

JAFRA NEWS

Japan Association for Rail Advertising

公益社団法人 日本鉄道広告協会 会報

4月号
Vol.11
2012年4月1日発行

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/>

巻頭レポート

旭川新駅舎全面開業

旭川市と北彩都（きたさいと）あさひかわ事業

北海道北部の中核都市旭川市は人口約35万人、札幌に次ぐ北海道第二の都市であり、古くは陸軍第7師団が置かれた軍都として、そして今は全国的に有名になった旭山動物園をはじめとした観光地、また、全国ブ



旭川駅全景（忠別川河畔から）

ランドとなった良質米「ゆめぴりか」の主産地として発展を続けています。「北彩都あさひかわ事業」は鉄道高架や土地区画整理などの都市基盤施設整備事業を一体的に推進することにより、中核都市旭川市都心部の中心性の回復とともに北海道の拠点都市として発展することを目指して、平成4年度から調査、検討が行われている大規模プロジェクトであり、今回の新駅舎開業も主要事業の一つとして位置付けられているものです。旭川駅は、北海道に初めて鉄道が開業してから18年後に開業し、その後、大正2年に2代目駅舎、昭和35年に民衆駅となった3代目駅舎を経て、平成22年10月に高架化のうえ一部コンコース部を除き部分開業（一次開業）し、平成23年11月23日に全面開業を迎えました。駅舎開業後も駅前広場をはじめとした関連施設の工事は継続して進められており、それら施設の開業は



外壁面（全面ガラス貼りの壁面に空が映る）



四叉柱（ホーム階）

「他のどの駅にも似ていない駅」
新駅舎の特徴
コンセプトは「川のある駅」で、これまでの駅舎の位置から南側を流れる石狩川水系の忠別（ちゆうべつ）川側へ約70メートルセットバックされた全国的にも珍しい「リバーサイドステーション」となっています。

平成26年度の予定となっています。これまで周辺に分散されたバス乗り場の集約、南方面出口および通路の新設によって利便性が飛躍的に向上することが期待されています。

株式会社 北海道ジェイ・アール・エージェンシー
取締役 JR部長
森下 昌

また、北面（市中心部買物公園通り側）、南面（忠別川側）ともに全面ガラス貼りの壁面構成、「木のまち、旭川」をイメージさせる内装への木材の多用、特徴ある四又柱で支持される大屋根があり、「他のどの駅にも似ていない空間」を創出しています。

このほか、市民協同事業として、駅舎に愛着を持っていただくことを目的に内装壁材に名前を刻印する「旭川駅に名前を刻むプロジェクト」、駅



安田侃氏の彫刻「天秘」



「旭川駅に名前を刻むプロジェクト」
(壁材に名前が彫られている)

内東西南北それぞれに設けられた大きなコンコースを使った彫刻家安田侃氏の彫刻「天秘」をはじめとする各種アートや定評ある「旭川家具」のディスプレイ

レイ、さらにステーションギャラリーもあり、列車利用以外の目的でも楽しむことのできるスペースを提供しています。

改札口はこれまでの1箇所から東西2箇所に増設されたほか、延べ床面積はこれまでの駅舎の約3倍の約15,000㎡、出口もこれまでのものに

加え、東方面、南方面（平成24年度以降開設）へのものが新たに設置され、各種施設もバリアフリー対応となつていきます。この2月には、駅東側に旭川市観光物産情報センターが開設され、情報発信地としての役割も担っています。

旭川駅の利用層

旭川駅の乗降人員は1日あたり約

9,500人、函館線、宗谷線、石北線、富良野線の結節点となる駅ですが、通勤・通学でのご利

駅東側に開設されるギャラリー
(4月21日オープン予定)



西改札口。天井が高く、木材を多用している



東通路。天井が高く、広大なスペースが提供されている。左側には観光物産情報センター、ステーションギャラリーがある



西通路。東西通路ともに天井にバトンが設置されており、今後の活用が見込まれる（画像は下げた状態）

用は富良野線が中心であり、主要利用層は札幌、新千歳空港からの特急を利用するビジネス客や旭山動物園や美瑛方面への観光目的のお客さまとなつており、30万人規模の都市圏としては、通勤・通学の日常利用の比率が比較的低い駅であるといえます。近年は、富良野・美瑛エリア観光の玄関口として、アジア地域を中心としたインバウンドのお客さまが増え、特に夏季のラベンダーシーズンにはトロッコ列車「ノロッコ号」を利用される多くのお客さまで賑わいます。

広告媒体の選定と設置

特徴ある駅舎となった一方で、広告媒体の設置にあたっては、各種条件をクリアする必要がありました。設置場所は原則として1階コンコースフロアの柱のみ、仕様は全て統一

し、かつ旅客から正対する位置に限るといふもので、この条件の中で最大限の効果を生むよう媒体仕様選定を行いました。

選定にあたっては、旧駅舎に投稿いただいたお客さまにできるだけ新駅に移行していただき、かつ新たなお客さまの獲得を目指すことを目標とし、A0サイズのLEDサインボードとしました。デジタルサインボードの検討も行いましたが、地方都市であること、また、通勤・通学等のコンスタントな流動が少ないことから投資過多となる恐れが大きく、残念ながら断念しました。

このような制約の中でも最良の媒体とすべく、特徴ある内装の中にあっても埋没しないこと、コストパフォーマンスに長けていることを条件に各メーカーの仕様を調べ、仕様選定を行った結果、3000ルクス級の照度を確保したLEDバックライト型



設置したサインボード



サインボード内部

サインボードを設置することになりました。
その結果、平成22年10月の一次開

況が厳しい中、JAFRA加盟代理店皆さまのおかげで全枠を完売することができました。この場を借りて

業時には32枠、平成23年11月の全面開業時には追加16枠の計48枠を販売することとなり、北海道の景

御礼申し上げます。

これからの旭川駅へ広がる期待

北彩都事業の完了を数年後に控え、旭川はさらに変わり続けます。

駅周辺地域では隣接街区と一体となった開発計画も検討されており、実現すると、名実ともに北海道第二の都市として、さらに存在感を増すこととなります。旭川駅についても広大な駅空間を使ったイベントの実

施など、買い物客都心回帰のための重要な役割が与えられることとなります。

昨冬は最低気温がマイナス20度を下回る日が続き、厳しい自然に晒された旭川にも徐々にですが春の足音が近づいてきました。本年6月にはJRグループのデステイネーションキャンペーンも開催されます。是非一度、1年で最も良い季節を迎える旭川へおいで下さい。

2011年 日本の広告費

株式会社電通
アウト・オブ・ホーム・メディア局
業務開発部 プロジェクト・マネージャー
中野 雅之

いたします。

総広告費2.3%減、 4年連続で減少

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「2011年（平成23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、衛星メディア関連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策定したものです。2011年の日本の広告費に

①2011年（平成23年1～12月）の総広告費は5兆7096億円、前年比97.7%、4年連続で減少した。
②2011年は、3月11日の東日本大震災、欧州金融危機、急激な円高、タイの洪水被害による製造業の生産流通体制の混乱などが日本経済を直

媒体別広告費の概要

撃した。特に、東日本大震災の後に起きた広告自粛ムードが広告費の減少にもつながり、総広告費は5兆7,096億円、前年比97.7%と、前年を割り込む結果となった。ただし、年後半は、10～12月期のマス四媒体広告費が好調だった2010年の水準をさらに上回るなど広告出稿が活性化した。

「マスコミ四媒体広告費」は前年比97.4%。「テレビ広告費」は前年比99.5%となったほか、「新聞広告費」「雑誌広告費」「ラジオ広告費」も引き続き減少となりました。また、「プロモーションメディア広告費」も同

95.4%と、前年を下回りました。一方、地デジ化に際しての3波対応テレビの普及で「衛星メディア関連広告費」は、同113.6%となりました。「インターネット広告費」は同104.1%と増加しました。

2011年（1～12月）のマスコミ四媒体広告費を四半期別にみると、年後半にかけて回復基調が強まり、10～12月期はプラスに転じました。

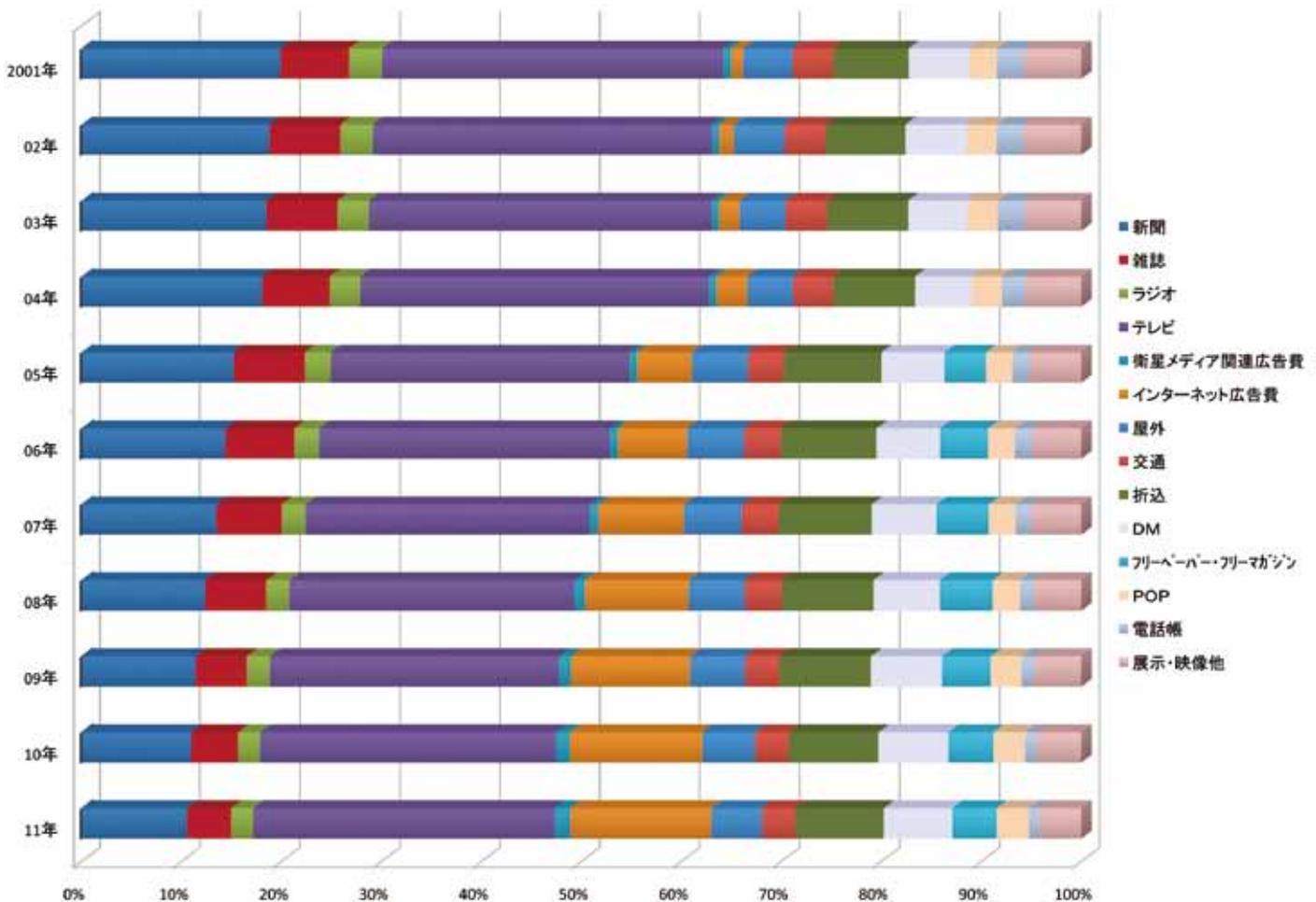
業種別広告費 （21業種、マスコミ四媒体のみ）

2011年は21業種中5業種が増加、16業種が減少しました。増加業種は、「ファッション・アク

媒体別広告費（2001年～2011年）

媒体	広告費						(第2次改訂)						
	2001年 (平成13年)	02年 (14年)	03年 (15年)	04年 (16年)	05年 (17年)	06年 (18年)	05年 (17年)	06年 (18年)	07年 (19年)	08年 (20年)	09年 (21年)	10年 (22年)	11年 (23年)
総広告費	60,580	57,032	56,841	58,571	59,625	59,954	68,235	69,399	70,191	66,926	59,222	58,427	57,096
マスコミ四媒体広告費	38,886	35,946	35,822	36,760	36,511	35,778	37,408	36,668	35,699	32,995	28,282	27,749	27,016
新聞	12,027	10,707	10,500	10,559	10,377	9,986	10,377	9,986	9,462	8,276	6,739	6,396	5,990
雑誌	4,180	4,051	4,035	3,970	3,945	3,887	4,842	4,777	4,585	4,078	3,034	2,733	2,542
ラジオ	1,998	1,837	1,807	1,795	1,778	1,744	1,778	1,744	1,671	1,549	1,370	1,299	1,247
テレビ	20,681	19,351	19,480	20,436	20,411	20,161	20,411	20,161	19,981	19,092	17,139	17,321	17,237
衛星メディア関連広告費	471	425	419	436	487	544	487	544	603	676	709	784	891
インターネット広告費	735	845	1,183	1,814	2,808	3,630	3,777	4,826	6,003	6,983	7,069	7,747	8,062
SP広告費/プロモーションメディア広告費	20,488	19,816	19,417	19,561	19,819	20,002	26,563	27,361	27,886	26,272	23,162	22,147	21,127
屋外	2,992	2,887	2,616	2,667	2,646	2,738	3,806	3,946	4,041	3,709	3,218	3,095	2,885
交通	2,480	2,348	2,371	2,384	2,432	2,505	2,463	2,539	2,591	2,495	2,045	1,922	1,900
折込	4,560	4,546	4,591	4,765	4,798	4,809	6,649	6,662	6,549	6,156	5,444	5,279	5,061
DM	3,643	3,478	3,374	3,343	3,447	3,495	4,314	4,402	4,537	4,427	4,198	4,075	3,910
フリーペーパー・フリーマガジン							2,835	3,357	3,684	3,545	2,881	2,640	2,550
POP	1,698	1,720	1,725	1,745	1,782	1,845	1,782	1,845	1,886	1,852	1,837	1,840	1,832
電話帳	1,652	1,559	1,524	1,342	1,192	1,154	1,192	1,154	1,014	892	764	662	583
展示・映像他	3,463	3,278	3,216	3,315	3,522	3,456	3,522	3,456	3,584	3,196	2,775	2,634	2,406

媒体別構成比



セサリー」（前年比106・8%、婦人服、バッグなどが増加）、「流通・小売業」（同102・6%、通信販売、コンビニエンスストアなどが増加）、「不動産・住宅設備」（同101・5%、住宅メーカーの企業広告、太陽光発電などが増加）、「情報・通信」（同100・5%、スマートフォン関連、WEBコンテンツなどが増加）、「官公庁・団体」（同266・4%、ACジャパンなどが増加）の5業種。

減少業種は、「家電・AV機器」（同74・3%、液晶テレビ、プラズマテレビ、電池などが減少）、「エネルギー・素材・機械」（同79・4%、電力が大幅減）、「外食・各種サービス」（同89・1%、女性用ウィッグ、法律相談などが減少）、「精

業種別広告費（マスコミ四媒体広告費）

業種	広告費(千円)			前年比 (%)		構成比 (%)		
	2009年 (平成21年)	2010年 (22年)	2011年 (23年)	2010年 (平成22年)	2011年 (23年)	2009年 (平成21年)	2010年 (22年)	2011年 (23年)
1. エネルギー・素材・機械	3,272	3,429	2,724	104.8	79.4	1.2	1.2	1.0
2. 食品	28,850	28,804	26,619	99.8	92.4	10.2	10.4	9.9
3. 飲料・嗜好品	22,701	21,786	19,621	96.0	90.1	8.0	7.9	7.3
4. 薬品・医療用品	16,333	14,597	14,354	89.4	98.3	5.8	5.3	5.3
5. 化粧品・トイレタリー	27,591	28,792	27,687	104.4	96.2	9.7	10.4	10.2
6. ファッション・アクセサリ	9,312	10,129	10,818	108.8	106.8	3.3	3.7	4.0
7. 精密機器・事務用品	3,073	2,942	2,630	95.7	89.4	1.1	1.1	1.0
8. 家電・AV機器	7,056	7,337	5,449	104.0	74.3	2.5	2.6	2.0
9. 自動車・関連品	13,456	13,163	12,981	97.8	98.6	4.8	4.7	4.8
10. 家庭用品	5,899	6,506	6,421	110.3	98.7	2.1	2.3	2.4
11. 趣味・スポーツ用品	14,200	12,314	11,061	86.7	89.8	5.0	4.4	4.1
12. 不動産・住宅設備	11,268	10,294	10,445	91.4	101.5	4.0	3.7	3.9
13. 出版	9,451	9,267	8,949	98.1	96.6	3.3	3.3	3.3
14. 情報・通信	20,338	22,091	22,200	108.6	100.5	7.2	8.0	8.2
15. 流通・小売業	19,139	18,226	18,694	95.2	102.6	6.8	6.6	6.9
16. 金融・保険	15,144	15,383	14,121	101.6	91.8	5.3	5.5	5.2
17. 交通・レジャー	23,352	21,118	19,527	90.4	92.5	8.2	7.6	7.2
18. 外食・各種サービス	13,487	13,867	12,356	102.8	89.1	4.8	5.0	4.6
19. 官公庁・団体	4,766	4,082	10,873	85.6	266.4	1.7	1.5	4.0
20. 教育・医療サービス・宗教	8,546	8,177	7,579	95.7	92.7	3.0	2.9	2.8
21. 案内・その他	5,586	5,186	5,051	92.8	97.4	2.0	1.9	1.9
	282,820	277,490	270,160	98.1	97.4	100.0	100.0	100.0

密機器・事務用品」(同89・4%、デジタルカメラなどが減少)、「趣味・スポーツ用品」(同89・8%、パチンコ・パチスロ機、オーディオソフトなどが減少)の5業種が2ケタの減少。「飲料・嗜好品」(同90・1%、国産ビー

ル、発泡酒、第3のビール、焼酎などが減少)、「金融・保険」(同91・8%、通販系医療保険、保険会社の企業広告、投資信託などが減少)、「食品」(同92・4%、即席麺類、佃煮、美容食品などが減少)、「交通・レジャー」(同

92・5%、ホテル、旅行代理店など旅行関連が全般的に減少)、「教育・医療サービス・宗教」(同92・7%、学校、通信教育などが減少)、「化粧品・トイレタリー」(同96・2%、女性化粧品、洗顔料、整髪料などが減少)、「薬品・医療用品」(同98・3%、整腸薬、うがい薬・喉消炎剤などが減少)、「自動車・関連品」(同98・6%、セダン、ミニバン・1

BOX、スポーツ・クーペなどが減少)が減少となり、あわせて16業種が前年を下回りました。

日本の経済成長と日本の広告費

2011年の名目国内総生産(GDP)の伸び率はマイナス2・8%で2年ぶりのマイナス成長となりました。2011年の国内総生産に対する総広告費の比率は1・22%で前年(1・21%)より上昇しました。

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2兆1127億円、前年比95・4%と推定されます。

4年続けて前年を下回る結果となりました。「屋外広告」「交通広告」「DM」「フリーペーパー・フリーマガジン」「展示・映像他」がいずれも4年連続減でした。「折込広告」は5年連続、「電話帳」は13年連続の減少。前年に唯一増加していた「POP」も減少して、内訳のすべてがマイナスとなりました。

2011年は景気の足踏み状態を脱し、緩やかではあるが回復基調が想定され、全般的に海外経済も良好で次第に上向きになると考えられています。しかし、東日本大震災以降の出稿キャンセルや自粛、徐々に

景気回復の兆しが見られるかと思われた年後半も、ギリシャの債務問題に端を発したユーロ圏の財政危機が顕著化するなどの影響により、広告主各社の予算削減、行政予算の見直しなどが行われ、厳しい状況が続いた年となりました。

プロモーションメディア広告の費用対効果が一段と求められ、全般にデジタル化、インターネットとの連動などが一層顕著になってきました。

交通広告は1900億円、前年比98・9%。2010年の後半から2011年1月、2月まで、交通広告は回復基調にありましたが、3月の東日本大震災の影響により3月、4月、5月に出稿キャンセルが相次ぎ、厳しい状況になりました。飲料を中心とした大型キャンペーン出稿が6月から始まり、6・9月は好調となったが、前年のエコポイント対象業種の出稿減、2010年10月に開業した羽田空港国際線のような大型交通施設の新設がなかったことや円高や海外の自然災害などの影響により、2011年10月以降の出稿は減少傾向となりました。

地域別のトピックスでは、九州新幹線が2011年3月12日に博多までの全線が開業し、山陽新幹線経由で新大阪駅まで乗り入れとなりました。九州新幹線開業に伴い博多新駅

ビル（JR博多シティ）が3月3日に開業しました。大阪ステーションシティが開業し、大阪駅エリアを含む駅全体が5月4日に開業しました。

業種別では、「自動車」「化粧品」「トイレタリー」「事務用品」「住宅設備」が増加となりました。一方、「エネルギー」「精密機器（カメラ・時計）」「飲料・嗜好品」「情報・通信」といった業種が減少となりました。

車両サイネージ媒体は好調な売れ行きでしたが、駅サイネージ媒体は震災以降の節電意識の風潮が高まり、販売が低迷しました。長期掲出が可能な1週間中づり、長期まど上、ステッカーなどは比較的好調でした。

バス部門の交通広告は、新設できる広告枠を作りにくい媒体であるため、横ばい傾向にあります。既存広告主の出稿減少や車外広告・ラッピング広告の伸び悩みが響いています。

空港広告は、震災の影響により、新規クライアントの出稿が低迷したが、デジタルサイネージ媒体の整備が進みました。

タクシー広告は、一部のタクシー会社で、車内パンフレットや車内サイネージ媒体を強化したものの、全体ではほぼ横ばいでした。

平成23年度臨時総会を開催しました 会費規則の改訂を決議しました

2月22日（水）13時、ホテルメトロポリタンにおいて臨時総会を開催し、会費改定及び会費規則の改訂について審議した。

岩崎会長挨拶

本日はお忙しいところを、お集まりいただきありがとうございます。本日の議題は会費規則の改訂についてです。ご承知の様に我が協会は発足して6年を経過し今年7年目を迎えています。この間リーマンショックによるデフレや東日本大震災などがあり、こうした状況に対処するため、22年度には20%、本23年度は15%と会費の割引を行なっております。しかしながら、経済状況は現在もヨーロッパ圏を見てもお分かりのように、ギリシアを中心に国家財政の破綻を巡って大変なことになっていきます。ギリシアについてはアメリカ、日本、EUがギリシア国民の相応の負担を前提に支援をする方向ですが、それに対するギリシア国民の反対が凄いわけです。現在説得を



挨拶する岩崎会長

ということが昨日の夕刊に出ておりましたが、まだ、どうなるか不透明です。こうしたことが、すぐ日本国内にも影響してきます。このヨーロッパの混乱は当分続くと思わねばなりません。こうした動向を前提に24年度も引き続き会費についての措置が必要と思われる。その場合、その都度手間をかけて割引措置を講ずるより、会費規則そのものを状況に合うように改定し、予測される長期の混乱に備えたいと思います。そこで今回、会費規則を変更し、おおむね現行の制度より15%程度軽減したものを来年度から施行することについてご審議いただきたく今日お集まりをいただいたわけではあります。こうして、今の事態を乗り越えて行くことが協会にとってなにより大事なことと思

います。23年度の経験に基き、工夫をすればそれなりに活力のある協会運営ができると思います。23年度のこの機会に7割近い会費を約1割の会員社が負担しているという状況も、少し緩和すべきではないかと考えますのでその点も織り込み、この案を作り皆さまにお諮りする次第です。重要な案件ですので、よろしくご審議の程お願いいたします。

審議の詳細は以下の通りです。

第1号議案

会費改定及び会費規則の改訂について

河田専務理事から以下の説明があった。

当協会は平成17年11月1日に発足してから6年間経過し、7年目を迎えています。

この間、リーマンショックや東日本大震災に端を発した、長期不況を経験しましたが、その都度会費の引き（22年度20%、23年度15%）により会員支援を行なってきました。

この経緯を踏まえ、引き続ききび



しい事業環境に直面している会員企業への支援を継続するため、現行会費規則に基づく会費を当分の間15%程度割り引くこととしたい。

○会費規則第3条の会費区分を次のとおり改定したい。

挙手による採決の結果、出席会員及び代理人48名の賛成と定款第27条に基づく委任状171名を含め、過半数の賛成により、本議案は説明通り議決された。

○実施時期 平成24年4月1日

なお、当日の出席会員数は以下の通り

現行の会費区分

区分	基礎売上高	年会費
1	5千万円未満	30,000円
2	5千万円以上 1億円未満	50,000円
3	1億円以上 5億円未満	100,000円
4	5億円以上 10億円未満	500,000円
5	10億円以上 30億円未満	1,000,000円
6	30億円以上 50億円未満	1,500,000円
7	50億円以上 80億円未満	2,000,000円
8	80億円以上	3,000,000円



改定後

区分	基礎売上高	年会費
1	5千万円未満	30,000円
2	5千万円以上 1億円未満	45,000円
3	1億円以上 5億円未満	90,000円
4	5億円以上 10億円未満	450,000円
5	10億円以上 30億円未満	900,000円
6	30億円以上 70億円未満	1,350,000円
7	70億円以上 120億円未満	1,900,000円
8	120億円以上	2,500,000円

平成23年度第3回理事会を開催しました

議決権保有会員数263名中
出席219名(内本人出席27名、代

理人出席21名、委任状出席171名)
ご出席いただきありがとうございます。

3月12日(月)ジェイアール東日本企画13A会議室において21名の理事が出席し開催した。
審議内容は以下の通り

平成24年度収支予算(案)について
以上について最終的には6月29日に開催する平成24年度第1回理事会及び、定期総会に諮られ最終決定される。

第1号議案

平成24年度事業計画基本方針について

第2号議案

平成23年度収支決算(見込)および

第3号議案

e-販促データシステムの更新について

第4号議案

JAFRA環境方針の策定と環境活動の具体的な取り組みについて

今後の協会行事計画

- 6月29日(金)
- 定期総会
- 第1回理事会
- セミナー(詳細は後日)
- 懇親会
- ホテルメトロポリタン(池袋)富士の間
- 第2回理事会 11月予定
- 第3回理事会平成25年3月予定

なお、理事会の詳細については、次号にてご報告いたします。



理事会

技術開発委員会

2月27日(月)、ジェイアール東日本企画10C会議室において、「技術進化に伴う鉄道広告の展開」をテーマに情報交換会を実施しました。約130名が出席し、非常に盛況な情報交換会となりました。

・テーマ1

「山手線トレインネット スマートフォン向け情報サービス」実験結果
東日本旅客鉄道(株)研究開発センター
フロンティアサービス研究所
課長 中川剛志氏、主任 松本貴之氏

・テーマ2

NFC技術の進化と鉄道広告への展開
凸版印刷(株)情報コミュニケーションセンター
事業本部トツパンアイデアセンター
セキュアソリューション本部企画・
事業推進部セキュア販促チーム
チームリーダー 武田 稔氏

・テーマ3

デジタルサイネージの標準化と鉄道
広告における影響
(1) 次世代デジタルサイネージと標準化

デジタルサイネージコンソーシアム
専務理事 伊能 美和子氏
(N-TT研究企画部門 担当部長)

(2) 鉄道広告にとつてのデジタルサイネージの標準化
(株)オリコムメディア本部
メディア推進室長 吉田 勝広氏

なお、この情報交換会の詳細につきましては、JAFRAホームページに掲載してありますのでごらんください。



● 支部便り ●

首都圏支部

2月22日(水)、ホテルメトロポリタンにおいて、首都圏支部総会を開催した。

幹事の選任、平成23年度支部活動報告及び収支見込、平成24年度支部活動計画及び予算案が承認された。

支部総会に引き続き、(株)ジェイアール東日本企画 交通媒体本部媒体開発部長 山本孝氏を講師としてお招きし、「交通広告におけるデジタルサイネージの現在と今後」をテーマにサイネージネットワークと表現手法の変化というテーマでセミナーを開催した。

当日お集まりいただいたみなさまには、この場をお借りして御礼申し上げます。

● 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。ご協力をお願いします。

編集後記

最近楽しみにしていることのひとつが、もうすぐ金環食を見られるということです。映像でしか見たことのない、ダイヤモンドリングを見られるのかと思っていたら、それは太陽が月によって全て隠れる皆既日食の時に見られるもので、月が太陽より小さい位置にある今回の金環食ではそれは見られませんとのことでした。173年ぶり、長州藩に高杉晋作が生まれた年以来的のことだということで、さっそく太陽を見るためのグラスを準備してみました！ただし、5月21日は月曜日、東京では朝の6:19から日食開始とのことで、通勤前の忙しい時間いささかハードルが高いのですが、早起きして観察したいと思います。皆さまのちょっと楽しみにしていることがありましたらお寄せ下さい。



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