平洋興発ビル2階 ☎(011)221-2634
(-)北海道広告業協会は、
広告業の健全な発達と
広告活動の改善向上を図り
もって北海道経済の発展と
道民生活の向上に寄与す
ることを目的とする。

ハイブリッドで 切り拓く



(一社)北海道広告業協会
会長 井上 幸三

2015年を振り返ると、経済的には若干明るい兆しが見えてきたように思いますが、政府はデフレからの脱却を宣言し、有効求人倍率も20年ぶりの高い水準を示しています。こうした好循環を生み出しているのは、「ハイブリッド」的な物事のことらえ方ではないでしょうか。世界のハイブリッド・カーの市場をリードしている日本の技術はまさにその賜物です。世界を沸かせた日本代表ラグビーチームは、各国の勇者たちのハイブリッドな集団でした。また、2000万部をあっという間に超えるミリオンセラーになった又吉直樹さんの「火花」も芸人と作家という異質の才能のハイブリッドがなせた業といえるのではないかと思います。こうした様々な出来事を見聞きするにつけ、私は広告にもハイブリッド化ができるのではないかと思い致ざるを得ません。得意先の課題解決のために、これまでにはない発想で、これまでにない手法を生み出すことはいかなるものだろうか、その

「健康食品に関する 景品表示セミナー」が 開催される。

去る11月6日(金)、電通北海道9階ホールを会場に、JAROと日本健康・栄養食品協会との共催セミナーが開催されました。このセミナーには、北海道広告業協会と全北海道広告協会も協賛し、初めての有料セミナーとあって、参加者は50名と若干少なかつたのですが、広告代理店や媒体社をはじめ、菓子メーカーや研究機関などの皆さまにも幅広くご参加いただきました。機能性表示食品の制度がスタートしたばかりとあって、どんな可能性があるのかと関心も大変高かつたようです。



平成27年度 北海道媒体JARO情報 連絡会が開催される。

平成13年にスタートして以来、恒例となつた、北海道地区媒体各社とJAROとの情報連絡会が11月5日(木)に電通北海道9階会議室で開催されました。今回は13社17名が参加。情報の信頼性を高めるための媒体社の責任や、今年4月にスタ

10月5日に実施しました。理想的な取引(ペストブランクティス)や下請け代金支払遅延防止法で問題になりえる行為などを例示。広大ななからではの特性を踏まえながら解説。太平洋興発ビルの会議室を会場に、24名の皆さまが参加しました。



平成27年度 実務者セミナーが 開催されました。

10月27日に開催された実務者セミナーは、131名の参加を得、好評のうちに終了しました。今回のゲストは、鷹嘴愛郎氏(博報堂ID局クリエイティブディレクター)「テーマは「地域の問題を解決するために広告ができること」講演を通じて、数多くのヒントをいただき、貴重な時間になりました。



下請けガイドライン 特別講習会

中小企業庁と日本広告業協会との呼びかけに応じ、平成27年3月の法改正に伴う「下請け適正取引等推進のためのガイドライン」の講習

新しい正会員社様が 入会されました。

平成27年11月10日付で株式会社 創文様が入会されました。これで協会の正会員社数は37社になりました。



株式会社 創文
代表取締役 木村 明宏
はじめまして、株式会社創文の木村です。会社の歴史はまだ浅く、今年設立18年目を迎えました。この度北海道広告業協会へ入会申請致しましたところ快くご承諾いただきました。入会に際しご尽力賜りました皆様には心より感謝申し上げます。

10月5日に実施しました。理想的な取引(ペストブランクティス)や下請け代金支払遅延防止法で問題になりえる行為などを例示。広大ななからではの特性を踏まえながら解説。太平洋興発ビルの会議室を会場に、24名の皆さまが参加しました。

10月~11月の動き

理事会

◎10月29日(水)13時30分からホテルオークラ札幌3階オーケ
◇正会員入会希望の審査について
◇常務理事、各委員長、事務局から所管事項の報告、その他
◎11月25日(水)13時30分からホテルオークラ札幌3階オーケ
◇来年度の事業計画に関する事項について
◇来年度の理事補充に関する事項について
◇常務理事、各委員長、事務局からの所管事項報告、その他

JAROからのトピックス

今年4月からスタートした「機能性表示食品」表示ですが、静岡県「三ヶ日みかん」が初の生鮮品の機能性表示食品として届出が受理されました。認められた機能性は「骨の健康に役立つβ-クリプトキサンチンが含まれています」というもの。摂取の目安は1日3個、機能性表示のみかんが出荷されたのは11月5日から。北海道の玉ねぎなどの生鮮作物も新しい可能性を持っているのではないのでしょうか。

明日へのベクトル

理解を深める 一年にしたい。

マーケティングプランナー
臼井 栄三

仕事の話をしていて、相手の会話がまひとつ噛み合わないなと感じたことはないだろうか。相手と同じ言葉をつかっていながら、その言葉の意味合いが人によって微妙に異なる場合がある。意味の正確さが、ビジネスでも思わぬ誤解を生むことさえある。

たとえば「ポジティブ」や「エンゲージメント」など、広告業界でよく語られる言葉も、かろうじてその意味が微妙にずれているようだ。横文字をそのままつかうことで何か深い意味があるかのように感じられるが、実はその言葉を互いにどれだけ理解しているのかわからない。

このような言葉は、プラスチックワードと呼ばれる。プラスチックのように自由に形を変えて、いろいろなところで便利に使われるけれど、本当の意味がよく伝わらない。当然のことながら、コミュニケーションがうまく取れず、お互いの理解には及ばないことになる。

もうすぐ二〇一六年の幕が開く。来年は、私たち一人ひとりがプラスチックワードを一通り見ていくことを心がけてはどうだろうか。知見が詰まった言葉をプラスチックワードにしておくだけでは、あまりにももったいない。つかう人によって意味がまちまちの言葉をそのままにしているのは、本当のコミュニケーションは成り立たない。まわりは共感も得られない。まわりは広告がパワを高めていくために、まず私たちのコミュニケーションの基盤である言葉の意味を明確にする。それが広告への「エンゲージメント」を高める第一歩ではないだろうか。

HBC 今日ドキッ! 月金 ご3:44~7:00

