

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：<http://j-jafra.jp/>

高さ約220mのJRゲートタワー(右)

2027年の「リニア中央新幹線」開業を控え、中部地区の玄関口である名古屋駅は大きな変化、発展を遂げています。今回は名古屋駅周辺地区の現状と、開発が進んでいる名古屋駅の交通広告メディアについてご紹介します。

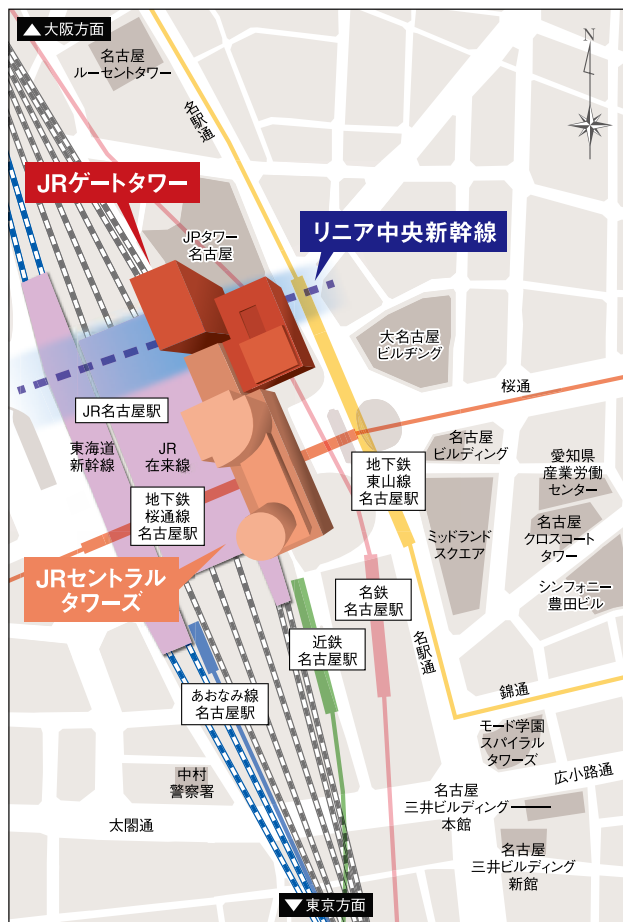
名古屋駅周辺地区の発展と 交通広告メディアの進化

巻頭レポート

JRゲートタワーの開業

「JRセントラルタワーズ」、「名古屋ルーセントタワー」、「ミッドランドスクエア」に加え、名古屋駅周辺では2016年3月に「大名古屋ビルディング」（地上34階・地下4階）、6月にはJPタワー名古屋（地上40階・地下3階）と、オフィスと商業・飲食施設を兼ね備えた複合型の高層ビルの開業が相次いでおり、多くの

ビジネスパーソンやショッピングを楽しむ人たちが賑わいを見せていますが、2017年4月には「JRゲートタワー」がついに全面開業します。JRゲートタワーは地上46階・地下6階、高さ約220m、延床面積は約26万㎡となる大型複合施設で、JR名古屋駅に直結、1階にはJR東海バスと名古屋市営バスのバスターミナルが集められており、将来



名古屋駅周辺図

株式会社ジェイアール東海エージェンシー
交通広告部 サブリーダー
川合 勲

的にはリニア中央新幹線名古屋駅が地下に設置される予定です。

約150のファッション・雑貨等のショップが集まる「タカシマヤゲートタワーモール」や「ビックカメラ」「ユニクロ」「ジーユー」などの商業施設のほか、「名古屋JRゲートタワーホテル」、「ゲートタワープラザ レストラン街」などが入居、隣接するJRセントラルタワーズと接続し、両ビル一体でショッピングや飲食など、多様なニーズに対応す



名鉄名古屋駅デジタルサイネージ

るバラエティ豊かな構成が魅力です。
また、名古屋駅周辺地区ではありませんが、2017年4月には名古屋港エリアに日本初上陸の屋外型テーマパーク「レゴランド・ジャパン」がオープンし、新たな観光スポットとして、海外を含めた広域から名古屋駅を訪れる観光客の増加も期待されています。

開発が進む名古屋駅のデジタルサイネージ

オフィスや商業施設の集積、また



シリーズ・アド・ビジョン名古屋（JR）

広域からの観光客の増加等、名古屋駅周辺地区の発展に伴い名古屋駅交通広告メディアの開発も盛んに行われています。

2011年12月に放映を開始したJR名古屋駅の「J・ADビジョンCentral名古屋駅新幹線口」以降、首都圏、関西圏に遅れをとっていたデジタルサイネージの開発も進み、2013年10月には「名古屋駅デジタルサイネージ」、2014年10月には、日本最大級と



名古屋駅スクエアビジョン広告（市営地下鉄）

なる100面の駅デジタルサイネージ「シリーズ・アド・ビジョン名古屋」が広告放映を開始しました。

シリーズ・アド・ビジョン名古屋は、設置ロケーションの良さと視認性の高さから現在も非常に多くの広告主からご活用いただいており、高い稼働率でJR名古屋駅を代表するデジタルサイネージに成長しました。

2016年3月には名古屋市営地下鉄東山線名古屋駅の南改札周辺に60インチ×26面の「名古屋駅スクエ



近鉄名古屋駅アーバンビジョン

「アビジョン広告」が、同年4月には近鉄名古屋駅に70インチ×20面の「近鉄名古屋駅アーバンビジョン」がそれぞれ設置され、JR、名鉄、近鉄、地下鉄の4線全てでデジタルサイネージのラインナップが揃いました。

JR名古屋駅では2015年11月より広告放映を開始した「J・ADビジョンCentral名古屋駅地下通路」(60インチ×14面)により設置面数が132面に達したデジタルサイネージですが、そのほとんどがディスプレイをタテ型、連続・多面に設置し、複数の広告主でシェアするタイプであることから、これまでと異なるタイプの交通広告メディア開発の必要性が高まっていました。

そこでJR名古屋駅の新幹線改札前の大型ボード「名古屋エクスプレスボード」を2016年10月より55インチ×18面の大型マルチビジョン「名古屋エクスプレスビジョン」としてリニューアルし、広告放映を開始しました。

55インチディスプレイを縦3段×横6列で構成する名古屋エクスプレスビジョンは、広告音声の放映も可能なことから16・9のテレビCM素材をそのまま使用することができ、テレビCMを左右に並べて放映するパターンや、左側をテレビCM、



名古屋エクスプレスビジョン (JR)

右側を静止画で商品パッケージや企業ロゴを表示、何の広告が放映されているかを一瞬で視認できるように放映パターンなど、機能をうまく活かした活用が進んでいます。

また名古屋エクスプレスビジョンは、その設置場所の特性から歩きながらの視認だけでなく、待合せ等の長時間滞留での接触を想定、株式会社エプリーが提供する料理動画メディア「DELISH KITCHEN」とニュース動画メディア「T i



名古屋駅桜通口デジタルフラッグ (JR)

me line」、ヤフー株式会社の提供サービス「Yahoo!検索」の「Yahoo!検索データ急上昇ワードピックアップ」及び「Yahoo!天気」アプリの「雨雲ズームレーダー」の各コンテンツを広告枠の合間に放映し、多様で有益な情報発信に向けて取り組みも行っています。

さらに2017年4月からは、JR名古屋駅桜通口改札から地下鉄東山線名古屋駅への乗り換え動線上の

通路に名古屋駅周辺地区では初となる天井からの吊り下げ式の「名古屋駅桜通口デジタルフラッグ」(60インチ×16面)が広告放映を開始する予定で、高まる名古屋駅への需要に対応すべく、新たな交通広告メディアの開発が続いていきます。

更に進化した交通広告に

先日株式会社電通より発表された「2016年(平成28年)日本の広告費」によると、総広告費は前年比101.9%と5年連続で前年実績を上回ったものの、交通広告は前年比98.0%の2003億円となり、2年連続で前年を下回るかたちとなりました。

交通広告メディアは今後、優れたロケーションやインパクトのある設置方法の検討といったメディア開発の視点から、テクノロジーと親和性の高いデジタルサイネージの特性を活かして広告主の課題解決にいかに関与出来るか、といったメディア活用の部分における進化、質的向上の発想が必要となってきます。

発展著しい名古屋駅周辺地区において、広告主のマーケティング活動に寄与できるよう、今後も積極的なメディア開発や活用促進に励んでいきますので、JAFRA会員社の皆様には引き続きのご指導、ご支援をよろしくお願いいたします。

2016年 日本の広告費

株式会社電通
ビジネスプロセスマネジメント局
業務推進室 推進4部
菊池 晴彦

株式会社電通は、日本の総広告費と、媒体別・業種別広告費を推定した「2016年（平成28年）日本の広告費」を発表しました。これは、国内で1年間（1～12月）に使われた広告費を、マス四媒体に加えプロモーションメディア、インターネットの広告媒体費と広告制作費について、媒体社や制作会社のご協力を得て推定したものです。2016年の日本の広告費に関しまして、以下ポイントをご紹介いたします。

総広告費6兆2880億円、前年比101・9%
・総広告費は5年連続でプラス成長
・インターネット広告媒体費（制作費除く）が初の1兆円超え

2016年の総広告費は、天災や先行き不安などが要因と考えられる低調な国内消費、円高株安傾向に伴う企業業績の低下、テロや世界的な保護主義の台頭など下押

し懸念もあったものの、景気は緩やかに拡大し、リオデジャネイロオリンピック・パラリンピック、伊勢志摩サミット、インターネット広告のさらなる拡大などマーケティング活動の活発化により、通年で前年比101・9%となりました。

媒体別広告費の概要

2016年（平成28年）の広告費を媒体別にみると、「新聞広告費」（前年比95・6%）、「雑誌広告費」（同91・0%）、「ラジオ広告費」（同102・5%）、「テレビメディア広告費」（同101・7%、地上波テレビと衛星メディア関連）を合計した「マスコミ四媒体広告費」は、同99・6%となりました。「インターネット広告費」（同113・0%）は、モバイル広告市場の成長や動画広告、新しいアドテクノロジーを活用した広告配信の浸透などにより伸長し、全体をけん引。「プロモーションメディア広告費」は同98・9%であったものの、屋外広告、

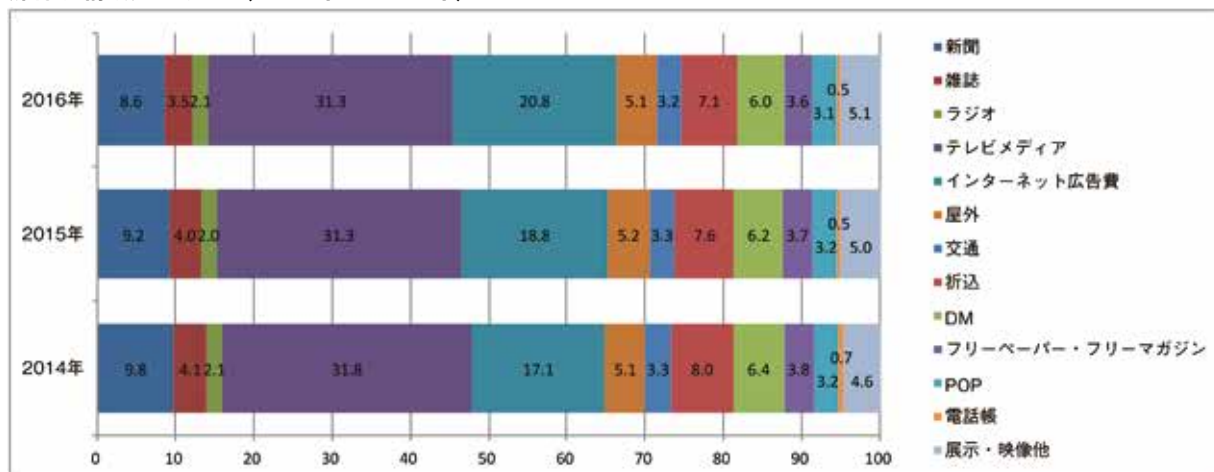
媒体別広告費（2012年～2016年）

年 度	総広告費		媒体別前年比(%)							
	金額 (億円)	前年比(%)	マスコミ 四媒体 (衛星メ ディア関連 を含む)	新聞	雑誌	ラジオ	テレビメディア		インター ネット	プロモー ション メディア
							地上波 テレビ	衛星メディア 関連		
2012年(平成24年)	58,913	103.2	103.2	104.2	100.4	99.9	103.5	103.0	113.7	101.4
13年(25年)	59,762	101.4	100.4	98.8	98.0	99.8	101.3	100.9	109.6	100.1
14年(26年)	61,522	102.9	101.6	98.2	100.0	102.3	102.8	102.4	109.6	100.8
15年(27年)	61,710	100.3	97.6	93.8	97.7	98.6	98.8	98.6	101.5	99.1
16年(28年)	62,880	101.9	99.6	95.6	91.0	102.5	101.7	101.6	103.9	98.9
			(28,596)	(5,431)	(2,223)	(1,285)	(19,657)	(18,374)	(13,100)	(21,184)

(注) 2016年の()は広告費(億円)

(注) 2014年より、テレビメディア広告費は「地上波テレビ+衛星メディア関連」として区分し、2012年に遡及して集計した。

媒体別構成比グラフ（2014年～2016年）



(注) 2014年より、テレビメディア広告費は「地上波テレビ+衛星メディア関連」とし、2012年に遡及して集計した。

展示・映像ほかが前年に引き続き増加しました。

業種別広告費 (21業種、マスコミ四媒体のみ)

業種別（マスコミ四媒体、ただし衛星メディア関連は除く）では、全21業種中9業種で増加しました。主な増加業種は、「エネルギー・素材・機械」（前年比141・0％、電力自由化関連）、「家電・AV機器」（同109・7％、電気理容・美容器具、電気冷蔵庫、4Kテレビ）、「不動産・住宅設備」（同106・7％、一般住宅、厨房ユニット）、「薬品・医療用品」（同104・2％、総合保健薬、コンタクトレンズ、総合胃腸薬）、「食品」（同103・5％、通販系サプリメント・健康食品、チョコレート）、「情報・通信」（同103・5％、ウェブコンテンツ、移動体通信サービス）、「化粧品・トイレタリー」（同101・5％、柔軟剤、美容液、洗濯用洗剤）など。主な減少業種は、「精密機器・事務用品」（同86・2％、腕時計、デジタルカメラ）、「ファッション・アクセサリ」（同90・0％、婦人服、カジュアルウェア）、「自動車・関連品」（同94・0％、軽自動車、輸入2BOX、ワゴン）、「教育・医療サービス・宗教」（同94・5％、通信教育、学校）、「飲料・

嗜好品」（同94・7％、第3のビール、ビールテイスト飲料、発泡酒）、「出版」（同95・2％、一般紙、趣味専門誌）、「流通・小売業」（同95・5％、総合スーパー、大型量販店）などとなっています。

日本の経済成長と日本の広告費

2016年の名目国内総生産（GDP）の対前年伸び率は1・3％で、GDPに対する総広告費の比率は1・17％となり前年（1・16％）より0・01％増加しました。

プロモーションメディア広告費

プロモーションメディア広告費は2兆1184億円、前年比98・9％と減少。交通広告は2003億円（同98・0％）。車内・駅構内のデジタルサイネージは、関西・中部地区での新規設置もあつて、前年に引き続き堅調に伸長。車内ビジョンも搭載車両数が増加し、活発化。一方、中ぶり、まど上ドア横、駅ばりなどの紙媒体は減少しました。空港関連は、ここ数年インバウンド客の増加に伴い堅調に推移していましたが、掲出枠が限られていることもあり、微増にとどまりました。業種別では、飲料・酒類は前年好調の反動で減少。一方、家電・人材系は増加しました。

2016年 マスコミ四媒体広告費（衛星メディア関連も含む）の四半期別伸び率

(前年比、前年同期比、％)

マスコミ四媒体広告費 (衛星メディア関連も含む)	2015年1-12月	1-6月	7-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
	97.6	96.7	98.6	96.4	97.0	98.7	98.6
	2016年1-12月	1-6月	7-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
	99.6	100.2	99.1	100.9	99.4	98.9	99.3

2014年～2016年 業種別広告費（マスコミ四媒体広告費）

業種	広告費 (千万円)			前年比 (％)		構成比 (％)		
	2014年 (平成26年)	2015年 (27年)	2016年 (28年)	2015年 (平成27年)	2016年 (28年)	2014年 (平成26年)	2015年 (27年)	2016年 (28年)
1. エネルギー・素材・機械	2,560	2,664	3,755	104.1	141.0	0.9	1.0	1.4
2. 食品	26,350	27,069	28,012	102.7	103.5	9.4	9.9	10.2
3. 飲料・嗜好品	21,096	19,373	18,354	91.8	94.7	7.5	7.1	6.7
4. 薬品・医療用品	14,992	14,647	15,265	97.7	104.2	5.3	5.3	5.6
5. 化粧品・トイレタリー	29,551	28,426	28,845	96.2	101.5	10.5	10.3	10.6
6. ファッション・アクセサリ	11,382	11,067	9,961	97.2	90.0	4.0	4.0	3.6
7. 精密機器・事務用品	3,050	3,347	2,884	109.7	86.2	1.1	1.2	1.0
8. 家電・AV機器	5,926	5,444	5,970	91.9	109.7	2.1	2.0	2.2
9. 自動車・関連品	17,277	15,380	14,459	89.0	94.0	6.1	5.6	5.3
10. 家庭用品	7,242	6,714	6,456	92.7	96.2	2.6	2.4	2.4
11. 趣味・スポーツ用品	9,414	7,951	7,966	84.5	100.2	3.3	2.9	2.9
12. 不動産・住宅設備	11,804	11,209	11,964	95.0	106.7	4.2	4.1	4.4
13. 出版	8,769	8,486	8,080	96.8	95.2	3.1	3.1	3.0
14. 情報・通信	26,091	27,433	28,401	105.1	103.5	9.3	10.0	10.4
15. 流通・小売業	19,374	18,984	18,121	98.0	95.5	6.9	6.9	6.6
16. 金融・保険	16,437	15,973	15,759	97.2	98.7	5.8	5.8	5.8
17. 交通・レジャー	21,172	21,635	20,784	102.2	96.1	7.5	7.9	7.6
18. 外食・各種サービス	14,504	14,638	14,395	100.9	98.3	5.2	5.3	5.3
19. 官公庁・団体	3,380	3,296	3,326	97.5	100.9	1.2	1.2	1.2
20. 教育・医療サービス・宗教	7,717	7,342	6,941	95.1	94.5	2.7	2.7	2.5
21. 業内・その他	3,672	3,562	3,432	97.0	96.4	1.3	1.3	1.3
合計	281,760	274,640	273,130	97.5	99.5	100.0	100.0	100.0

* 衛星メディア関連は除く

「鉄道外事業アレコレ」

理事 津高 守 (九州旅客鉄道株式会社)

私は国鉄末期のドサクサに入社した百数十名のうちの一人であります。民営化直後は年次が最も若い社員でありましたので、所属部署（鉄道事業本部施設部保線課）の業務とは直接異なる仕事が多分に降ってきました。民営分割化から丁度30年が経ち、当時の社員の大半が会社を去っていますが、節目というところもあり思い出せるところを書き留めてみますので、皆様にはアラカン世代の昔話として御笑読いただければ幸いです。

JR各社の設立は昭和62年4月1日ですが、その民営化初日に私は博多駅のコンコースにおりました。福岡に本社のある鉄道会社の社員が最寄りの駅のコンコースに居るのが何かと思われるかもしれませんが、当時の私の勤務地は約80キロ北東の北九州市門司区であり、早朝に職場近くの寮を出て博多駅に出張でやって来たのです。そこで飲料水の販売をしていました。民営化に伴い、経営の多角化が可能になり、まずできそうな新規事業として、鉄道トンネルの湧水を用いて飲料水やコーヒを飲料メーカーと組んで販売したのです。もちろん4月1日に合わせて何ヵ月も前から地元の保線区や機械区の協力を得て、施設部の機械課（現施設部設備課機械チーム）が主体となり販売にこぎつけたものでした。施設部つながりで保線課にいた私に出張命令が下り、コンコースでの飲料販売となっ

たわけです。売った本数と原価から考えると、私の人件費がまかなえていたとは思えませんでしたが、当時は休日に保線区が古レールを切断して売るから手伝いが要るとか、線路沿線に生えている食虫植物のモウセンゴケを売るから来いとか言われて仕事を放り出して手伝いに行っていました。当然保線区にも保線課にも



JR九州の新規事業のひとつ、JR九州ファームが作っている卵 & 醤油

本来業務はあるわけでした、後日その分を取り戻すべく長時間の労働を強いられていたわけではあります。民営化されて鉄道本体だけでは食べていけない、何でもできることは自分達でやって少しでも稼ごうという気持ちは、鉄道事業本部の各部、そして現場の人々の中に当時か

ら強くあったと思っと思っています。

このほかにも、鹿児島では線路の改良等で不要になったトンネルの中でキノコ

を育てて販売したり、廃用客車を駅前広場に置いてスパゲティ屋さんを開店させ、国道沿いのローカル駅前で食堂をやったりと様々なチャレンジをやっていました。

これらの事業はJR社員自らが直接やっていたため、余剰人員対策としてはそれなりの効果をあげましたが、人件費が大きいのしかかりやがて淘汰されていきました。しかしながらこういうチャレンジが、現在関連事業収入が6割を占める弊社の礎となったことは紛れもない事実でありますし、そのチャレンジ精神が弊社を株式市場に導いてくれたと思っています。

先日、飲料水の原料水を取っていたトンネルの近くまで行く機会がありました。取水設備は現在では地元の村に引渡され、地元はもちろん遠方からもこの水を汲みに人々が訪れているようでした。鉄道外の新規事業の原点とも言える場所に再び立ち、次の30年も会社を地域と共に発展させるため微力ながら業務に精励していくことを新たに誓う良い機会となりました。

次回もお楽しみに。



2016年度第3回理事会を開催しました

3月9日(木) 14時からジェイアール東日本企画10F大会議室において27名の理事が出席し開催した。

冒頭、今木会長から挨拶があり、引き続き議案の審議が行われた。

審議内容は以下の通り。

第1号議案

2017年度事業計画(案)

田之上専務理事から次の説明があり、定款第35条の規定により、本議案は説明通り承認された。

昨年度は、英国の国民投票でEU離脱派が勝利し、アメリカでもトランプ大統領が誕生するなど国際情勢での「サブライズ」が続きました。日本では熊本・大分や鳥取で発生した大きな地震のほか、気候変動が原因と見られる台風の大型化や集中豪雨・大雪など、自然災害による大きな被害が目立つ年となりました。リオデジャネイロでのオリンピック・パラリンピックにおける日本勢の活躍や、東京工業大学 大隅 良典栄誉教授のノーベル賞受賞など、明るい話題もありましたが、国内消費は将来への不安感から低調な状況が続いて

います。

一方、広告業界に目を転じると、インターネット広告が大きく伸長する中であって、交通広告は前年度よりわずかながら減少ということので、厳しい状況が続いています。

国際情勢の不透明感などから、今後、我が国の景気回復が安定的に進むかどうかは予断を許しません。

今木会長挨拶

本日は年度末に向けての大変お忙しい中をご出席いただきまして誠にありがとうございます。また平素は当協会の運営或いは活動に際しましてご理解ご協力を賜っておりまして厚く御礼を申し上げます。先月23日に電通より2016年日本の広告費というニュースリリースがありました。毎年恒例の貴重なデータでございます。多くの方が既にご覧になったと思いますが、昨年のわが国の総広告費は6兆2880億円、前年比101.9%と5年連続のプラス成長ということです。媒体別に見ますと、なんといいましても、インターネット広告費が対前年で

企業も厳しい経営環境の中、広告宣伝費を支出するにあたり、より厳しい目で広告効果と効率のよい展開を求めていることが予想されます。

このような状況の中、2018年2月に開催される平昌冬季大会や東京2020開催に向けた準備などを好機として、話題性を提起しやすいという鉄道広告の特性を最大限に發揮し、存在感を高めていく必要があります。昨年度始まった首都圏11社局、関西圏7社局中づりネットワークのような商品企画などに続き、こ

れまで以上に価値向上、創意工夫につとめていく必要があります。

当協会としては、鉄道広告の持つ公益性に一層の配慮をするとともに、特にICTの急速な発展に対応し、鉄道広告の付加価値をより高めるなど、社会的ステータスの向上を目指し、会員各社の御理解と御協力を得て、最大限の取り組みをしていきたいと思います。

具体的な事業計画については以下のとおりですが、その中でも公益事業として、環境や美観風致という観

113.0%と2ケタの伸びで総広告費に占めるシェアも20%を超えたということです。一方、私どもの存在基盤である交通広告費は、額でいいますと2003億、前年比98%、残念ながら2%の減少という結果となり、デジタルサイネージとか車内ビジョンは堅調に伸びたものの、やはり中づり、まど上、駅媒体といった紙ものは減少したというコメントがありました。皆様のお感じになっている通りかと思いますが、私どもとしては、この厳しい現状を重く受け止めて、なんとか減少傾向に歯止めをかける必要があると思います。そのためには会員各社が日々重ねておられますソフト、ハード両面での色々な創意工夫、或いは技術開発といっ

たものにより一層期待をされるとともに、私どもも当協会といたしましても皆さま方と力を併せて色々な取り組みをしてまいりたいと思っております。もちろん当協会の使命でもある、公益事業も引き続き力を入れてまいりたいと思います。今日は天津先生にもご出席いただいておりますが、地球温暖化防止キャンペーン、来年度は11回目を迎えますが、継続していろいろな取り組みをしてまいりたいと思います。

本日はこのような状況の中で来年度の事業計画、予算をお決めいただくことがメインテーマでございます。限られた時間ではありますすが、どうぞよろしくご審議のほどお願いいたします。

点から第11回地球温暖化防止キャンペーン、倫理という観点から第7回鉄道利用マナーUPキャンペーンを、それぞれ実施していきたいと考えています。また、その他事業として、鉄道広告の技術開発という観点から、交通広告に応用可能な先端ICT技術情報の収集と共有化、人材育成の観点から「交通広告ビジネス概論2017」の発行、アカウンタビリティ向上の観点から、交通広告共通指標推定システムの充実、調査研究の観点から、e・販促データシステムの改良と普及に、それぞれ主要課題として取り組むことといたします。

1. 各委員会の主な活動目標

総務・財務委員会

- ・新規会員への入会促進
- ・支部活動活性化支援
- ・年次報告書の作成
- ・他広告団体との交流

倫理委員会

- ・倫理綱領、掲出基準に基づく広告審査実態の継続的把握
- ・鉄道広告倫理綱領及び掲出基準の適用に関する教育研修の実施
- ・鉄道利用マナーUPキャンペーン継続実施
- ・広告倫理に関する事例研究の実施
- ・日本広告審査機構、日本雑誌協会

等との意見交換

美観風致委員会

- ・環境委員会との共同による第11回地球温暖化防止キャンペーンの実施
- ・美観事例の収集と紹介
- ・美観風致に関する教育研修

環境委員会

- ・環境保全への取り組み状況の実態把握
- ・「JAFRA環境方針」配布後の状況把握
- ・美観風致委員会との共同による第11回地球温暖化防止キャンペーンの実施

安全委員会

- ・安全管理に関する調査研究の推進
- ・安全作業に関する教育研修の実施

標準化委員会

- ・2017年度版「全国鉄道広告料金表」の協会ホームページへの収録、公開
- ・デジタルサイネージに関する標準化の検討

人材育成委員会

- ・「交通広告ビジネス概論2017」の発行
- ・鉄道広告実務研修の実施
- ・セミナー、シンポジウムの開催

技術開発委員会

- ・デジタルサイネージで提供する情報やコンテンツの品質向上に寄与する取り組みの紹介
- ・スマートフォンと交通広告の効果的な連携事例の収集と水平展開
- ・駅利用者（インバウンドを含む）の移動ニーズを満たす鉄道の情報提供と交通広告の連携の検討、その際に応用可能な先端ICT技術情報の収集と共有化

調査研究委員会

- ・効率的なメディアプランニングに関する研究の促進
- ・e・販促データシステムの改良と普及
- ・媒体活用事例の調査と紹介
- ・マーケティング講演会の開催

業務近代化委員会

- ・業務近代化に関する課題の提言
- ・デジタルサイネージ導入による近代化目標の検討

PR委員会

- ・「JAFRA NEWS」の編集・発行の継続と、掲載内容の充実
- ・ホームページを活用した、情報発信の強化
- ・鉄道広告枠を活用した、各種啓蒙キャンペーンの実施に伴う特設サイトの開設

・関係する外部機関との連携強化

アカウンタビリティ向上委員会

- ・標準化委員会、調査研究委員会、業務近代化委員会と連携してアカウンタビリティ拡充・データ整備
- ・関東交通広告協議会、日本広告業協会と連携して調査実施、データ整備
- ・交通広告共通指標策定システム稼働と運用及びシステム利用会員の拡大

2. 各支部の主な活動目標

北海道支部

- ・支部幹事会の開催…4月20日
- ・支部総会・懇親会の開催…4月20日（全日空ホテル）
- ・媒体連絡会の開催…不定期
- ・媒体視察研修会の開催…2017年秋季
- ・実務研修会（講演会）の開催…2018年冬季
- ・新規会員の入会促進
- ・地球温暖化防止キャンペーンの実施
- ・鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

東北支部

- ・支部総会・懇親会の開催…12月中旬

・支部セミナー等の開催…12月中旬
 ・新規会員の入会懇渾
 ・地球温暖化防止キャンペーンの実施
 ・鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

首都圏支部

・地球温暖化防止キャンペーンの実施
 ・鉄道広告実務研修の実施…9月下旬から10月上旬

・セミナーの開催…7月、11月、2018年3月の3回

・支部総会・懇親会の開催…7月10日ホテルメトロポリタン

・地域間交流の促進
 ・新規会員の入会懇渾

・鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施
 ・支部総会・懇親会の開催…7月予定

・学生インターン・調査研究事業の実施…7月～12月予定

・媒体視察研修の実施…9月or 10月予定

・地球温暖化防止キャンペーンの実施
 ・鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

・支部総会・懇親会の開催…7月予定

・地球温暖化防止キャンペーンの実施…8月

・支部運営会議の開催…4月、7月、2018年3月

・支部総会・懇親会の開催…8月

・支部総会・懇親会の開催…8月

近畿・中国・北陸支部

・幹事会の開催…7月、2018年3月予定

・支部総会・懇親会の開催…7月予定

・支部セミナーの開催…7月予定

・交通広告実務研修会…9月予定

・地球温暖化防止全国キャンペーンの実施
 ・鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

・業界諸団体との連携（各媒体社広告会・OAAA・関西交通広告協議会等）

・新規会員の入会懇渾

・支部総会・懇親会の開催…6月

・地球温暖化防止キャンペーンの実施…8月

・視察研修会の開催…10月

・支部会員交流会の開催…2018年2月

・鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

・新規会員の入会懇渾

・支部総会・懇親会の開催…8月

・支部総会・懇親会の開催…8月

・支部総会・懇親会の開催…8月

・西鉄交通広告会、福岡市地下鉄交通広告会、九州鉄道広告会との連携

・地球温暖化防止キャンペーンの実施…8月

・鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

・JAFRA NEWSへの掲載及び本部各委員会との連携強化

・新規会員の入会懇渾

3. 今後の協会行事計画

・定期総会

6月27日（火）ホテルメトロポリタンエドモント（飯田橋）万里の間

セミナー 悠久の間
 懇親会 万里の間

・理事会

第1回 6月12日（月）（株）ジェイアイ

ル東日本企画 会議室

第2回 12月（期日未定）

第3回 2018年3月（期日未定）

・広告界合同年賀会

2018年1月5日（金）

帝国ホテル 孔雀の間

第2号議案

2016年度決算（見込）および2017年度予算（案）

田之上専務理事から、議案書の数字はあくまでも見込みであり、正確な数字はまた改めて来年度の第1回理事会及び、定期総会にて報告する旨説明があった。なお、「2016年度事業計画」及び「2017年度予算」を、3月末日までに内閣府に提出すると今木会長より補足があり、定款第35号の規定により本議案は説明通り承認された。

報告事項①

技術開発委員会の活動状況について、田之上専務理事から報告があった。（この件については、本号P11の「委員会便り」に掲載）

引き続き、今木会長が山本技術開発委員長に意見を求め、以下の発言があった。

山本委員長

概要は今、事務局から説明していただいた通りです。今年度の取り組みとしての成果は議案書にある通り、技術開発委員会情報交換会の吉田さんと土屋さんの発表の中に網羅されています。交通広告については冒頭

の会長からのご指摘にもありました
が紙媒体が減少傾向にあるという中
でデジタル技術、ICTをどのよう
に生かしていくかということが課題
になっています。その開発事例です
とか、会社の事例などが紹介されて
います。1つにはデジタル媒体を増
やすということは当然のことですが、
それだけではなく、コンテンツやそ
こに出るいろいろな情報を全国的に
広がっている交通媒体デジタルサイ
ネージの独立した経路の中で閉じる
のではなく、更に広げていくという
ことが大事です。1つは具体的に○

いった中で情報を分かりやすく提供
するという、今までの紙媒体ではな
かなかできなかった鉄道系の情報と
交通広告というものを共通のプラッ
トフォームで提供するということが
よって情報をわかりやすくお客様に
伝えるということが合理的で効果的
なのではないかということで、そう
いった面でも勉強して行こうという
活動方針も加えたいということです。

報告事項②

「e・販促データシステム」稼働状況
について、田之上専務理事から以下
の通り説明があった。また栗原調査
研究委員長から、順調に推移してい
るといったところです。月1度の編
集会議でみなさんにご協力頂いてい
ますが、アップデート等々全員の方
のご努力と情報提供を感謝していま
す。と発言があった。

○アクセス状況

ログイン数

	12月	1月	2月
会員	1,412	1,659	1,458
一般	11	13	12
合計	1,423	1,672	1,470

○システムの改修

会員各社に有効活用していただく
ことを目的に、操作説明会において
実施したアンケート結果及びシステ
ム管理者を中心としたアンケート、
会員から寄せられた要望を基に、毎
月開催している編集会議で来年度の
システム改修の内容を議論し、下記
のような改修を予定している。

1. 改修内容

・「Station AD Planner」「Train AD
Planner」共通項目

①データ集（スペシャルコンテンツ）
の搭載

媒体リスト、データ集（駅デジタル
サイネージ広告一覧、空港アクセス
路線媒体一覧）

②データポリシーの細かい用語解説
追加

・「Station AD Planner」項目

①施設データの利用性の向上
施設結果に表示させる施設データの
クリーニング

②施設名データカテゴリーの一覧表
示

・「Train AD Planner」項目

①路線図の全国化
東北地区の路線図を追加

2. スケジュール

2月末 料金情報集約、料金・各種
データ更新、路線図修正

3月中旬 2017年度データ用に
プログラム修正

4月3日 更新データ使用開始

6月上旬 講習会開催 東京・大阪

3. 改修費用（見込）

約80万円（e・販促会員の会費を充当）

報告事項③

アカウンタビリティ向上の進捗状況
について田之上専務理事から説明が
あり、引き続き大塚委員長より発言
があった。

大塚委員長

専務理事より説明がありました通
り、車両に関しましては調査のサン
プル数が1000を超えたというこ
とで業種分類の細分化が進んだと思
います。

また今年度始まりました駅メデ
ィアにつきましてはちよつと高い数値
が出ているかなという印象がありま
したが、先ほどの説明のとおり、駅
構内の指定エリアという狭いエリア
を通過した人を対象に評価したとい
うことにあります。11社会の皆さま
には大変ご協力いただきありがとうございます。
また引き続き17年度も
ご協力よろしく申し上げます。

1. 前回理事会(2016年12月9日)以降、JAA A会員1社が入会。現時点での会員社数は以下のとおり。

関東交通広告協議会 (11 社会)	18 社
日本広告業協会 (JAAA)	7 社
日本鉄道広告協会 (JAFRA)	25 社
会員社 合計	50 社

2. 交通広告共通指標推定システムアクセス状況は以下のとおり。

アクセス数	
12 月	69
1 月	107
2 月	89

3. 2016年度版「車両メディア共通指標推定モデル」が完成

(1) 既存6パターン「中ぶり(一般)」「中ぶり(出版)」「まど上」「ドア横」「ステッカー」「ビジョン」について、素材数増に伴う共通指標の更新。
(2) 素材数合計が10000を超えたため、一部パターンの業種(食品、飲料、化粧品、トイレタリー等)区分を増やす。

中ぶり(一般) 4↓7、まど上 4↓7、ドア横 4↓5、ステッカー 4↓5、

車内ビジョン 4↓5

4. 駅メディア調査について

・調査対象ユニット 駅ポスター、駅デジタルサイネージ、サインボード、フラッグ、柱巻き

・調査期間 2016年5月～11月11社局ごと、特定の1日(金曜日)

・調査対象 1都3県に居住する15歳から59歳で対象駅スポットを通過した者

・サンプル数 1100サンプル(各社局1駅スポット、1000サンプル以上)

・調査対象素材数 60素材

調査対象素材数が少ない為、今年度は共通指標化を見送り、来年度以降の指標化を目指す。

今年度は調査から得られた知見「駅メディアの特徴」をプレスリリースにて発表予定。

5. プレスリリースについて

2017年3月23日(木)を予定(JAFRAホームページにて公開)

6. 2017年度交通広告共通指標策定調査について

車両メディア、駅メディアとも調査は継続する。

(1) 車両メディア調査

・本年同様の調査手法を用い継続調

査。

調査期間 2017年3月～7月

1社局の調査を3日間

・翌年度に6パターンの共通指標を更新

・付帯調査項目

① スマートフォン、タブレット、携帯電話の利用時間

② 車内で使用するアプリ、サイト調査

(2) 駅メディア調査

・調査期間 2017年5月～10月11社局ごと、特定の1日(金曜日予定)

・調査対象 1都3県に居住する15歳から59歳で対象駅スポットを通過した者

・サンプル数 1100サンプル(各社局1駅スポット、1000サンプル以上)

・調査対象ユニット 駅ポスター、サインボード、柱巻き等

・付帯調査項目案
利用店舗・施設他

*現在交通広告共通指標推進プロジェクト会議で検討中

(3) 調査費用

車両メディア、駅メディア調査で、1社局あたり約200万円を予定。

なお、田之上専務理事より、会員を増やすため、e-販促並びに交通広

告共通指標の説明会を今年も6月に実施する旨と、今後のスケジュールについて説明があった。

以上をもって今木議長は、14時55分「2016年(平成28年)度第3回理事会」の閉会を宣言し議事が終了した。

委員会便り

技術開発委員会

「技術商品開発研究会」「技術開発委員会」「情報交換会」を開催しました

技術開発委員会(山本章義委員長)は、1月27日(金)に「技術商品開発研究会」、2月17日(木)に「技術開発委員会」「情報交換会」を開催し、2017年度活動方針などを決定した。

○2017年度活動方針

JAFRA技術開発委員会は、交通広告に応用可能な先端ICT技術情報の収集と共有化を通じ、JAFRA加盟各社が取り組む交通広告の価値向上に寄与すべく、以下の活動方針に基づいた取り組みを展開します。

・デジタルサイネージで提供する情報やコンテンツの品質向上に寄与す

る取り組みの紹介

・スマートフォンと交通広告の効果的な連携事例の収集と水平展開
・駅利用者（インバウンドを含む）の移動ニーズを満たす鉄道の情報提供と交通広告の連携の検討・交通広告に応用可能な先端ICT技術情報の収集と共有化

○技術開発委員会 情報交換会

2月17日（金）

（株）ジェイアール東日本企画 10階
大会議室

14時00分～17時30分 参加者72名

開会挨拶

技術開発委員会委員長 山本章義

本日は大勢の皆さまにお集まりいただきありがとうございます。私はこの広告の仕事に就く前は、主に鉄道の安全な運行の仕事に携わっていました。安全といいますが、安全という名目で列車を止めなければいけなかったり、遅らせなくてはいけなかったり、安全のため一生懸命やっていたのですが、お客さまからはお叱りを受けます。ではそういうことに物理的に対応するのはどうしたらいいかという、お客様に的確な情報を提供する。なぜ列車が止まって

【タイムテーブル】

14時00分 開会の挨拶

技術開発委員会委員長 山本章義氏

14時05分「JR東日本におけるICTビジネスの取り組みとトピックス」

東日本旅客鉄道（株）IT・Service事業本部 ICTビジネス推進グループ

課長 伊藤 晶子氏／主席 松本 貴之氏

15時05分「鉄道に関連する情報とセキュリティ、プロセス管理技術」

西日本旅客鉄道（株）鉄道本部技術開発部 列車制御システムPT

16時15分「デジタル&アナログの優れた技術を使ったOOHメディアの最新事例」

技術開発委員会委員 吉田 勝広氏

17時00分「ヨーロッパにおける注目媒体について」

技術開発委員会事務局 土屋 樹一氏

17時25分 閉会挨拶

技術開発委員会副委員長 望月 敏弘氏

課長 森 崇氏

16時15分「デジタル&アナログの優れた技術を使ったOOHメディアの最新事例」

技術開発委員会委員 吉田 勝広氏

17時00分「ヨーロッパにおける注目媒体について」

技術開発委員会事務局 土屋 樹一氏

17時25分 閉会挨拶

技術開発委員会副委員長 望月 敏弘氏

なか柔軟に対応できなかったことが、今までの紙媒体を中心にした広告宣伝の限界だったのではないかと思います。そういうことを克服する様々な応用可能な技術、連携が近年可能になって来て、それを委員会の中で是非勉強しようとして続けてきたと聞いております。

今回の情報交換会では広告宣伝というのにあまりとらわれずに、鉄道の事業社からの情報提供、新しい技術の活用はどのようなことをやっているのか等をご紹介いただく共に、技術開発委員会からも最近の動向についてご報告いたします。

今日は、最後までよろしくお願ひします。

●支部便り●

首都圏支部

セミナーを開催しました

日時…2月1日（水）14時30分～

会場…宣伝会議セミナールーム（東京都南青山）

テーマ…「広告主が考えるデジタル世界においての広告の役割とは」

講師…長瀬 次英氏

日本ロレアル株式会社デジタル&メディア事業本部CDO／戦略統括責任者

日時…3月8日（水）14時30分～

会場…ガーデンシティー渋谷

テーマ…「ワコールのコミュニケーション戦略」

講師…猪熊 敏博氏

株式会社ワコール総合企画室広告・宣伝部部長

編集後記

3月は公園の花壇の花も植え替えの時期だそうです。ここはまだ冬の花とのことでした。



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

次号Vol.42は6月1日発行予定です。