

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

デジタルサイネージを中心とした ソウル交通広告レポート

JAFRA 術開発委員会では、「鉄道広告に関わるハード&ソフトの最先端広告訴求技術、IT等の応用事例等」の研究を活動内容に掲げているが、その一環として、さる2013年11月14日〜16日まで2泊3日の行程で、韓国（特にソウル市内）の媒体視察研修を実施した。目的は「デジタルサイネージ先進都市」、「日本を超えるデジタル社会」と呼ばれて久しいソウルの現状について改めてつぶさに観察し、日本の交通広告におけるICT活用ソリューションの参考にすることである。メンバーは坂田英洋委員長（株）ジェイアール西日本コミュニケーションズ）を団長とする会員社6社13名で、視察中に鉄道事業者である「ソウル特別市都市地下鉄公社」及び「韓国鉄道公社（KORAIL）」との意見交換も実施できた。限られたスケジュールの中ではあったが、以下に空港、駅構内、電車内、屋外等、ロケーション別にソウルの広告媒体の概要についてご紹介する。

■ 空港（仁川国際空港）

仁川国際空港では、空港内の随所にデジタルサイネージが設置され、多くの利用者の目を集める存在になっていた。

施設内の随所にはタッチパネル式の案内端末が設置されており、多言語対応はもとより、モバイルとの連携や音声での対応機能もあり、ユーザーインターフェイスは洗練されていた。しかし利用者はそれほど多くなく、日本におけるタッチパネル端末の活用状況とあ

まり変わらない印象を受けた。（写真1）

圧巻だったのは空港鉄道（AREX）と空港ターミナルを結ぶメイン通路で、駅から空港に至るメイン通路の両壁面に横長のサイネージ（28面マールチ）が複数面設置されており、K-POPの「少女時代」をキャラクターにした広告がジャック展開されていた。また天井には一面にLED照明が設置され、一定のグラフィックパターンで色を変えているため、

技術開発委員会
山本 孝



写真1



写真2



写真3

非常に印象的なスペースになっている。この通路演出は開業当時、日本でも話題になった。(写真2、3)

上記以外にも、人の滞留する両替カウンター上部や携帯電話レンタルのローミングセンター、エントランス脇等に大型のサイネージが稼働しており、全体として空港施設に違和感なく融合していたが、広告媒体というよりはインフォメーションや空間演出的な使い方が目についた。(写真4、5)



写真4



写真5

■ 駅構内 (ソウル駅、メトロ江南駅他)

○ソウル駅

KORAILと韓国高速鉄道(KTX)のターミナル駅であるソウル駅は2004年のKTX開業に合わせてリニューアルされたソウルの表玄関である。コンコースは天井も高く開放的で、壁面等に大型ビジョンも設置されていたが、むしろ印象に残ったのは大型のフラッグと内照サインボードで、洗練された意匠が空間の価値を高めているように感じられた。(写真6、7)

○地下鉄駅

ソウル地下鉄は1〜4号線を運営するソウルメトロ、5〜8号線を運営するソウル特別市都市地下鉄公社の2大企業体だけでなく、KORAILの運営する路線や近年建設が進んでいる民間の運営する路線等、多岐に渡っている。地



写真6



写真7

下鉄の施設内でも、数多くのデジタル媒体に接したため、この中から特徴的なものを以下に紹介する。

①タッチパネル式デジタルサイネージ

ソウルメトロの各駅には、「digital view」と呼ばれる案内用のタッチパネルサイネージが延べ1000台近く設置されている。操作感覚はスマートフォンに近く、乗り換え案内や駅周辺地図だけでなく観光情報やクーポンも表示される。サイネージの横には内照サインボードがセットされており、情報提供機能と媒体の広告機能が融合している。(写真8)

②ホーム吊り下げ型デジタルサイネージ

ソウルメトロ、ソウル特別市都市地下鉄公社とも数多くの吊り下げ型デジタルサイネージがホームに設置されていた。公社によると6556



写真8

台もあるという。列車の接近表示に広告がシェアする形での情報提供がなされているのが特徴だ。ホームドアと直角に画面を2つ並べ、一方の画面で列車の接近情報、もう一方の画面で広告やニュース等を表示していた。(写真9)中には、ホームドアと同じ面に一面を設置しているケースもあった。(写真10)

③その他の駅デジタルサイネージ

ソウルの新都心であり、SAMSUNG本社のある江南



写真9



写真10



写真 11



写真 12



写真 13

駅のコンコースでは複数の柱にモニターを3面並べた大型サイネージと側面の大型内照シートがセット展開されており、1社ジャックでアイキャッチの高い展開を実施していた。(写真11)

また、ソウルで最も新しく開業した新盆唐線(シンボンダング)の江南駅コンコースでは日本ではお馴染みの「動線に沿って複数の柱に設置する」フォーマットで約30面のサイネージが稼働していた。このサイネージはカメラとタッチパネルを備えたインタラクティブな機能を持ち、前に立つ人の写真をあたかも「プリクラ」のように加工してメール送信ができる。視察時はカップルや若者のグループ等の集客に効果を発揮していた。このようにスマホライクなインターフェイスでユーザーの「アクションを喚起する」サイネージは、今後のトレンドの一つの方向性を示すものと思われる。

なお、1社によるジャック展開では、日本のカメラメーカーが広告主だった。(写真12) 江南駅から地上への階段周辺にもマルチサイネージや複数の壁面埋め込みサイネージが設置されており、特徴的なスペースとなっている。(写真13)

ソウルの駅構内で話題になったサイネージに「バーチャルショップ」が挙げられる。これは2011年のカンヌライオンズで韓国初のグランプリを取った「ホームプラス」の地下鉄でのバーチャルショップ広告で、広告意匠に表示されている個々の商品のメーカーをスマホで読み取ることがオンラインショッピングサイトに誘導し、その場でオーダーができるというものである。現在でもソウルメトロの宣陵駅



写真 14



写真 15

で展開されていた。このようなOOHメディアにICT技術を活用して媒体を商品販売に直結させるビジネスモデルは、単発はあってもまだまだ日本では普及していない。この分野の動向には引き続き注目していきたい。(写真14、15)

■車内(メトロ、KORAIL)

地下鉄やKORAILの車内においても様々なデジタルサイネージが展開されていたが、設置フォーマットについては以下のとおり会社ごとに違いが見られた。

ソウルメトロおよびKORAILについては、枕木方向にサイネージが設置されており、JR西日本の「WESTビジョン」と同じようなスタイル



写真 16



写真 18



写真 17

ルになっている。2画面を並列に並べ、上約で鉄道の案内や広告を放映し、下約で列車の停車駅案内を表示するシステムである。(写真16)

一方ソウル特別市都市地下鉄公社については、ドア上にサイネージが設置されており、JR東日本の「トレンチャネル」と同じようなフォーマットである。表示については左画面で列車の運行情報や次駅案内、右画面で鉄道の案内や広告画像を放映している。(写真17)また変わったところでは、空港鉄道(AREX)の車両では連結部分やデッキ部分にサイネージが設置されていた。(写真18)

ソウルの車両でむしろ印

象に残ったのは車内の内照式媒体である。ま



写真 19

ど上やドア横・ドア上の媒体に導光板ユニットのLED照明が内蔵されており、アイキャッチを高めている。非常に新鮮な印象を受けたが、KORAIL担当者によれば照明の有無はあまり媒体価値には影響してはいないとのことであった。(写真19)

■屋外等

鉄道を中心にソウルのサイネージ展開事例を紹介してきたが、デジ



写真 20



写真 21



写真 22

ル都市ソウルの代表的ランドマークとして大きな話題になったのが、2009年にソウル市と江南区が道路脇に22基設置した「メディア・ポータル」である。歩道面は多言語対応のタッチパネルモニターで観光客も使える情報提供機能(交通情報・文化情報・連合ニュース・江南区情報など)を備えており、周辺店舗のクーポンまで獲得することができる。(写真20、21) また「ブライクラ」のように写真を撮影しメールで送ったり、撮影した動画をYouTubeにアップする「フォトメール」機能も備え、若者のカップルやグループに使われて



写真 24



写真 25



写真 26



写真 23

いた。また、歩道側上部と道路面には高輝度モニター複数面が設置され、アート作品やCM等が放映されている。(写真22、23)

これ以外にもソウル駅前の大型LEDビジョンやコンビニの店頭サイネージ、清溪川(チョンシキョ)広場周辺等、至るところにサイネージが設置されていたことが印象的であった。(写真24、25、26)

■まとめ

以上、限られたスペースではあったが、技術開発委員会メンバーにて

視察したソウル市内の交通広告をデジタルサイネージの展開事例を中心に紹介してきた。明らかに鉄道や市中も含めて、日本よりもデジタルメディアの設置面数は多く、メディアとしてあるいはインフォメーション端末として認知され、着実に市民権を得ているように見受けられた。

ただICT技術の進化が極めて速いことと、ソウルでは早くからデジタル化が進められたため、比較的初期の技術やデバイスを使っているものと、最新式のものとの混在しているような印象も受けた。

また「ソウル特別市都市地下鉄公社」及び「韓国鉄道公社」との意見交換の中でわかったのは、ソウルの交通広告の媒体開発は原則として「長期契約の入札方式」が主流であり、設置提案や運営も代理店が主導しているとのこと。媒体運営会社が方向性を持って主体的にスペースやメディアをデザインしていくのが難しい環境でもあるようだった。

スマートフォン普及率が70%を超えると言われる韓国だが、やはり電車内でもスマホを操作している人を多く見かけた。特に交通広告とモバイルの連携については、今後の動向を含め、引き続き定期的なウォッチと情報交換を継続していくことの重要性を強く感じた。

広場

「帆船模型」

理事 高成田 潔 (株式会社小田急エージェンシー)

1492年10月12日未明、コロンブスが率いるサンタマリア、ニーナ、ピンタの3隻の船が、初めてハバナ諸島グアナハニ島に到着。これがコロンブスのアメリカ大陸の発見である。私は今、そのコロンブスの乗っていた帆船サンタマリアを作っている。といっても帆船模型の話で、数ある趣味の中でも帆船模型づくりは、キングオブホビーと称されている。

帆船模型を作り始めて、15年にもなるが、その間の完成品は、たったの2隻である。1隻目の「カティールサーク」(1869年イギリスの紅茶運搬船、ウィスキーでも有名)は7年、2隻目の「ラ・シレーン」(1775年フランスの巡洋艦)は6年、現在着手している「サンタマリア」は2年目でまだ20%程度である。これらを周りに話すと、「気が長いんですね」とか「よく飽きませんか」とか、呆れた様子で、いろいろと不思議な評価をいただく。

帆船模型は、キットを組み立てる方法と自分で木を探して設計から始めるスクラッチビルドの二種類がある。キットと言ってもプラモデルとは違い、木の板と木の棒と設計図しか入っていないので設計図に合わせて木を削り、船大工のように製作していく。スクラッチビルドとの違いは、設計図の製作と材料の調達の手間がないことぐらいで、要は、どちらも何年もかかる大仕事なのである。ちなみに

に前作の2隻はキットであるが、今回はスクラッチビルドである。

帆船模型の醍醐味は何と言っても、板と棒という2次元のものから、美しい丸みを帯びた3次元の立体物が出来上がる



カティールサーク



ラ・シレーン

ことである。製作に使う木材も

ツゲ、シナノ木、クルミ、ヒノキ、ホウ、カエデ、チーク、マホガニーといるいろな木を用途に応じた固さや木の色を活かして使っている。何百年という大航海時代が掌に蘇ってくることを実感

感じ、ほぼ本物の帆船と似た製作方法を追及する。さらに、その実物は地球上からとうに姿を消して、それぞれが想像を働かせて作っていくことから、一つとして同じものが存在しないオリジナルの造形物だからである。

製作の一例をご紹介しますと、甲板にあるボートのオールなどは、手に握るところが0.2ミリ以下の太さで、水を掻くための広がった部分も削って作りこんでいくミクロの世界であり、1本1時間は要する。それを10本以上もつくる。帆は布を裁断し、ミシンで縫って、ロープをまつり縫いでとめていく裁縫の世界。大砲などもわずか20数ミリのものにロープ類などを組み合わせ20数個、同じものを作っていくなど、ほんとに時間と根性の世界となる。したがって製作には集中力も要求され、「やるぞ」と意気が上がらないとこれまた駄目で、酔って帰ってはできないし、休日はゴルフだったり、電動糸鋸などは大きな音がするため夜に動かしたら、「何時だと思ってるの」と妻に大目玉をくらってしまう。そんなこんなで、なごも大しけも必死にかいくぐって6、7年ほどの長い航海を経て完成した時の感激は、アメリカ大陸発見とは言えないが、言葉には言い尽くせない達成感である。なお、帆船模型をご覧になりたい方は、毎年4月に有楽町東京交通会館で「ザ・ロープ」という同好会の展示会があり、私も来年にはサンタマリアを完成させて出品する予定である。子供のころ、模型少年であった方は、ライフワークの趣味として是非やってみてはどうかと思う。

今回の広場もお楽しみに。

平成25年度第2回理事会を開催しました

2013年12月6日(金)ジェイアール東日本企画10F大会議室において23名の理事が出席し開催した。冒頭に今木会長から挨拶があり、そ

今木会長挨拶

理事、監事の皆さま方には、日ごろ当協会の運営、活動につきまして色々な面でご尽力を賜り心から感謝申し上げます。本日は師走に入りましての大変お忙しい時期に、また遠方よりもお集まりいただき重ねて御礼申し上げます。早いもので、昨年末我が国に新政権が発足してちょうど1年になります。その評価はそれぞれの立場・立場で色々ご意見もあるものと思いますが、少なくとも言えることは内政外交、政治経済社会といったあらゆる面で活気が出てきたという事は間違いないだろうと思っております。特に経済におきましてはアベノミクス効果もこれありということでしょうか、景気は回復基調にあると言われていると思います。加えて2020年東京オリ

れに引き続き審議が行われた。

審議内容は以下の通り。

ピックの開催が決まったことも世の中全体を明るくしているのだと思います。そういつたい雰囲気いい景気を我々鉄道広告に携わる者も全面的にフォロワーの風として受け止めていく必要があります。会員各社の皆さま方のますますのご健闘を期待しますとともに、協会としまして精いっぱい頑張つていきたいと思えます。本日は、6月の総会でご了承いただきました本年度の事業計画の主な項目につきまして進捗状況を報告することなどがメインテーマでございますが、限られた時間ではあります。ご審議のほどどうぞよろしくお願いたします。



第1号議案

副支部長及び副委員長の委嘱変更について

平成25年度定期総会以降、人事異動等の事由により、3名の方より退任の旨連絡があり、定款施行規則第10条及び第13条の2に基づき、委嘱変更が承認された。

北海道支部副支部長

樋口光昭(株)

ニッコーコミュニケーションズ

(平成25年10月31日付)

技術開発委員会副委員長

〈退任〉

河内郁夫 (株)東急エージェンシー

〈新任〉

菊井健一 (株)東急エージェンシー

調査研究委員会副委員長

〈退任〉

土屋政之 (株)小田急エージェンシー

〈新任〉

有坂康雄 (株)小田急エージェンシー

(平成25年12月6日付)

報告事項①

第4回「鉄道利用マナー啓発キャンペーン」の実施について

倫理委員会の神田橋委員長より国

交省と連携するようになって今回で3回目の「一声マナー始めよう」キャンペーンとなるが、2014年明けから80を超える鉄道事業者に協力いただけることになった。それと同時に中吊り、駅貼りだけのところから始まり、駅構内、デジタルサイネージを含め媒体も拡大して進めることになっている。年明けになると思うが、詳細が決定次第、委員会を開き推進する予定である。このマナーキャンペーンを拡大し、鉄道利用者には鉄道利用空間をよりよく過ごしていただけるようにすることで、媒体価値の向上にもつなげたいと説明があった。

△趣旨▽

3年目となる弱者への配慮を目的とする「ひと声マナー」キャンペーンを継続して実施

△時期▽

キャンペーン期間は、2014年1月中旬から連休前の4月下旬頃までの3か月間

△参加鉄道会社▽

昨年度の44社に加え、中小私鉄、地方公営交通約40社が参加予定

△内容▽

1. ポスターは、過去2年のキャンペーンを継続し、利用者に対してイメージを浸透させる観点から、昨年度までのデザインの微修正(文言、

事業者等)のみとし、
①ホーム転落防止「目の不自由な方に配慮する」

②優先座席利用「妊婦、乳幼児連れの方等に配慮する」

の2つのテーマで掲出する。

2.費用の分担及び展開

・デザイン修正費…国土交通省

・中づり印刷、梱包、発送費…JAFRA

・駅貼り印刷、梱包、発送費…各鉄道会社

・鉄道沿線の教育機関等に、各鉄道会社を通じて掲出

とする。

その他、駅構内及び列車内におけるLED案内表示や構内放送等を各鉄道会社で実施する。

3.ポスター掲出以外の取り組み

については、国土交通省の中心事業としてキャンペーン期間に合わせ、各社局の現場において効果的な啓発を行う。

報告事項②
第7回「地球温暖化防止キャンペーン」の実施結果

今年度も、「地球温暖化防止」という公共性、社会性の高いテーマの鉄道広告キャンペーンを継続して実施すること、

(1)鉄道広告の持つ高い視認性とネット

トワーク力を活かして、環境問題に対する社会的警鐘を鳴らし、より豊かな社会の実現に寄与する。

(2)全国の鉄道会社が行っている環境保全へ向けての積極的な取り組みを支援し、CO₂排出量の少ない社会の実現に寄与する。

ことを目的として、8月2日(金)

(8月31日(土))の期間、札幌、仙台、首都圏、名古屋、京阪神、高松、広島、福岡の各都市圏を拠点とした全国各地の鉄道駅および鉄道車両に延べ枚数約50万枚のポスターを集中的に一斉に掲出し、展開した。

滝久雄美観風致委員長から、駅の方力というのは非常に大きく、反響があると各方面から聞いている。また、先生方もビジュアルを掲出することで、全国の教電子からも多くの連絡があるということで、励みになるとおっしゃっている。報告があった。また、毎年キャンペーンにビジュアルを提供していただいている大津英敏理事からも、文化庁より、日本芸術院の先生たちも創作活動だけではなく、全国へ赴いて講演をされたらどうかと言われたので、可能な限り出かけてまいりました。9月から12月にかけて北海道から鹿児島まで義務教育の小中学校15校にこのポスターを配り、生徒たちと絵の話をしたり、絵を描いてもらったり、ポス

ターの話をしました。このことが地方の新聞社にも紹介され、最近では「虎の大津」と覚えていただいているようなので、これからもがんばりたいと報告があった。



「虎の大津」こと大津英敏理事

報告事項③
JAFRA 環境方針アンケート実施について

(詳細はJAFRA NEWS Vol.21 12月号に掲載)

富田栄次環境委員長から、会員各社へ12月2日付でアンケート用紙を送付した。神田橋前委員長の時に環境方針のポスターを作成し、アンケートを行ったが、改めて2回目のアンケートを実施することとした。前回

と比較して、環境対策への取り組みがどう変化しているのかを主題にしている。この結果を元に、今後どのように委員会を進めるか、どのような啓蒙活動をするのか考えていきたい。年末の忙しいところ大変恐縮ではあるが、役員の皆さまにはご協力をお願いしたい。それからアンケートを作成するに当たり、今木会長からアトレの環境対策をご提供いただき、大変有益なアドバイスをいただいたことも御礼申し上げたいと報告があり、今木会長から、次回理事会にはこのアンケート結果の報告と、それを元どのように委員会活動を展開するかまた報告してもらいたいと意見があった。

報告事項④

技術商品開発研究会の活動について

○第1回7月12日(金)

*今年度の研究テーマについて

スマートフォン・タブレット端末の普及と機能高度化に対応した鉄道広告の取り組みについて

・次回技術商品研究会までに最新事例を持ち寄り議論することが決定。

・11月に最新事例の視察を目的に研修旅行の実施を決定。

○第2回10月4日(金)

・スマートフォンと交通広告を連動させたプロモーションの事例研究と

水平展開について

- ・ビッグデータの活用方法について
 - ・最新事例視察研修旅行について
- 11月に実施する韓国視察旅行の具体的な行程説明
(なお、この項目については巻頭を参照)

報告事項⑤

e・販促システムリニューアル進捗状況について

2012年11月30日開催の平成24年度第2回理事会においてe・販促システム(JAFRAADS)リニューアル募集状況の報告をし、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、2013年2月に契約を締結し、リニューアルへの実作業に入った。スケジュールは左記の通りである。

2013年2月～	設計／制作期間
2014年3月末日	検収
2014年2月	納品
2014年3月末日	

進捗状況

- ・担当会社…(株)オリコム、(株)オッズファクトリー

・「新駅ちようさん」「新中づくりくん」(いずれも仮称…以下同様) 本体シス

テムは完成に向けテスト版の開発進行中

- ・ネーミング募集を行い、現在既存ネーミングも含め編集委員会で検討中。
- ・施設設データは、(株)ナビットのものを使用(当初昭文社、コストは変わらず)

・「新中づくりくん」の路線図は、従来の首都圏に、近畿圏、中京圏を加え支部の協力を得ながらほぼ完成。

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4000千円を支払済み。

(2)残金については、平成26年3月期から5年間(60か月)リースで支払予定。

(約270千円/月)

報告事項⑥

アカウンタビリティ向上の進捗状況について

2013年3月13日に開催された平成24年度第3回理事会において、特別委員会「アカウンタビリティ向上委員会」の進捗状況の報告があったが、それ以降については以下の通りである。

1. 交通広告共通指標推進プロジェクトの発足

JAFRA内部の委員会として昨年度1年間活動したが、日本広告業協会(JAAA)と関東交通広告協議会(11社会)も合わせ3団体協力体制の下、6月18日に正式に「交通広告共通指標推進プロジェクト」として発足した。

・関係3団体
日本鉄道広告協会アカウンタビリティ向上研究会(10社)

関東交通広告協議会企画部会(6社)

日本広告業協会交通広告小委員会WG(10社)

・代表幹事
(株)ジェイアール東日本企画星野氏他

幹事3名
・事務局
ビデオリサーチ

2. 交通広告共通指標推進プロジェクト会議開催

右の組織体制で、次の内容で月1回2回会議を開催。

・第1回6月18日(火)～第9回11月27日(水)全9回

・内容実証調査の設計と実施
サーキュレーションデータの考え方

駅メディア調査の考え方
他メディア調査との比較研究

データの活用方法の検討等

3. 実証調査の実施
昨年の実証調査結果を受け、交通

広告共通指標策定に向け、本調査を実施。

・調査期間平成25年9月～12月(4か月)

・調査方法インターネットリサーチ
・対象者抽出協力会社のリサーチモニターより抽出

1都3県に居住する15～59才で、調査当日の対象路線利用者をリクルート

・サンプル数各線1日あたり300s×4日間調査

・調査頻度
11社局の対象路線を最低年1回調査

*11社…JR東日本、東京メトロ、京王、東急、小田急、相鉄、京急、京成、東京都交通局、東武、西武

この件に関して、柳館毅副委員長より、共通指標プロジェクトは順調に推移している。ここに至るまで2012年度に試験的な調査をJR、東京メトロの2路線で実施したのは報告済みだが、より意義のある本調査ができるよう、正盛委員長のもと何回にもわたり、質問項目などを議論してきた。9月から本調査を開始し、12月に行われる2路線で終了するので委員会としてはひと段落している。プロジェクトメンバーは各社の調査に詳しい人に担当していただき調査にあたっては、通常業務以外に手を煩わせているので、改め

てお礼申し上げたい。今後はこの12月に調査が終了し、1月末には集計ができると思うので、2、3月の間に関係4団体に調査結果を報告できるようにしたいと説明があった。

報告事項⑦
会員拡大施策について

現在、当協会の正会員は鉄道に関わる広告会社275社と鉄道会社28社の計303社、賛助会員は19社（制作関係8、印刷関係5、作業関係2、制作、調査、看板、団体各1）の構成になっている。

総務・財務委員会では、新規会員社の入会促進を図るべくその施策として、広告業、鉄道業のみならず、鉄道広告に携わる会社も含め、会員のすそ野を広げていくことが重要と考えている。

すなわち賛助会員を中心に会員数を増やすことで、上記の課題を解決し、鉄道広告のさらなる地位向上に寄与することになると考え、委員会を開催し、左記の項目などについて検討をしている。

①総務・財務委員以外の会員社へのリストアップの拡大ができないか。

②リストアップを受けた候補会社へのアプローチの仕方等の検討。

上記について、引き続き検討し、会員拡大施策をまとめ、次回の理事会で報告していく予定である。

この件に関して、今会長から、現在総務・財務委員会のメンバー各社だけで賛助会員の募集を行っているが、今後これを協会全体に広げた上でどのように推進していくか、協会としての目的はなにか、賛助会員として参加するメリットはなにかとということなどについて明確にする必要があると思うと意見があった。



理事会

報告事項⑧
内閣府立入検査について

田之上専務理事より、内閣府から指摘された事項には、定款の改訂が必要になるものが含まれているため、2014年3月に開催予定の第3回理事会には、定款の改訂について議案の審議をお願いしたいと説明があった。

内閣府公益社団法人認定等委員会立入検査指摘事項

①定款第15条に対する指摘

・定款第15条2 会長は、本会を代表し、その業務を遂行する。

指摘…その業務が明確でないため修正あるいは明確な業務規定が必要。

対処案…定款の条文を変更したい。会長は、本会を代表し、会務を総理する。

定款の変更を伴うため、次回理事会にて諮りたい。

②定款第38条に対する指摘

定款第38条 常任理事会

指摘…定款に常任理事会の存在が明記されているが、開催されていない理由。

「常任理事会を開催するような重要事項がなかったため、会長の判断で開催していない。」と回答。

③法人法129条に定められているような運用がされていない。

計算書類等については、定時社員総会の日（二週間前）の日から五年間その主たる事務所に備え置かなければならない。

条文 法人法129条

一般社団法人は、計算書類等（各事業年度に係る計算書類及び事業報告並びにこれらの附属明細書（第124条第1項又は第2項の規定の適用がある場合））は、監査報告又は会計監査報告を含む。をいう。以下この条において同じ。を、定時社員総会の日の一週間（理事会設置一般社団法人にあっては、二週間）前の日（第58条第1項の場合）については、同項の提案があった日）から五年間、その主たる事務所に備え置かなければならない。

*公益社団法人においても一般社団法人の規定が適用される。

対処法…定期総会の二週間以上前に第2回理事会を開催し、計算書類等の議案を確定する。平成26年度の総会（平成26年6月27日）の二週間前に第1回理事会を開催したい。

④定款第6条（1）で正会員は法人格のあるものとしているが、会員名簿では支社、支店も正会員と表記されており、議決権を有しているような誤解を受ける。

・定款第6条 本会の会員は次に掲げる正会員及び賛助会員で構成し、正会員をもって一般社団法人及び一般財団法人に関する法律上の社員とする。

正会員は、本会の目的に賛同し入会した次の者をいう。

鉄道軌道業を営む法人
鉄道広告媒体を管理する法人

首都圏支部

交通広告実務研修を 開催しました

12月4日（水）、ジェイアール東日本企画の会議室で、今年も交通広告

鉄道広告媒体を管理する法人と現に鉄道広告の取り扱いに係る契約を締結している法人

対処法…支社・支店会員については、議決権を有していないため、現在の正会員を区分するとともに、区分した会員の名称については、次回理事会にて諮りたい。

報告事項⑨ 支部活動状況について

各支部の活動状況について田之上専務理事より説明があった。

その他

今後のスケジュールについて

報告事項8のとおり総会の2週間前に理事会を開催する必要があるの

に関する実務の基礎を学べる「交通広告実務研修」を開催しました。

交通広告に携わって日の浅い若手を対象とするこの研修には、総勢66名と多くの会員社の皆さまに参加いただきました。

冒頭、小暮和之首都圏支部長より、次のような挨拶がありました。

支部便り

で、これまでのスケジュールに加え、2014年第1回理事会を6月11日に予定しているので、参加をお願いしたいことなどを含め説明があった。

平成26年「広告界合同年賀会」

日時…平成26年1月8日（水） 15時

30分

場所…

帝国ホテル 本館2階「孔雀の間」

共催団体…広告関連30団体

平成25年度第3回理事会

日時…平成26年3月13日（木） 15時

30分（予定）

場所…未定

予定議案

・平成26年度事業計画（案）について

・平成25年度収支決算（見込）

及び平成26年度予算（案）について

・その他

当日のカリキュラムと講師は左記のとおり。

10時00分～

【ビジネス概論と広告展開事例研修】

交通広告の概要と実務に関する講義

講師…金沢 一幸氏

（株）メトロアドエージェンシー

平成26年度第1回理事会
日時…平成26年6月11日（水） 13時
30分（予定）
場所…未定

平成26年度定期総会

日時…平成26年6月27日（金）（予定）

場所…ホテルメトロポリタン（池袋）

定期総会14時00分～

臨時理事会15時45分～

セミナー16時20分～

懇親会17時40分～

※26年度は役員改選期にあたるため、定期総会終了後、総会で選任された理事・監事により臨時理事会を開催する。

14時54分、議案の審議をすべて終了し、今木議長は閉会を宣言した。

以上



金沢一幸氏

営業本部営業媒体局 媒体第2部

- ① 交通広告の変遷
- ② 交通広告の種類・名称
- ③ 交通広告の特性
- ④ 交通広告の動向
- ⑤ 交通広告の業務フロー
- ⑥ 交通広告の今後

11時00分

交通広告の展開事例に関する講義

講師：稲葉朋江氏

小暮和之支部長挨拶

現在、広告業界全体は大きな変貌の時期を迎えています。リーマンショックや大震災の影響で売り上げが2000億円の大台を割っていましたが、ようやく底を打ったところで、1つはネット広告の台頭です。新聞広告の売り上げを抜いたというところで、これからはネット広告をクライアントにいか提案していくかが課題となります。2つ目には広告業界の寡占化があげられます。日本の企業も国際化の波にのまれて競争が厳しくなり、それが寡占化につながっていると思います。

交通広告の最近の話題の1つは、デジタルサイネージ化です。車両

株式会社ジェイアール東日本企画

00Hメディア局00Hメディア第2部

- ① 空間ジャック
- ② 世界観
- ③ 意外性
- ④ 素材・変形・立体
- ⑤ 音
- ⑥ 香り
- ⑦ タレント
- ⑧ ピールオフ

のみならず駅の中にもこれまでの紙や板媒体によるものからデジタルサイネージに移行するものが増えており、これをいかにネットワーク化、定型化してクライアントに提案していくかということがこれからの課題になります。

もう一つの話題は、アカウンタビリティの向上です。数年前からクライアントから強く要請されているのですが、TVには視聴率というわかりやすい数字があります。しかしながら交通広告業界は、JR東日本



稲葉朋江氏

- ⑨ 駅の施設を利用
- ⑩ デジタルサイネージ

や東京メトロのように媒体別に数字を発表しているものもありますが、共通の数字はありませんし、媒体社側から発表している数字ということに信頼性に欠けるといふ指摘がありました。JAFRAでは、昨年アカウンタビリティ向上委員会を立ち上げ、今年度から本格施行することになりました。業界共通の指標を作ろうということ、客観的で共通で公正な数字をある程度正確に提案できるのではと、クライアントからも大きな期待をされています。ひとまずは車内メディアだけです。駅メディアについても時間はかかるとは思います。先日、韓国に行きました。その前に東南アジア、ヨーロッパ、アメリカにも行きましたが、日本の交通広告は独自の発展を遂げていると思

います。

13時10分
【掲出基準研修】
交通広告の倫理綱領、掲出基準に関する講義

講師：藤村 直子氏
(株)ジェイアール東日本企画
交通媒体本部審査部

- 1. 事例紹介
- 2. 鉄道広告の特徴
- 3. 鉄道広告の倫理綱領と掲出基準

ました。皆様も海外に行かれて、中づりのない車内を見て、すっきりしていると感じられた方もいるかと思いますが。ソウルやシンガポールやマレーシアなどでは、中づりがよく見えることはありますが、いずれにしても交通広告は日本の文化ではないかと思えますし、もつと発展させるべきだと感じています。また、ソウルの車内では、ロングシートと扉の仕切り板の表裏にも広告が入っているものもあり、日本でもまだまだ開発の余地があるのでと思います。

皆様も今回の研修を、広告を企画するきっかけにしたり、クライアントにこういう提案をすればいいのではと考えるのに役立てていただければ幸いです。



加藤潔氏

14時10分
【安全研修】
交通広告の掲出・撤去作業時の安全対策に関する講義
 講師・加藤 潔氏
 (株)ジェイアール東日本企画
 交通媒体本部設備・安全対策部
 交通広告における安全対策
 作業責任者登録制の経緯
 広告作業における安全管理体制
 各種事故防止対策会議等
 作業責任者の任務
 各種事例紹介



藤村直子氏

4. 鉄道広告の審査について
 5. まとめ

合同年賀会を開催しました

事務局からのお知らせ



挨拶する全日本広告連盟大平明理事長

今年も広告関係30団体による「広告界合同年賀会」が1月8日(水)、東京都千代田区の帝国ホテル「孔雀の間」において開催され、華やかに2014年が幕を閉じました。
 始めに、全日本広告連盟大平明理事長、日本アドバタイザーズ協会佐治信忠理事長、日本新聞協会白石興二郎会長、日本民間放送連盟井上弘会長、日本雑誌協会石崎孟理事長、日本雑誌広告協会高橋基陽理事長、日本屋外広告業団体連合会高橋公比古会長が登壇し、鏡開きが行われました。代表して挨拶にたった全日本広告連盟大平明理事長より、「昨年の

日本は復活の年、伊勢神宮や出雲大社の遷宮で神もよみがえった。今年甲午(こうま) 甲(こう)というのは、堅い殻を破って植物が大地に根を張り、空に伸びていくということであり、長く寒い冬が終わって天に向かってエネルギーを発散する飛躍の年である。これまでの常識が通用しなくなり、広告の概念が広がりメディアの概念が変化する時代がやってくる。そして新たな広告の元気が日本を元気にすることが出来る。今日はその出陣式にしたいので皆さん一緒に声を挙げましょう。」と呼びかけ、エイエイオウの掛け声とともに、こぼしを天に突き上げる乾杯が行われました。
 当日は主催者発表で1600名余りが出席、賑やかな江戸囃子をBGMに縁起物の獅子舞やひよっとこが練り歩く場内では、あちらこちらで新春の挨拶が交わされていました。
 年始のお忙しい中ご出席いただきました会員社の皆様には、この場をお借りしてお礼を申し上げます。
 また気の早い話で恐縮ですが、2015年1月7日(水)同会場での年賀会開催が決定しておりますので、皆様のご参加をお待ちいたします。お待ちしております。



今年もよろしく!!

編集後記

昨年、世界文化遺産に登録された富士山を上空から眺めました。富士山を見るとなんとなくありがたい気分になりますが、例年に比べ積雪量が少ないような気がします。雪が多すぎて困りますが、少なかったらそれはそれでこれからの湧水に影響があるので、適度な降雪で綺麗な雪景色を堪能したいな...と思っています。
 雪と言えば、2月は冬季オリンピックがあります。ちなみにソチとの時差は5時間ということで、適度な夜更かし、適度な早起きを心がけましょう。
 みなさまが聞こえた「春の声」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.23は4月1日発行予定です。お楽しみに。