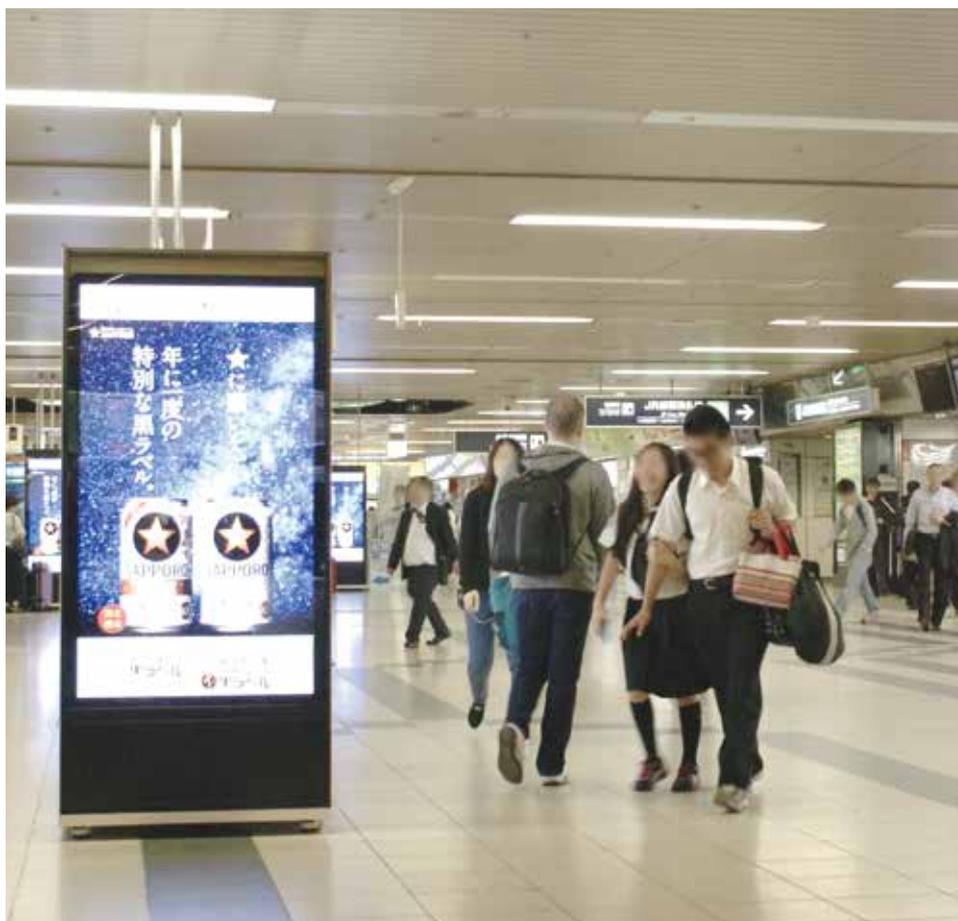


発行所：公益社団法人 日本鉄道広告協会
〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1丁目5番5号 JR恵比寿ビル10階
TEL：03-5791-1808 FAX：03-3443-1616 メールアドレス：information@j-jafra.jp
URL：<http://j-jafra.jp/>



デジタルサイネージ「サツエキビジョン」

北海道で最大級の通行量を誇る札幌駅という広告資源を活用し、訴求効果の高い広告媒体を整備。

北海道の玄関口。札幌駅の新たな広告媒体 デジタルサイネージ「サツエキビジョン」

巻頭レポート

株式会社 北海道ジェイ・アール・エージェンシー
媒体部 媒体企画グループ

小椋 尚希



JRタワーのデジタルサイネージ「ピラービジョン」

近年、全国における鉄道各社の駅媒体はデジタル化が進行し、全国の主要駅では多面連続型のデジタルサイネージ（以下D S）が数多く設置されています。

北海道においてはJRタワーのデジタルサイネージを、札幌駅総合開発様と先行して実施し、全国展開するJR6社ネットワークの販売網にも参入し、今では全国でも有数なD Sに成長しました。

JR札幌駅においては、スペースの都合もあってDS一台を単独運用していましたが、媒体として数が少ないため運用には限界があり、札幌駅の価値を、十分な広告販売に結びつけられていないのが課題でした。

サツエキビジョンの導入は、駅媒体のデジタル化によって、北海道で最大級の通行量を誇る札幌駅という広告資源を活用し、訴求効果の高い広告媒体を整備することを目的とし、昨年（平成29年）10月に運用を開始しました。

JR駅業務との共存を図る

整備にあたっては、札幌駅の中でも最も通行量が多く、媒体価値の高い西改札口前のコンコース中央付近を設置場所とし、70型の大型ディスプレイ12面を多面連続に配置する計画としました。

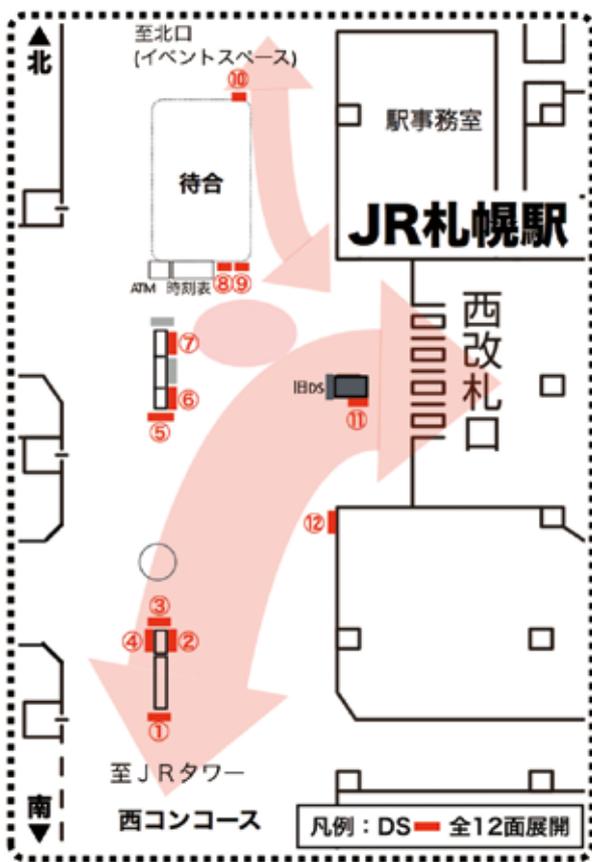
そのスペースを確保するため、JRとの協議を経て既存の駅案内図やJR業務広告等の駅設備等と一体と



(写真1)



【配置図】



なったDS筐体をデザインし、広告を共存させるものとなりました。具体的にはDSの放映枠にJR業務枠を確保したり、DS筐体に業務用のパンフレットラックを併設したりするなどです。また、駅周辺の地図や情報は、多言語対応でタッチ式の設備（4Kナビタ）を筐体に組み込み、お客様の利便性向上も図りました。

さらに、単独運用していた旧DS

は、駅に提供し、異常時の場合は、駅による異常時情報が放映できるようになることで、広告ビジョンとの住分けを明確にしました。

多方向な動線目線に配慮した多面連続な大型ディスプレイの配置

西改札口前を行き交うお客様の動線は様々です。DSの配置は一見バ

ラバラなように思われますが、DS面は、最も通行量が多い南方面へ向かう動線をメインに、多方向なお客様の動線・目線に配慮した配置としました。その結果、媒体全体としてのメリハリ感が生まれ、その場所場所によって遭遇するサツエキビジョンの存在感を高めています。

セールスポイント

改札口前は一般的に、待ち合わせをする人や駅の付帯設備を利用する人など、交通広告としては比較的滞留時間が長いのが特徴です。また、行きと帰りの動線が重複するため、おのずと広告との接触率が高くなります。その点がサツエキビジョン最大の特徴です。その特徴シーンを客観的な視点で多角的に捉えました。

(写真1) JR札幌駅の改札口前は、出入りする人の動線に合わせ、DSがパノラマ上に配置されています。

(写真2) JRタワーから改札口に向かう動線に合わせ、DSが正対かつ連続的に配置されています。

(写真3) 駅改札口前を取り囲むようにDSが配置され、賑わいある空間が広がります。

(写真4) サツエキビジョンに付帯する駅周辺案内（ナビタ）や隣接する時刻表、ATMなど、サツエキビジョン周辺には通行者が滞留します。



(写真4)



(写真5)



(写真2)



(写真6)



(写真7)



(写真3)

運用上の特徴

(写真5)アイヌ像前(サツエキビジョン前)は、待合わせや記念撮影スポットにもなっていて、ここにも通行者が滞留します。

(写真6) サツエキビジョンの北側に位置するイベントスペースの活用と連動してサツエキビジョンも活用されています。

(写真7) サツエキビジョンの手前では、時折、公共宣伝活動を行っていますが、それをマス媒体で報道されることでサツエキビジョンの認知効果は高まります。

サツエキビジョンでは、広告主様や広告代理店様にとって、使い勝手のよい商品となるよう様々なサービスやオプションを設定しています。

(一) 放映形態を3分1ロールとし、首都圏と比べると露出頻度は高く、価格は週30万円と安価な設定です。

(二) お申し込みは弊社ホームページで簡単にでき、複数枠でのご購入(最大45秒の連続放映が可能)やJRタワーのデジタルサイネージとの組み合わせ購入も一元化した受付方式なので合わせて簡単です。また、DSの放映素材の入稿形式は、JRタワーのデジタルサイネージと同じ仕様となっており、そのため連動広告が簡単に展開できます。

(三) DS以外の大型グラフィック広告媒体やイベントスペースの活用で、札幌駅構内のジャックも可能です。

(四) サツエキビジョンはJR6社ネットワーク商品の一部となっているのでそこから全国向けの広告展開が可能です。

(五) 昨年度から従来からの広告掲出規制を緩和し、貸金融、公営競技、パチンコ、金融取引等の広告が放映できるようにしました。

今後の展望

運用を開始した昨年度実績は、稼働率60%平均でしたが、今後は、北海道内のみならず全国的にも認知していただけるよう幅広い販促活動や、企画商品を打ち出すなど、飽きられないことのない広告運用を心がけていきたいと思えます。

また、札幌駅を取り巻く環境は、2030年度末の札幌延伸開業を予定している北海道新幹線によって大きく変化することが予想されます。サツエキビジョンはそれに順応し、進化し続けていきたいと思えます。

最後に、サツエキビジョンの整備に関しましては、JAFFRA会員様をはじめ関係者様には大変お世話になりましたこと、心から感謝する次第です。今後とも引き続きどうぞよろしくお願いたします。



デジタルサイネージ「サツエキビジョン」

【媒体概要】

デジタルサイネージ『サツエキビジョン』は、北海道の玄関口であるJR札幌駅の西改札口側に位置し、1日約168,000人(平日)が行き交う北海道で最大級の通行量を誇る価値ある交通広告媒体です。

多方向な動線・目線に配慮した多面連続型の展開手法は、訴求効果の高いインパクトある広告を実現します。

媒体名称：サツエキビジョン

設置場所：JR札幌駅西改札口側

機器構成：70型ディスプレイ12面一斉放映

放映時間：全日6時00分から24時00分まで(18時間)

放映形態：3分1ロール(1枠15秒/全12枠)音なし

1 (15秒)	2 (15秒)	3 (15秒)	4 (15秒)	5 (15秒)	6 (15秒)	7 (15秒)	8 (15秒)	9 (15秒)	10 (15秒)	11 (15秒)	12 (15秒)
JR 業務a	週枠 セグA	週枠 A	週枠 B	週枠 C	週枠 C	年枠A	JR 業務b	週枠 セグB	週枠 D	週枠 E	週枠 F

放映回数：1日360回

※最低放映回数は、90%稼働時の回数とします。

【商品内容】(2018.8.1現在)

週枠：6枠：300,000円/週(消費税別途)

※週枠は1期7日間(月～日放映)

年枠：2枠：3,600,000円/年(消費税別途)

【取扱基準】

サツエキビジョン広告掲出ガイドラインに準じます。
詳しくはホームページをご覧ください。

<http://www.jr-ag.com>

【お問合せ】

(株)北海道ジェイ・アール・エージェンシー 媒体部

TEL：011-751-7206

広場

「日本における独立リーグの存在意義」

理事 石津 航 (東京急行電鉄株式会社)

私は幼少より大の運動音痴なので、自分で野球はしないが、野球観戦は大好きである。どちらかというと試合を静かにじっくりと見るタイプなので、プロ野球の一軍の試合はもっぱらテレビ観戦で、球場では二軍の試合を観戦している。二軍はドラフトで入団した若手の有望選手が一軍目指して頑張っていて、そんな姿を見て応援するのが好きである。

二〇〇五年に四国アイランドリーグが設立された。れっきとしたプロ野球のリーグだが、これまでの日本野球機構(NPB)とは異なり、独立リーグと言われている。日本のプロ野球の最高峰であるNPBを目指す選手の育成の場であるとともに、野球を通じて地域を活性化することが設立の目的である。私の趣味の範囲は独立リーグ観戦にまで広がった。

これまで、NPBのドラフト指名を受けた独立リーグの選手は合計で91人(別表参照)。その代表格は、首位打者を2回獲得した千葉ロッテマリーンズの角中勝也選手や、ルーキーから投手として年間60試合以上に登板した中日ドラゴンズの又吉克樹選手である。外国人選手も独立リーグでプレーしな



2007年4月29日 BCリーグ開幕第2戦
富山 x 信濃 富山市民球場アルペンスタジアムにて

がらNPBとの契約を狙っている。これまでシーズン中にNPBに移籍した外国人選手は11人。本年も埼玉西武ライオンズにデュアンテ・ヒース選手が入団した。また、NPBを自由契約となった選手がNPB復帰を目指して独立リーグでプレーするケースも多い。昨年、読売ジャイアンツを自由契約となった村田修一選手も独立リーグに所属している。NPB

の球団が新たに選手を獲得できるのは毎年七月三十一日まで。今期中のNPB復帰のための期限が迫っている。最近の独立リーグにはレジェンド選手も入団している。大リーグでも活躍した藤川球児選手や、大リーグで首位打者を獲得したフリオ・フランコ選手、近鉄バ

ファローズなどで活躍したタフィ・ローズ選手など。極めつけは、大リーグ通算555本塁打のマニー・ラミレス選手も、昨年独立リーグでプレーした。NPB球団に進めなくても地元から愛されている選手も多い。群馬ダイヤモンドベガサスの井野口祐介選手は地元出身で、二〇〇八年からチームの軸として

活躍する「ミスター・ベガサス」。高知ファイティングドッグス球団社長の梶田宙氏は、リーグ発足から10年間、同球団で活躍した「ミスター・アイランドリーグ」。引退時にはNPBの選手にも負けない盛大なセレモニーが行われた。

最新の私の注目は、昨年のドラフトで千葉ロッテマリーンズより指名を受けた和田康士朗選手。この選手は、中学の時に怪我で野球をいったん断念しており、高校野球を経験していない異色の選手である。福岡ソフトバンクホークスの柳田悠岐選手を彷彿とさせる全

力のフルスイングは一見の価値がある。独立リーグがなければ埋もれていた才能かもしれない。独立リーグの存在意義を感じずにはいられない。NPBでのさらなる活躍を期待する。

次回もお楽しみに。

独立リーグからNPBドラフト指名された選手の人数(単位:人)

リーグ名	期間	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	合計
四国アイランドリーグ	2005年~現在	2	3	6	6	3	6	7	2	2	4	6	3	2	52
BCリーグ	2007年~現在	-	-	1	3	3	0	4	4	1	1	6	5	6	34
BFL(ベースボール・ファースト・リーグ)	2014年~現在	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	2	1	3
関西独立リーグ	2009年~13年	-	-	-	-	0	2	0	0	0	-	-	-	-	2
主な選手			角中(M)	内村(E→BS)				亀澤(H→D)		又吉(D)					

2018年度定期総会を開催

6月26日(火) 14時00分、ホテルメトロポリタン(池袋)において、多数の会員が出席し、2018年度定期総会を開催し、2017年度事業報告及び決算、理事の選任などを審議した。

審議内容は以下のとおり。

第1号・第2号議案

2017年度事業報告及び決算報告については、加藤専務理事の説明と、清水勇宏監事代表の監査報告の後、挙手による採決の結果、委任状によるものを含め、定款第27条に基づき過半数の賛成により、本議案は提案通り議決された。



監査報告をする監事清水勇宏氏

第3号議案

理事の選任

当協会の理事は定款16条に基づき、本日の2018年度定期総会終結時をもって任期満了となる。また理事選任については定款第14条で「総会において正会員の役員等の中から決議によって選任する」とあり、これについて提案があればと議場に諮ったところ、「議長一任」と発言があったため、議長の指示により5月30日に開催した第1回理事会において取りまとめられた選任案を会場に配布した。挙手による採決の結果、委任状によるものを含め、定款第27条に基づき過半数の賛成により、本案は提案通り議決された。

なお、常任理事及び専務理事の役員については、定款第14条2項に基づき総会終了後、臨時理事会を開き選出したものである。

(役員、委員長、支部長一覧は14ページに)

第4号議案

会費規則の改定

2017年12月22日内閣府定期検査の指摘により、「会費規則」の改定を行いたいと説明があり、挙手による採決の結果、定款第27条に基づく委任状122名を含む過半数の賛成により、本議案は説明通り議決された。詳細は次の通り。

(会費)

第3条

(改定前)
本会の事業年度(4月1日から翌年3月31日まで)ごとの年会費の額は次によるものとする。

(改定後)

←
本会の事業年度(4月1日から翌年3月31日まで)ごとの年会費の額は次によるものとする。
会費の50%以上は、公益事業に使用する。

(団体にかかる入会金及び会費)

第7条

(改定前)

定款第22条第2項但書きに基づき本会が承認した団体については、その承認毎に第2条第1項に定める入会金を支払うものとする。

(改定後)

←
定款第6条に基づき本会が承認した団体については、その承認毎に第2条第1項に定める入会金を支払うものとする。

報告事項

2018年度事業計画

基本方針

冬季五輪平昌(ピョンチャン)大会での日本勢の活躍という明るい話題が記憶に新しいところですが、一方では、気候変動が原因と見られる台風、豪雨、大雪など、自然災害の激甚化による大きな被害も目立ちました。我が国経済は、欧米を始めとする「世界同時好景気」の影響やインバウンドの増加などにより、企業業績の回復が進みましたが、本格的な景気回復のためには個人消費拡大につながるかがカギ、という状況になっています。また、世界的景気拡大持続性の不透明感や地政学リスクから、今後も景気が安定的に

回復するかどうかは予断を許しません。

広告業界では、インターネット広告が大きく伸長し、マスコミ四媒体が減少する中、交通広告は、ほぼ前年度並みという状況で踏みとどまっています。クライアントからは広告宣伝費の支出に対してより厳しい目で広告効果が高く、効率の良い展開を求められます。

2018年6月に開催されるIFAワールドカップロシア大会、2019年ラグビーワールドカップ日本大会を経て、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けた様々な動きを好機として、話題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、存在感を高める必要があります。新型車両導入による車内ビジョンの増加、駅デジタルサイネージの拡大など、を始め、これまで以上に価値向上、創意工夫につとめていかなければなりません。

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、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、会員各社のご理解とご協力を得て、最大限の取り組みをしていきたいと思っております。

具体的な事業計画については以下

今木会長あいさつ

会員の皆様方には平素から当協会の運営に関しまして何かとご理解ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。また本日は大変お忙しい中を、ご出席いただき重ねて感謝申し上げます。

つい先日ですが、電通より、2018年の世界の総広告費が初めて6000億ドル(約65兆円)を突破し、加えてネット広告が初めてテレビ広告を上回るということがニュースリリースされました。我が国の総広告費は世界のちょうど1/10ということになるわけですが、やはりネット広告が2ケタの勢いで伸びてテレビ広告を上回るのは時間の問題と言われております。その背景は言うまでもないわけですが、ICT情報通信技術の発展或いはデジタル化ということことです。

私共、交通広告もこういった状況を受けて、今変化しておりますし、また変化し続けなければならぬ訳ですが、当面の最大のテーマはデジタルサイネージの充実であると思います。もう少し具体的に言いますと1つは、設置面、面数なり領域の拡大、駅構内では柱や壁はもちろん、最近では安全柵も利用され始めていますし、車内の窓上のデジタル化には勢いがあります。2番目にはサイネージそのものの技術的な発展です。折に触れJAFRANETSでも紹介していますが、大型化はもちろん、有機ELによる曲面化、或いは4K、これからはTPOに応じてそういうものも導入して行くということだろうと思います。それからオペレーション面では、入稿するデータを媒体社ごとに異なる仕様に合わせ

自動的に変換することや、遠隔操作の範囲や次元を広げていくことも大事だと思っております。それから、本日のセミナーの主要内容にもなっておりますが、いわゆる「ダイナミックデジタルOCH」ということも、近々のテーマになってくると思います。

今、多くの鉄道会社においてはインバウンドの増加、或いは2020年やその先を見据えて新型車両の導入や、駅改良も佳境に入っておりますが、これは私共鉄道広告にとっても、デジタルサイネージを中心に近代化を図るいいチャンスだと思っております。是非皆様方の取り組みに期待したいと思います。

ところで、中づり、窓上、駅貼りといったいわゆる紙媒体は残念ながら右肩下がりという傾向にありますが、しかし、鉄道広告費に占めるシェアはまだまだ高いわけです。これについても、何年か継続しているアカウンタビリティの調査では、かなりの到達率があるという結果が出ておりますし、スマートフォンとの親和性も高い。或いはリアルな空間でのリアルな媒体ならではの、優位性もあります。JAFRANETSの最新号でも紹介されておりますが、クライアント、クリエイターの企画力やアイデアもいたしながら、より魅力的で情報発信性のあるクリエイティブをめざし、そしてそれらを評価し水平展開していくということを期待するものです。

当協会としましてもそういった取り組みをサポートする意味でも適切に情報発信することに、努めてまいります。それから、公益社団法人としては当然ながら、「エキエコ。」などを中心に公益事業を進めてまいります。

今年1年、会員各社様のご発展をお祈り申しあげまして挨拶とさせていただきます。

のとおりですが、主な公益事業として、環境や美観風致という観点から第12回地球温暖化防止キャンペーン、倫理という観点から第8回鉄道利用マナーUPキャンペーン、安全促進のために「絵で見る安全作業マニュアル」の改訂をそれぞれ実施し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、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。



挙手をされる会員社の皆さま

1. 各委員会の主な活動目標

総務・財務委員会

- ・新規会員への入会懇話
- ・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

総務・財務委員会
稲川一委員長

2018年度も前年度に引き続き、新規会員の入会懇話、支部活動活性化のための支援、年次報告書の作成、他の広告団体との交流につとめてまいります。

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

倫理委員会
神田橋治委員長

鉄道という交通インフラにおける広告は、社会的に影響が大きく、また関心が高いことから広告の倫理性を保持することが大変重要になってきております。倫理委員会では、事業計画に記載のある通り、5つの活動目標を設定し、特に鉄道広告倫理綱領及び掲出基準の適応に関する教育研修を各支部と連携して実施したいと考えております。また、今年で8回となる鉄道利用マナーアップキャンペーンを国土交通省と共同で、今年度は秋以降となると思いますが実施したいと考えています。会員各社の皆さまのご協力の下進めてまいります。

美観風致委員会

- ・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12回地球温暖化防止キャンペーンの実修

美観風致委員会
滝久雄委員長

環境委員会との共同による第12回地球温暖化防止キャンペーンを実施いたします。これは鉄道のネットワークの大きさを認知していただくのみならず、夏休み期間に著名アーティストの力強い作品を見られると非常に好評を得ております。また、美観事例の収集と紹介、美観風致に関する教育研修を行ってまいります。

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12回地球温暖化防止キャンペーンの実修

環境委員会
富田栄次委員長

2018年度の取り組みは3点を中心に活動してまいります。環境保全への取り組み状況の実態把握については、一昨年12月

に会員各社にむけて実施したアンケートをもとにヒアリングをし、「JAFRA環境方針」配布後の状況についてまとめていきたいと考えております。既に、4月にジェイアール東日本企画CSR部に取材を行い、JAFRA NEWS 8月号にて掲載の予定です。また、美観風致委員会と共同で、8月に第12回地球温暖化防止キャンペーンの実施してまいります。

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
- ・「絵で見る安全作業マニュアル」改訂

安全委員会

西崎俊文委員長

安全作業に関する教育研修の実施ということで、協力会社の皆さま含めて鉄道近接作業という安全教育を担当している弊社の専門部門の担当者が、研修を行う予定にしています。安全管理に関する調査研究の推進は、ルールが実態に合っているかという観点で進めてまいります。「絵で見る安全作業マニュアル」

は5年ぶりの改訂になります。安全の基本というものは変わりませんが、これをより分かりやすくする。それから5年経って大きく変わったところは、社員の高齢化という問題があるかと思えます。社員が高齢化した場合社員の安全をどう守るかそれが大きく安全につながるという観点からの改定も加えていきたいと思えます。

標準化委員会

- ・2018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

標準化委員会

大塚尚司委員長

2018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、公開をまもなく実施します。急速に伸びているデジタルサイネージに関する標準化の検討をしていきたいと思っております。

人材育成委員会

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

人材育成委員会

小野寺忠之前委員長

「交通広告ビジネス概論 2017」増刷版の発行、鉄道広告実務研修の実施、セミナー、シンポジウムの開催、以上3点を重点的に行って次期委員長に引き継ぎます。長年ご協力ありがとうございました。

技術開発委員会

- ・タイムリー情報の活用等による、交通広告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
- ・ネットワーク拡大に結びつけるための、多様なデジタルサイネージ配信フォーマットへの対応を検討するための情報収集

技術開発委員会

山本章義委員長

2018年度活動方針策定に当たり、以下を念頭に置きテーマの設定を行いました。交通広告の価値向上に寄与するテーマであること、2つ目に現時点で最新のICT技術の活用というスマートフォンとの連携と、交通広告に求められているニーズに込んでいるテーマであること、3つ目に社会情勢の変化に対応し、交通広告の発展が期待できるテーマであるかどうかということに近い将来に予定されている東京オリパラ、北陸新幹線の敦賀開業などを念頭に置いたテーマを設定する、4つ目に事例収集や検証の分析などが可能な活動方針であるかということと、今年度も3つのテーマを設定しています。1つ目、2つ目のテーマは基本的には継続したものです。3つ目のテーマは、代理店から鉄道の媒体社へ入稿されるデジタルサイネージのフォーマットが様々であり、代理店側に大きな負荷をかけているということから、配信フォーマットの対応を検討することをJAFRAとしても優先課題として行いたいと考えています。

既に数社において翻訳サービスが始まっていますが、こういうものを強かに押し進めていくことが大事だと考えております。

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

調査研究委員会

栗原圭一委員長

- e・販促データシステムの改良と普及ということで、東京と大阪で年に1回の説明会を継続したいと思っております。

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

業務近代化委員会

阿部晋治委員長

引き続き、アカウンタビリティ

向上委員会、並びに標準化委員会に協力連携を取りながら、鉄道広告業務の近代化に関する課題の提言、デジタルサイネージが普及してまいりましたので、取引並びに表現等についての近代化に取り組んでまいりたいと思います。

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

PR委員会

阿久津光志委員長代理

加藤専務理事

記載の4項目について進めてまいります。特にJAFRA NEWSの編集発行、掲載内容の充実につきまして、会員の皆さまの中で新しい取り組みなどありましたら、一報いただければ紹介させていただきたいと思っております。

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

アカウンタビリティ向上委員会

大塚尚司委員長

関東11社の協力により、14年度から車両メディアの調査が4年かかっており、大分データも集まり、年齢、業種区分を増やすことができている。駅媒体に関しては16年度よりスタートして2年経過していますが、まだサンプル数が少なく、みなさんと情報を共有するところまで行っていないのでなんとか18年度中にそのきっかけになるようにしたいと思っております。

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24日(火)
- ・支部総会・懇親会の開催…4月24日(火) (ANAクラウンプラザホテル札幌)
- ・媒体連絡会の開催…不定期

- ・媒体視察研修会の開催…2018年秋季

- ・実務研修会(講演会)の開催…2019年冬季

- ・新規会員の入会懇話

- ・第12回地球温暖化防止キャンペーンの実施

- ・第8回鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

北海道支部

幅口堅二支部長

支部活動は記載のとおりです。支部総会など4月に実施しました。媒体連絡会ということで、媒体の勉強会を不定期に開催します。また、視察研修会は秋に、実務者研修を2019年冬季に開催予定です。その他、新規会員の入会懇話、地球温暖化防止キャンペーン、鉄道利用マナーアップキャンペーンなどの活動に積極的に取り組んでまいります。

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
- ・新規会員の入会懇漣
- ・第12回地球温暖化防止キャンペーンの実施
- ・第8回鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

東北支部

百々潤司支部長代理
加藤専務理事

支部総会、懇親会、セミナーにつきまして、12月に予定しています。その他は他支部と同様です。

首都圏支部

- ・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、2019年3月の3回
- ・支部総会・懇親会の開催…7月9日(月) ホテルメトロポリタン
- ・地域間交流の促進
- ・新規会員の入会懇漣
- ・第12回地球温暖化防止キャンペーンの実施
- ・第8回鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

ペーンの実施

首都圏支部
原口宰支部長

今年度も地球温暖化防止キャンペーン、鉄道利用マナーアップキャンペーンは引き続き実施します。当支部は東京をかかえ、最大の会員数があり、その位置づけに鑑み、支部間交流の促進、新規会員の入会懇漣という点については1番大きな数字が動くところだと考えておりますので力を入れてまいりたいと思っております。また、参加者が増えておりますので、例年通りセミナーは3回、実務研修も引き続き計画してまいります。

中部支部

- ・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
- ・学生インターン・調査研究事業の実施
- ・新規会員の入会懇漣
- ・第12回地球温暖化防止キャンペーンの実施
- ・第8回鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

中部支部

阿久津光志支部長代理
加藤専務理事

支部総会、懇親会、セミナーについては7月に予定しています。中部支部では特に学生インターン調査研究事業を今年も実施します。

近畿・中国・北陸支部

- ・幹事会の開催…7月、2019年3月予定
 - ・支部総会・懇親会の開催…7月10日
 - ・支部セミナーの開催…7月10日
 - ・交通広告実務研修会…9月予定
 - ・業界諸団体との連携(各媒体社広告会・OAA・関西交通広告協議会等)
 - ・新規会員の入会懇漣
 - ・第12回地球温暖化防止キャンペーンの実施
 - ・第8回鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施
- 近畿・中国・北陸支部
山本章義支部長
- 7月10日に支部総会、セミナー、懇親会を実施する予定です。セミナーは2025年の開

四国支部

催に向けて誘致活動している大阪万博について過去から未来へ100年関西を考えるとというテーマで講演いただく予定です。また、支部会員の若手を対象とした交通広告実務研修会も9月に予定しています。地球温暖化防止キャンペーン、鉄道利用マナーアップキャンペーン、支部エリア内の鉄道各社にご協力いただき活動をしてまいります。

四国支部

- ・支部総会・懇親会の開催…6月
 - ・視察研修会の開催…10月
 - ・支部会員交流会の開催…2019年2月
 - ・新規会員の入会懇漣
 - ・第12回地球温暖化防止キャンペーンの実施
 - ・第8回鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施
- 四国支部
山西弘泰支部長代理
加藤専務理事
- 支部総会、懇親会は6月、視察研修会は10月を予定しています。四国支部では特に支部会員交流会を2019年2月に予定

しています。

九州支部

- ・支部総会・懇親会の開催…8月
- ・支部セミナーの開催…8月
- ・支部運営会議の開催…7月、2019年3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
- ・JAFRA NEWSへの掲載及び本部各委員会との連携強化
- ・新規会員の入会促進
- ・第12回地球温暖化防止キャンペーンの実施
- ・第8回鉄道利用マナーUPキャンペーンの実施

九州支部

小濱和彦支部長代理

加藤専務理事

支部総会、懇親会、セミナーは8月を予定しています。九州支部では特に西鉄交通広告会などの広告界との連携を強めてまいります。

3. 今後の協会行事計画

- ・理事会 第2回 12月(詳細未定)
- 第3回 2019年3月 (詳細未定)
- ・広告界合同年賀会 2019年1月8日(火)
- 帝国ホテル 孔雀の間

この他、2018年度予算、副支部長・委員長・副委員長の委嘱、第12回地球温暖化防止キャンペーン展開計画についての説明があり、以上をもって15時03分、2018年度定期総会は滞りなく終了した。

以上

なお、総会に先立ち5月30日に開催した第1回理事会及び、6月26日定期総会終了後に開催した臨時理事会において、次の項目が承認された。

(敬称略)

○副会長の会長代行順序

- 第1順序 原口 宰 会長代行副会長
- 第2順序 滝 久雄 副会長
- 第3順序 間宮 泰三 副会長
- 第4順序 肥後 謙一 副会長
- 第5順序 山本 章義 副会長

○四国支部 支部長

(新任)

山西 弘泰 (株)ジェイアール四国企画

(退任) 田中 善一郎

○九州支部 副支部長

(新任)

小野 哲也 (株)西鉄エージェンシー

(退任) 加峯 辰美

○人材育成委員会 委員長

(新任)

肥後 謙一

(株)メトロアドエージェンシー

(退任) 小野寺 忠之

○総務・財務委員会 副委員長

(新任)

中村 晃 (株)日交

(退任) 仁平 次雄

○業務近代化委員会 副委員長

(新任)

山西 弘泰 (株)ジェイアール四国企画

(退任) 田中 善一郎

5月30日付

○総務・財務委員会 副委員長

(新任)

鈴木 浩之 (株)ジェイアール東日本企画

(退任) 田中 友行

○安全委員会 副委員長

(新任)

伏見 晋也 (株)アド近鉄

(退任) 片岡 伸泰

6月26日付

以上

●セミナー

定期総会終了後、セミナーを開催した。(株)電通の神内 一郎氏を講師にお招きし、「All About Data OOH キャンペーンを成功に導くためのデータ活用について」というテーマでお話いただきました。

デジタルサイネージの新しい活用方法、海外でデジタルサイネージの



満席のセミナー会場

使い方など、大変興味深い内容で、熱心にメモを取りながら聴講する皆さまが多数いらつしました。

●講師プロフィール



神内一郎氏

株式会社 電通 アウト・オブ・ホーム・メディア局
テック&データインテリジェンス部長

1992年4月株式会社 電通入社。入社以来、デジタル領域を中心に新規事業・新規サービスの立ち上げに従事。通信会社との合弁によるモバイル広告会社や中国でのインターネット広告会社の立ち上げ、東南アジアでのアド・エクスチェンジ事業の立ち上げなどを担当。現在はアウト・オブ・ホーム・メディア局にてデジタル技術を活用した屋外広告や交通広告の新しいビジネス・モデルの構築に取り組んでいる。

●懇親会

セミナー終了後、懇親会を開催しました。

お忙しい中ご来席いただいた来賓を代表して、国土交通省 鉄道局 鉄道サービス政策室長 内海雄介氏、東日本旅客鉄道株式会社 常務取締役

役 事業創造本部長 新井健一郎より、ご挨拶をいただきました。

国土交通省 鉄道局

鉄道サービス政策室長 内海雄介氏

昨年度は駅ホームの見守りキャンペーンを鉄道事業者並びにJAFRAの皆さま方も連携して取り組みました。今年度も心のバリアフリーがさらに広がるようなキャンペーンを実施したいと考えておりますので、感謝と共に引き続きのご協力とご理解をお願いいたします。鉄道利用者は1日7千万人いると聞いていますし、実際鉄道広告は非常に訴求力があり期待が非常に高まっています。JAFRAの鉄道広告の公益性を増進するという目的、またそれに向けて皆さまが取り組まれていることについては引き続きお願いしたいと思いますし、私どももお手伝いできることがあればぜひ取り組んでまいりたいと思っております。



国土交通省鉄道局 内海雄介氏

東日本旅客鉄道株式会社

常務取締役 事業創造本部長

新井健一郎氏

JRは、30年余り経ちまして、これまで鉄道事業、新幹線或いは在来線の鉄道ネットワークの構築に取組んでまいりました。生活サービス事業部についてもご理解いただこうというところで、エキナカ、ショッピングセンターなど取組んできました。生活サービス事業成長ビジョンNEXT10を発表し、これからは場合によっては駅の外に行つて街づくり、くらし作りに取り組んでいこうというかなりチャレンジングな目標を立てておりますので、是非引き続きよろしく申し上げます。その中でも大事にしたいのは駅を中心とした様々な媒体価値を高めるということで、首都圏をはじめとして各所でそういった展開をしてまいりたいと考えております。私ども鉄道会社は内にこもるような感じがありますので、これからはもっとオープンイノベーションで、外の知恵も借りながらやっ



東日本旅客鉄道 新井健一郎氏

て行きたいと思っております。本日はどうもありがとうございます。

滝久雄副会長の、「首都圏に延べ

2000km以上の鉄道網は定時運行され、1000以上の駅はきれいに整っており、駅空間がコミュニティになっているということは世界に誇れることだと思っております。日本は街が駅から始まっています。JAFRAは全12の委員会があり、7つの支部があり、鉄道広告、駅の利用に関して、付加価値を求めてみなさんこれからもそれぞれ頑張つてまいりますよう。」という乾杯の発声のあと、会員に皆さまは、和やかに歓談し親睦を深められた。



中締めの挨拶をする原口宰副会長



乾杯の発声をする滝久雄副会長

役員一覧

会長（1名）

今木 甚一郎 公益社団法人

日本鉄道広告協会

会長代行副会長（1名）

原口 宰 (株)ジェイアール東

日本企画

副会長（4名）

滝 久雄 (株)NKB

間宮 泰三 協立広告(株)

肥後 謙一 (株)メトロアドエー

ジェンシー

山本 章義 (株)JR西日本コミュ

ニケーシヨンス

常任理事（10名）

阿久津 光志 (株)ジェイアール東

海エージェンシー

阿部 晋治 (株)電通

稲川 一 (株)文宣

大塚 尚司 (株)オリコム

神田橋 治 (株)TOMOE

木村 喜朗 (株)東急エージェン

シー

栗原 圭一 (株)ムサシノ広告社

高成田 潔 小田急エージェン

シー

富田 栄次 (株)大阪オリコミ

渡辺 文雄 (株)日交西部本社

理事（23名）

石川 正裕 (株)電通名鉄コミュ

ニケーシヨンス

石津 航 東京急行電鉄(株)

大津 英敏 多摩美術大学

表 輝幸 東日本旅客鉄道(株)

河田 裕治 南海電気鉄道(株)

亀卦川 悟 (株)京急アドエンター

プライズ

北郷 悟 東京藝術大学

小棚木 健司 小田急電鉄(株)

小瀨 和彦 JR九州エージェン

シー(株)

坂本 隆 (社)日本雑誌協会

柴田 裕子 近畿日本鉄道(株)

島津 勝一 北海道旅客鉄道(株)

田中 里沙 (株)宣伝会議

谷口 智之 京阪電気鉄道(株)

中村 晃 (株)日交

南雲 俊通 東京地下鉄(株)

橋本 修男 西日本旅客鉄道(株)

廣木 成匡 西武鉄道(株)

松下 琢磨 九州旅客鉄道(株)

松藤 悟 西日本鉄道(株)

望月 敏弘 (株)春光社

山西 弘泰 (株)ジェイアール四国

企画

米田 龍司 (株)日本宣交社

専務理事（1名）

加藤 潔 公益社団法人

日本鉄道広告協会

監事（4名）

清水 勇宏 (株)近宣

坂野 茂 (株)毎日広告社

西崎 俊文 JR東日本メディア(株)

山本 一広 公益社団法人

日本広告審査機構

〈退任〉9名

今川 孝英、小野寺 忠之、

田中 善一郎、津高 守、

露木 香織、那波 俊哉、

仁平 次雄、平川 敏彦、

増田 拓也

【委員長】

総務・財務委員長

稲川 一 (株)文宣

倫理委員長

神田橋 治 (株)TOMOE

美観風致委員長

滝 久雄 (株)NKB

安全委員長

西崎 俊文 JR東日本メディア(株)

環境委員長

富田 栄次 (株)大阪オリコミ

標準化委員長

大塚 尚司 (株)オリコム

人材育成委員長

肥後 謙一

(株)メトロアドエージェンシー

技術開発委員長

山本 章義 (株)JR西日本コミュニケーシヨンス

調査研究委員長

栗原 圭一 (株)ムサシノ広告社

業務近代化委員長

阿部 晋治 (株)電通

PR委員長

阿久津 光志

(株)ジェイアール東海エージェンシー

アカウンタビリティ向上委員長

大塚 尚司 (株)オリコム

【支部長】

北海道支部長

幅口 堅二

(株)北海道ジェイ・アール・エージェ

ンシー

東北支部長

百々 潤司

(株)ジェイアール東日本企画 仙台

支店

首都圏支部長

原口 宰

(株)ジェイアール東日本企画

中部支部長

阿久津 光志

(株)ジェイアール東海エージェンシー

近畿・北陸・中国支部長

山本 章義

(株)JR西日本コミュニケーシヨンス

四国支部長

山西 弘泰

(株)ジェイアール四国企画

九州支部長

小瀨 和彦

JR九州エージェンシー(株)

(2018年6月26日 敬称略)

防災減災に適した不燃素材が好評！
「東京国際消防防災展2018」

フोटokラフト社

5月31日(木)～6月3日(日)の4日間にわたり、東京ビッグサイトにおいて「東京国際消防防災展2018」が開催されました。ここにJAFRAの賛助会員である株式会社フोटokラフト社(代表:松本良弥 本社:大阪市)が出展し、多くの来場者を集めました。

「東京国際消防防災展」は、東京消防庁、株式会社東京ビッグサイトなどが主催し、5年に1度開催される消防・防災関連の国内最大級の展示会で、43000㎡(東京ドームとほぼ同じ広さ)の展示スペースに、今回は296社・団体が出展し、入場は無料。来場者は消防・防災関連の専門家はもちろん、通常あまり接する機会のない、消防に關係した機器を間近で見ることができたり、実際に体験したりできることから、多くの家族連れなどでにぎわっています。



桧網代の天上

出展者のほとんどは、万が一の災害に備えるための装備や、災害が起こった時の救助のためのガジェットを展示するものでしたが、フोटokラフト社は、明らかに他とは一線を画したブースを展開していました。



不燃の茶室

そのスタンスは災害が起こってからどうするということではなく、災害が起こっても2次被害を出さないようにするというものです。

これまでもJAFRA NEWSのレポートで何回か紹介されたように、同社は長年、公共の安心安全のため、いち早くグラフィックプリントの分

野で不燃素材、しかも有毒ガスの発生しない「単独不燃素材」を開発し提供しています。そこで、今回の展示は、万が一災害発生時に火災になっても、有毒ガスが出ない、延焼しないことで、減災を目的とした提案をしていました。

日本古来の住居や建築物は、木材と紙などを基本材としてできているものが多く、石で作られた欧米及び諸外国の文化と比べて燃焼と災害に弱いことは明白です。

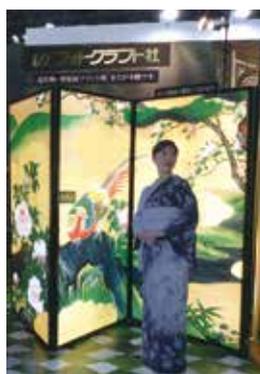
その、炎に弱い古来の日本文化の象徴ともいえる茶室のセットを、展示会場の中に、不燃材を使用して作成、設置して、多くの来場者を迎え入れていました。周囲を、はしご車の昇降するケージのブースや、パトライト、命綱やそのフックなどを展示するブースが取り囲んでいたの、フोटokラフト社が展開する「不燃の茶室」は一見、和める休息エリアと思われた方も多く、茶室の縁台に腰を掛ける来場者も数多く見受けられました。そこで、茶室全体が「単独不燃素材」の出力できていて、燃えても有害な煙が出ず、そのまま土に返るといった説明をすると、訪問者には全国各地の防災責任者の方も多く、みなさん大変熱心に質問などをされていました。畳をはじめ、畳の縁、掛け軸、柱、障子、壁、棧、桧網代の天上、裏木戸すべて「燃え

ません」と書かれた文字に多くの方が関心を寄せていました。

この他にも、不燃透過フィルム、厚さ15mmの薄型軽量電照プレート「アフィックスライトF1」も展示され、ホテルや旅館の関係者や、結婚式場にむけた演出が提案されていました。



不燃透過フィルム
(サイズ:H2000×W1000×D15mm/重量:11kg)



電照屏風

これまでも、多くの鉄道利用者が利用する大都市のターミナル駅や空港などの交通施設、大勢の人が往来したり集客する商業施設、博物館や資料館などに、サインや広告、装飾デザインに単独不燃素材へプリントした写真画像を提供しているが、更に多くの方に利用してもらえよう、働きかけたいということである。

なお、この茶室は、現在東京本部のショールームに設置されているので、その感触を確かめたい方は訪問されてはいかがでしょうか。

第12回「地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン」を開催！

エキからエコ。

地球温暖化を、環境アートから考える

今年の夏休みも エキからエコ。を考えましょう

公益社団法人日本鉄道広告協会(会長・今木甚一郎、東京都渋谷区)は、今年で12回目となる「地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン」を実施いたします。

このキャンペーンは、全国のJR、私鉄、地下鉄36社局の協力で、協力鉄道各社の駅及び車両内のポスター



テーマポスター

枠を利用し、ポスターとデジタルサインで展開するものです。
テーマカラー「茜色で太陽を」「深緑色で森を」「群青色で海を」「黄土色で大地を」の4色で構成されたポスターのビジュアルとテーマポスターのメッセージは、このキャンペーンにご賛同をくださる現代を代表する著名芸術家及びクリエイターの方々より、今年もボランティアで提供いただきました。
夏休みを前に発生した、2018

年7月豪雨では、200名を超える尊い人命が失われ、行方不明者の捜索が行われています。例年であればこのポスターが掲出される、中国・四国地方ではまだ復旧のさなかにある鉄道もあります。世界で起きている異常気象や、突然発生するゲリラ豪雨、長期間続く猛暑など、あらためて我々を取り巻く環境について家族や仲間同士で考えていただく機会になればと思います。

今年で12年目を迎え、干支が一周したことになります。また次の干支に向けて多くの鉄道会社局の協力を得て、このキャンペーンを推進してまいります。

ビジュアルにこめた4名のアーティストからのメッセージは、JAFRAホームページの特設サイトでご覧いただけます。昨年までの作品を閲覧できるアーカイブス、鉄道各社の環境対策、交通に関する博物館やアクティビティなども紹介してまいります。

〈キャンペーンの概要〉

1. タイトル

第12回地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン

2. 全体テーマ

「エキからエコ。地球温暖化を、環境アートから考える。」

3. **ポスターテーマ**
美しい環境と野生生物

4. **実施期間**

2018年8月1日(水) ～ 8月31日(金)

5. **ポスター種類**

駅ポスターB0×4、B1×5種類
車内ポスターB3×4種類
駅デジタルサイネージポスター

6. **制作協力**

ビジュアル提供…

宮田亮平氏

金工家／東京藝術大学名誉教授

「シュプリングェン」

大津英敏氏

洋画家／多摩美術大学名誉教授

「なかよし」

手塚雄二氏

日本画家／東京藝術大学教授

「良気」

日比野克彦氏

アーティスト／東京藝術大学教授

「勝利ノ化身」

アートディレクター…蝦名龍郎氏

コピーライター…マキプロ

根岸礼子氏

7. **主催** 公益社団法人日本鉄道広告協会

8. **協賛** 財団法人日本宝くじ協会

9. **後援** 環境省、国土交通省

10. **協力**

大阪市高速電気軌道(株)(Osaka Metro)、小田急電鉄(株)、九州旅客鉄道(株)、京都市交通局、近畿日本

鉄道(株)、京王電鉄(株)、京成電鉄(株)、京阪電気鉄道(株)、京浜急行電鉄(株)、神戸市交通局、埼玉高速鉄道(株)、相模鉄道(株)、札幌市交通局、山陽電気鉄道(株)、四国旅客鉄道(株)、首都圏新都市鉄道(株)、西武鉄道(株)、東海旅客鉄道(株)、東京急行電鉄(株)、東京地下鉄(株)、東京都交通局、東京モノレール(株)、東京臨海高速鉄道(株)、東武鉄道(株)、東葉高速鉄道(株)、名古屋市交通局、名古屋鉄道(株)、南海電気鉄道(株)、西日本鉄道(株)、西日本旅客鉄道(株)、阪急電鉄(株)、阪神電気鉄道(株)、東日本旅客鉄道(株)、北海道旅客鉄道(株)、横浜高速鉄道(株)、横浜市交通局

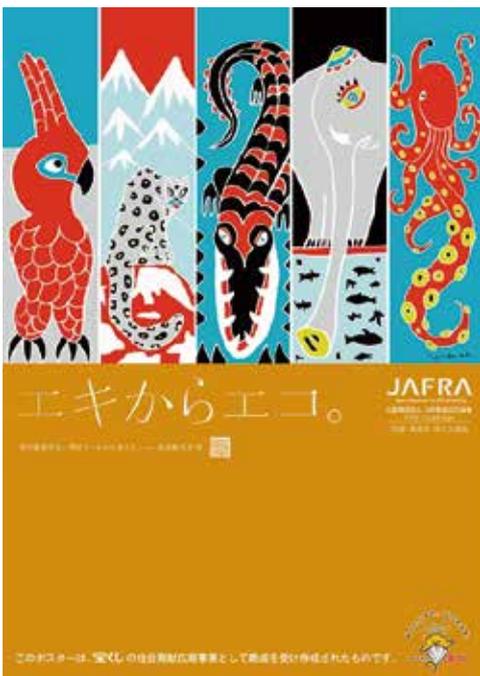
(36社局、五十音順)



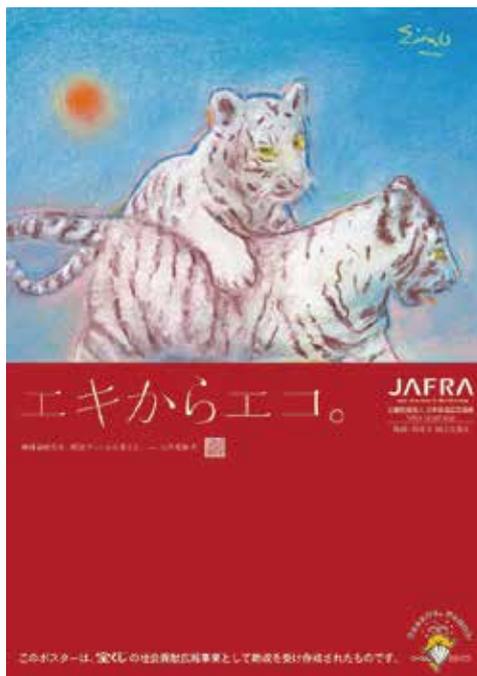
宮田亮平 作「シュプリングェン」



手塚雄二 作「良気」



日比野克彦 作「勝利ノ化身」



大津英敏 作「なかよし」

環境委員会

環境委員会（富田栄次委員長）では、2016年、環境に関するアンケートをJAFRA会員社に実施した。環境委員会からはポスターやカードを送付しているが、送付物によって変化が現れている会員社もある中、なかなか行動に結びつかない環境に対する意識が変わっていないという回答が半数近くから寄せられた。今回、環境問題に積極的に取り組んでいる3社に、ヒアリングを行い、その中に会員社の企業規模に関わらず、取り組めるようなヒントがあれば、紹介して啓蒙活動をしていくというのが今回の目的である。

以下、アンケートの結果と、1回目のヒアリングを行ったジェイアイ東日本企画の取り組みを紹介し



JAFRA環境方針ポスター（B3サイズ）

「JAFRA環境方針」と環境への具体的な取り組みについてのアンケート結果報告

《調査の目的》

会員各社における「JAFRA環境方針」ポスターの掲出状況、カードの活用状況、および環境対策への取り組み状況等を把握し、今後の環境問題への対応に活用したい。

- ◆ 調査対象者…JAFRA会員各社 323社（アンケート実施時）
- ◆ 調査期間…2016年12月1日（木）～12月19日（月）
- ◆ 有効回答数…75サンプル（回収率 23・2%）
- ◆ 調査方法…郵送調査「JAFRA NEWS」郵送時にアンケート用紙を同封。



JAFRA環境方針カード（ポケットサイズ）

JAFRA 環境方針に関するアンケート

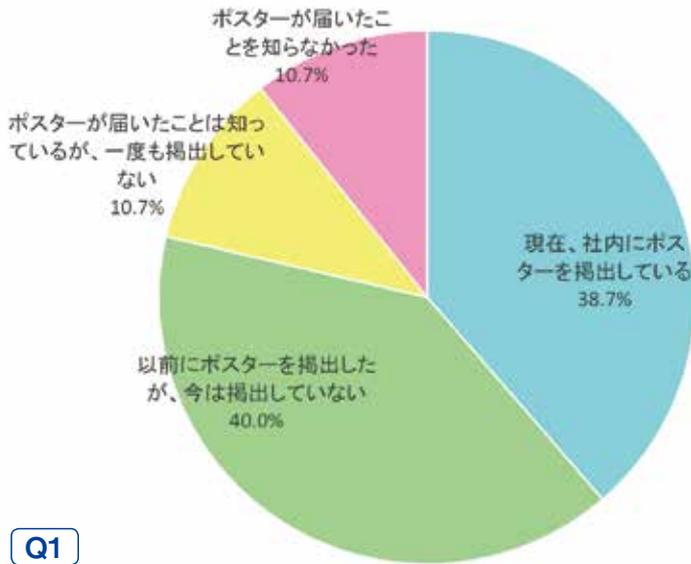
Q1	お配りした「JAFRA 環境方針」ポスターの提出状況についてお聞かせください。（回答は1つ）
Q2	同時に配布しました「JAFRA 環境方針」カード（ポケットサイズ）の活用状況についてお聞かせください。（回答は1つ）
Q3	「JAFRA 環境方針」策定から4年が経過しましたが、社内において環境問題に対する意識に変化はありましたか。（回答は1つ）
Q4	現在、あなたの会社で取り組んでいる環境施策をお聞かせください。（回答はいくつでも）
Q5	あなたの会社では環境施策を行う専門の部署がありますか。（回答は1つ）
Q6	あなたの会社では環境に関する研修会を定期的実施していますか。（回答は1つ）
Q7	あなたの会社では環境に関するテストを実施していますか。（回答は1つ）
Q8	会社で取り組んでいる環境施策について（フリーアンサー）
Q9	あなたはJAFRAで毎年8月に実施している「地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン」についてご存知ですか。（回答は1つ）

Q1. 「JAFRA環境方針」ポスターの掲出状況について

●2015年4月に配布した「JAFRA環境方針」ポスターの掲出状況について、
 「現在、社内にポスターを掲出している」が38.7%、
 「以前にポスターを掲出したが、今は掲出していない」が40.0%と、掲出した会社は全体の78.7%を占めた。

●2013年12月の前回調査と比較すると、
 「現在、社内にポスターを掲出している」が27.8%から10.9ポイント増、

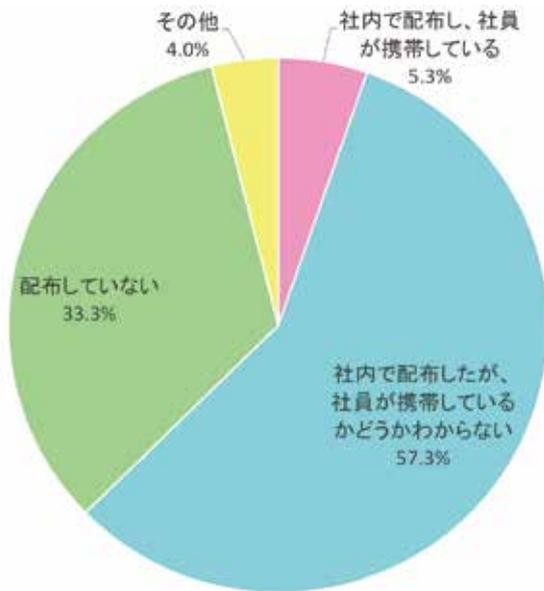
「以前にポスターを掲出したが、今は掲出していない」が36.7%から3.3ポイント増となり、掲出した会社は64.5%から14.2ポイント増加した。



Q1

Q2. 「JAFRA環境方針」カードの活用状況について

●2015年4月に配布した「JAFRA環境方針」カードの活用状況について、「社内で配布し、社員が携帯している」が5.3%、「社内で配布したが、社員が携帯しているかどうかわからない」が57.3%と、配布した会社は全体の62.6%を占めた。

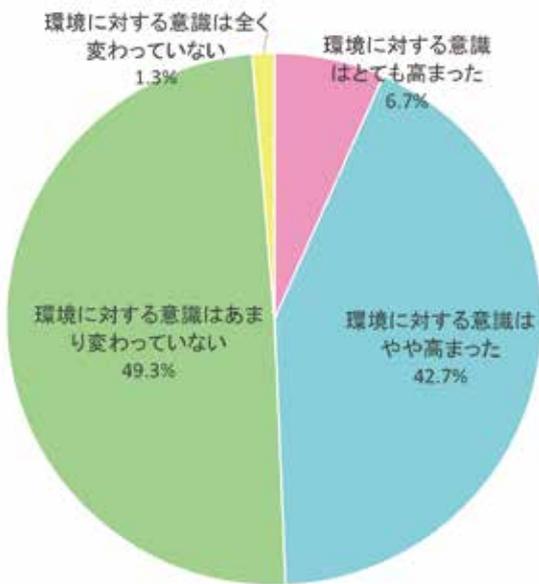


Q2

Q3. 「JAFRA環境方針」策定後の環境問題に対する意識変化

●「JAFRA環境方針」策定から4年が経過し、社内において環境問題に対する意識に変化があったかどうか聞いたところ、「環境に対する意識はとて高まった」が6.7%、「環境に対する意識はやや高まった」が42.7%と、約5割近い会社に良好な変化が見られた。

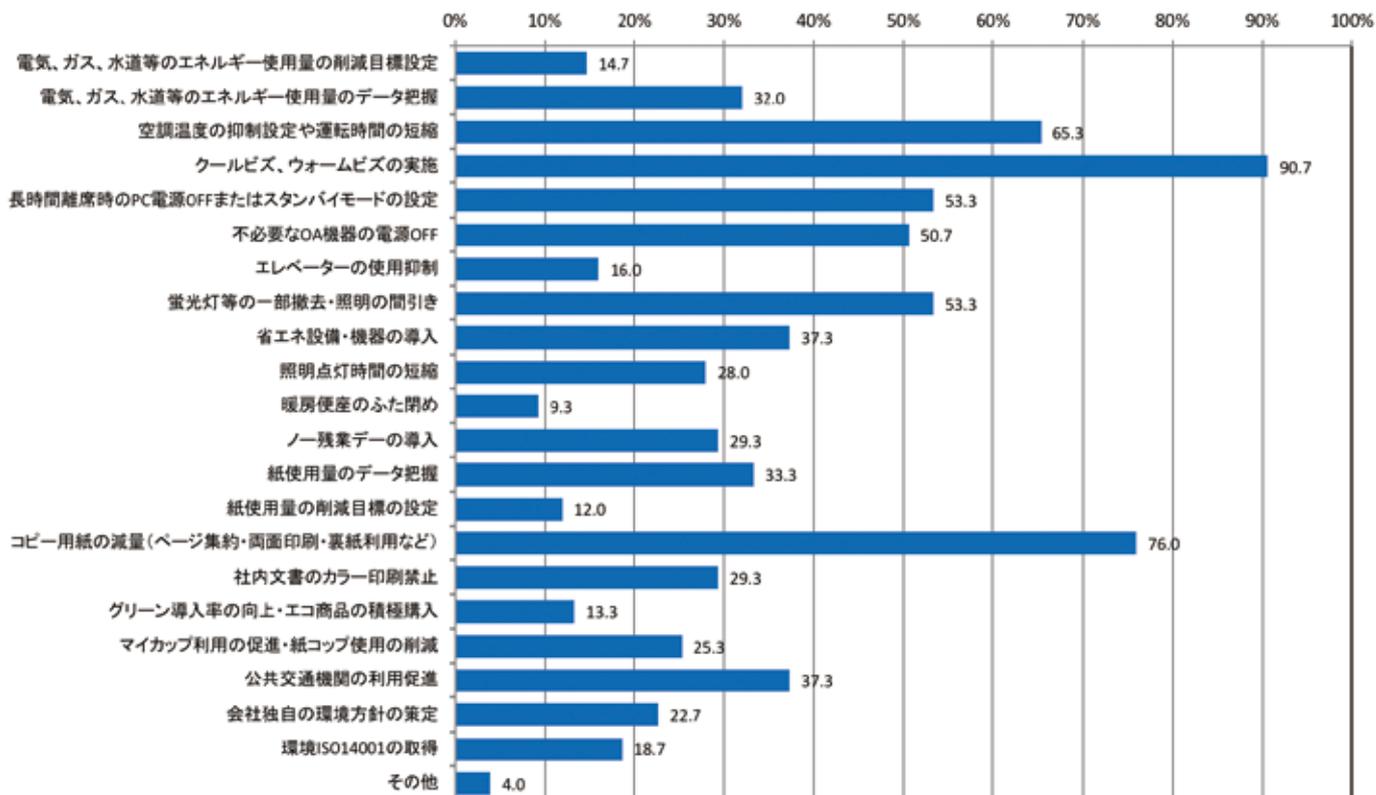
●3年前の前回調査と比較すると、「環境に対する意識はとて高まった」が3.3%から3.4ポイント増、「やや高まった」が35.6%から7.1ポイント増と、環境意識が高まった会社は38.9%から10.5ポイント増となった。



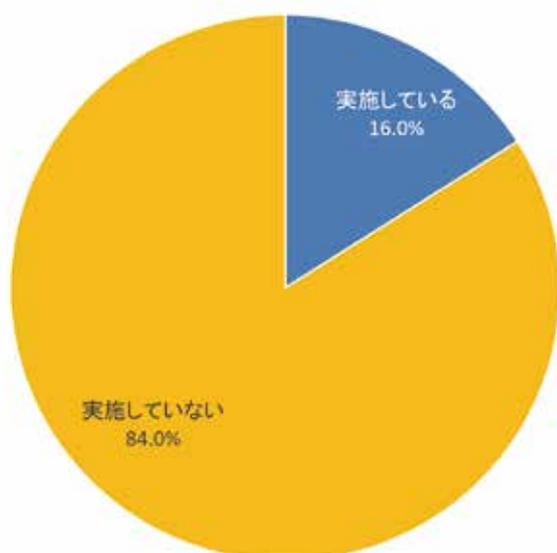
Q3

Q4. 現在、会社で取り組んでいる環境施策について

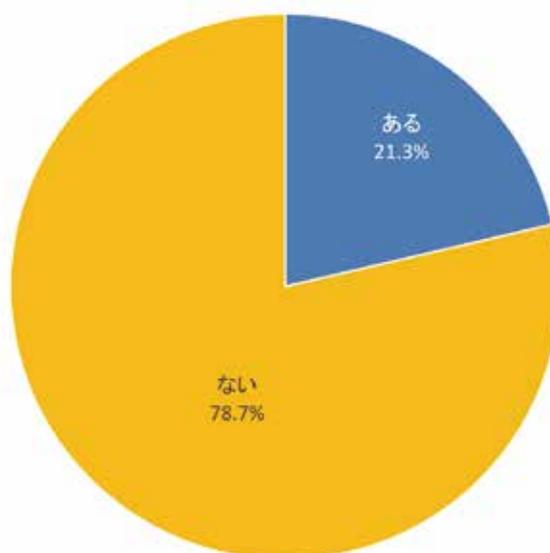
●現在、会社で取り組んでいる環境施策について聞いたところ、「クールビズ、ウォームビズの実施」が90.7%でトップ、次いで「コピー用紙の減量」76.0%、「空調温度の抑制設定や運転時間の短縮」65.3%の順で、トップ3は前回調査と同じだった。



Q6. 環境に関する研修会の定期的な実施状況

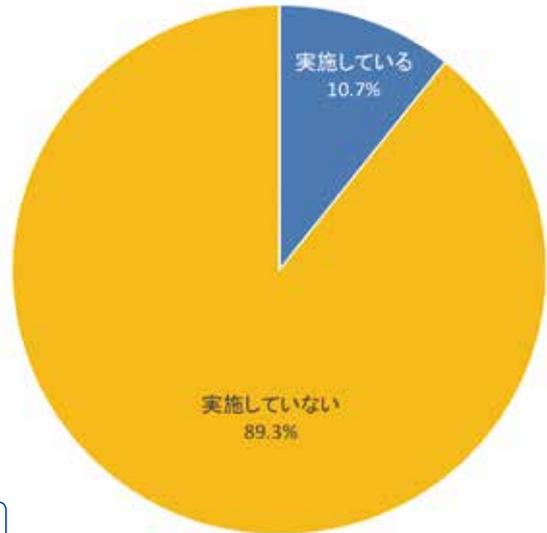


Q5. 環境施策を行う専門部署の設置状況



Q7. 環境に関するテストの実施状況

● 環境に対する取り組みとして、「環境施策を行う専門の部署がある」と回答した会社は、全体の21・3%、「環境に関する研修会を定期的を実施している」会社は、全体の16・0%、「環境に関するテストを実施している」会社は、全体の10・7%、という結果となった。



Q7

Q8. 会社で取り組んでいる環境施策について（フリーアンサー）

代表的な意見を抜粋

- ・ 環境施策に対する新しい提案を随時募っており、会社として施策を実施した方が良いと判断し実行された場合、提案した社員に対して報奨制度がある。
- ・ 本社の各フロアの全ての照明を蛍光灯からLED化。
- ・ 環境に関するe・ラーニングの実施。
- ・ エコドライブ推進のために、社用車全ての運転席にエコドライブを促すサインを設置。

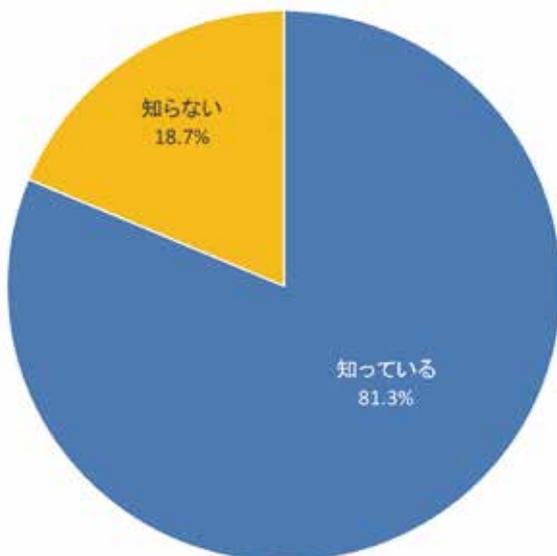
- ・ 環境整備実行委員会を組織し、盆、暮れの大掃除以外に月一清掃日を決めて実施。
- ・ 毎年4～10月、近隣のゴミ拾いを全社員の当番制で実施。
- ・ 環境に配慮した取り組みの推進を「環境報告書」にまとめている。

Q9. 「地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン」の認知状況について

● JAFRAで毎年8月に実施している「地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン」の認知について聞いたところ、全体の8割が「知っている」と回答しており、広く認知されていることが確認できた。

代表的な意見を抜粋

- ・ 著名な先生方のインパクトのあるデザインで構成されており、そのポスターが車内、駅ポスター、デジタルサイネージに表現されている、すばらしいキャンペーンだと思う。今後もぜひ続けていって頂きたい。地球温暖化防止の啓蒙にも役立っていると思う。また、媒体価値の向上にも大変役立っていると思う。
- ・ デザインが斬新でインパクトがあり、好印象でした。
- ・ 公共性の高い、または環境に良い鉄道の駅において実施していることに意義があり、良いことだと思う。
- ・ 省エネ交通機関である鉄道会社が、夏休みの時期に旅行する利用者に「地球温暖化防止」のキャンペーンを行うことは、効果的なキャンペーンと考えられています。



Q9

- ・ 一流の芸術家による環境啓発キャンペーンとして、注目も高いと思います。
- ・ 35社局という多くの鉄道会社で展開されていて、いろいろな場所でのキャンペーンを見かけました。今後是非続けてほしいと思います。
- ・ キャンペーンポスターの使用デザイン（作家）が毎年同じで、拝見する度に、またこの季節になったなと思う。

会員社ヒアリング

1回目はジェイアール東日本企画を紹介します。

日時…2018年4月10日(火)

14時30分～15時30分

場所…ジェイアール東日本企画

ミーティングルーム

取材先…ジェイアール東日本企画

CSR局局长 武笠邦雄、井上理子

参加者…

環境委員会委員長

富田栄次(大阪オリコミ)

委員 芦刈英雄(TOMOE)

事務局 加藤潔、西井一雅

(JAFRA)

(敬称略)

ヒアリング内容の要点

●環境施策に取り組み始めた時期

・2008年にISO14001を取得し、本格的に環境施策に取り組み始めた。

●環境施策の取り組み内容

①環境マネジメントシステムの推進体制を整備し、環境会議を定期的に開催

・CSR局の中に環境推進委員会事務局を設置して、事務局が中心とな



ジェイアール東日本企画 武笠氏と井上氏

り、支店・支社も含めJ企全体の環境マネジメントを推進している。

・組織的には2つの体制で、「委員会」という経営層が出席する環境推進委員会と、各部署の管理部長が中心となり実務を推進する「分科会」がある。委員会が50人、分科会が40人程度。全部署から出席している。

・事務局を所管するCSR局長が議長となり、会議に議題を提出、目標達成状況や各種法令の注意事項を伝えていく。

・全部署の管理部長が集まる分科会は、毎月1回、事務局が推進事項等を伝達して、それを持ち帰って各部署でさらに広めるという方法を取っている。

・事務局が作成した全社共通の「環境目的、目標達成実施計画」を基に各部署で取り組み計画を立て、電気

量やコピー量の削減などの推進をしている。

②環境法規制に関する規程作成とその周知及び順守評価

・環境法規制のメインが廃棄物処理法なので、まずは事務局で会社が廃棄物処理法にどう関わっているか調べなければいけないかをまとめ、規程にしている。

・環境目標の1つにも産業廃棄物の適正管理を掲げている。また、この法令の重要点を整理して一覽表にまとめたもの(「順守義務一覽表」)を事務局が作成し、分科会で具体的な注意点を説明のうえ、さらにそこから各部署の社員に周知がいくという体制になっている。

・年に1回、環境基本法、省エネ法、廃棄物処理法などが順守できたかどうかについて事務局が「順守義務一覽表」を基に評価し、コメントをつける。問題があれば、改善に向けた注意点を社内にフィードバックする。



環境委員会委員長 富田氏

・各部署の実態については、管理部長等が各部署の取り組み結果をまとめて事務局に報告し、事務局が全社評価するという段階を踏んでいる。

③環境方針と環境目標を設定し、推進、測定、改善(PDCAサイクルによる運用)

P(Plan)…「環境目的、目標達成実施計画」を、3年を1つのサイクルとして、年度毎に数値目標や取り組み内容を設定。

D(Do)…目標達成に向けた取り組みを推進、実行、チェック。(不在者スペースの消灯、レスパー等)

C(Check)…取り組み状況を月毎にチェック、目標達成状況を四半期毎に評価、内部環境監査を3月に実施。

A(Act)…「マネジメントレビュー」を年度毎(5月)に実施。

④環境教育をニーズに合わせて実施

・環境マネジメント教育訓練計画を年度始めに策定。ニーズに合わせて、事務局が管理部長等に対して、具体的な取り組み内容や法令の注意点などについて分科会等で説明している。

・全社員に向けては、1年に1回10問の理解度テストを実施。「当社の環境目標には何がありますか」といった基本的なことから「産業廃棄物の



環境委員芦刈氏

- 排出事業者がどこになるのか」というような少し難しい3択の上級問題や、「イベントで出る産業廃棄物の最終処分適正な確認方法」、「ISO 14001とは」といったことを出題する。
- ・内部環境監査の監査員になるための実務的な研修を、外部から専門の講師を招いて実施。1年に1回、13名程度が受講している。
- ⑤環境規程と記録に基づく運用管理
 - ・事務局が運用管理の手順書を策定し、これに基づいて電気量とコピー量の使用実績を測定し、取り組み状況を把握している。
 - ・また、各内容は帳票に記録して分析や評価ができるようにしている。
- ⑥内部環境監査の実施
 - ・1年に1回、3月に実施。全部署が参加して、2部署1組、50分くらいで相互の部署を監査する。
 - ・事前に各部署で「ワークシート」を基に自己チェックを行う。「自部署

- における環境の課題にはどんなものがあるか?」「自部署の環境教育はどのように行っているか?」などに記入して、監査本番では個別に質問しながら「ワークシート」にコメントを入れ、「改善する余地がある」から「すばらしい」までを相互に評価。
 - ⑦マネジメントレビューの実施
 - ・インプット情報として、内部環境監査の結果、法令の順守状況、組織の環境パフォーマンス、目標の達成度、環境状況の変化、そしてアウトプットとして経営層による評価やコメントなど、今後の方向性を示している。
 - ・今年の5月に、前年度のレビューを所属長、社長も入った環境推進委員会を実施。
- 環境施策における効果
- ・近年、明らかに環境意識が全社員に定着している。電気をこまめに切ることやごみの分別など、取り組みのチェック表にも以前は△や×があったが、最近では○になっていく。地道に実施してきた結果、個人の省エネ意識や、環境マナーが定着している。
 - ・特にコピー用紙量に関しては、ここ1年レスペーパーに向けた取り組みが進み、数値目標に対して効果が出ている。



ジェイアール東日本企画のゴミ捨て場

- 環境施策を社員に徹底させる取り組み
 - ・会社独自の環境方針ポスターを掲示している。また、ごみ捨て場には必ず分別表示を行い、ポスターのデザインを工夫して、ごみ箱ごとに絵をつけている部署もある。
 - ・こまめな消灯ができるよう、電気のスイッチのところに区画エリアを表示する工夫をしている部署もある。
- 環境に優しい企画提案
 - ・レスペーパー、ごみの分別、節電は環境によくないことを減らす方向の目標だが、逆に環境によいことをどんどん社会に向けて行っている。

- これから環境施策に取り組む会社へのアドバイス
 - ・家庭でエコのことを考えている方はもちろん会社でも取り組んでいるので、どうやってあまり環境に対して関心のない方に意識してもらおうかということが事務局の課題。
 - ・見えるところにわかりやすく表示をすることはもちろんであるが、面白いコピーやデザインなど、心に訴えかけるビジュアルを、クリエイティブの力を借りて考えていきたい。押し付けになると、こういうことはうんざりしてしまうので。ごみの分別にまで気が回らない慌ただしい中で、ちょっと楽しみながら、はっとさせられながら、ごみを分別する、電気を消すという意識を持てるように取り組みを進めていきたいと思う。
- ヒアリングの詳細は、ホームページに掲載しています。
- www.jafra.jp

調査研究委員会

JAFRA ADS (e-販促デ
ータシステム)の講習会を開催しま
した

調査研究委員会(栗原圭一委員長)では、JAFRA ADS「Station AD Planner (SAP)」 「Train AD Planner (TAP)」の講習会を昨年に引き続き、東京と大阪で開催いたしました。昨年好評だったe-販促会員でなくても、同レベルのアクセスが可能な「お試しキャンペーン」も実施し、より多くの皆様にも体験いただける機会を設けました。(7月31日までの期間限定キャンペーンにつき、現在サービスは終了)



東京会場

このような機会により多くの皆さまに体験していただくことで、更に多くの方にご利用いただけるようになればと考えております。

【東京会場】

ジェイアール東日本企画大会議室
6月5日(火) 14時00分～15時30分
参加者44社 92名

【大阪会場】

JR西日本コミュニケーションズ会議室
6月12日(火) 14時00分～15時30分
参加者26社47名



大阪会場

総務・財務委員会

2017年度年次報告書を発行



総務・財務委員会(稲川一委員長)では、JAFRAの2017年度1年間の活動成果を記録としてまとめた年次報告書を、定期総会に併せて発行しました。JAFRAの活動報告、広告業界の動向、第11回地球温暖化防止キャンペーン及び第7回道利用マナーUPキャンペーンのレポート、交通広告共通指標プロジェクトからのプレスリリースなどを掲載しています。

2018年6月26日発行
A4サイズ 92ページ

編集後記

青森県七戸十和田駅構内に飾られていた、これは「ねぶた」の人形ということになるのでしょうか。
wikiによると、酪農と競走馬生産が盛んとあるので、山車の人形に跳ね駒がいるんだな。と思って眺めていましたが、この山車をどうやって外に出すのかが分かりません!! 分解して組み立て直すのでしょうか? 夏祭りのシーズン突入ですが、今年は暑い日が続いているので夜でも観覧する時は、水分補給をお忘れなく!! ビールでは水分補給になりません!!
皆さまの涼風スポット教えてください。



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

●会員社の代表者が変更になった場合など、変更届はホームページ (<http://j-jafra.jp>) の「各種届出書類」に用意してございますので、ご記入の上、事務局宛にお送り下さい。ご協力お願いします。

●次号Vol.50は10月1日発行予定です。お楽しみに。