

世の中、総じてアイデア時代。だが、ちとやそつとの試みではさっぱり業績上がらず、不発に終るケースが多い。そこで、PRの催しや方法、果ては地方自治体のお祭り、行事までも手を貸しましようにといったイベントを研究する会が誕生、ユニークな集いとあつて、耳目を集めそう。

この集い、北海道イベント研究会といひ、アイデアマンの集団といったところ。自動車販売会社の宣伝マンやミニ雑誌の編集マンなど、日ごろ『なにかあつといわせる他しがないものか』と知恵を絞っている連中がより集まつてついで最近発足したばかり。グループはまだ七人。古い因習や既成概念にとらわれず、新しいものをどんどん生み出して研究しあおうとするもので、会社業績に向上するPRのイベントや、歴史のない本道市町村のお祭り、行事といったものを考える。

催して消費者にアピールする。小規模な商店でもチラシ一本では芸がなさ過ぎる。同じ金をかけるなら、まだいい方法があるはず。新しく開店するにしても、その存在価値を。企業や商業経営者など広くPR関係者を対象とするセミナーを開く。各分野のエキスパートを講師に呼び、PR、イベントの重要さを認識し、その方法論、優れたイベントの成功した事例などをあげて勉強する。

まで！ 促販！ 製品！ 新製！ から！ 行事！ 祭り！ イベント研究会誕生

こうしてイベントの研究集団は全国でも珍らしく、せいぜい似たようなことをやっているのは広告代理店。しかし、これら代理店の企画はあまりにも陳腐すぎるとし、『もつとぞん新で強烈なものを』互いに発表、討論する。日ごろから代理店と接し、その企画に不満をもつ宣伝マンの集団でもあつたに、どんなイベントを生み出すか、注目される。

この集団はとりあえず南二西七協立ビル、トミ・クリエティブ（二二二一七〇三三）に事務所を持ち、月に数回寄り集まつて研究会を開くが、初代の会長には佐藤公さん（カローラ札幌販売部長）が選ばれ、専任的に取組んでいる。

祭り行事から新製品販促まで イベント研究会誕生

世の中、総じてアイデア時代。だが、ちとやそつとの試みではさっぱり業績上がらず、不発に終るケースが多い。そこで、PRの催しや方法、果ては地方自治体のお祭り、行事までも手を貸しましようにといったイベントを研究する会が誕生、ユニークな集いとあつて、耳目を集めそう。

この集い、北海道イベント研究会といひ、アイデアマンの集団といったところ。自動車販売会社の宣伝マンやミニ雑誌の編集マンなど、日ごろ『なにかあつといわせる催しがないものか』と知恵を絞っている連中がより集まつてついで最近発足したばかり。グループはまだ七人。古い因習や既成概念にとらわれず、新しいものをどんどん生み出して研究しあおうとするもので、会社業績に向上するPRのイベントや、歴史のない本道市町村のお祭り、行事

といったもので考える。例えば、ある会社が新製品を発売するさい、どんな方法や催しで消費者にアピールするか。小規模な商店でもチラシ一本では芸がなさ過ぎる。同じ金をかけるなら、まだいい方法があるはず。新しく開店するにしても、その存在価値をどんな手でPRするのが一番いいかなどを考えだす。また、市町村のお祭り、観光地の売り出し方法なども、いま一つ考え出して話題性に富ませることも工夫し合う。

さらに、企業や商業経営者など広くPR関係者を対象とするセミナーを開く。各分野のエキスパートを講師に呼び、PR、イベントの重要さを認識し、その方法論、優れたイベントの成功した事例などをあげて勉強する。

こうしてイベントの研究集団は全国でも珍しく、せいぜい似たようなことをやっているのは広告代理店。しかしこれら代理店の企画はあまりにも陳腐すぎるとし、『もつとぞん新で強烈なものを』互いに発表、討論する。日ごろから代理店と接し、その企画に不満を持つ宣伝マンの集団でもあるだけに、どんなイベントを生み出すか、注目される。

この集団はとりあえず南二西七協立ビル、トミ・クリエティブ（二二二一七〇三三）に事務所を持ち、月に数回寄り集まつて研究会を開くが、初代の会長には佐藤公さん（カローラ札幌販売部長）が選ばれ、専任的に取組んでいる。

（1975年 読売新聞北海道版）

この集団はとりあえず南二西七協立ビル、トミ・クリエティブ（二二二一七〇三三）に事務所を持ち、月に数回寄り集まつて研究会を開くが、初代の会長には佐藤公さん（カローラ札幌販売部長）が選ばれ、専任的に取組んでいる。

こうしてイベントの研究集団は全国でも珍しく、せいぜい似たようなことをやっているのは広告代理店。しかしこれら代理店の企画はあまりにも陳腐すぎるとし、『もつとぞん新で強烈なものを』互いに発表、討論する。日ごろ