JAFRA NEWS
公益社団法人 日本鉄道広告協会 会報
Japan Association for Rail Advertising

4月号
Vol.17
2013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

大学・専門学校ガイド（学校連合広告）の展開

株式会社ジェイアール四国企画
取締役営業第1部　部長
大井　学

株式会社ジェイアール四国企画では、２０１２年４月１日から、香川県内の18駅において、「大学・専門学校ガイド」という新たな連合広告のサインボードを展開しました。開発に当たっての経緯と広告商品の概要等につきましてご説明いたします。

「大学・専門学校ガイド」開発の背景

当社の広告媒体を、たくさんお使いいただいている大学の担当者の方から、昨年お問合せをいただきました。

「高校って駅の近くに多い気がするけど、高校の最寄り駅で何かできないかな？」

これまでに掲出されている大学・専門学校の駅広告はと言うと、利用客数の多い、高松・松山などの主要駅が中心でした。主要駅の周辺には繁華街もあり、利用客が多いことから一定の広告効果が見込め、広告出稿も集中しています。しかし、高校の最寄り駅というと必ずしも大きな駅とは限りません。なかには、利用客数が少なすぎて広告設備すらない駅も多くありそうですし、そもそもＪＲ四国に高校の「最寄り駅」はどのくらいあるのでしょうか？

早速、高校の最寄り駅の調査を実施しました。

四国駅別乗車人員一覧（平成 23 年度）ベスト 20

（単位：人）

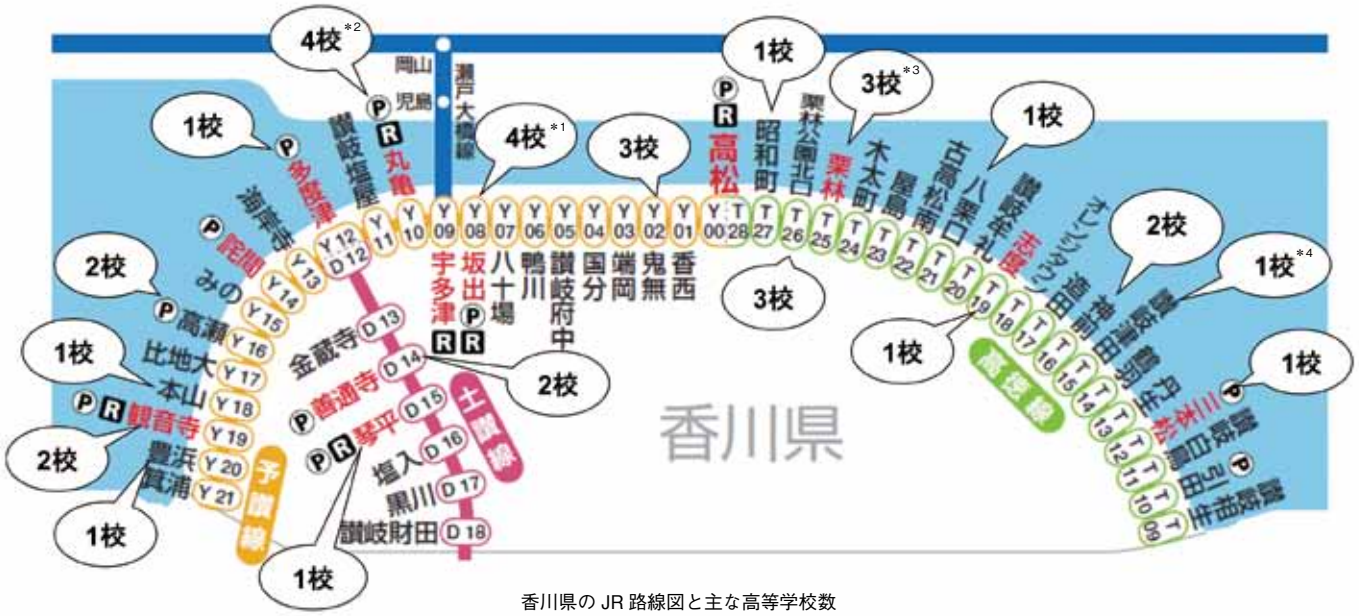
1	**高松**	**12,154**	**香川**	11	後免	1,821	高知
2	徳島	8,328	徳島	**12**	**観音寺**	**1,566**	**香川**
3	松山	7,238	愛媛	13	伊予西条	1,499	愛媛
4	**坂出**	**5,194**	**香川**	**14**	**善通寺**	**1,478**	**香川**
5	高知	5,088	高知	15	阿南	1,478	徳島
6	**丸亀**	**3,826**	**香川**	16	伊予北条	1,454	愛媛
7	今治	2,438	愛媛	17	宇和島	1,417	愛媛
8	**宇多津**	**2,083**	**香川**	**18**	**端岡**	**1,336**	**香川**
9	**多度津**	**2,077**	**香川**	19	勝瑞	1,139	徳島
10	新居浜	1,980	愛媛	**20**	**栗林**	**1,123**	**香川**
香川９駅、徳島３駅、愛媛６駅、高知２駅							

※上記数字は１日平均

調査結果

まず基本情報として、香川県内にはＪＲが３線（予讃線、土讃線、高徳線）走っており、そこに48の駅があります。調査をしてみると、県内には公立私立併せて43の高校があり、その内の34校がＪＲの駅から２・５㎞以内に立地しており、さらにそのほとんどが駅から１㎞以内であることが分かりました。調査の大元である「最寄り駅」となるのは18駅、その18駅を押さえることで、効率的に高校生にアプローチできそうなことが分かりました。

そこで、18のすべての最寄り駅について状況を確認に行ったところ、乗車人員の少ない駅でも午後の時間帯はかなりの高校生が電車等を待っている様子が見られ、商品化に自信を持ちました。また、四国旅客鉄道株式会社が発表している駅別乗車人員ベスト20は次の通りで、この内香川県には９駅がランキングされており、四国の他県に比べると、鉄道利用者が多いこともわかります。この



香川県の JR 路線図と主な高等学校数

9駅中の5駅（坂出、丸亀、多度津、観音寺、栗林）が14校の高校の最寄り駅となっています。

掲出大学等について

広告の掲載募集に当たり、議論を交わせたのが専門学校を掲載するのかどうかということでしたが、いろいろな意見を参考に専門学校も掲載するということでスタートしました。関西方面から2校（内専門学校1）、中国方面から3校、四国内で3校（内専門学校1）の合計8校の大学及び専門学校に利用していただいております。

なお、掲出内容は、大学等の学部紹介による知名度やイメージアップだけでなく、オープンキャンパスの日程を紹介するなどSP媒体としても利用されています。

（オープンキャンパス終了後は、別途料金で広告面を差し替え可能：毎年広告面のデザイン変更可能な仕様）

高校生等の反応

このサインボードを掲出作業中、高校生等が、掲載されている学校について、様々な話をしているのが耳に入り、通常の広告を取り付けているときと違って注目されていることが実感できました。

今後の取り組み

現在、愛媛県版の「大学・専門学校ガイド」を新設すべく、営業活動をしていますが、香川県版に比べて反応が悪く苦戦しているのが実情です。しかしながら、連合広告はクライアントにとっては、「安価」で、「効率的」に複数の駅に掲出できるため、「大学・専門学校ガイド」にとらわれず、新しい業種等についても、今後は開発したいと考えています。

大学・専門学校ガイド

栗林駅 *3

讃岐津田駅 *4

坂出駅 *1

丸亀駅 *2

広場

「牡蠣の話」

理事　日野　正夫（東日本旅客鉄道株式会社）

世の旨いものの中には人によって評価が全く分かれるものも多い。牡蠣などはその典型であり、毎年シーズン到来を待ちわびる多くの人がいる反面、見るのも嫌という人もいる。私は前者に属するが、もともと牡蠣養殖の盛んな瀬戸内で育ったことや、同じく産地である仙台で勤務して地酒とともに新鮮な牡蠣を食べる楽しみを覚えたことに加え、幸いにして一度も中ったことがないことも作用していると思う。

牡蠣の魅力を一言で表現すると、食べると口の中に広がる海の香りということに尽きるが、それに加えて「海のミルク」と言われる通り、栄養分豊富で繊維質が皆無であることから、胃腸に負担をかけることなく大量に食べられるということもある。肉や魚などとの差はそこにある。

牡蠣の産地は全国に点在するが、ある年の1月、思い立って北海道の厚岸に行くことにした。たまたま航空会社のマイレージが貯まっており、寒がりの家内にはいつもと同じ温泉旅行ということで説得に成功し、真冬日の釧路に降り立った。列車に乗り継ぎ、厚岸駅から猛吹雪の中を歩くこと十分程で「道の駅」に併設されているレストランに到着した。中は別天地でメニューには様々な牡蠣料理が並んでいる。それらを文字通り右から順番に注文して、ビールや地酒と共に楽しみ、最後に牡蠣ご飯で締めた。もともと厚岸の牡蠣は大ぶりなのが特徴であったが、近年養殖に成功した「カキえもん」という新種は小ぶりではあるがとても美味であり、至福の時を過ごした。

先に牡蠣の魅力として胃腸に負担をかけることなく大量に食べられるということを記したが、私ほど牡蠣好きではない家内の作る牡蠣料理は、量の点では甚だ不満の残るものであった。そこで数年前から、牡蠣の時期には月に一度「牡蠣尽くしの日」として、自らキッチンに立ち牡蠣料理にチャレンジすることにした。その日の夕食は全て牡蠣料理、それも自分が食べたいだけの量を作るのである。牡蠣グラタン、牡蠣のパスタ、牡蠣フライ、牡蠣のリゾット、牡蠣のステーキ、牡蠣の茶碗蒸し、牡蠣の天麩羅、牡蠣ご飯等々数多くの料理を作ってみた。勿論大失敗もいくつもあるが、何と言っても質より量、下ごしらえしている時には、これほど食べられるものかと不安になったりするが、いざ食べ始めると不思議なことにすべて完食できてしまう。

厚岸で注文した生牡蠣

昔、快楽に耽るローマ貴族は美食を楽しむために食べたものを故意に嘔吐し、また別の料理に手を着けたとされている。旨いものを食べ続けるということは美食家に限らず人類の夢の一つであると思う。しかし悲しいかな、満腹になることにより食欲はなくなってしまう。胃袋に優しい牡蠣は、このようにして人類の根源的な欲望を満たしているのかもしれない。

この原稿を書いているのは3月上旬であるが、牡蠣の季節も終わりが近づいてきた。夏に東北地方に繰り出して岩牡蠣を楽しむようなことでもしない限り、牡蠣ともしばしのお別れである。今シーズンも本当に大量の牡蠣を堪能した。秋の到来が待ち遠しい。

次回もお楽しみに。

2012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
マーケティング推進部
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「2012年（平成24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。2012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　3・2%増、5年ぶり前年実績を上回る

2012年（平成24年1～12月）の総広告費は、復興需要などによる2011年後半からの回復傾向を受けて前半は好調でしたが、ロンドンオリンピック後は、エコカー減税・補助金終了の影響による個人消費の減退、円高や欧州経済の低迷、輸出が減少したことなどによる景気後退のあおりを受け、減少傾向となりました。しかしながら、通年での総広告費は5兆8913億円、前年比103・2%と、5年ぶりに増加。マスコミ四媒体広告費は2兆7796億円と、震災前の2010年の水準を上回るなど広告出稿は活性化しました。

媒体別広告費の概要

「マスコミ四媒体広告費」は前年比102・9%。「テレビ広告費」は前年比103・0%となったほか、「新聞広告費」が同104・2%、「雑誌」が同100・4%と増加。「ラジオ」は同99・9%であったが、震災の反動増もあり8年ぶりに前年を上回りました。

また、「プロモーションメディア広告費」も同101・4%と、5年ぶりに前年を上回りました。「衛星メディア関連広告費」は、同113・7%、ロンドンオリンピックなど好調で前年に引き続き2ケタの伸びを示しました。「インターネット広告費」は同107・7%、と堅調に増加し媒体構成比も14・7%に上昇しました。

業種別広告費（21業種、マスコミ四媒体のみ）

2012年は21業種中16業種が増加し、5業種が減少しました。

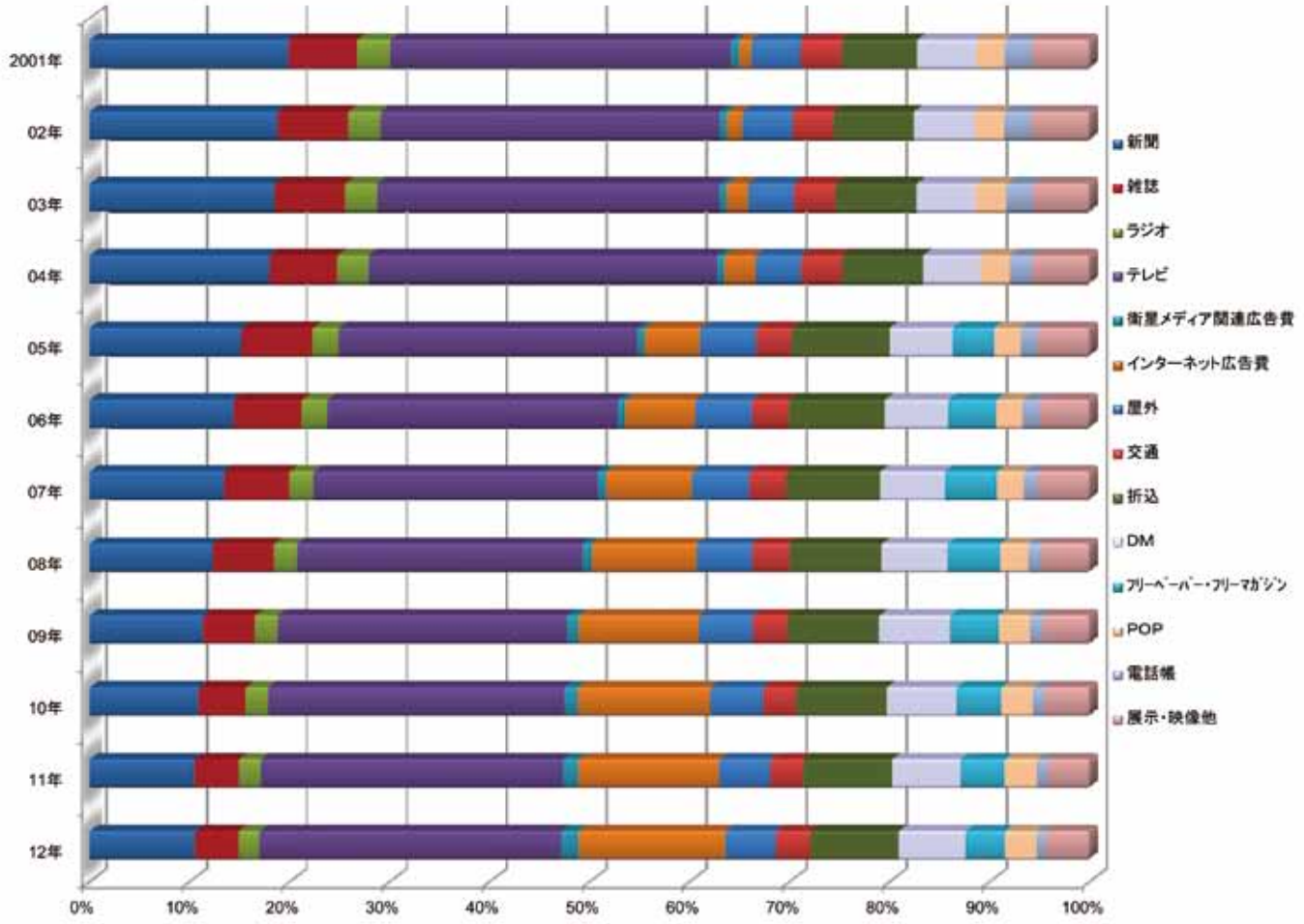
増加業種は、「自動車・関連品」（前年比126・9%、軽自動車、2BOXなどが増加）、「情報・通信」（同110・5%、スマートフォンサービス、衛星放送、ウェブコンテンツなどが増加）の2業種が2ケタの増加。「精密機器・事務用品」（同109・7%、デジタル一眼レフカメラ、腕時計などが増加）、「流通・小売業」（同108・6%、総合スーパー、通信販売などが増加）、「交通・レジャー」（同108・2%、旅行代理店、ホテル・旅館などが増加）、「ファッション・アクセサリー」（同107・6%、婦人服、靴などが増加）、「飲料・嗜好品」（同107・0%、美容・栄養ドリンク、乳酸菌飲料、炭酸飲料などが増加）、「食品」（同106・4%、健康食品、美容食品などが増加）、「外食・各種サービス」（同104・4%、女性用ウィッグ、エステティックサロンなどが増加）、「不動産・住宅設備」（同104・1%、住宅付属設備、分譲マンションなどが増加）、「化粧品・トイレタリー」（同104・0%、化粧水、美容液などが増加）、「薬品、医療用品」（同103・4%、医薬品メーカーの企業広告、メガネなどが増加）、「教育・医療サービス・宗教」（同103・2%、英会話・語学スクール、予備校・学習塾、通信教育などが増加）、「出版」（同103・0%、単行本、出版社の企業広告、趣味専門誌などが増加）、「金融・保険」（同102・7%、保険会社の企業広告、カードローンなどが増加）、「家庭用品」（同101・2%、ベッド、鍋・やかんなどが増加）の16業種。

減少業種は、震災後大量出稿（ACジャパンなど）の反動減が大きい「官公庁・団体」（前年比30・6%、広告団体などが減少）、「案内・その他」（同80・2%、企業グループ、映画・演劇の案内などが減少）、「エネルギー・素材・機械」（同96・3%、電力、ガスなどが減少）、「趣味・スポーツ用品」（同98・1%、映像ソフト、パチンコ・パチスロ機、ゲームソフトなどが減少）、「家電・AV機器」（同99・3%、液晶テレビ、ブルーレイディスクレコーダーなどが減少）の5業

媒体別広告費（2002 年～ 2012 年）

媒体＼広告費	2002年（平成14年）	03年（15年）	04年（16年）	05年（17年）	06年（18年）	〈第2次改訂〉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）	12年（24年）
総広告費	57,032	56,841	58,571	59,625	59,954	68,235	69,399	70,191	66,926	59,222	58,427	57,096	58,913
マスコミ四媒体広告費	35,946	35,822	36,760	36,511	35,778	37,408	36,668	35,699	32,995	28,282	27,749	27,016	27,796
新聞	10,707	10,500	10,559	10,377	9,986	10,377	9,986	9,462	8,276	6,739	6,396	5,990	6,242
雑誌	4,051	4,035	3,970	3,945	3,887	4,842	4,777	4,585	4,078	3,034	2,733	2,542	2,551
ラジオ	1,837	1,807	1,795	1,778	1,744	1,778	1,744	1,671	1,549	1,370	1,299	1,247	1,246
テレビ	19,351	19,480	20,436	20,411	20,161	20,411	20,161	19,981	19,092	17,139	17,321	17,237	17,757
衛星メディア関連広告費	425	419	436	487	544	487	544	603	676	709	784	891	1,013
インターネット広告費	845	1,183	1,814	2,808	3,630	3,777	4,826	6,003	6,983	7,069	7,747	8,062	8,680
SP広告費/プロモーションメディア広告費	19,816	19,417	19,561	19,819	20,002	26,563	27,361	27,886	26,272	23,162	22,147	21,127	21,424
屋外	2,887	2,616	2,667	2,646	2,738	3,806	3,946	4,041	3,709	3,218	3,095	2,885	2,995
交通	2,348	2,371	2,384	2,432	2,505	2,463	2,539	2,591	2,495	2,045	1,922	1,900	1,975
折込	4,546	4,591	4,765	4,798	4,809	6,649	6,662	6,549	6,156	5,444	5,279	5,061	5,165
DM	3,478	3,374	3,343	3,447	3,495	4,314	4,402	4,537	4,427	4,198	4,075	3,910	3,960
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	2,367
POP	1,720	1,725	1,745	1,782	1,845	1,782	1,845	1,886	1,852	1,837	1,840	1,832	1,842
電話帳	1,559	1,524	1,342	1,192	1,154	1,192	1,154	1,014	892	764	662	583	514
展示・映像他	3,278	3,216	3,315	3,522	3,456	3,522	3,456	3,584	3,196	2,775	2,634	2,406	2,606

媒体別構成比



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

２０１２年の名目国内総生産（ＧＤＰ）の伸び率はプラス１・１％で２年ぶりのプラス成長となりました。２０１２年の国内総生産に対する総広告費の比率は１・24％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２兆１４２４億円、前年比１０１・４％と推定されます。

2010 年～ 2012 年 業種別広告費（マスコミ四媒体広告費）

広告費業種	広告費（千万円）			前年比（%）		構成比（%）		
	2010年（平成22年）	2011年（23年）	2012年（24年）	2011年（平成23年）	2012年（24年）	2010年（平成22年）	2011年（23年）	2012年（24年）
1. エネルギー・素材・機械	3,429	2,724	2,624	79.4	96.3	1.2	1.0	1.0
2. 食品	28,804	26,619	28,329	92.4	106.4	10.4	9.9	10.2
3. 飲料・嗜好品	21,786	19,621	20,987	90.1	107.0	7.9	7.3	7.6
4. 薬品・医療用品	14,597	14,354	14,847	98.3	103.4	5.3	5.3	5.3
5. 化粧品・トイレタリー	28,792	27,687	28,783	96.2	104.0	10.4	10.2	10.4
6. ファッション・アクセサリー	10,129	10,818	11,645	106.8	107.6	3.7	4.0	4.2
7. 精密機器・事務用品	2,942	2,630	2,886	89.4	109.7	1.1	1.0	1.0
8. 家電・AV機器	7,337	5,449	5,412	74.3	99.3	2.6	2.0	2.0
9. 自動車・関連品	13,163	12,981	16,473	98.6	126.9	4.7	4.8	5.9
10. 家庭用品	6,506	6,421	6,496	98.7	101.2	2.3	2.4	2.3
11. 趣味・スポーツ用品	12,314	11,061	10,853	89.8	98.1	4.4	4.1	3.9
12. 不動産・住宅設備	10,294	10,445	10,869	101.5	104.1	3.7	3.9	3.9
13. 出版	9,267	8,949	9,216	96.6	103.0	3.3	3.3	3.3
14. 情報・通信	22,091	22,200	24,525	100.5	110.5	8.0	8.2	8.8
15. 流通・小売業	18,226	18,694	20,297	102.6	108.6	6.6	6.9	7.3
16. 金融・保険	15,383	14,121	14,499	91.8	102.7	5.5	5.2	5.2
17. 交通・レジャー	21,118	19,527	21,123	92.5	108.2	7.6	7.2	7.6
18. 外食・各種サービス	13,867	12,356	12,896	89.1	104.4	5.0	4.6	4.6
19. 官公庁・団体	4,082	10,873	3,327	266.4	30.6	1.5	4.0	1.2
20. 教育・医療サービス・宗教	8,177	7,579	7,823	92.7	103.2	2.9	2.8	2.8
21. 案内・その他	5,186	5,051	4,050	97.4	80.2	1.9	1.9	1.5
合計	277,490	270,160	277,960	97.4	102.9	100.0	100.0	100.0

前年の震災による出稿自粛の反動増もあって、５年ぶりに前年を上回りました。「屋外広告」「交通広告」「折込広告」「ＤＭ」「展示・映像他」など内訳のほぼすべてがプラスに転じました。

２０１２年は前年のような震災の影響による出稿キャンセルや自粛がなくなり、ロンドンオリンピック景気も期待され徐々に回復に向かいました。しかし、夏以降は個人消費の減退や外需不振を主因とした日本経済の減速が増し、衆議院議員総選挙はあったものの前年の東京モーターショーのような大きなイベントがなく大幅な回復には至りませんでした。

プロモーションメディア広告の費用対効果は一段と求められ、デジタルデバイスとの連動などが顕著になってきており、紙メディアとウェブメディアの使い分け・共存が試行される段階になりつつあります。

交通広告は１９７５億円、前年比１０３・９％。リーマン・ショックの２００８年以来、前年割れで推移していた交通広告費は、２０１２年は震災の反動増により、５年ぶりに前年を上回る結果となりました。

地域別のトピックスでは、２０１２年４月、渋谷駅東口に大型複合施設「渋谷ヒカリエ」が開業し、５月に電波塔・観光施設として「東京スカイツリー」の開業、７月にＪＲ札幌駅地下街に国内最大のデジタルサイネージ「ＪＲタワー札幌ピラービジョン」が運営開始、10月には東京駅丸の内駅舎が復元し南北ドーム他に新設のデジタルサイネージ媒体が設置されました。関西では、11月に「阪急百貨店うめだ本店」がリニューアルし、直結する阪急梅田駅に新設の駅デジタルサイネージ媒体が設置されました。

業種別では、「飲料」「食品」「学校・通信教育」「自動車」「出版」が増加となりました。一方、「家電・ＡＶ機器」「エネルギー」「交通・運輸」「放送」「通信販売」等が減少となりました。

鉄道部門は、例年通り飲料メーカー各社の出稿が上期に集中し、人材派遣、通信教育のレギュラー出稿の復活もみられましたが、後半に伸び率が若干鈍化しました。さらに円高の影響で、「家電・ＡＶ機器」は、一部の企業を除いて出稿減となりました。デジタルサイネージ媒体への出稿は堅調に増加傾向で推移しています。中づりは、長期掲出の中づりが比較的好調でした。駅構内媒体は、震災の影響による節電対策により、前年は大きく落ち込みましたが、駅デジタルサイネージが首都圏、ローカルエリアで新設されて増加要因の一端を担いました。

バス部門は、地方のバスにおいてはラッピングバスの売上げが増加していますが、首都圏は減少傾向にあり、全体では前年割れとなっています。

空港広告は、２０１２年からデジタルサイネージ媒体の販売を開始し収入額を伸ばしています。一方、空港電飾看板は広告掲出環境の大きな変化がないため、売上げは現状維持となりました。

タクシー広告は、ほぼ横ばいでした。

平成24年度第3回理事会を開催しました

3月13日（水）ジェイアール東日本企画13A会議室において22名の理事が出席し開催した。

審議内容は以下の通り

第1号議案
平成25年度事業計画（案）について

以上について最終的には6月28日に開催する平成25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2号議案
平成24年度収支決算（見込）および平成25年度収支予算（案）について

人事異動等の事由により、定款施行規則第13条の2に基づき、平成25年4月1日付で下記の通り副委員長の委嘱変更を行ないたいとして、次の2委員会の副委員長が承認された。

第3号議案
副委員長の委嘱変更（案）について

環境委員会	
副委員長	
〈新任〉	
芦刈　英雄	㈱TOMOE

*環境委員会副委員長は空席となっていたため、新任のみ。

技術開発委員会	
副委員長	
〈退任〉	
萩原　浩平	㈱ジェイアール東日本企画
〈新任〉	
山本　孝	㈱ジェイアール東日本企画

第4号議案

新規会員の入会承認について審議があり、次の2社の入会が承認された。

正会員（1社）
東北支部
社名：㈱オーシャンメディアズ
代表者：中林　満
所在地：宮城県仙台市若林区

賛助会員（1社）
社名：㈱ビデオリサーチ
代表者：秋山　創一
所在地：東京都千代田区

報告事項①
アカウンタビリティ向上委員会進捗状況

昨年11月30日開催の平成24年度第2回理事会において、進捗状況を報告しましたが、今日までのその後の経過につきまして、以下報告いたします。

1．交通広告のアカウンタビリティ向上の為の統一指標の評価及び調査方法の検証を目的とした実証調査の実施（詳細は前回理事会にて報告済み）

・調査期間：平成24年11月27日（火）～12月7日（金）
・調査費用：3150000円（税込）
・調査結果：別紙調査結果報告書参照（理事会時の配布資料）

2．日本広告業協会（JAAA）交通広告小委員会での実証調査結果ご報告

・日時：平成25年1月15日（火）10時30分～

今木会長挨拶

日頃より当協会のために様々な面でご尽力を賜りまして厚く御礼申し上げます。また、本日は年度末のお忙しい中をお集まりいただき重ねて御礼申し上げます。昨今の日本経済は、不幸な大震災から2年が経過し、昨年末に誕生した新政権のいわゆるアベノミクスの効果もこれありということでしょうか、ようやく景気も上向きになってきたといわれており、大方の皆様方もそう実感されているのではないかと思います。しかし、様々な面で我が国の再生がなるかどうか、まだまだこれからが勝負だと思います。

そんな中での、本日の第3回理事会ですが、メインテーマは来年度の事業計画です。当協会の性格からして、鉄道広告の公益性に益々磨きをかける必要がありますが、昨今のICT、情報或いは通信技術の発展にどう対応し、鉄道広告の価値を高めていくかということも来年度の重要なテーマのひとつだと考えております。今日も色々な議題がありますので、是非ご審議のほどをよろしくお願いして、挨拶に代えさせていただきます。

・場所：日本広告業協会会議室
・出席者
業協：小野寺交通広告小委員会委員長、吉田副委員長以下小委員会委員6名、交通広告ワーキンググループメンバー7名、事務局5名
ＪＡＦＲＡ：柳舘副委員長、岩田副委員長、栗原副委員長、中野研究会座長、河田専務理事、小林氏・村上氏（ビデオリサーチ社：ＶＲ）
・概要
中野研究会座長より上記実証調査結果報告。
内容について承認いただき、日本アドバタイザーズ協会に小野寺委員長以下でこの内容で報告することを決定。

3．日本アドバタイザーズ協会（ＪＡＡ）への実証調査結果のご報告

・日時：
平成25年1月24日（木）16時00分～
・場所：
日本アドバタイザーズ協会会議室
・出席者
アド協：久保田ＳＰ広告委員会委員長、藤川専務理事、後藤事務局長、金井事業部部長
業協：小野寺交通広告小委員会委員長
ＪＡＦＲＡ：正盛委員長、柳舘副委員長、中野座長
ＶＲ：小林局長
・概要
中野研究会座長より上記実証調査結果報告。
内容について、今までの域を脱し接触・到達・レスポンスなどまで踏み込んだことを評価いただき、承認された。さらに2月12日の11社会からの「交通広告調査レポート２０１３」報告会の席で11社会に対して調査推進を勧める発言をされることをお約束された。

4．11社会代表委員への実証調査結果のご報告

・日時：
平成25年2月8日（金）10時00分～
・場所：小田急エージェンシー会議室
・出席者
11社会：ジェイアール東日本企画、メトロアドエージェンシー、東急エージェンシー、小田急エージェンシー、京王エージェンシー、西武鉄道の6社
・概要
①2月12日（火）の「交通広告調査レポート２０１３」説明会の事前確認。
②事前に監事会社の小田急エージェンシーと東急エージェンシーに中野座長より上記実証調査を報告。その内容に従って小田急エージェンシーより上記実証調査結果報告。
・実証調査結果報告（アド協の評価・意見含む）
・２０１３年度以降の調査スケジュール案
2月中の臨時企画部会にて各社に説明することを決定。

5．11社会によるアド協、業協への「交通広告調査レポート２０１３」合同説明会

・日時：
平成25年2月12日（火）16時30分～
・場所：
日本アドバタイザーズ協会会議室
・出席者
アド協：久保田委員長以下ＳＰ広告委員会作業部会メンバー
事務局　藤川専務理事、後藤氏、金井氏
業協：小野寺委員長以下交通広告小委員会委員
交通広告小委員会ワーキンググループメンバー
事務局　島田専務理事、田口氏、越前谷氏、角田氏
11社会　代表委員6社＋小田急電鉄の各メンバー
ビデオリサーチ　小日向氏
・概要
①小田急エージェンシー森腰氏より「交通広告調査レポート２０１３」の説明
②アド協事務局金井氏より「実証調査報告書」の概略説明
アド協　久保田委員長より
今回の共通指標の取り組みについては、交通広告の費用対効果、他メディアとの比較の中で交通広告を広告主として選択する可能性を拡げることになるという点で評価している。
業協、11社会でこの内容を進化させて進めてほしいとの発言。

6．11社会臨時企画部会

・日時：
平成25年2月27日（水）11時00分～
・場所：小田急エージェンシー会議室
・出席者
11社会（電鉄11社＋ハウスエージェンシー8社）欠席　京急、相鉄エージェンシー
業協：小野寺交通広告小委員会委員長
ＪＡＦＲＡ：正盛委員長、岩田副委

員長、柳舘副委員長、中野座長、ビデオリサーチ　小林局長（オブザーバー）
・概要
業協　小野寺委員長よりＪＡＦＲＡに委託した経緯も含め説明
柳舘副委員長よりこれまでの検討内容及び経緯を説明
中野座長より実証調査内容説明と結果報告アド協の評価・意見も含めて報告
正盛委員長より下記内容で11社会へ要望
・今まで11社会として実施してきた調査方法・調査項目等の調査設計の変更
・交通広告の共通指標として早く確立し広告主にも認知されるために出来るだけ早くノーム値（評価基準値）を作り上げるための調査サンプル数を増やすことが必要。

7．今後のスケジュール予定

・3月22日（金）11社会幹部定例会の席上にて議論の上、最終承認予定。

正盛委員長

報告事項②

e－販促システムリニューアル進捗状況

昨年11月30日に開催した平成24年度第2回理事会においてe－販促システム（ＪＡＦＲＡ　ＡＤＳ）リニューアル募集状況を報告いたしました。その後調査研究委員会並びにe－販促システム編集委員会、ＪＡＦＲＡ本部にて厳正な審査を経て、担当会社を決定し、リニューアルへの実作業に入りました。その後の進捗状況を報告します。

○スケジュール
審査発表：平成24年12月初旬
契約の締結：平成25年2月
設計／制作期間：
平成25年1月～平成26年3月末日
納品日：平成26年3月末日

○募集決定状況
ＪＡＦＲＡの会員を中心とし、【日本広告業協会】【マーケティングリサーチ協会】会員等、広く募集を行ない提案を募った結果、プレゼンテーション参加者より左記2社で担当していただくこととしました。
説明会参加社（敬称略）7社
（エイアイデータ、オッズファクトリー、オリコム、昭文社、電通国際情報サービス、日立製作所、日経リサーチ）
応募会社5社（上記より昭文社・日経リサーチが不参加表明）
プレゼンテーション参加社5社（応募会社5社）

○担当会社：オリコム、協力会社：オッズファクトリー

○選定理由
オリコム
交通広告に精通し、料金改定等の情報収集能力に長けている。
輸送人員や駅乗降者数の情報収集能力に長けている。
運営体制が信頼できる。
オッズファクトリー
駅周辺データとして昭文社から地図データを提供。
新機能の提案を評価。

＊既に上記2社に告知をし、契約を締結、具体的にe－販促データ編集委員会に参加いただき、平成26年3月納品を目標に具体的な作業が進んでおります。

制作費用：19530千円（消費税別）
・支払方
1．平成25年度上期に着手金として40000千円を支払うこととしたい。
2．残金については、平成26年3月期から5年間（60ヶ月）リースで支払うこととしたい。（約270千円／月）

報告事項③

マナーキャンペーン実施状況

前回の理事会後に改めてキャンペーン開始の連絡がありましたので、詳細につきましては前号のＪＡＦＲＡ ＮＥＷＳ vol.16をご参照ください。

報告事項④

平成25年度総会の案内

今後の協会行事計画

6月28日（金）
ホテルメトロポリタンエドモント
・第1回理事会
13時～（波光の間）
・定期総会
14時20分～（万里の間）
・セミナー（詳細は後日）
16時15分～（悠久の間）
・懇親会
17時30分～（万里の間）
第2回理事会　11月予定
第3回理事会平成26年3月予定

東北支部

支部総会・懇親会を開催しました

1月30日（水）、仙台市メトロポリタン仙台にて平成24年度ＪＡＦＲＡ東北支部総会を開催しました。

総会には会員17社中10社の参加があり、本部から今木甚一郎会長並びに西井事務局長にも出席いただきました。

今木会長、佐藤支部長の挨拶の後、議題の審議に移り、左記の平成25年度事業計画及び予算案が承認されました。

平成25年度東北支部事業計画

・支部総会の開催
・支部セミナーの開催
・新規会員の入会慫慂
・地球温暖化防止キャンペーンの実施
・マナーキャンペーンの実施
・関東地区媒体事例研修会の実施及び導入の検討
・東日本大震災3年目を迎えて復興支援活動の継続

東北支部は、『3・11』を忘れない。今後、再び起き得る『巨大地震と津波』に備える『防災の日』と捉えて、小さな一つ一つの復興支援活動を継続していく。

また当日は、東日本旅客鉄道仙台支社事業部長　白田義彰氏をお招きし「仙台駅ステーションルネッサンスについて」と題したセミナーがあり、出席した会員は熱心に耳を傾けていました。

出席された会員のみなさま

今木会長

佐藤支部長

「仙台駅ステーションルネッサンスについて」

仙台駅のステーションルネッサンスの工事がこの3月27日からスタートします。

今までは東と西の町を分断しているのがＪＲ仙台駅でしたが、今回の再開発を機に我々が東口と西口をつなげていくということをひとつのテーマにしております。集う、つなぐ、続くという3つの開発コンセプトは、人々が集う駅、町をつなぐ駅、そして未来に続く駅にしていきたいというものです。

仙台駅は、毎日利用する通勤通学客と、新幹線等を利用する観光客とビジネス客という大きく分けて2つのタイプがあります。広域交通の拠点としての駅という位置づけと、駅界隈にお住まいの方の生活圏としての駅という2つの大きなニーズに対して、今回の新規部分の開発と既存部の開発をあわせてしっかり対応していける仙台駅を作っていきたいと考えています。また、駅と街との回遊を促し、一体的な賑わいを創出していくこと、人々が行きかう活気溢れた空間の形成を目指した上で新たな街づくりを進める先導的な役割を担う開発事業を行うことを目指していきたいと考えています。

環境システムにつきましては、東日本大震災のあった後ですので、電気に頼らずなるべく自然のエネルギーを使うことを考えています。例えば自然光を取り入れた照明や、太陽光パネルを設置して太陽光発電も行ないたいと考えております。緑の地区を作り、風の抜け道を作っていきますので、中の空間の温度を上げないような仕組み作りを考えております。

東西自由通路は、仙台市との共

同開発で、ＪＲもその費用を一定部分負担しておりますので、広告展開も含め、当初から我々のやりたいことをお話させていただいています。中にはどうしてもダメなものもありましたが、かなり高い位置に16×3ｍの大きなサインボードをつけたいと思っています。他にも55インチ×6×2か所のデジタルサイネージ、リフターで降ろせるタイプの5・1×4・7ｍの天つりのフラッグなどを考えております。非常に見通しのよい空間になりますので、お客様からの認知度は非常に高い媒体、販売していただきやすいサイネージを作れると思います。また、東口の新しいエリアには今までの仙台にないタイプの媒体の開発をお願いし、皆様のお知恵を拝借しながら、商業施設、新しい自由通路にふさわしい広告展開を進めていければと考えております。

講演をする仙台支社 白田義彰氏

ご存知のとおり、仙台駅は東日本大震災でひどい被害を受け、特に3Ｆの新幹線ホームは天井板が全て落下してしまい、怪我をされたお客さまがひとりもいなかったのが奇跡のような非常に危険な状態になってしまいました。お客さま全員を駅の外に避難していただき安全を確保するしかなかったのですが、ＪＲをご利用の皆様、帰宅困難者の皆さまを含めて我々が避難スペースを提供することができなかったという強い反省があります。今まで我々が蓄えていた食糧では足りない、電源がないので何もできなかったこともあり、今回の開発計画とあわせて震災があった時でも安全な駅舎、新しい備蓄倉庫、医療用電力の確保、それから施設全体の省エネシステムの導入、電気を使わずにどんなことができるのか考えていきたいと思っております。そこには仙台市、それから地域の方々の声を反映しながら開発を進めていくことが大事だと思っております。

皆様と一緒にさらにすばらしい仙台駅、地域の方々にとっていい駅になったという仙台駅を作って行きたいと思っておりますので、色々なアドバイスを賜れればと思います。

今日はありがとうございました。

首都圏支部

幹事会・セミナーを開催しました

首都圏支部では2月25日（月）こどもの城（青山）に於いて第2回首都圏支部幹事会並びにセミナーを開催しました。

議題

（1）平成24年度支部活動について
（2）平成24年度収支見込について
（3）平成25年度支部活動（案）の検討
・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
（8月下旬～9月上旬）
・セミナーの開催
（7月・10月・2月の3回）
・支部総会の開催（7月22日 ホテルメトロポリタン）
・地域間交流の促進
・新規会員の入会慫慂
・マナーキャンペーンの実施
（4）平成25年度支部予算（案）の検討
（5）その他

幹事会終了後、ソニー銀行㈱マーケティング部マーケティング・オフィサーの河原塚徹氏をお招きし、「ソニー銀行のマーケティング戦略（交通広告に期待すること）」と題するセミナーを開催しました。

委員会便り

技術開発委員会

2月15日（月）、ジェイアール東日本企画10Ｂ会議室において、恒例となりました技術開発委員会主催の情報交換会を開催しました。

はじめに今木会長から、今回で3回目となる技術開発委員会主催の情報交換会では、毎年ＩＣＴ技術を活用した最新の情報についてお話しをいただいていますが、鉄道を利用して移動中の生活者に情報発信をするという基本に大切にし、そこに基本を置きつつも昨今のＷＥＢ化、デジタル化、モバイル端末の発展要素をいかにうまくソフトハードの両面で取りこんで、鉄道広告全体の媒体価値をどのように高めていくかという

熱心に聴講する参加者

ことが今一番大切なことではないだろう

坂田委員長

かと挨拶がありました。続いて、技術開発委員会坂田委員長より、日々前進する技術の最先端の話題をどんどん取り入れていかないと置いていかれてしまう時代である、今回の情報交換会も、交通広告の媒体の価値が一層向上するような話題をお話しいただきますので、皆さまも熱心にお聞きいただきたい。と挨拶がありました。

カリキュラムなど詳細は左記の通り。

13時00分　開会挨拶
ＪＡＦＲＡ会長　今木　甚一郎
技術開発委員長　坂田　英洋

13時10分
演題：
「ＩＣＴを活用した情報配信サービス（山手線トレインネット、ＪＲ×ＡＲ、かみしるべ）」
①フロンティアサービス研究所
②ＩＣＴを活用した情報提供
－1　東京駅ＪＲ×ＡＲ
－2　かみしるべ
－3　山手線トレインネット
－4　ＢＲＴネット
③SmartStation 実験棟と今後の取組
講師：
東日本旅客鉄道㈱ＪＲ東日本研究開発センター　フロンティアサービス研究所
上席研究員　中川　剛志氏、研究員　松本　貴之氏

14時00分
演題：
「ぐるなびタッチの近況」
講師：
㈱ぐるなび　加盟店営業部門　副部門長　東京ブロック総括マネージャー　谷尻　悟志氏

・・・14時40分～14時50分　休憩・・・

14時50分
演題：
「Ｗｅｂ化するデジタルサイネージ」
講師：
日本電信電話㈱　研究企画部門担当課長　村本　健一氏

15時30分
演題：
デジタルサイネージの話題
「デジタルサイネージ販売促進のためのアンケート集約結果」
「ＪＲ東日本におけるデジタルサイネージのトピックス」
講師：
技術開発委員会委員（㈱ジェイアール東日本企画）　山本　孝氏

16時00分　閉会挨拶
技術開発委員会副委員長
望月　敏弘氏

東日本旅客鉄道㈱　中川氏

東日本旅客鉄道㈱　松本氏

㈱ぐるなび　谷尻氏

日本電信電話㈱　村本氏

技術開発委員会　山本委員

編集後記

今年は桜の開花がずいぶん早いようで、この号が出るときは東京は既に葉桜になっているような気がします。最近変な気候が多いですね。桜が早いといわれているのと同じ時期に、地吹雪から来るホワイトアウトで多重衝突というニュースも聞こえてきます。まだまだ雪が残っているところの方は気をつけて下さい。普段雪道の運転に慣れていない方は特に、そういう時は電車で移動しましょう。
皆さんの近くの初夏にお勧めの観光地を是非教えて下さい！！

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

●次号Vol.18は6月1日発行予定です。お楽しみに。

●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。