

発行所：公益社団法人 日本鉄道広告協会
〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1丁目5番5号 JR恵比寿ビル10階
TEL：03-5791-1808 FAX：03-3443-1616 メールアドレス：information@j-jafra.jp
URL：<https://j-jafra.jp/>



日新四国工場の広告で彩られた JR 南小松島駅

巻頭レポート

JR南小松島駅「まるごと駅広告」誕生

誕生「まるごと駅広告」

2024年4月1日に四国徳島県の小松島市にあるJR南小松島駅にて、四国では初の取り組みとなる新たな広告企画、「まるごと駅広告」が誕生しました。

これは「副駅名称」と「ジャック広告」を組み合わせた大規模な広告企画となっております。

単に副駅名称を付けるだけでなく、駅全体を広告媒体として活用し、その駅を利用する一般の利用客はもちろん、地方ではWEB媒体以外での効果的なリーチが難しい学生などの若年層へも通学の利用時に効果的なPRすることが可能な取り組みです。

また地方都市にとってその主要駅は単に移動手

株式会社アドビジョン 広告企画部
プロジェクトマネージャー
小山 一成

段としてだけでなく、地域の重要な拠点であり、その「地域の顔」でもあります。その「地域の顔」に、その地域の主要企業が広告を出稿することで、地域一体に効果的なPRを行うことができるだけでなく、利用客減少など維持が難しい地方駅に一定の広告収入が創出されることで駅存続にも寄与できる地域社会にとって大変意義のある企画であると考えております。

第一弾スタート

この「まるごと駅広告」の第一弾として徳島県小松島市にある合板の国内トップシェアを誇る合板メーカー株式会社日新四国工場様がJR南小松島駅に「日新四国工場玄関口駅」という副駅名称を命名し、5年契約にてスタートしました。

株式会社日新四国工場は日新ホームデザインズの関連企業であり、平成22年（2010年）10月に住友林業クレスト株式会社 小松島工場の事業を継承する形で誕生しており、平成23年（2011年）4月1日株式



日新四国工場の広告で彩られた JR 南小松島駅

会社日新四国工場として操業を開始しました。徳島では13年目の企業であり、地域の方への認知拡大や採用活動に注力しており、その活動の一環として南小松島駅の「まるごと駅広告」に出稿いただきました。

南小松島駅は近隣に徳島県立小松島高校、小松島市役所、しおかぜ公園などを備える四国全駅で259駅（臨時駅2駅舎）のうち、利用客数が四国全体30位、徳島では上位10位以内に位置する駅です。

木の暖かみを感じられる駅

地域の中心地に位置するこの駅の、駅舎外観はもちろんホーム支柱や駅舎内に大規模な広告を施し、その広告の核として駅舎内に自社合板を用いたオブジェの設置をしております。オブジェは、視覚的効果だけでなく、ベンチとして利用でき、通学、通勤される方が日新製品、木製品に触れるきっかけを作り、この企画を印象的なPRとするために設置しています。

木の原型を残す柱、滑らかで手触りの良い座面など全て総ヒノキ造りで駅舎にヒノキの良い香りが広がっています。



副駅名称は「日新四国工場 玄関口駅」駅にある柱には日新四国工場の特徴などがそれぞれ記載されている

また、ベンチとして利用できるオブジェの座面の一部は、合板を製造する際に工場で出る剥芯を利用し、オブジェ上部にある枝の部分は日新の合板を斬新で滑らかな流線型に仕上げられています。これは、日新四国工場が、合板の主な用途である住宅の壁や屋根などだけではなく、留まらず、合板や木製品を使った様々なチャレンジに取り組みイノベーションを表現しています。

このような日新製品に触れながら駅舎内の日新四国工場・日新グループに関する広告を閲覧することで、より印象的に、より好意的なPRを達成することを目的としているだけでなく、駅利用者が、南小松島駅をより快適に利用していただくために設置しています。

また地方の駅は、都市部の大きな駅と違い、駅舎からホームまでコン

塗装などは最小限に抑え、表面は木目や節をそのまま使用。柱も檜の皮を剥ぎ、木の幹の節や形をそのまま生かし、木の手触りや香りまでも感じられるようにしています。

また、ベンチとして利用できるオブジェの座面の一部は、合板を製造する際に工場で出る剥芯を利用し、オブジェ上部にある枝の部分は日新の合板を斬新で滑らかな流線型に仕上げられています。これは、日新四国工場が、合板の主な用途である住宅の壁や屋根などだけではなく、留まらず、合板や木製品を使った様々なチャレンジに取り組みイノベーションを表現しています。



パクトにまとまっております、その駅舎でのジャック広告はまさに駅まるごとといった様子で、JR南小松島駅には、駅のあらゆる箇所にクライ



ベンチも兼ねたオブジェは、近隣にお住まいの駅利用者や通勤、通学で駅を利用する方に利用されている

アントの特色や取り組みが散りばめられており、広告掲出前とあとではまるで駅が一新されたような印象です。実際に南小松島駅を利用された方は各種SNSなどで、「駅がキレイになった」「いい木の香りがする」など好意的な投稿が多く見られ、単に

企業のPRを行うだけでなく、企画やデザインによっては、駅利用者にもメリットがあり、地域と利用者との企業を結び、取り組みでもありと考えています。

これからの「まるごと駅広告」

「まるごと駅広告」は、2024年6月1日には同じく徳島県のJR鳴門駅にて第二弾も予定されております。JR鳴門駅も徳島県が誇る観光地である鳴門市の中心地にある地域の主要駅です。こちらに地元企業が副駅名称を付け、その駅に大規模な広告を出稿いたします。

地方の駅では利用者、収益が減少し、維持することが難しい駅は縮小され、無人駅やコンパクト駅が進んでおります。

「まるごと駅広告」は、駅に新たな広告価値を創出させ、地域と企業と人を結ぶことで、単なる広告企画ではなく、地域活性化にも繋げることができる取り組みであると考えます。

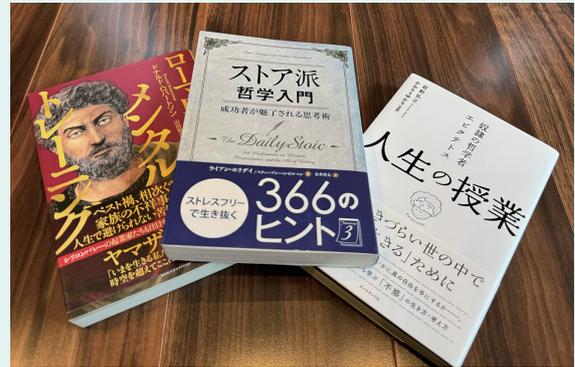
私たちは地元徳島の広告代理店として単なる広告収益だけでなく地域活性につながるこの取り組みをこれからも推進して参ります。

「哲学」へのお誘い

副会長 伊藤 義彦 (株)JR西日本コミュニケーションズ

「哲学」というと、何かお堅い、そしてとっつき難いものと感じる方が多いのではないだろうか？ また、実社会に役に立つものと感じられない方もいるのではないだろうか？ かく言う私自身も、今から40年以上前の高校時代、社会の科目の中に「倫理社会」があり、その中で哲学が取り上げられ、デカルトの「我思う、故に我あり」の有名なフレーズを聞いて、「それがどうした？」こんなこと勉強して何に役立つのだろう」と感じたことを今でもはっきり覚えていいる。

そんな私が妻から、「ストア派哲学入門」成功者が魅了される思考術」という本のWEB 輪読会があるので参加してみないか？と薦められた。この本を手にとってみると、1日1節の読み切り365個の小話で構成され、「ものの見方」「行動」「意志」の3つの原則に沿って掲載されている。何だか身近に「哲学」が感じられ、取り敢えず参加してみることにした。決められた範囲の箇所を事前に読み込んでおき、輪読会でお互い感じたことを話し合う形で進められた。本題とは外れるが、輪読会がこんなにも面白いとは思いませんでした。同じ文章を読んでいるのに「取



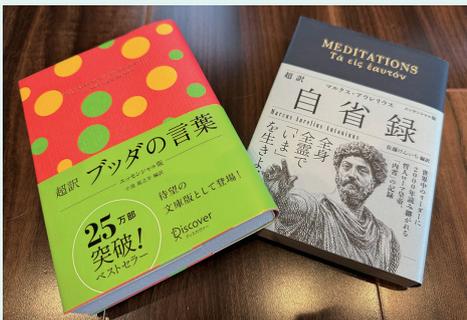
り上げる部分」や「その感じ方」が人それぞれで全く違っていている。高校生までに取り組んだ「現代国語」では、「どう感じたか？」について正解があったことがいままさらながら不思議に感じてしまった。

さて本題に戻ろう。60年近くも生きていると、色々な出来事に対して自分自身がどう向き合うのか？何となくパターンのようなものが成立しているように思う。しかしながら、この本のタイトルにあるような、「成功者が魅了される思考術」とは一体どんなものか？過去の偉人がどんな思考をしてきたのか？について客観的に触れることにより、自身身の「出来事」に対する反応の仕方が冷静になり、とても頭の整理がしやすくなっていく自分を感じている。

その一例が、色々な人生の中で遭遇する出来事への向き合い方だ。生きていく上で日々色々なことが目の前で起こる。その事実には元々は良いも悪いも色付けされていない。しかしながらその発生した事実自体を「良いこと」「悪いこと」に区分けするのは自分自身である。この区分け

を敢えてせず、冷静に発生した事実を少し離れたところから第三者的に眺めることができる、トラブルが発生した時に慌てふためくことがない。わかっているもなかなかできることではないが、「ストア派哲学」に色々な角度で触れることによって理解し少し実践できるようになったと感じている。

この輪読会で初めて知った「ストア派哲学」をもう少し深めて知るために、「奴隷の哲学者エピクテトス人生の授業」「ローマ皇帝のメンタルトレーニング」「自称録」も読んでみた。また、ストア派から離れて、「超訳ブッダの言葉」や「反応しない練習」といったブッダの教えにも触れてみた。いずれも、残りの人生を送る際、遭遇するであろう色々な出来事と向き合う自分の考え方を様々な角度から整理してもらった感じがしている。もし、これからの人生に起こる出来事に、慌てず対処したいと思われる方がおられたら、ぜひ一度「哲学」を試してみることをお勧めしたい。



アカウントビリティ向上委員会（大塚尚司委員長）より、公益社団法人日本鉄道広告協会、一般社団法人日本広告業協会および関東交通広告協会で、3月21日にプレスリリースした交通広告共通指標の、2023年版をご紹介します。

「交通広告が与える印象」「交通広告が商品購入のきっかけとなったと感じた理由」についても確認しております。

JAFRAのホームページにも掲載されていますので、アクセスいただき、多くの方にご利用いただければと考えております。

プロジェクトでは引き続き調査を継続、データを蓄積してまいります。

交通広告共通指標推進プロジェクト

～ 交通広告の効果をより明確に示すことができる共通指標 ～

2023年度版 「車両メディア共通指標推定モデル」を更新

『交通広告が与える印象』
『交通広告が商品購入のきっかけとなったと感じた理由』
についても確認

◎ 車両メディア共通指標推定モデルのデータを更新

2023年度は2022年度同様、9月～10月に調査を実施し、共通指標推定モデルを策定しました。最新の調査も含め素材数も増えて、より信頼性のある指標となっています。

◎ 交通広告は、自然に受け入れられかつ内容をじっくり見られている

交通広告が与える印象としては、「つい見てしまう」「自然な／邪魔にならないと思う」「繰り返し見ることで、記憶が深まる」「文章や絵柄までじっくり見ることがある」などが高い結果となりました。

◎ 交通広告を見て、商品購入のきっかけとなった理由としては、じっくり見られることや広告の大きさ・インパクトなどが高い結果に

交通広告が商品・サービスを購入（利用）するきっかけとなったと感じた理由としては、「広告の内容をじっくり見たから」「広告が大きくてインパクトがあったから」などが高い結果となりました。

「公益社団法人日本鉄道広告協会」「一般社団法人日本広告業協会」及び「関東交通広告協議会」の3団体は、交通広告アカウントビリティ向上を目的に2013年5月『交通広告共通指標推進プロジェクト』を立ち上げ、交通広告効果の共通指標整備を開始しました。

以来、1都3県在住の鉄道利用者300人（1素材あたり）を対象に「車両メディア」の広告効果についてインターネットによる調査を実施しており、これまで1,800素材以上の調査結果を得ています。その結果を元に2015年度に“共通指標推定モデル”を策定、以後毎年精度の向上を図り、データの更新を行っております。

2024年度以降も「車両メディア」の共通指標策定調査を継続して実施する予定です。

2024年3月21日

交通広告共通指標推進
プロジェクト

公益社団法人日本鉄道広告協会 アカウントビリティ向上委員会
一般社団法人日本広告業協会 交通広告委員会
関東交通広告協議会

■問い合わせ先■

公益社団法人日本鉄道広告協会 TEL03-5791-1808 FAX03-3443-1616 (近藤)
一般社団法人日本広告業協会 TEL03-5568-0876 FAX03-5568-0889 (勝田)
関東交通広告協議会 TEL03-3346-9991 (幹事社：株式会社小田急エージェンシー 横山)
(このプレスリリースは、国交省記者クラブ、ときわクラブ、その他業界紙にお届けしています。)

＜個人全体 男女15～59才＞

47.1%

カテゴリースコア	ケース3	平均値
-0.4	＜面数＞ 1面	47.1%
+0.3		-0.4
+1.7		
-8.3		
-0.3	＜掲出期間＞ 1ヵ月	-0.3
+5.6		
+3.1	＜他鉄道出稿＞ 有	+3.1
-3.5		
+0.9	＜TVCM出稿＞ 有	+0.9
-0.5		
+1.4		
-2.2	＜業種＞ 学校・教育	-2.2
+1.4		
-3.6		
+2.3		
0.67	ケース3の推定広告到達率	48.2%

42.7%

カテゴリースコア	ケース4	平均値
-1.1	＜種別＞ ツインステッカー	42.7%
+2.8		+2.8
-1.5	＜掲出期間＞ 1ヵ月	-1.5
+3.7		
+1.9	＜他鉄道出稿＞ 有	+1.9
-2.6		
+2.1	＜TVCM出稿＞ 有	+2.1
-1.1		
-3.7	＜業種＞ 化粧品・トイレタリー	-3.7
-1.1		
-5.0		
+0.1		
+5.3		
+1.3		
-1.9		
+2.2		
0.62	ケース4の推定広告到達率	44.3%

38.8%

カテゴリースコア	ケース5	平均値
+2.0	＜ロール分数＞ 12分未満	38.8%
-1.9		+2.0
-0.2	＜掲出期間＞ 1週間	-0.2
+0.4		
+2.8		
-3.1	＜TVCM出稿＞ 無	-3.1
+4.3	＜業種＞ 飲料・嗜好品	+4.3
-4.5		
-3.4		
+4.3		
+5.8		
-2.5		
0.61	ケース5の推定広告到達率	41.8%

2023年度版

『交通広告車両メディア共通指標推定モデル』

中づり 推定広告到達率 平均値 43.3%

1.分析広告数	サイズ	カテゴリー	カテゴリースコア	ケース1	平均値
186素材 (調査広告数 288)	シングル	シングル	-1.7	＜サイズ＞ シングル	43.3%
	ワイド	ワイド	+2.0		-1.7
	掲出期間	2～3日	-3.5		
		4～5日	-3.0	＜掲出期間＞ 7日	+2.3
		7日	+2.3		
		8日以上	+4.2	＜他鉄道出稿＞ 有	+0.5
	他鉄道出稿	有	+0.5		
		無	-0.5	＜TVCM出稿＞ 無	-1.4
	TVCM出稿	有	+2.7		
		無	-1.4	＜業種＞ 流通・小売業・商社	-0.2
	業種	飲料・嗜好品	+0.4		
		消費財系	-1.8		
		官庁・教育・通信・サービス	+1.0		
		観光・娯楽・外食	-1.5		
		不動産・交通・放送	+4.0		
		流通・小売業・商社	-0.2		
		出版	+2.4		
		その他	+0.6		
	決定係数		0.62	ケース1の推定広告到達率	42.8%

まど上 推定広告到達率 平均値 44.9%

1.分析広告数	サイズ	カテゴリー	カテゴリースコア	ケース2	平均値
208素材 (調査広告数 322)	シングル	シングル	-1.0	＜サイズ＞ ワイド	44.9%
	ワイド	ワイド	+1.6		+1.6
	ワイド2面	ワイド2面	+2.0		
	掲出期間	1週間	-6.5	＜掲出期間＞ 1ヵ月	+0.7
		2週間	-0.1		
		1ヵ月	+0.7	＜他鉄道出稿＞ 有	+1.6
		1ヵ月以上	+1.7		
	他鉄道出稿	有	+1.6	＜TVCM出稿＞ 無	-1.9
		無	-2.2	＜業種＞ 飲料・嗜好品	+0.5
	TVCM出稿	有	+3.8		
		無	-1.9		
	業種	飲料・嗜好品	+0.5		
		学校・教育	-2.5		
		官庁・通信・サービス	+1.9		
		観光・娯楽・外食	-2.8		
		不動産・交通	+1.8		
		金融・保険・証券	+4.3		
		その他	+0.2		
	決定係数		0.57	ケース2の推定広告到達率	47.4%

推定広告到達率は

広告到達率(※)に影響を与えるユニット属性や業種などの要素(カテゴリー)を数値化(カテゴリースコア)し、モデル式にあてはめて算出する推定値です。

※広告到達率とは... 交通広告共通指標策定調査において、調査対象広告を「掲出期間内」に「見た」または「見たような気がする」と回答した人の割合です。

$$\text{広告到達率} = \frac{\text{見た} + \text{見たような気がする}}{\text{調査対象者}} \times 100$$

標準化委員会

標準化委員会（大塚尚司委員長）では、今年も全国の鉄道料金表を4月1日に2024年度のものにアップして更新しています。全国鉄道各社局の料金ならびに、バスの料金も掲載していますので、ぜひご利用ください。

技術開発委員会

技術開発委員会（伊藤義彦委員長）では、情報交換会を開催しました。

日時・3月18日（月）13時30分～15時
 開催方法・Zoomウェビナーを活用したリモート方式
 スケジュール・・・
 13時30分 開会挨拶

伊藤義彦技術開発委員会委員長
 (株)JR西日本コミュニケーションズ
 代表取締役社長)

13時35分～14時50分

「ジェイアール東日本企画の交通広告価値向上に向けた取り組み」

(1) はじめに／現状認識と課題への

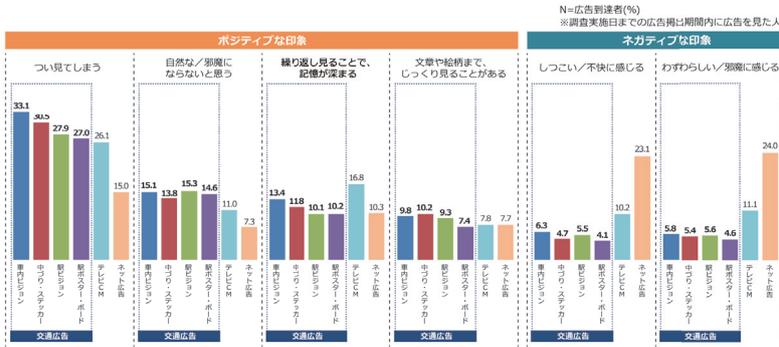
交通広告共通指標推進プロジェクト

「交通広告共通指標策定調査」から分かった「交通広告が与える印象」「交通広告が商品購入のきっかけとなったと感じた理由」についてご報告します。

交通広告は、自然に受け入れられかつ内容をじっくり見られている

2023年度の調査では、素材を提示する前に「交通広告や各メディアが与える印象」を質問しました。交通広告は「つい見えてしまう」「自然な/邪魔にならないと思う」「繰り返し見ることで、記憶が深まる」「文章や絵柄までじっくり見ることがある」などが高い結果となり、またネガティブな印象を与えにくいことが分かりました。

交通広告や各メディアが与える印象

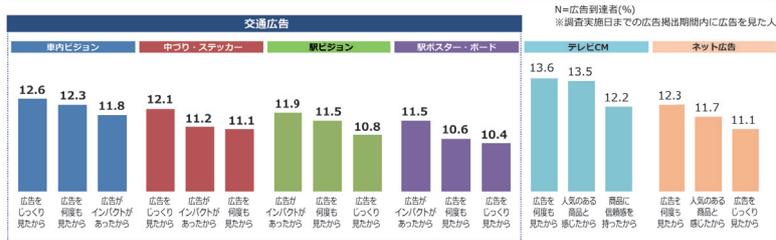


交通広告を見て、商品購入のきっかけとなった理由としては、じっくり見られることや広告の大きさ・インパクトなどが高い結果に

2023年度の調査では、「交通広告や各メディアが商品・サービスを購入(利用)するきっかけとなったと感じた理由」についても質問しました。交通広告は「広告の内容をじっくり見たから」「広告が大きくてインパクトがあったから」などが高い結果となりました。

交通広告や各メディアが、商品・サービスを購入(利用)するきっかけとなったと感じた理由

※広告メディアごとの、結果の高かった項目TOP3



調査概要	調査方法	インターネットリサーチ
調査期間	調査期間	2015~2023年度
調査協力鉄道会社	調査協力鉄道会社	京浜急行電鉄、東京地下鉄、京成電鉄、東武鉄道、西武鉄道、京王電鉄、小田急電鉄、東急電鉄、東日本旅客鉄道、東京都交通局、相模鉄道(計11社)
調査対象者	調査対象者	1都3県(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)在住で、調査当日調査指定路線に乗車した人
調査広告素材数	調査広告素材数	1素材あたり300人
調査実施機関	調査実施機関	1,298素材(全ユニット合計) 株式会社ビデオリサーチ

交通広告共通指標推進

ドア横

推定広告到達率 平均値

1.分析広告数	カテゴリー
113素材 (調査広告数165)	面数
	1面
	2面
	3面以上
	掲出期間
	1週間
	1か月
	1か月以上
	他鉄道出稿
	有
	無
	TVCM出稿
	有
	無
	業種
	消費財系
	学校・教育
	官庁・通信・サービス
	不動産・観光・娯楽
	その他
	決定係数

※業種
消費財系:「趣味レジャー・スポーツ用品」「医薬・衛生用品」「化粧品・トイレットリー」「食品」「飲料・嗜好品」「ファッションアクセサリー」
その他:「家電・AV機器」「業務用機器・事務用品」「エネルギー・原材料・建材」「金融・保険・証券」「流通・小売業・商社」「カメラ・時計・精密機器」「出版」

ステッカー

推定広告到達率 平均値

1.分析広告数	カテゴリー
219素材 (調査広告数 294)	種別
	ステッカー
	ツインステッカー
	掲出期間
	1か月
	1か月以上
	他鉄道出稿
	有
	無
	TVCM出稿
	有
	無
	業種
	化粧品・トイレットリー
	消費財系
	学校・教育
	情報・通信
	サービス
	不動産・交通・観光・娯楽・放送
	出版
	その他
	決定係数

※業種
消費財系:「趣味レジャー・スポーツ用品」「医薬・衛生用品」「食品」「飲料・嗜好品」「ファッションアクセサリー」
その他:「家電・AV機器」「業務用機器・事務用品」「エネルギー・原材料・建材」「金融・保険・証券」「流通・小売業・商社」「官公庁・各種団体」「通信販売」

車内ビジョン

推定広告到達率 平均値

1.分析広告数	カテゴリー
146素材 (調査広告数 229)	ロール分数
	12分未満
	12分以上
	掲出期間
	1週間
	1か月
	TVCM出稿
	有
	無
	業種
	飲料・嗜好品
	化粧品・トイレットリー
	消費財系
	官庁・通信・サービス
	不動産・交通・観光・娯楽
	その他
	決定係数

※業種
消費財系:「趣味レジャー・スポーツ用品」「医薬・衛生用品」「食品」「飲料・嗜好品」「ファッションアクセサリー」
その他:「家電・AV機器」「自動車・輸送用機器・用品」「カメラ・時計・精密機器」「業務用機器・事務用品」「住宅設備機器・用品」「エネルギー・原材料・建材」「出版」「金融・保険・証券」「流通・小売業・商社」

取り組み
星野雅央氏 (株)ジェイアール東日本
企画 取締役メディアソリューション
本部長

(2) 事業領域の拡大
デジタルサイネージビジネス
五十嵐稔氏 〃 デジタルサイネ
ジ事業局 開発業務部長

(3) 駅をイマージブ空間に
Beyond Stations 構想
住友眞弓氏 〃 Beyond
メディア局 開発セールス部長
Beyond

(4) 事業領域の拡大
MASTRUM構想
向山忍氏 〃 メディアソリューション
推進センター 次長

(5) 新しいコンテンツマーケティング
TRAINTVプロジェクト
佐藤雄太氏 〃 交通媒体局
TRAIN TV 事業部長

14時50分 閉会挨拶 望月敏弘技術
開発委員会副委員長
(株)春光社 代表取締役会長)

JAFRAホームページ会員専用
ページでは当日使用した資料を公開し
ていますので、ぜひアクセスください。

総務・財務委員会

総務・財務委員会（稲川一委員長）では、5月16日（木）に、2024年度第1回委員会を開催し、5月23日（木）に開催予定の第1回理事会の決議及び報告内容についての確認を行いました。

日時…5月16日（木）15時
会場…J R東日本企画会議室



事務局からのお知らせ

「e・販促データシステム」及び「交通広告共通指標推定システム」講習会のお知らせ

調査研究委員会（栗原圭一委員長）、アカウントビリティ向上委員会（大塚尚司委員長）では、昨年に引き続き、各システム講習会（操作方法・データ活用法）を対面方式にて開催致します。

日時及び会場

東京会場…6月12日（水）14時00分～

J R恵比寿ビル10F

ジェイアール東日本企画大会議室

大阪会場…6月19日（水）14時00分～

堂島アバンザビル8F

J R西日本コミュニケーションズ会議室

参加対象者…初めて受講される方、昨年7月以降に採用・異動による交通媒体部門への新任者

参加費用…無料

参加方法…各社担当者宛てに案内メールを送信しています。添付の申込書に必要事項を記入のうえ、メールまたはFAXにてご返送ください。ご不明な場合には協会事務局までお問合せください。

締切日…6月7日（水）各会場先着60名（定員になり次第締め切り）

2024年度定期総会

JAFRA 2024年度定期総会を6月26日（水）に、ホテルメトロポリタン（池袋）にて開催します。

詳細は、会員各社あてに案内をお送りいたしますので、ご確認ください。多くのおみなさまのご参加をお待ちしております。

〈定期総会〉

14時00分～ 富士の間A

〈セミナー〉

16時00分～ 富士の間BCD

講師…未定

〈懇親会〉

17時00分～ 桜の間



JAFRA NEWSは今月号より環境に配慮した持続可能な木材を使用したFSC®認証紙を使用することになりました。

編集後記

先日、飛行機に搭乗した時がとても天気の良い日で、「まもなく富士山上空を通過します」というアナウンスもありました。これはアナウンスはなかったのですが、窓の外に地図で見ていたとおりの「淡路島」を眼下に見下ろすことができ、地図マニアとしてもものすごく感激しました。飛行機内でもWi-Fiが使用可能なので、タブレットの画像に合わせて「淡路島」「鳴門」「剣山」と地名が表示されるアプリがあればいいのに！と思いました。皆さまも欲しいアプリありますか？



●メールと写真、ご意見、ご感想はこちらへどうぞ。 information@j-jafra.jp

●会員社の代表者、他が変更になった場合は、ホームページ(<https://j-jafra.jp>)の「各種届出書類」に変更届がありますので、ご記入の上、事務局宛にお送り下さい。ご協力をお願いします。

●次号Vol.85は8月1日発行予定です。お楽しみに。