

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

生まれ変わる阿倍野の街づくりと OOHメディア

ビルの高さが日本一となる「あべのハルカス」が2014年3月7日にグランドオープンを迎え、1976年に都市計画決定以降、約35年にわたり再開発を進めてきた阿倍野金塚地区と呼ばれるエリアの開発は、阪堺電車天王寺駅前駅の移設と道路拡幅工事を残すのみとなりました。

今回、エリア開発事業に伴い変貌を遂げた「あべの・天王寺エリア」の街づくりとOOHメディアの開発についてご紹介いたします。



あべのハルカス全景

「あべの・天王寺エリア」の特徴

とはいえ、阿倍野は関西圏以外の方々、ともすれば大阪在住や勤務されている方々以外は馴染みの薄い存在でありながら、隣接する天王寺と合わせ「あべの・天王寺エリア」と呼ばれ、梅田（キタ）・難波（ミナミ）に次ぐ大阪第三のエリアとして、大阪市営地下鉄（御堂筋線・谷町線）をはじめ、JR西日本（大阪環状線・関西本線・阪和線）、近鉄（南大阪線）、阪堺電車（上町線）の7路線が乗り入れ、1日のべ70万人以上が利用され、利用者の3/4は南大阪・奈良・和歌山方面から来られています。また、関西圏においても京都や三宮より利用者数が多いエリアです。

「阿倍野地区」の開発と街づくり

阿倍野地区は、梅田や難波とは異なり、ビジネス街や繁華街ではなく、商店街や居住地、路面電車と車、歩行者が共存する昔ながらの下町のエリアでしたが、再開発に伴い道路や

株式会社アド近鉄
交通広告事業本部
企画開発部 課長
音川 峰行

居住地の整備、大規模商業施設の誘致が行われるとともに近鉄では創業100周年事業の一環として大阪阿部野橋駅の近鉄百貨店上に「あべのハルカス」建設を行うことになりました。

これにより、近鉄大阪阿部野橋駅とJR天王寺駅、大阪市営地下鉄天王寺駅を中心とした半径400m以内に近鉄百貨店から駅ビル、大型ショッピングセンター、若者向け商業施設、映画館など主な施設が集まり、かつ、それらをつなぐ通路の整



近鉄大阪阿部野橋駅

備が回遊性を高め、幅広い層の方々が気軽に行き来できるエリアとなっています。

「多彩な商業施設」

3月7日に開業を迎えた「あべのハルカス」は、ビルとしての高さが300mで日本一となる複合ビルです。地下5階、地上60階を有し、最先端の技術でCO₂排出を低減する構造など、ターミナル駅に直結した街と共に成長できる存在、かつ先進的な都市機能を集積した立体都市を指した施設です。

あべのハルカスの全容としては、まず58階から60階に展望台「ハルカ

ス300」が設けられ、60階はガラス張りで360度のパノラマビューで大阪平野を一望できます。

38階より上にはマリオット・インターナショナルと提携し、グループの都ホテルとのダブルブランドによる運営となる「大阪マリオット都ホテル」が開業します。高品質の国際的都市型ホテルを目指し、広めのゲストルーム設計による宿泊重視としながらも、ビジネスセンターなどの充実した付帯サービス施設によりお客様の滞在をサポートします。

21階からの中層階はオフィスフロアとなっています。大阪でも有数の広さと最先端の設備やサポート施設を兼ね備えています。

16階には「あべのハルカス美術館」が入ります。ターミナル直上という利便性から、芸術や文化を気軽に楽しめる新しい都市型美術館となります。

そして、中核テナントとなる「近鉄百貨店あべのハルカス近鉄本店」は、営業面積としては約10万㎡と日本最大で、2012年6月に先行オープンした百貨店業態のタワー館と多彩なコンセプトフロアをもつウイング館から構成され、新しい売場編集と時間消費型施設を充実させています。また、レストラン街「ハルカスダイニング」も日本最大級の営業面積を誇り、昼夜を問わず来店されて



近鉄百貨店 1F 入口

います。

第一次商圈から第三次商圈まで合わせて620万人の商圈を見込んでありますが、増加する周辺の都市生活者に対応する「地域密着」の視点と、周辺の施設と一体となった街としての魅力を向上させていきたいと考えています。

これに呼応するように周辺の開発も行われ、大阪市営地下鉄天王寺駅の地下通路には、駅ナカ商業施設「エキモ天王寺」が2013年4月にオープンし、駅構内が明るく生まれ変わりました。

さらには、JR天王寺駅に隣接する商業施設「天王寺ミオ・プラザ館」も2013年3月にリニューアルを行い、夜には壁面のイルミネーションが街を飾り、ブランドイメージを

高めています。

「あべのハルカス」開業前までエリアを牽引したのが都心型商業施設「あべのキューズモール」です。2011年4月に開業した同施設は、初年度の売上高は当初年間計画を大幅に上回り、若い女性に人気の「あべの109」をはじめ、多彩な店舗構成により、朝は中高年、昼はファミリー、夕方は学生、夜は会社員らが来店するなど、全方位型施設として人気を集めています。

これらの商業施設に加え、2013年度をメインターゲットに店舗の大規模改修を行った「Hoop」やAbeno Natural Daysをキーコンセプトとして、都市型商業施設とデイリーユース機能の両面を



ハルカス 300 (展望台) からの眺望



Hoop



and

もった商業施設「and」、2012年2月に開業したホテル、分譲マンション、商業施設などが入った複合施設「あべのnini」、映画館を有する「あべのルシアス」、昔からの商店街など、様々なターゲットが楽しめるエンターテインメントが凝縮されたエリアになりました。

「あべの・天王寺エリア」のOoHメディア

これらの開発は、街の拠点となる「駅」にも大きな影響を及ぼしました。特に私どもの近鉄大阪阿部野橋駅は2008年より駅のリニューアル工事が行われ、地上改札とホームのセットバックに始まり、「あべのハルカス」の建設に伴った地上改札側のコンコー

スも整備されました。

この整備に伴い、当社ではデジタルサイネージの導入に着手し、2014年1月より西改札外の自由通路におきまして、70インチを21面配した「あべのハルカス前自由通路デジタルサイネージ」を販売いたしました。開発には利用者の動線や目線、既存誘導サインとの関係など、様々な要素から検討を重ねました。「あべのハルカス」開業前の当社独自調査による設置エリアへの流入者数は、平日で約13万8千人、休日では約14万9千人にのぼり、駅の利用者だけでなく、周辺施設の買い回り客など、プラスαの往来があります。また、同じ観点から大阪阿部野橋駅と大阪市営地下鉄とJRの天王寺駅を結ぶ地下広場にも25面のデジタルサイ



あべのハルカス前自由通路デジタルサイネージ



地下広場のデジタルサイネージ

ネージを設置し、「あべのハルカス」の人居テナント用として運営しています。このほかにも、「あべのハルカス」の館内やエレベーターホールにもデジタルサイネージを設置し、「あべのハルカス」の情報を中心に発信しています。

また、阿倍野エリアに隣接するJR天王寺駅でも駅の耐震工事に伴い、近鉄に先駆けてデジタルサイネージを導入されました。上下2段で構成されるデジタルサイネージで、異常時には下段に振替輸送等の情報が表示されます。各駅と商業施設を結ぶメイン動線にあり、非常に注目度の高い媒体です。近鉄の「あべのハルカス前自由通路デジタルサイネージ」と連動させると相乗効果により更に高い広告効果が見

込めます。

「あべの・天王寺エリア」の駅や各施設を結ぶ通路として、昔よりある歩道橋も全面リニューアルされました。「あべの」の「a」を現したこの歩道橋にも大型の広告枠が設置され、同エリアの広告主様が掲出されています。

今まで大阪は「梅田」と「難波」という代表的なエリアに注目が集まってきましたが、「あべの・天王寺エリア」の開発と「あべのハルカス」というビルの高さ日本一の話題性により、注目度が高まっています。

まだ「あべの・天王寺エリア」に来たことがない、OoHメディアを見たことがないという方は、ぜひお声掛けください。隅から隅までご案内させていただきます。



JR 天王寺デジタルサイネージ

「開幕！」

理事 富田 恭史 (西武鉄道株式会社)

3月1日、私がか待ちにしているJリーグが開幕した。Jリーグは、カップ戦も含めると、最長で翌年の1月1日まで楽しめるプロスポーツである。

スポーツ観戦と言えどもっぱらプロ野球ばかりだった私は、Jリーグがスタートした1993年、『100年構想』に衝撃を受け、共感して以来、サッカーの魅力に心奪われ、今ではサポーターとして、応援しているチームの勝敗が生活の一部になっている。

私が思うJリーグの魅力は、Jクラブはそれぞれのホームタウンにおいて、地域社会と一体となったクラブづくり(社会貢献活動を含む)を行い、サッカーをはじめとするスポーツの普及及び振興に努めることが求められ、各Jクラブが同じ目線で活動をしているところに一つはあると思う。



これから応援に向かいます

そんなJリーグ観戦について、私なりの楽しみ方を紹介したい。私は、浦和レッズのサポーターとして、数多くのゲームを観戦している。ホームの埼玉スタジアム2002は、浦和美園駅より2km近く歩道を歩くのだが、応援する横断幕が沢山掲出されており、試合への期待感を高

めてくれる。スタジアムに到着し『REDS WONDERLAND』の門をくぐると、様々なお店が出迎えてくれる。試合開始前には、この場所ですゲームプランについて、仲間と勝手に談議となる。もちろんお酒付きで！(笑)



今日のゲームプランを考えたり...

めてくれる。スタジアムに到着し『REDS WONDERLAND』の門をくぐると、様々なお店が出迎えてくれる。試合開始前には、この場所ですゲームプランについて、仲間と勝手に談議となる。もちろんお酒付きで！(笑)

大応援団が迎えてくれる。この応援団は、いろいろな意味で日本一だと思う。(そう思いたい!)ゲーム中は、応援団によりスタジアムが一つとなり、試合終了のホイッスルが鳴るまで、選手のプレーに声援を送り続ける。90分間続く大応援もゴールした際の歓喜のスタジアムも観戦の大きな魅力と言える。We are Reds!の大合唱と、勝利の唄は、何度観ても鳥肌



埼玉スタジアム 2002



We are Reds!

が立つほどである。そしてゲームが終了すると、ホームタウンのお店で反省会を仲間と行う。勝敗に関係なくゲーム内容について盛りあがり次節の勝利を願うのである。このような週末を、ゲームのあるときは送っているが、今年こそ優勝!と毎回締めくくるところは、お決まりのパターンとなっている。

楽しみ方は、人それぞれあると思うが、一度是非、ホームタウンのJクラブまたは、出身地のJクラブをサポーターして楽しんでみてはいかがでしょうか。



いつもよりちょっと多めに反省...

【Additional Time】練習場に見に行くと選手が気軽にサインをしてくれる。そのため、ユニホームが増えてしまう。(苦笑)

お気に入りのユニホームは、現日本代表キャプテン長谷部選手の浦和レッズ時代のサイン入りユニホームです。



自慢のユニホームコレクション

次回もお楽しみに。

2013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「2013年（平成25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。2013年の日本の広告費に關しまして、以下ポイントをご紹介します。

総広告費 1.4%増、

2年連続で増加

2013年（平成25年1～12月）の総広告費は、「アベノミクス」効果による持続的な景気の回復傾向と消費税増税前の駆け込み需要の影響が開始した年後半は好調に推移しました。前半は、高額商品の売れ行きが良くなるなど日本経済は上向き基調となりましたが、広告費全体の押し上げまでには至りませ

ませんでした。しかし、通年での総広告費は5兆9762億円、前年比101.4%と、2年連続で増加しました。

媒体別広告費の概要

媒体別では、「テレビ広告費」（前年比100.9%）、「新聞広告費」（同98.8%）、「雑誌広告費」（同98.0%）、「ラジオ広告費」（同99.8%）の「マスコミ四媒体広告費」は同100.1%と微増でした。また、「プロモーションメディア広告費」も同100.1%と2年連続で前年を上回りました。メディア価値が定着してきた「衛星メディア関連広告費」（同109.6%）と運用型広告が好調の「インターネット広告費」（同108.1%）は、引き続き堅調に伸びました。

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）では、

「金融・保険」（前年比115.6%）通

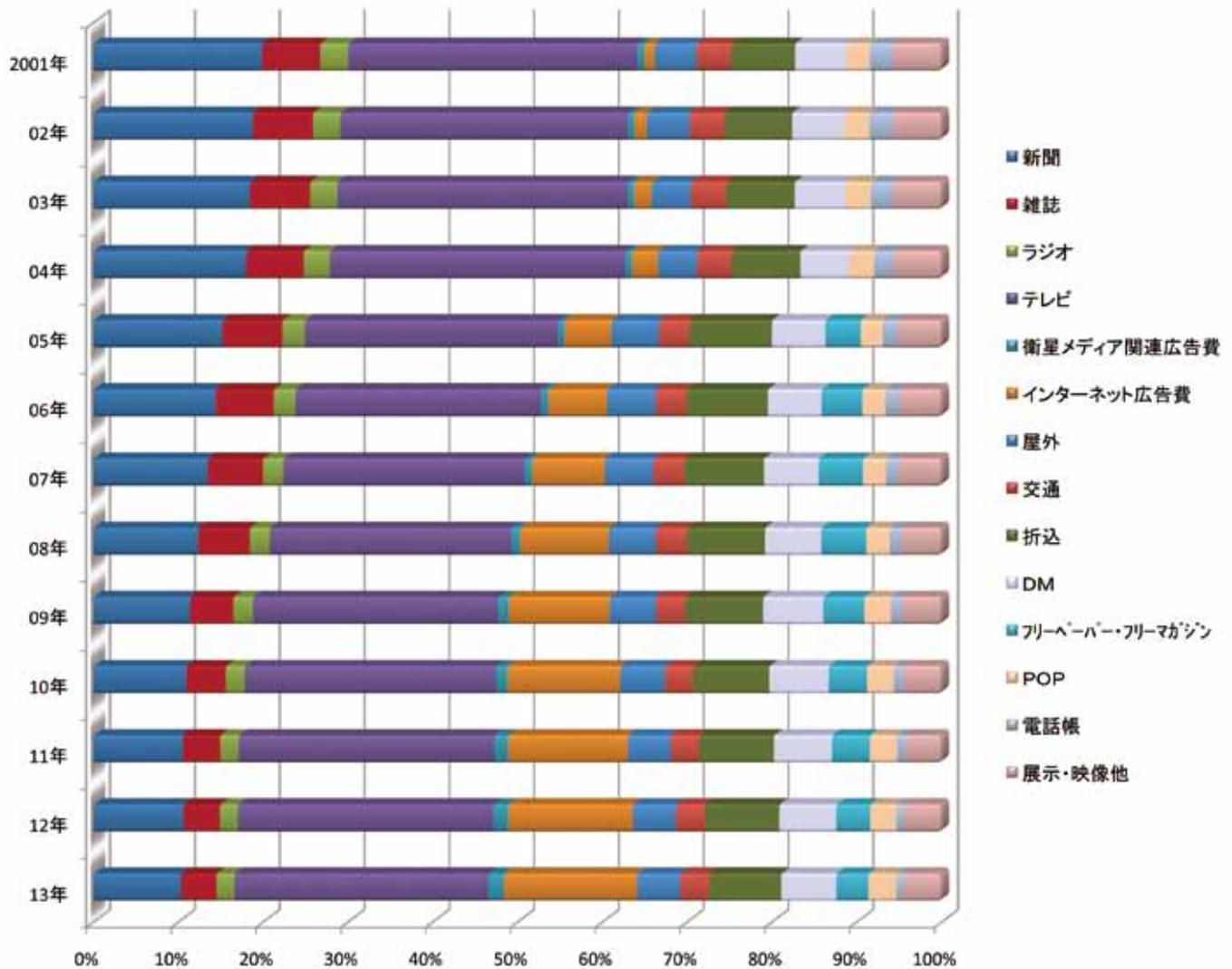
販型保険商品、NISAなどが増加）、「外食・各種サービス」（同110.3%）法律サービスなどが増加）、「不動産・住宅設備」（同105.8%）一般住宅などが増加）、「家庭用品」（同105.5%）ベッドなどが増加）、「教育・医療サービス・宗教」（同103.1%）予備校・学習塾、病院・医療サービスなどが増加）など21業種中8業種で前年を上回りました。減少業種は、「趣味・スポーツ用品」（同94.2%）オーディオソフト、人形・玩具などが減少）、「官公庁・団

媒体別広告費（2003年～2013年）

(億円)

媒体	<改訂前>				〔第2次改訂〕								
	2003年 (平成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)	12年 (24年)	13年 (25年)
総広告費	56,841	58,571	59,625	59,954	68,235	69,399	70,191	66,926	59,222	58,427	57,096	58,913	59,762
マスコミ四媒体広告費	35,822	36,760	36,511	35,778	37,408	36,668	35,699	32,995	28,282	27,749	27,016	27,796	27,825
新聞	10,500	10,559	10,377	9,986	10,377	9,986	9,462	8,276	6,739	6,396	5,990	6,242	6,170
雑誌	4,035	3,970	3,945	3,887	4,842	4,777	4,585	4,078	3,034	2,733	2,542	2,551	2,499
ラジオ	1,807	1,795	1,778	1,744	1,778	1,744	1,671	1,549	1,370	1,299	1,247	1,246	1,243
テレビ	19,480	20,436	20,411	20,161	20,411	20,161	19,981	19,092	17,139	17,321	17,237	17,757	17,913
衛星メディア関連広告費	419	436	487	544	487	544	603	676	709	784	891	1,013	1,110
インターネット広告費	1,183	1,814	2,808	3,630	3,777	4,826	6,003	6,983	7,069	7,747	8,062	8,680	9,381
SP広告費/プロモーションメディア広告費	19,417	19,561	19,819	20,002	26,563	27,361	27,886	26,272	23,162	22,147	21,127	21,424	21,446
屋外	2,616	2,667	2,646	2,738	3,806	3,946	4,041	3,709	3,218	3,095	2,885	2,995	3,071
交通	2,371	2,384	2,432	2,505	2,463	2,539	2,591	2,495	2,045	1,922	1,900	1,975	2,004
折込	4,591	4,765	4,798	4,809	6,649	6,662	6,549	6,156	5,444	5,279	5,061	5,165	5,103
DM	3,374	3,343	3,447	3,495	4,314	4,402	4,537	4,427	4,198	4,075	3,910	3,960	3,893
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	2,289
POP	1,725	1,745	1,782	1,845	1,782	1,845	1,886	1,852	1,837	1,840	1,832	1,842	1,953
電話帳	1,524	1,342	1,192	1,154	1,192	1,154	1,014	892	764	662	583	514	453
展示・映像他	3,216	3,315	3,522	3,456	3,522	3,456	3,584	3,196	2,775	2,634	2,406	2,606	2,680

媒体別構成比



体」(同94・6%・政党・政治団体などが減少)、「エネルギー・素材・機械」(同94・9%・電力、ガスなどが減少)、「流通・小売業」(同95・0%・大型量販店などが減少)など13業種でした。

日本の経済成長と日本の広告費

2013年の名目国内総生産(GDP)の伸び率はプラス1.0%でプラス成長となりました。また2013年の国内総生産に対する総広告費の比率は1.25%で前年(1.24%)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2兆1446億円、前年比100.1%と微増ながら2年連続

で増加しました。モーターショーなどの展示会、商業施設における各種媒体やイベント、交通広告におけるデジタルサイネージ、POPなどの活発化が全体を押し上げる要因として寄与しました。一方で、印刷および用紙代の上昇により用紙サイズの縮小がみられる「折込広告」、無宛名便の市場は拡大しているものの競争が激しい「DM」、インターネット広告への移行もみられる「フリーペーパー・フリーマガジン」「電話帳」が前年割れし、プロモーションメディア広告費全体の伸び率に影響しました。

交通広告は、2004億円、同101.5%と4年ぶりに2000億円台に回復しました。業種別では、「飲料・嗜好品」「外食・各種サービス」(エステティックサロンなど)「教育・医療サービス・宗教」(語学学校など)「薬品・医療用品」などが伸びました。デジタルサイネージは新設・増設が続いて市場が拡大しました。特に車内ビジョンの稼働率が高く、電車内のステッカーも好調でした。バスシェアリングは、一部の地方エリア(福岡・大阪・名古屋・広島など)で好ロケーションに設置されているため、稼働率が上がっています。

2011年～2013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(%)		
	2011年 (平成23年)	2012年 (24年)	2013年 (25年)	2012年 (平成24年)	2013年 (25年)	2011年 (平成23年)	2012年 (24年)	2013年 (25年)
1. エネルギー・素材・機械	2,724	2,624	2,490	96.3	94.9	1.0	1.0	0.9
2. 食品	26,619	28,329	27,209	106.4	96.0	9.9	10.2	9.8
3. 飲料・嗜好品	19,621	20,987	20,688	107.0	98.6	7.3	7.6	7.4
4. 薬品・医療用品	14,354	14,847	14,745	103.4	99.3	5.3	5.3	5.3
5. 化粧品・トイレタリー	27,687	28,783	27,985	104.0	97.2	10.2	10.4	10.1
6. ファッション・アクセサリ	10,818	11,645	11,732	107.6	100.7	4.0	4.2	4.2
7. 精密機器・事務用品	2,630	2,886	2,834	109.7	98.2	1.0	1.0	1.0
8. 家電・AV機器	5,449	5,412	5,533	99.3	102.2	2.0	2.0	2.0
9. 自動車・関連品	12,981	16,473	16,710	126.9	101.4	4.8	5.9	6.0
10. 家庭用品	6,421	6,496	6,856	101.2	105.5	2.4	2.3	2.5
11. 趣味・スポーツ用品	11,061	10,853	10,227	98.1	94.2	4.1	3.9	3.7
12. 不動産・住宅設備	10,445	10,869	11,503	104.1	105.8	3.9	3.9	4.1
13. 出版	8,949	9,216	8,988	103.0	97.5	3.3	3.3	3.2
14. 情報・通信	22,200	24,525	24,332	110.5	99.2	8.2	8.8	8.8
15. 流通・小売業	18,694	20,297	19,273	108.6	95.0	6.9	7.3	6.9
16. 金融・保険	14,121	14,499	16,762	102.7	115.6	5.2	5.2	6.0
17. 交通・レジャー	19,527	21,123	20,976	108.2	99.3	7.2	7.6	7.6
18. 外食・各種サービス	12,356	12,896	14,229	104.4	110.3	4.6	4.6	5.1
19. 官公庁・団体	10,873	3,327	3,149	30.6	94.6	4.0	1.2	1.1
20. 教育・医療サービス・宗教	7,579	7,823	8,069	103.2	103.1	2.8	2.8	2.9
21. 案内・その他	5,051	4,050	3,960	80.2	97.8	1.9	1.5	1.4
合計	270,160	277,960	278,250	102.9	100.1	100.0	100.0	100.0

東北支部

支部総会を開催しました

去る1月28日（火）、仙台市メトロポリタン仙台にて平成25年度JAFRA東北支部総会を開催しました。この総会には会員17社中13社から26名の参加がありました。

若生東北支部長の挨拶の後、議題の審議に移り、左記の平成26年度事業計画が承認されました。

《平成26年度東北支部事業計画》

- ・支部連絡会の開催
- ・支部セミナーの開催
- ・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
- ・マナーキャンペーンの実施
- ・東日本大震災4年目を迎え、復興に向けたさらなる支援活動

2 支部セミナーの開催

同日、東日本旅客鉄道仙台支社事

● 支部便り ●

業部長吉田英治氏をお招きし「仙台駅ステーションルネッサンスの推進について」と題したセミナーを開催、出席した会員は熱心に耳を傾けていました。

「仙台駅ステーションルネッサンスの推進について」サマリー

・仙台駅のステーションルネッサンスの工事が昨年の3月からスタートした。

・仙台駅は、東と西の町を分断している位置にあるが、今回の再開発を機に東口と西口を大きく、広くつなげていくということをひとつのテーマにしている。

・完成後の東西自由通路は、大変見通しのよい空間になり、お客様からの認知度が非常に高い大型フラッグの設置を予定している。

・当分の間、工事によりご迷惑をお掛けしますが、ご理解をお願いいたします。

以上

九州支部

支部総会を開催しました

平成25年12月4日にJ R博多シティ10階大会議室において九州支部総会を開催しました。

今回は、藪内佐斗司氏の作品「和眼施合掌地蔵」のお披露目式、講演会と池谷薫監督による東日本大震災被災地のドキュメンタリー映画「先祖になる」の鑑賞会を実施しました。

支部長並びに副支部長の挨拶は以下のとおりです。

水野支部長挨拶

本日はお集まりいただきありがとうございます。

「先祖になる」は、東日本大震災震災発生後1000日を記念し、震災を風化させてはならないという趣旨でJ R九州が主催したものを皆様にご案内させていただきました。

併せて、藪内佐斗司氏作「和眼施合掌地蔵」は、本日博多シティ鉄道神社の横に設置され、お披露目式を行いました。この作品は東日本大震災で被災した「奇跡の1

加峯副支部長挨拶

交通広告も上期は関東、九州もまずまずの実績を収めたようです。第3―四半期になって、やや勢いが衰えたという所もありますが、これからも力を合わせていい媒体の開発と販売に努力していきたいと思えます。

また、我々がお客様から交通広告の効果について尋ねられますが、ROI（リターン・オン・インベストメント／投下資本利益率）は広告の世界では常に言われ続けて

いる事です。費用対効果についてはどうなのかということ、交通広告のデータ整備については長年の課題であり、なかなか手がかからないところでしたが、JAFRAの活動の中で、アカウンタピリテイ向上委員会を設置し、関係各所と研究して頂いているということ、2015来年頃には様々な形でデータを整備して発表されると聞いております。このことが可能になれば、お客様を説得できる材料になればいいと考えております。

渡辺副支部長挨拶

加峯副支部長からお話がありましたが、JAFRA本部で12月6日に理事会が開催されます。それに先立って、11月25日に総務・財務委員会が開催され理事会での審議事項・報告事項をまとめ、その中にデータの事に関してのこともありました。JAFRA NEWS12月号の中にも触れていますが、報告事項についてお話をさせていただきます。

第1に鉄道利用マナー啓発キャンペーンを2014年1月から約3か月間実施します。昨年は44社に協力いただきましたが、今回は

それに加え中小私鉄・地方公営交通40社が参加予定です。もう1つは中身が充実してきた「地球温暖化防止キャンペーン」を次回はさらに進化をさせて実施していきたい。あとまだ色々あるのですが、「アカウンタピリテイ向上委員会」は当初、内部で実施していましたが、今年6月に日本広告業協会と関東交通広告協議会を合わせて3つの団体が協力し「交通広告共通指標策定プロジェクト」として発足しました。今後、さらに他の団体・協議会とも連携を深めていくことが急務であるということ、取組んでいきます。



九州へようこそ

平成25年度第3回理事会を開催しました

3月13日（木）15時30分より、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。

審議内容は以下の通り

第1号議案

平成26年度事業計画（案）について

第2号議案

平成25年度収支決算（見込）および平成26年度収支予算（案）について

以上について最終的には6月11日に開催する平成26年度第1回理事会及び、6月27日の定期総会に諮られ最終決定される。

第3号議案

定款の変更（案）について

前回の理事会でも報告があったとおり、定款15条の2について、以下の変更（案）を6月27日の定期総会に諮ることが承認された。

○現行

・定款第15条の2

会長は、本会を代表し、その業務を遂行する。

○変更

・定款第15条の2

会長は、本会を代表し、第5条に掲げる事業を遂行し総括する

今国会長挨拶

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。また本日は年度末に向かつての大変お忙しい中をご出席いただき重ねて御礼申し上げます。

昨年12月に開催しました第2回理事会の場では、景気が回復基調にあり、鉄道広告にもフォロワーの風が吹いているとややバラ色めいたことを申し上げた記憶があります。それから3か月が経ち、年が明けてから世の中の景色、特に経済的な雰囲気が変わってきたような気がします。特に最近では警戒モードに入ってきたのではないかと一部の部分も見受けられます。例えば、今週初めに発表された、我が国の1月の経常収支はなんと

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）

中部支部

（株）電通名鉄コミュニケーションズ

代表者 伊藤 淳五

所在地 愛知県名古屋市

賛助会員（1社）

アップクロス(株)

代表者 北澤 淳一

所在地 東京都千代田区

1兆6千億円と、ダントツで過去最大の赤字になっております。色々な要因が重なったことでしょうか、このままでは我が国も双子の赤字に陥ってしまうのではと懸念されております。また海外要因では、新興国全般の経済情勢の問題は1月から取り上げられていましたが、最近になってウクライナ問題や、中国リスクが大きな問題としてクローズアップされています。そんな状況の中、我が国では4月1日から消費増税を迎えるということ、一時的には景気も悪化すると思われれます。とまあ、そんなことを並べ立てますと大変暗くなるばかりですのでこの辺にしておきますが、一方では我が国の大半の企業は来年度も年度を通じれば、業績拡大といわれています。昨今の雇用や賃金情勢にも明るさが出てきたといわれています。

6月にはワールドカップがありま

すし、これから東京オリンピック開催に向けての具体的な動きも本格化します。私共、鉄道広告に携わる者としては足元を確かめながらしっかりと前を見据えて前進し、どんな状況であってもクライアंटに優先的に選択していただける広告媒体を目指すということが肝要であると思えます。

本日の理事会ですが、主な議題は来年度の事業計画案ということ、公益事業では「第8回地球温暖化防止キャンペーン」と「第5回マナー啓発キャンペーン」の実施、その他事業としては「ICT化対応」、「新しいe-販促データシステムの普及」、そして「アカウンタビリティの充実・拡大」などを主要テーマとして取り組みたいと思います。詳しくは議案書に基づいてご説明いたしますので、ご審議のほどどうぞよろしくお願いたします。

報告事項①

第4回「鉄道利用マナー啓発キャンペーン」実施状況

1. キャンペーン実施テーマ

○ 駅構内・列車内のテーマ

目が不自由な方の転落事故を防ぐため、「ひと声マナー」はじめよう。

○ 列車内のテーマ

座席利用マナー向上のため、「ひと声マナー」はじめよう。

2. キャンペーンの実施方針

○ 「ひと声マナー」をキーワードに、「目が不自由な方へのお手伝い」や「席を譲る」といった思いやりのひと声を具体的に例示

○ 鉄道事業者と連携し、告知媒体を拡げ、目に触れる機会を大幅に増やす。

← 鉄道利用者に、「ひと声マナー」の必要性を認識してもらい、実際の行動（声かけ）につなげていく。

3. キャンペーン期間

2014年2月1日(土)～4月30日(水)

4. キャンペーン告知媒体

○ 駅貼りポスター

B1、B2 各2種

○ 車内ポスター B3 2種
(印刷費・発送費は当協会負担)

5. キャンペーン参加事業者、団体 (85社局、2団体)

昨年までの首都圏、近畿圏、中部圏、札幌、仙台、広島、高松、福岡に加え、本年より中小私鉄、地方公共交通の各鉄道事業者からも参加があった。今後もし協力をもっとお願いしたい。

報告事項②

「JAFFRA環境方針アンケート」実施について

《調査の目的》

JAFFRA会員各社様における「JAFFRA環境方針」ポスター掲出状況、及び環境対策への取組状況の変化を把握し、今後の環境問題への対応に活用する。

・調査対象者

JAFFRA会員各社 323社

・調査期間

平成25年12月2日(月)～12月16日(月)

・有効回答数

90サンプル(回収率 27・9%)

・調査方法

「JAFFRA NEWS」12月1日号

郵送時に同封 事務局にて回収

《調査結果》

1. 「JAFFRA環境方針」ポスター掲出状況

・現在、社内にポスターを掲出している…27・8%

・以前にポスターを掲出していたが、今は掲出していない…36・7%

掲出した会社は全体の64・5%を占めた。

2. 「JAFFRA環境方針」策定を契機とした環境問題に対する意識変化

・環境に対する意識はとて高まった…3・3%

・環境に対する意識はやや高まった…35・6%

約4割に近い会社に有効な変化が見られた。

3. 「JAFFRA環境方針」策定を契機とした環境問題に対する具体的な取組み

・新たな取組みがあった…11・1%

・新たな取組みはなかった…82・2%

新たな取組みはないという回答が大半を占めた。

4. 現在取組んでいる環境施策

・クールビズ、ウォームビズの実施…84・4%

・コピー用紙の減量…72・2%

・空調温度の抑制設定や運転時間の

短縮…71・1%

《今後の取組》

環境委員会としては、アンケート結果に基づき今後の活動について議論を重ね、会員各社がより一層環境対策に取り組めるよう施策等を検討していく方針です。

報告事項③

技術開発委員会の活動

○ 技術商品開発研究会

第4回

平成26年1月17日(金)

(1) 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について

(2) 韓国研修旅行の報告について

(3) その他

○ 技術商品開発情報交換会

平成26年2月21日(金)

14時00分～17時00分
*詳細につきましては、P12委員会日より技術開発委員会をご覧ください。

○ 技術開発委員会

平成26年2月21日(金)

(1) 平成25年度活動概要について

(2) 平成26年度活動計画について

・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検討

・進化するICT技術と交通広告の

融合可能性の検討
 ・デジタルサイネージに関する情報の共有化とネットワーク化の推進
 ・その他鉄道広告に応用可能な先端技術情報の収集と共有化

以上のテーマで活動することが了承された。

報告事項④

「e・販促システム(JAFRA ADS)リニューアル」進捗状況

・2月26日 会長、専務理事、調査研究委員長に対してプレビュー実施、検収。
 ・検収後、リース会社と契約締結。

・3月初旬 既存e・販促会員向けに管理者の選任を依頼

・3月中旬 有料各社管理者向けに、ID発効、ユーザー管理依頼書発送

・3月中旬 無料会員向けにユーザー管理依頼書発送

・3月下旬 東京、大阪にて説明会を実施予定

新名称決定

昨年10月に会員全体に名称募集の上、e・販促システム編集委員会にて検討した結果、次の名称で決定した。

・駅メディア

[Station AD Planner]

(旧システム名:「新・駅ちようさん」)
 ・車内メディア
 [Train AD Planner]
 (旧システム名:「中づりくん」)

今後の課題

新システムの稼働にともなって、会員各社に有効活用していただくとともに、有料会員をいかにして拡大していくかが今後の課題となる。
 委員会としては拡大策を議論して協力していきたい。

報告事項⑤

アカウンタビリティ向上の進捗状況

1. 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27日～12月20日(25年度分は終了)

調査方法

・調査方法
 インターネットリサーチ

*25年度の調査結果は平成26年2月以降にまとめる。

*25年度は素材を集めることで、共通指標は発表しない。

*同時に調査した「購買行動喚起」「車内行動」に関する調査結果については、平成26年2月28日に、関東交通

広告協議会(11社会)、一般社団法人日本広告業協会と連名でプレス発表を実施。(別途記載)

*平成26年度は同様の調査を実施(調査時期平成26年3月～6月 4か月予定)。

*25年度と26年度の調査結果を合わせ、平成27年3月までに1回目の共通指標作成を目標とする。

2. 「購買行動喚起」「車内行動」に関する調査プレス発表

上記交通広告共通指標策定調査結果から、「購買行動喚起」「車内行動」についてはいくつかの知見が得られたことから、2月28日に調査結果を交通広告共通指標推進プロジェクトとしてプレス発表(*)を実施。

*JAFRAホームページ2月28日発表のプレスリリース参照。

3. 外部団体への説明

①日本アドバタイザーズ協会(JAA)への経過報告

②日本広告業協会(JAA)への経過報告

③「電通OOH Workshop 2014」での概要説明

4. 駅メディアに関する実証調査の実施

交通広告交通指標推進プロジェクト

トの活動方針の一つとして「駅メディア調査設計の検討」があります。プロジェクト内では、JR東日本、東京メトロで今まで実施している駅頭での調査について概要を共有するとともに、車内メディアと同じくネットリサーチで実施した場合の調査設計(案)などを議論してまいりました。
 議論の結果、車内メディア調査開始時と同じく、データ検証や調査運用上の問題点を検討する必要がありますという結論になり、実証調査を実施することになりました。

今後は車内メディア同様、駅メディア調査内容について交通広告共通指標推進プロジェクト内で検討を重ね、共通指標の確立に向けて進めてまいります。

調査期間

平成26年2月27日～3月7日

・調査対象会社

JR東日本、東京メトロ 2社

・調査対象駅

JR新宿駅、JR池袋駅、メトロ表参道駅、メトロ秋葉原駅

報告事項⑥

これからの予定

6月11日(水) 13時30分

第1回理事会

(株)ジェイアール東日本企画 10階大会議室

6月27日(金) 14時00分
 定期総会
 ホテルメトロポリタン池袋 桜の間

なお、定期総会終了後、臨時理事会、セミナー(予定)および懇親会を開催する。

技術開発委員会

情報交換会を開催しました

去る2月21日(金) J R 恵比寿ビル10F大会議室において、毎年恒例の技術開発委員会主催の情報交換会を開催しました。

坂田英洋委員長挨拶

いつもご支援いただきありがとうございます。当委員会では毎年1回情報交換会を行っております。本日お話しした点とは、かなり人気の高い内容であり、皆さまも興味のあるところだと思えます。鉄道広告の価値を高めることは、皆さまの会社の発展にもつながりますので、ぜひ熱心にお聞きいただきたいと思えます。

委員会便り

臨時理事会・定期総会終了後
 同ホテル光の間

第1回セミナー・16時00分

同ホテル 富士の間
 講師・未定

坂田英洋委員長の挨拶のあと、引き続き、講演が行われ、当日参加された60名を超える会員の皆さまは、熱心に聞き入っていました。

カリキュラムなど詳細は左記の通りです。

14時00分
 開会挨拶

技術開発委員会委員長 坂田英洋氏

14時05分

演題

「プロジェクトシオンマッピングの展開事例と今後の可能性」

講師

アンビエントメディア代表

一般財団法人最先端映像技術利用推進協会会長

一般財団法人プロジェクトシオンマッピング協会アドバイザー

町田 聡氏

懇親会・17時30分
 同ホテル 富士の間
 会費・10000円/人

以上

・15時00分～15時15分 休憩

15時15分

演題

「スマートフォンとOOHメディアを連動させたプロモーション」

講師

技術開発委員会 委員吉田 勝広氏

16時10分

演題

「JAFRA技術開発委員会韓国視察研修報告(※)」

講師

技術開発委員会

事務局 土屋 樹一氏

* JAFRA NEWS 2月号巻頭をご覧ください

16時55分

閉会挨拶

技術開発委員会副委員長

望月 敏弘氏

編集後記

この号が発行される日から消費税が8%に値上がりしますということで、今のうちになにか購入し手置いた方がいいのかなと考えたのですが(今3月です)、なにも思いつかないまま無為に日を過ごしてしまいました。多分、しまった!!と思いつきながら買い物しそうな予感はずぶずぶとたると思いますが、そろそろ今年の夏の予定決まりましたか?

●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。ご協力をお願いします。

●次号Vol.24は6月1日発行予定です。お楽しみに。