

# ケロリン桶物語

銭湯や温泉で、おそらく誰もが一度は目にしたことがある黄色い「ケロリン」の湯桶。内外薬品の解熱鎮痛剤ケロリンのユニークな広告媒体だが、その誕生には、一人の男の血のにじむような熱意と努力があった。発案者の陸和商事社長山浦和明氏は、もともとディーゼル機関車を売り歩いていた営業マン。しかし、北海道でアルミの洗面器の裏に板切れを張り付けた広告を見つけて閃く、「世は宣伝の時代、これはイケる!!」と。当時はまだ、銭湯が全国に23000軒あり、一日一軒につき100人入ると見積もっても、なんと230万人。たしかに風呂桶は優れた媒体だった。衛生面からプラスチック素材の桶が注目されはじめる時代であったため、彼はさっそく「プラスチックの湯桶におたくの広告を入れませんか?」と、企画書を持って、当時、宣伝量の多かった製薬、化粧品、地酒のメーカーを中心に営業を始めた、しかし社名に垢がつくなどの理由でなかなかスポンサーが見当たらない。そんな時、富山で出会った内外薬品の前社長・篠山忠松氏が話ののってこれこの「ケロリン湯桶」が大量生産されることになったのだ。その後も彼は車に桶を積み、銭湯や温泉など全国各地のお風呂に桶の売り込みに走る。そして桶が誕生して36年たった今でも、200万個のケロリン桶が日本全国で使われている。

データ ● 開始:昭和38年、宣伝媒体としてケロリンPR湯桶を採用。最初は東京駅前「東京温泉」で試験的に使用し、好評だったため全国展開に踏み切る。納入先:日本全国の銭湯、旅館、ホテル、温泉、民宿、ペンション、ロッジ、公営国民宿舎、ユースホテル、ゴルフ場等。数量:現在まで約200万個余りを納入し、毎年新規及び入れ替えて4~6万個納入している。

広告を語ろう。

Y A M A G A T A A D V E R T I S I N G A G E N C I E S A S S O C I A T I O N

Y Vol. 2

A

山形県広告業協会 YAAA通信

A

1999年10月発行

A

時代を語ろう。

# 放送デジタル化時代、 広告はどう変わるか。



(株)電通 電通総研  
研究主幹

## 吉田 望

プロフィール●1956年12月1日生まれ。1980年東京大学工学部卒業後、(株)電通入社。1988年慶應大学経営管理研究科修士。1989年電通総研出向。1997年研究3部長。1999年電通メディア・コンテンツ統括局調査部長、電通総研研究主幹(兼務)。妻、長男、次男、長女に愛犬ボーと暮らす。趣味は読書とゴルフ。ポリシーは「読書を尊ぶ」。

1996年に始まった衛星デジタル放送。現在すでに100万人を超える視聴者を獲得しています。

さらに放送のデジタル化が大きく進むタイミングは、2001年です。21世紀の始まりと時を同じくして民放系の5社を中心とする新しい放送局がBSデジタル放送を開始いたします。さらに、BSに引き続いて検討されているのは地上波そのもののデジタル化。現在、2006年を目処に全国の主要地域で地上デジタル放送を開始するスケジュールが予想されています。

デジタル化がもたらすものは何か。視聴者にとってのメリットをわかりやすい言葉で言えば、「高画質、多チャンネル、進化」の3点といえるでしょう。2001年以降のデジタル放送では「ハイビジョン」画質が標準となります。また視聴可能になるチャンネル数が増加します。このわかりやすい2つのメリットの他に、デジタル化の最大のメリットは「進化」にあるといえるでしょう。アナログのテレビジョンは過去50年間、カラー化を除けば大きな変化が起りませんでした。一方、コンピュータは過去20年間の間に爆発的な進化を行いました。デジタル放送では過去のコンピュータの進歩同様、

音声、データ、ソフトや音楽配信など自由自在に順次、テレビの機能を増やしていくことが可能になります。電子番組欄を配信し、見たい番組を検索し、予約録画をする。こうした機能が基本となり、様々な機能が追加していくことになるでしょう。しかしこうした「進化」の含む問題点も当然あります。後から登場する機種の方が高機能であったり、あるいは試行錯誤で進む機能向上のなかには、ユーザーにわかりにくいものもあるかもしれません。そうした紆余曲折を経て20年ぐらいいの時間をかけながら放送産業全般のデジタル化が進んでいくのではないのでしょうか。

その中で広告はどう変わっていくのでしょうか。これまで視聴者に広告を浴びさせる、強制的なキャンペーン効果をもつゆえにテレビ広告はすべての広告の王者の地位を占めてきたといえるでしょう。コンピュータやインターネット、モバイル等の新しいメディアは逆に、ユーザーに情報選択の自由を与えることにより急速に伸びています。テレビメディアも長期的にはデジタル化によって視聴者により大きな選択の自由を与える方向に向かうことは間違いありません。将来のテレビ広

告も、現在の地上電波広告の15秒か30秒という定型のCMフォーマットだけでなく、多様な消費者に対応した様々な手法を試みる事になるでしょう。

長・短・静・音・双・冠・寛。電通の衛星メディア局では、将来テレビ広告が向かう多様化をこのような単語で表現しています。(双は双方向広告、冠は局提供や月間提供など新しい提供の仕組み、寛はカタログ型の新しい広告手法をさしています)しかし、最も重要な変化はテレビ広告のクリエイティブティそのものに訪れるのかもしれませんが。ユーザーにとって見たい広告は、ユースと同じです。見たい広告を取りおいて後から何度でも再生する。そんな広告の使われ方が増えていくとすれば、如何に視聴者が見たがるクリエイティブティやエンターテイメント性をテレビ広告のなかに盛り込むのが大きな課題となってくるでしょう。デジタルテレビ時代の最大の勝者は圧倒的なクリエイティブティになる。デジタル化がもたらすのはむしろ広告の「原点帰り」ではないかと思つたのです。



# 「ゆとり都山形」を 全国に売り出せ!! 高速交通網を整備し、 新しく魅力的な21世紀の 山形を創造しよう!!



山形県副知事

## 金森 義弘

プロフィール ● 昭和15年9月30日生まれ。山形県立山形南高等学校卒業、中央大学法学部卒業後、昭和38年県庁へ入庁。国体局次長、東京事務所長、商工労働観光部長、企画調整部長、教育長などを経て山形県副知事に就任。高校時代にはバドミントンで全国制覇したスポーツ派。最近の趣味はサッカーなどのスポーツ観戦のほか、音楽、芸術鑑賞等。時間を見つけては、文庫館で行われるコンサートなどにも足を運ぶ。ポリシーは、何事も誠意をもって進めること。

地域ごとの発展を目指す「新総合発展計画」

山形県は平成7年から「新総合発展計画」をスタートさせました。もちろんこれまでも10年ごとに「総合開発計画」を策定してきましたが、「開発」という言葉にはマイナスのイメージもあるということで、ネーミングも新たに策定しました。33項目の主要プロジェクトがあり、山形の見事な自然環境を次の世代へ残していくこと、引っ込み思案な県民という印象を持たれがちな山形を、いい方向に転換させていくことなどが大きなポイントになるでしょう。シンボルワードの「人 はばたくゆとり都」山形は、「人」を大切にし、「二人ひとり」が能力を発揮できるよう、多様な豊かさを実現する県づくりへの思いが込められています。山形は四つの地域に分かれており、それぞれにきわだった文化があります。これまでは、山形県として一つにまとまっていこうとする方針でしたが、今回の計画では「地域ごとの発展」を目指すまったく新しい概念を打ち出しました。その基盤づくりの最たるものとして、交通網の充実があります。山形新幹線新庄延伸をはじめ、高速道路、庄内空港などによって、市町村や県、国の交流をより活

発化させていくというものです。今年は計画期間の中間点として、点検に重点を置いています。上山から東根まで開通する東北中央自動車道も平成14年を目処に着々と進んでおり、全体的に見ても70%が順調に動いていますね。

山形新幹線延伸をきっかけに、山形の四季折々の感動をアピールしたい。

交通網の充実とともに、全国に向けて山形をアピールしていかなければなりません。まず、12月の山形新幹線新庄延伸をきっかけにアピールしていきたいポイントを考えると、やはり四季折々の自然の美しさですね。例えば南陽市は既に山形新幹線が開業している沿線地域ですが、最も四季がはっきりしているといわれる、ちよと北緯38度線上にあります。そうした四季の移ろいの中を、県庁所在地以外で初めてターミナルとなる新庄市へと新幹線が向かう。東京駅から見ると、まさに大自然のまっただ中に飛び込んでいくという感覚です。また山形はさくらんぼだけでなく、まだまだ知られていない良質の青果物が豊富にあります。生産者の方も実に研究熱心。海産物も旨い。我々が普段食べているものにも、大いにアピール

できる食材や料理がたくさんあります。食文化をからめながら、四季折々の感動をアピールしていきたいと思っています。

山形をアピールするために、地元広告代理店から、どんないい企画を提案して欲しい。

山形県をアピールするためには、地元広告代理店にも力を尽くして欲しいですね。今のところ、電波と印刷の媒体をからめた企画になると、地元代理店から全国へ発信するノウハウが少ないため、中央の大手代理店に依頼することが多いのが現状です。しかし山形の印刷媒体のレベルなどは随分上がっていますし、地元広告業界の方々も、山形のすばらしさをよくご存知でしょう。PRへタといわれる山形県ですから、隠された良さをどんどん掘り起こして、我々にいい企画をご提案いただきたいと思います。こちらのセンスも問われる訳ですから、お互いに情報を交換しながら成長していければと思います。これからは地方から発信していく時代です。県に関する広告の大半は、地元の代理店でまかなえるよう、是非ともがんばっていただきたいです。

企業を語ろう。

多くの出会いが重なって、  
確実な地固めができたから、  
でん六豆はヒットしたのです。

戦後、菓子の製造販売を再開したときは、甘納豆の計り売りからはじめました。会社のキャラクターを作り、一般公募したキャッチフレーズ「ごろごろ小豆は鈴木マーク」を歌い文句に販売したんです。甘味が不足していた時代ですから売れ行き



株式会社でん六  
代表取締役社長

# 鈴木 傳四郎

プロフィール ● 昭和2年5月28日生まれ。山形市立商業高校卒業。  
(株)でん六は元社長の父鈴木信六氏によって大正13年に創業。太平洋戦争の際は軍事工場として、戦後は繊維製品の会社で乗り切り、昭和25年に菓子製造業を再開。昭和28年に鈴木製菓株式会社設立し、昭和37年株式会社でん六と社名変更。傳四郎氏は、昭和51年同社代表取締役社長に就任。平成7年蔵王の森工場を落成。資本金4億2500万円。菓子の総合メーカーとして、業界トップの座を保持している。妻、長男夫婦と孫3人の7人暮らし。文部大臣表彰、山形県知事表彰、山形産業賞受賞。

山形市清住町3-2-45  
TEL (023) 644-4422

「でん六豆、うまい豆」のCMソングにつけて、県内はもとより全国的に大ブレイクしたでん六豆。香ばしいピーナッツをうぐいす色のせんべいと砂糖で包み、カリッとした歯触りに甘味と塩味を絶妙に表現した豆菓子は、いまなお多くのファンに支持されている。商品と同様の社名で躍進してきた株式会社でん六は、このほか、おつまみシリーズ、甘納豆シリーズ、ナッツシリーズなどから、数々のヒットを飛ばしてきた。平成5年に発表した「味のこだわり」は、第二十二回全国菓子大博覧会名譽総裁賞を受賞。毎日欠かさずに行われるという企画会議から生まれたアイテム数は、現在約70品目、金額別の包装種類では約800品目にもなるという。県内において、広告戦術のバイオニテといえる鈴木傳四郎氏からでん六の歩みをうかがった。

## 「でん六豆」商品開発の過程

は好調でしたが、夏場がだめ。何か新しい商品を作らなければと、ヒントを探しに東京へ行ったんです。いろいろな方を伝って、ピーナッツに砂糖をまぶした豆菓子が売れているという話を聞きつけた。しかし作り方が解らない。問屋さんにお願

いして大阪にある機械メーカーを紹介してもらったのですが、使い方も解らない。そこでひよんなことから、この豆菓子に必要な寒梅粉を買うことを条件に、職人を派遣しようと言う業者さんが現われた。私は寒梅粉が何かも解らない状態でしたから、社員を大阪の豆菓子メーカーに見習いに出すという条件を受けて九州にいったんです。多くの出会いが重なって、情報収集から製造まで確実な地固めができましたから、商品はパーフェクトといつていい。この豆菓子は見事に売れました。





新商品の売れ行きは良かったものの、企業として認知されるためには、商品名と社名を入れた袋詰めしなければと思っていました。しかし計売りが中心だった当時、消費者にとって、袋詰めの商品は割高の意識があったんです。昭和32年頃、防湿性のあるポリエチレン系の材質が出たことで袋詰め販売に乗りだし、手頃な値段段でお腹いっぱいになるよう、130gのポリウムに30円という価格を設定。ネーミングも従来の「うぐいす豆」ではインパクトがないため、悩んだ末に父が「伝六さん」と親しみ深く呼ばれていたことから、その名前をいただくことにしました。そしてCM

豆の弾けるイメージの、  
でん六豆のCMソング。  
天地総子さんが、見事に歌ってくれました。

ソングの制作です。桜井順氏による作詞作曲で、ころころと豆が弾けるイメージを歌手の天地総子さんが見事に歌ってくれた。ラジオで放送するほか、仙台駅や東北十数カ所の街頭放送で、二日に何度も流しました。テレビCMは開局と同時にス

「でん六豆」が  
ナショナルブランドになるまでの、  
広告戦略。

ボンサーとなり、節分の時には赤塚不二夫さんの鬼の面を付けたプレミアム商品を販売しましたね。お客様が喜ぶ商品を作ること、そして多くの方に知ってもらうためには、広告は絶対欠かせないと思っています。

自社ブランドだけを宣伝するのではなく、  
これからは、社会と手をつないだ企画を立てていきたい。

新世紀に向けての  
広告展開。

これからの時代、お菓子に何が求められていくのかと考えると、ひとつは健康が大きな柱になるだろうと思います。今年の7月には当社が仕掛け人になり、東京で「ーナッツフォーラム」を開催しました。ピーナッツの栄養価に関する研究発表や有

識者の座談会などを行い、健康食品としての効果をPRしました。勢いのあったでん六豆が徐々に売れなくなってきたとき、あるコンビニエンスから「あなたはこちらが望む商品ではなく、自分の商品を売っている」といわれたんです。非常にショックで

した。それ以来顧客第一主義を徹底しています。これは広告にも通じることで、自社ブランドだけを宣伝するのではなく、社会と手をつないだ企画を立てていきたいですね。ホームページも開設していますが、たんなる企業案内のものではなく、消費者と直接コミュニケーションを図れる構成にしています。質問に答えると、回答者の性格とおすすめのおやつが解る「ピーナッツキングの性格鑑定所」や毎月のテーマに「コメント」を募集する「おやつ会議」など、遊びの要素をふんだんに入れた内容です。巷の要望を知ることできますから、マーケティングの役割も果たしていますよ。



広報委員会  
勝手にピックアップ **山形**

広告ギャラリー



ほのぼの賞

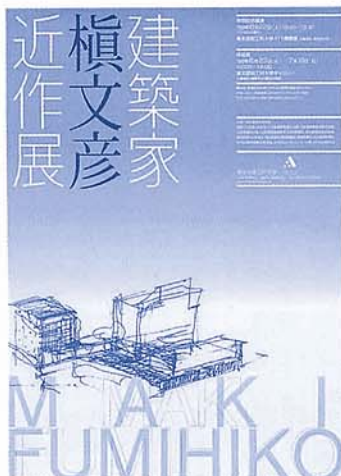
渋谷建設の企業広告。写真のこども達のほのぼのとしたムードと、シンプルなコピー表現で「自然保護を大切に考えている企業である」というメッセージを素直に伝えている。

広告主: 渋谷建設株式会社 媒体: 山形新聞 (平成11年4月6日付)

ストレート賞

建築家槇氏の作品展および公演会の告知をストレートに表現。広告の原点のようなつくりと、建築らしい淡いシンプルなデザインが目を引き。

広告主: 東北芸術工科大学  
媒体: ポスター



アイデア賞

県会議員選挙にあたり、若い人達の投票率を減らす目的で作られたTVスポット。県議会議場を舞台にし、山形の民放テレビ局4局すべての局アナが登場させ、選挙の原点を語る事で、選挙に対する親近感をもたせた。

広告主: 山形県選挙管理委員会事務局  
タイトル: 山形県議会議員選挙投票日啓発  
「私たちがお知らせします。」  
放送形態: 15秒スポット

- YBCアナウンサー 藤村さん  
「ここは県議会議場です。」
- SAYアナウンサー 遠藤さん  
「今回の選挙はこの席で、…」
- YTSアナウンサー 米田さん  
「県政に携わる代表者を選ぶ」
- TUYアナウンサー 松田さん  
「大事な選挙!」
- 「4月11日・日曜日は、」
- 4局のアナウンサー揃って  
「山形県議会選挙の投票日!」



## 仕事を語ろう。

### 体力勝負で走ってきた2年間。 最近はいろんな意味で落ち着き、 仕事の基本を見つめ直しています。

突然ですが、私、この度電撃結婚いたしました。多くのファンを泣かせてしまい、とても心が痛みますが、独身時代以上に、仕事に(夜に?)燃えています。

入社3年目、女性とのつき合い方も然る事ながら、それ以上に仕事に対する本当のおもしろさ、同時に難しさもわかってきたように思います。現在、主に採用関連の媒体を営業していますが、「採用がなければ仕事がない」あるいは「仕事の依頼を待つ」というstanceでは、何もできません。コミュニケーションを提案するということ(受注に結びつくかはさておき...) 私たちの仕事の楽しみ、やりがいがあるのだと、今



さらながら感じています。

私たちの仕事は、「できた形を売ること」ではなく、「情報を加工して形をつくりあげること」言い古された理想論ではありますが、若手なりにその意味を感じとりながら、私の現場での体力勝負の日々は続いています。



### 株式会社 アイン企画 川合 直樹

〒990-0025 山形市あこや町一丁目3-13  
TEL023-642-4542 FAX023-642-4597

### DISCOVER 山形! 山形のパイオニアへの挑戦。

私が山形へ赴任し、はや3年になるようしている。最近山形の風土にも、ようやく慣れたように思える。県外出身の私にとって仕事においてもプライベートでも、たくさんのsurprise(驚き)を見つけることに、快感とやりがいを覚え打ち込んでいる。こんな企業もあるんだとか、山形のこういう面は素晴らしいと、日々新しい発見がエネルギー源になっているような気がする。



しかしこのsurpriseを広告で表現し、周囲を話題の渦に巻きこむような仕事をしたいと思っても、実際難しいもので、課題としてずっと残っていく



いくつかと思う。東京のように、奇抜さなどで人を驚かす広告が目につき一種のあこがれは抱くが、むしろ山形はそれに流されることなく道端に咲いている花をみてホッとするように、東京では気がつくことのないような広告を発信することが、山形のいや私の使命であると思います。

私が担当しているスポンサーに対しても、日々surpriseを求めて努力を重ね、東京にこびることのない広告づくりを実践していきたいと思う。

### 株式会社 朝広東日本 山形支店

営業  
酒井 具晃

〒990-0047 山形市旅籠町3-1-4(食糧会館3階)  
TEL023-631-5233(代) FAX023-632-0187

### クライアントの要求に応え、提案し、 納得いく広告をするのは大変なこと、 日々勉強ですね。

この職業につき約1年と半年近く、普通だと早く感じる所なんでしょうが、思い悩み、考えた年月だったのでそうは感じませんでした。何で悩んだり考えたりしたかという、新規のクライアントの開拓が全く上手く出来なかったからです。訪問すると決まって「もう一度会社名をおっしゃって下さい。アドバ...何ですか」から始まり、口を出す間もなく「チラシはいりませんから」と。広告という、新聞とチラシというイメージがあるらしく瞬殺されたりという日々が続きました。その繰り返しで気づいたのが、はじめから仕事という形で行くと断わられやすいということでした。以前は出されたお茶を飲むた



イミングもいつがいいのかと考えるくらいでしたが、今では少し余裕がもてるようになって、お茶も「おかわり」なんてことはありませんが美味しくいただけ、雑談も出来るようになりました。仕事は一回伺っただけでは決まりにくい。一人で焦ってもダメなんだと感じました。営業って仕事は専門的な知識は勿論のこと、人とのおつきあいでもあるので、そこをところをもっと経験し、勉強していかないとと思う昨今です。

### 株式会社 アドバタイジング エフ

営業  
河合 雅人

〒990-0042 山形市七日町2-1-3(蜂屋ビル3階)  
TEL023-625-8355(代) FAX023-625-8356

# 平成10年度事業報告

(平成10年4月～平成11年3月)

平成10年



## 平成10年度 通常総会開催

5月18日(月)教育会館にてYAAA理事会・総会を開催。平成10年度会計報告、平成11年度事業計画が承認された。また、広告代理業の市場認知拡大への方策や取引正常化など山形経済でのYAAAの役割を探るべく活発な意見交換が行われた。

引き続き同会場にて賛助会員社の皆様をお迎えし、YAAA会員の代表及び多数の社員も集い、経済動向や業界ならではの話題など活況の中で盛大に懇親パーティーが催された。



- 4月2日(木) 臨時理事会開催
- 4月23日(木) 臨時理事会開催
- 4月24日(火) 全国広告業団体連絡会議(東京)
- 5月18日(月) 第4回 定例会事
- 平成10年度通常総会(教育会館)
- 協会会員社・賛助会員社懇親パーティー(教育会館)
- 7月9日(木) 第5回 定例会事
- 7月16日(木) 臨時理事会
- 7月31日(金) YAAA会報創刊号発行[主管/広報委員会]
- 9月9日(水) 第1回 YAAA親睦ゴルフ会[主管/総務委員会]
- 9月28日(月) 第6回 定例会事
- 10月12日(日) 全国広告業団体連絡会議(東京)
- 11月16日(月) 東北広告業団体連絡会議(郡山)
- 11月19日(木) 第7回 定例会事

平成11年

- 1月14日(木) 第8回 定例会事
- 賀詞交歓会[主管/総務委員会] (山形グランドホテル)
- 3月11日(木) 第1回 YAAA広告セミナー[主管/企画委員会]
- 第1回 親睦ボウリング大会[主管/総務委員会]
- 3月24日(水) 第9回 定例会事

## 第1回 YAAA親睦ゴルフ会開催

9月9日(水)山形カントリークラブにて初の大会を開催。記念すべき第1回の優勝者は(株)和広社長で、接戦の末、栄冠を見事獲得し、優勝トロフィーと豪華賞品を手にした。コンペ終了後には会場を移し、成績発表と表彰式を兼ねた懇親会を開催。コンペ参加者以外のYAAAメンバーなど大勢が集い、ゴルフ談話などで賑やかに懇親を深め、初秋のスポーツイベントに花を咲かせた。



## 平成11年度事業計画(案)

	定例会議	事業活動
4月	4/28 全国広告業団体連絡会議	
5月	5/13 臨時理事会 5/19 平成11年度通常総会 第10回 定例会事	
6月	東北広告業団体連絡会議	
7月	第11回 定例会事	7/7 第2回 YAAA親睦ゴルフ大会
8月		
9月	第12回 定例会事	
10月	全国広告業団体連絡会議	第2回 親睦ボウリング大会 YAAA広報誌第2号発行
11月	第13回 定例会事	
12月		
1月	第14回 定例会事	賀詞交歓会
2月		第2回 YAAA広告セミナー
3月	第15回 定例会事	

※各委員会の会議は、随時開催。

協会  
加盟社

株式会社 アイン企画  
代表取締役社長 松岡宏和  
〒990-0025 山形市あこや町一丁目3-13  
TEL023-642-4542 FAX023-642-4597

株式会社 朝広東日本 山形支店  
支店長 佐竹正志  
〒990-0047 山形市旗本町3-1-4(食糧会館3階)  
TEL023-631-5233(代) FAX023-632-0187

株式会社 アドバタイジング エフ  
代表取締役社長 沼津善右衛門  
〒990-0042 山形市七日町2-1-3(鮮魚ビル3階)  
TEL023-625-8355(代) FAX023-625-8356

株式会社 エス・アイ・エスコミュニケーションズ  
代表取締役社長 原口敏  
〒998-0875 酒田市東町1-15-25  
TEL0234-26-0050 FAX0234-26-6151

株式会社 庄交アド・エージェンシー  
代表取締役社長 本山潤  
〒997-0031 鶴岡市鏡町3番35号  
TEL0235-22-3777 FAX0235-22-5289

株式会社 青陵社  
代表取締役社長 佐竹純一  
〒990-2447 山形市元木一丁目10番45号  
TEL023-624-0611 FAX023-624-0625

有限会社 タス  
代表取締役社長 金子行雄  
〒992-0031 米沢市大町3-5-46(大町ビル4階)  
TEL0238-21-5903 FAX0238-24-3567

株式会社 日本プレス広告社  
代表取締役社長 佐藤元昭  
〒990-2462 山形市深町2-3-33  
TEL023-643-2292 FAX023-643-2487

株式会社 ハイスタッフ  
代表取締役社長 高橋雅宣  
〒990-2422 山形市中原田一丁目7番23号  
TEL023-632-6030 FAX023-632-6032

株式会社 北宣  
代表取締役社長 武田寿男  
〒990-2423 山形市東青田2-13-3  
TEL023-631-1252 FAX023-631-1374

株式会社 ホロン 山形支社  
代表取締役社長 鈴木英文  
〒990-2413 山形市南町2-8-47(ミナミハラアネックス2階)  
TEL023-624-3110 FAX023-624-3111

株式会社 山形アドビューロ  
代表取締役社長 堀田稔  
〒990-0042 山形市七日町4-16-18  
山形新聞放送会館2号館  
TEL023-641-2160 FAX023-641-2163

山形コンベンションサポート株式会社  
代表取締役社長 齋藤隆  
〒990-0071 山形市流通センター2丁目9番7号  
TEL023-633-4333 FAX023-633-3976

株式会社 山新広告社  
代表取締役社長 相馬健一  
〒990-0047 山形市旗本町2丁目5番12号  
山新放送会館内  
TEL023-635-5590 FAX023-635-5595

株式会社 和広 山形支社・社内営業所  
代表取締役社長 土屋朝男  
〒990-0025 山形市あこや町1丁目1番1号(有川ビル3階)  
TEL023-626-3330 FAX023-635-6018

新加入  
会社

株式会社 アドコーポレーション 山形支社  
代表取締役社長 湯辺信行  
〒990-0043 山形市本町1-4-27(協栄生命山形ビル7F)  
TEL023-624-6621(代) FAX023-624-6459



弊社は、昭和61年12月、仙台市に創業致しました。その翌年には山形支社を開設。新聞広告を主体に事業を展開してまいりましたが、平成2年4月、月刊求人誌「DOING」を創刊。現在に至っております。この間、福島市と宮城県の高橋市、古川市、迫町に営業所を構え、新聞広告をベースに、タウン紙の発行、制作・編集の受注(平成10年、(有)エーシークリエティブとして独立)といった事業を展開しております。従業員数80人ほどの弱小代理店ではありながら、南東北3県に営業所を展開しておりますのは、「地域社会を大切にしたい」という創業理念に基づくものです。その意味でも今回の協会への入会を大変喜んでいる次第です。私も弊社もまだまだ未熟者ではございますが、今後ともご指導ご鞭撻、ご支援を心よりお願い申し上げます。

発行人 ● 会長 堀田 稔  
事務局 ● 〒990-0042  
山形市七日町4-16-18 山形新聞放送会館2号館  
(株式会社山形アドビューロ内)  
TEL023-641-2160 FAX023-641-2163

YAAA賛助会員

株式会社 山形新聞社  
代表取締役社長 相馬健一  
山形市旗本町2-5-12  
TEL023-622-5271

株式会社 山形テレビ  
代表取締役社長 後藤久彌  
山形市城西町5-4-1  
TEL023-645-1211

株式会社 さくらんぼテレビジョン  
代表取締役社長 山本浩一  
山形市落合町85番地  
TEL023-628-3901

株式会社 ケーブルテレビ山形  
代表取締役社長 中村松太郎  
山形市あこや町1-2-4  
TEL023-624-5000

株式会社 ニューメディア米沢  
代表取締役社長 金子剛三  
米沢市春日4-2-75  
TEL0238-24-2525

山形放送株式会社  
代表取締役社長 玉虫義孝  
山形市旗本町2-5-12  
TEL023-622-6161

株式会社 テレビビュー山形  
代表取締役社長 中澤忠正  
山形市白山1丁目11番33号  
TEL023-624-8111

株式会社 エフエム山形  
代表取締役社長 安孫子敏雄  
山形市松山3-14-19  
TEL023-622-0804

山形コミュニティ放送株式会社  
代表取締役社長 玉井 恒  
山形市本町2-4-14(津多屋ビル)  
TEL023-634-0762

株式会社 荘内日報社  
代表取締役社長 荘司俊治  
鶴岡市馬場8-29  
TEL0235-22-1480