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

8月号
Vol.25
2014年8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

「災害発生時におけるお客さまへの情報発信方法」について、JR仙台駅ホームページ実証実験結果より考察

株式会社ジェイアール東日本企画
仙台支店
JRSTAMP仙台運営事務局

来年度開催の国連防災世界会議を背景に、高まる防災対策への意識

「震災の経験と教訓を、仙台・東北から世界へ」。第3回国連防災世界会議が来年2015年3月14日～18日に仙台市で開催されることを背景に、防災対策に対する見直しの意識が高まっております。JR仙台駅ホームページ実証実験（*用語参照）は先の東日本大震災において、お客さまがTwitterなどデジタルツールを情報収集手段として積極的に活用された事実を契機に2011年12月にスタート。「鉄道インフラとして、お客さまが集う駅として、デジタルツールを活用して如何に情報発信を行うべきか？」を検証することを目的に、現在に至るまで約2年半活動を続けて参りました。具体的には、JR仙台駅に関するあらゆる情報（店舗情報からお土産・レストラン・駅弁など商品情報、駅構内図・施設情報、30分以上電車遅延情報まで）を情報発信するJR仙台駅公式ホームページ http://www.jrstamp.com（PC・スマートフォン）を中心に、仙台駅大型モニター「i-Station」へのコンテンツ提供などデジタルツールの企画・開発・運営を展開。JR仙台駅公式ホームページへの一日平均2605人・月平均77956人の訪問者データ（2014年1月1日～5月31日値）をはじめとして、「お客さまがどのような状況で、どのようなニーズで、駅にどういった情報を求めていらっしゃるか？」についての検証に耐えうる膨大なデータを蓄積して参りました。この分析結果より、改めて「災害発生時における、鉄道インフラからのお客さまへの情報発信方法」について、考察したいと思います。

図1．JR仙台駅公式ホームページ画面イメージ

「PCサイト閲覧者の微減、スマートフォンサイト閲覧者の急増」震災以降ここ数年間の仙台エリアにおけるトレンド

JR仙台駅公式ホームページへのアクセス状況を時系列でみる時、先ず目を引くのが〝スマートフォン〟によるサイト閲覧者の爆発的な増加傾向です。

図2のグラフはJR仙台駅公式ホームページの2012年7月23日

～2014年5月31日のPC・スマートフォンデバイス別訪問者数の推移を示したもので、年々サイト閲覧者総数が増加、そのベースとなっているのがスマートフォンでのサイト閲覧者の増加であることが判ります。具体的な数字を挙げますと、2014年以降のPCサイト閲覧者が2013年昨年同日比で平均96・9%、スマートフォンサイト閲覧者が平均143・2%を示します。

次に注目すべきは、2014年2月15日サイト閲覧数PC・スマートフォン合計15996人／日、2014年2月9日13757人／日、2013年9月16日10551人／日、2014年2月16日10514人／日と、一日訪問者数が突出して高い日があることです。それぞれ、同月の一日あたり平均訪問者数値（上記特異日を除く）と比較をして、570%・491%・449%・375%とサイト集客力のブレ幅から大きく外れたサイト閲覧が発生しております。

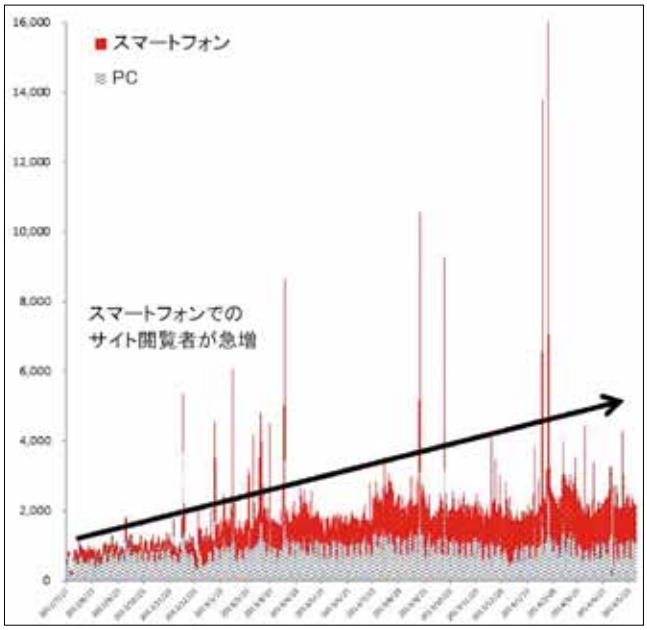


図2. JR仙台駅公式ホームページデバイス別アクセス状況推移

何故、このようなサイト閲覧数の急増が発生したのでしょうか?その原因が、〝災害〟です。2014年2月9日・14日・15日は、仙台市に78年ぶりとなる大雪が2週連続で降り積もり、電車遅延・運休が発生した日でした。2013年9月16日には台風18号が仙台市を直撃、大雨と強風により同じく電車遅延・運休が発生しました。その他の特異日も、2012年12月7日の三陸沖地震（震度5弱）発生など、いずれも鉄道インフラに大きな影響を与える〝災害〟が発生した日でした。地震・台風・大雪など〝災害〟が発生すると、お客さまはPCやスマートフォンなどデジタルツールを活用して自ら情報収集を行う、これは間違いない事実です。お客さまの移動を預かるインフラとして、「災害発生時の情報発信方法」を検討するにあたり、デジタルツール活用を検討すべきことは他に論を俟ちません。

発生日	一日あたりサイト閲覧数（PC＋スマートフォン）	同月の一日あたりサイト閲覧数平均（同月特異日を除く）	対平均割合
2014年2月15日	**15,996**	2,804	570.5%
2014年2月9日	**13,757**	2,804	490.6%
2013年9月16日	**10,551**	2,349	449.2%
2014年2月16日	**10,514**	2,804	375.0%

図3. サイト閲覧者が急激に上昇した特異日のサイト閲覧数

災害発生時、お客さまは〝すぐ、その場で〟情報収集

サイト閲覧数が急増する災害発生時のお客さまの情報収集行動について、より深く分析をします。お客さ

発生日	一日あたりサイト閲覧数（PC）	同月の一日あたりPCサイト閲覧数平均（同月特異日を除く）	PCサイト閲覧数の対平均割合（同月特異日を除く）	一日あたりサイト閲覧数（スマートフォン）	同月の一日あたりスマホサイト閲覧数平均（同月特異日を除く）	スマホサイト閲覧数の対平均割合（同月特異日を除く）	デバイス割合（PC：スマートフォン）
2014年2月15日	**4,173**	1,096	380.7%	**11,823**	1,708	692.2%	**26 : 74**
2014年2月9日	**3,185**	1,096	290.6%	**10,572**	1,708	619.0%	**23 : 77**
2013年9月16日	**3,101**	2,349	132.0%	**7,450**	2,349	317.2%	**29 : 71**
2014年2月16日	**2,456**	1,096	224.1%	**8,058**	1,708	471.8%	**23 : 77**

図4. 特異日のデバイス別サイト閲覧数内訳

まが利用されるデバイスについて、PCよりもスマートフォンです。災害発生時、お客さまはスマートフォンで情報収集されます。2ページ下の図4をご覧ください。

サイト閲覧者のデバイス割合はおおよそPC：スマートフォン＝25：75となっております。通常日はPC：スマートフォン＝40：60で推移するため、特異日に限ってスマートフォンのサイト閲覧に大きな偏りが生まれると言えます。特異日におけるデバイス別サイト閲覧数の増加割合につきましても、PCの平均値が対平均割合256・9％に対し、スマートフォンが525・0％とより大きくサイト閲覧数を伸ばすことがわかります。JR仙台駅公式ホームページへの特異日当日のアクセス方法ですが、8割～9割のお客さまが検索エンジンでキーワード検索をされ、サイトに訪問されています。検索キーワードは様々で、「仙台駅」「仙台駅　運行状況」「仙石線　運行情報」など仙台駅関連キーワードもしくは車両名関連キーワードでの検索行動がみられます。災害発生時にお客様は検索エンジンで駅名・車両名でキーワード検索を行い、情報収集を行うというアクセス導線が見受けられます。

では、お客さまは災害発生時のこの情報収集をいつ・何処で行っているのでしょうか？図5は、前週より大雪降り積もる2014年2月15日における時間帯別ページビュー数推移のグラフです。

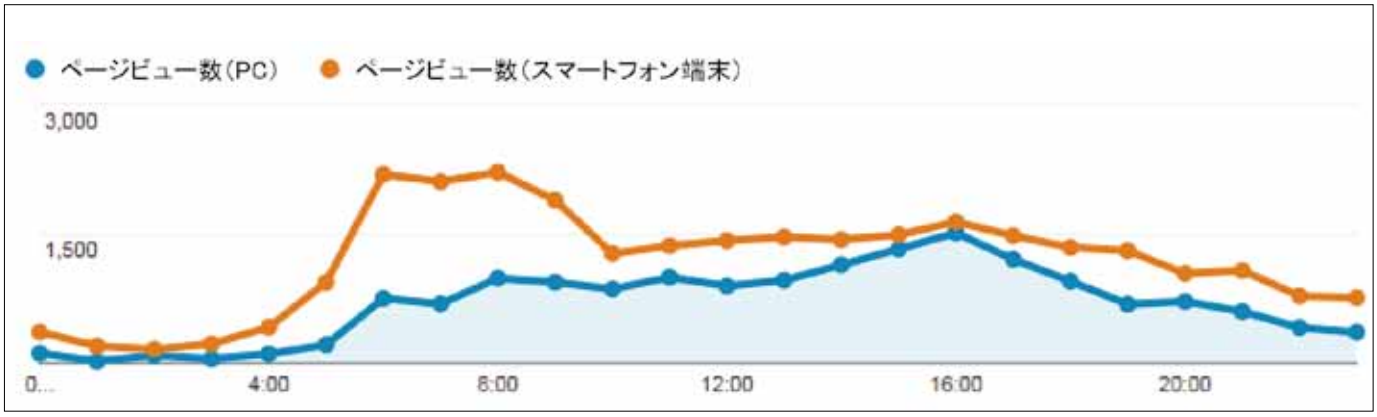


図5．2014年2月15日時間帯別ページビュー数推移

朝の通勤・通学時間帯、午前6時～9時ほか、お客さまが駅を利用されるアクティブな時間帯にサイト閲覧されていることが判ります。鉄道を利用する〝その場〟・外出先の〝その場〟で、スマートフォンを活用して情報収集を行い、目の前の災害に対応する、というお客さま像が伺えます。

スマートフォンを活用した災害発生時の情報発信体制強化へ

災害発生時には、状況を駅員に尋ねる、駅掲示板など掲示情報を確認する。スマートフォンの普及は、これらお客さまのリアルでの情報収集行動を過去のものとし、デジタル主体の積極的な情報収集行動を生み出しております。「スマートフォンを活用した災害発生時情報発信体制の構築」、「検索エンジンにおける関連キーワード上位表示対策（SEO）」、「アクセス集中時にもスムーズにサイト閲覧ができるよう、サーバー増強対策」など、よりスマートフォンを主眼とした情報発信対策を検討する必要があるようです。

用語

JR仙台駅ホームページ実証実験

2011年12月に仙台エリアのJR東日本グループ6社がJR仙台駅ホームページ実証実験のための共同運営母体を組織。JR仙台駅公式ホームページの企画・運営、仙台駅大型モニター「i-Station」へのコンテンツ提供ほか、デジタルツールを活用したお客さまへの情報発信方法を検証。参画会社は、東日本旅客鉄道仙台支社、JR東日本東北総合サービス仙台ターミナルビル、JR東日本リテールネット仙台支店、日本レストランエンタプライズ仙台支社、ジェイアール東日本企画仙台支店（JRSTAMP運営事務局）。

広場

「Don't think. FEEL！」

理事　井上　剛一（小田急電鉄株式会社）

6月下旬、日本中がサッカーW杯で盛り上がっている頃、私はテニスのウィンブルドン選手権の錦織圭の活躍に注目していた。今年5月に日本人で初めて世界のトップ10入りを果たした錦織はこの大会でも順調に勝ち進み、最終的にベスト8はならなかったものの、間違いなく世界のトップを狙える実力がついてきたように思う。7月7日現在の世界ランクは11位。今後の活躍がとても楽しみである。

さて、私が学生時代だった80年代はテニスサークルの全盛期で、私もよく遊びでテニスを楽しんでいたが、会社に入ってからはあまりラケットを握る機会はなかった。そんなとき、小学校に入った娘が近所のテニススクールに通い始め、たまたま有給休暇で会社を休んでいた私が付き添いで娘のレッスン風景を見ていたところ、突然自分もテニスをやりたくなってしまい、その場で体験レッスンを申し込んでしまった。それ以来8年間ずっと、毎週土曜の早朝にテニススクールに通っている。

愛用のラケットは3代目

1年中爽快な汗をかけるインドアのコート

そのスクールはインドアなので、真夏でも真冬でも雨が降っても一年中、半袖・短パンの同じ格好でプレーできるのが良い。週末で少々疲れていても、また、前夜のアルコールが少々残っていても、思い切り体を動かして大量の汗を流すと不思議と体調が回復し、非常に気持ちが良い。レッスンが終わってもまだ朝の9時すぎなので、一日を有効に使えるのも良い。気が向くと、併設のゴルフ練習場で1カゴ打って帰ってくることもある。

このように良いことだらけのテニスであるが、なかなか腕前の方は上達しない。まあ運動不足解消と健康増進のためと割り切って汗を流しているので良いのだが、やはりもっと速いサーブを打ちたいとか、スピンやスライスの効いたストロークを打ちたいとか色々考えてしまう。そんな自分にとって、あるコーチから言われた印象的な言葉がある。

その言葉は、「Don't think. FEEL!」（考えるより感じろ！）。後日これはブルース・リーの金言であることを知ったが（コーチから聞いたときは『スターウォーズのヨーダみたいだな』と思ったが）、あれこれ細かいことを考え過ぎると本当に大事なことが分からなくなってしまい、体も動かなくなって良い結果が出ないというのは非常に良く分かるような気がした。

テニスは年齢を重ねてもそれに応じたレベルでプレー出来るスポーツなので、これからもずっと楽しみながら続けていきたい。最近は下の息子もテニスを始めたので、そのうち家族でダブルスが出来たら良いなと思っている。「Don't think. FEEL!」の方は、なかなか実践するのは難しいが、もしかしたらこれは、ビジネスでも、大好きなゴルフでも通ずる言葉かな（？）と最近思っている。

次回もお楽しみに。

平成26年度定期総会を開催

6月27日（金）14時00分、ホテルメトロポリタンにおいて、多数の会員が出席し、平成26年度定期総会を開催し、平成25年度事業報告及び決算、協会役員の選任案、定款の一部変更などを審議した。

審議内容は以下のとおり。

第1号・第2号議案

平成25年度事業報告及び平成25年度決算報告については、田之上専務理事の説明と、矢田武男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条に基づく過半数の賛成により、本案は提案通り議決された。

監査報告をする監事矢田武男氏

第3号議案

理事・監事の選任

当協会の役員は定款16条に基づき、平成26年度定期総会終結時をもって全員任期満了となる。役員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、6月11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諮り、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条に基づく過半数の賛成により、本案は提案通り議決された。

なお、会長、副会長、専務理事及び常任理事の役職については定款第14条2項に基づき総会終了後、理事会を開き選出したものである。

（新役員、委員長、支部長一覧は13ページに）

第4号議案

定款の変更

昨年11月内閣府公益法人認定等委員会の立入検査で指導を受けた、定款第15条の2について、次の通り変更したいと説明があり、挙手による採決の結果、定款第27条に基づく過半数の賛成により、本議案は提案通り議決された。

変更前定款

（役員の職務）

第15条の2

会長は、本会を代表し、その業務を遂行する。

変更後（線は変更部分）

（役員の職務）

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。

報告事項

平成26年度事業計画

基本方針

昨年度の我国経済は、過度の円高の是正やデフレからの脱却を目指した諸施策により、景気は回復軌道に乗ったと言われている。広告業界においても、総広告費、鉄道広告費ともに2年連続で前年度実績を上回った。

今年度も景気回復基調が続くと言われているが、4月からの消費増税に加え、不安定な外的要因が多いこともあり、各企業は広告宣伝費を支出するにあたり、より厳しい目で広告効果の高いものを求めることが予想される。

このような状況の中、鉄道広告としては各企業に選択していただけるよう、より一層の価値向上が必要になってきていると言える。

当協会としては、鉄道広告の持つ公益性に一層配慮するとともに、特にスマートフォンをはじめとする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、会員各社の御理解と御協力を得て、最大限の取り組みをしていきたい。

具体的な事業計画については、左記のとおりである。その中でも公益事業として、環境や美観という観点

から第８回地球温暖化防止キャンペーンの実施、倫理という観点から第５回　鉄道利用マナー啓発キャンペーンの実施等について積極的に取り組んでいきたいと考えている。

その他の事業としては、鉄道広告の技術開発としてＩＣＴ化対応の研究と応用、新しいｅ-販促データシステムの普及、交通広告共通指標推進プロジェクトを中心とするアカウンタビリティ向上の充実、拡大などを26年度の主要課題として取組むこととする。

今木会長あいさつ

会員の皆様方には日頃より当協会の活動に対しまして何かとご理解ご協力を賜り深く感謝申し上げます。また本日はお忙しいところを、ご出席いただきありがとうございます。

当協会には２つの使命があると思いますが、１つは鉄道広告の持つ公益性、文化性といったものにますます磨きをかけて、広く国民生活の発展に寄与すること。もう１つは時代の変化、特に関連する技術分野の進歩に対応して鉄道広告の価値を高めて会員各社様の発展にも寄与するということです。

それぞれの使命に基づき昨年度も様々な委員会や支部活動を中心に取組んでまいりましたが、今年度もより充実した活動を行ってまいりたいと思っております。その中身は資料に基づき後程詳細にご説明申し上げますのでご審議のほどをよろしくお願いいたします。

挨拶する今木会長

せっかくの機会ですから私なりに２つの問題を提起させて頂きまして、会員の皆さまをはじめ関係の皆様方のご努力をお願いしたいと思います。

１つ目は広告作品をより美しく、デザイン性に富んでアピール度の高いものにしていこうではないかということです。釈迦に説法かと思いますが、広告物に目が行ったとき、人々は論理をつかさどる左脳でその広告の中身を理解するわけですが、実はその前に感性をつかさどる右脳で広告物の全体像を印象として受け止めてそれから左脳に刺激を与えて左脳が働き始めるとこういうことになっているのだそうです。従いまして、いかにこの右脳に勢いよく飛び込んでいくかということが１つの重要な要素かと思います。２点目は何と言いましても最近の世の中ＩＣＴ化が大変な勢いで進んでいるわけですが、それに対応してデジタルサイネージなどを広めたり、ソフト・ハードの両面で質を高めることはもちろんですが、いわゆる〝リアルとバーチャルの融合〟といいますか、クロスメディアといいますか、鉄道広告物とウェブ端末との連携ですね、これはなかなか難しい問題ではありますが、避けて通ることはできないと思っております。

今年度も会員各社のご繁栄と皆様方の益々のご健勝を心より祈念申し上げまして挨拶とさせていただきます。

1．各委員会の主な活動目標

総務・財務委員会

・新規会員への入会慫慂
・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
清水英明委員長

４点あります。１つ目は新規会員の入会慫慂、〝慫慂〟という字は非常に難しく意味を聞いてみましたところ、強要するのではなく柔らかくお勧めするということだそうですので、その方針で推進してまいります。２つ目は支部活動活性化の支援、３つ目は年次報告書の作成、４つ目が他広告団体との交流となっております。

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
・鉄道利用マナー啓発キャンペーン実施
・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

基本的にはこれまでの事業を継続していきます。その中でも特に会員の皆様にお力をお借りしたり、接点が多いところは2点、まず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です。こちらは人材開発委員会及び各支部と連携し、実務者研修を積極的に行ってまいりたいと思いますので、研修内容についてリクエストがありましたら、事務局まで是非ご連絡いただければと思います。もう1点は、今年で第5回目になります、鉄道利用マナー啓発キャンペーンを国交省と共同で実施したいと考えております。あとは、事務局が中心になって関係各位と確認をしていきますので、決定事項は機会がありましたら皆さまの方にもご報告申し上げたいと思います。

挙手をされる会員社の皆さま

美観風致委員会

・環境委員会との共同による第8回地球温暖化防止キャンペーンの実施
・美観事例の収集と紹介
・美観風致に関する教育研修

美観風致委員会
滝久雄委員長

皆さまご存じのように、JAFRAが全国組織であることを強調する意味合いも含め、日本を代表するアーティストの方の力をお借りして、実施環境委員会との共同による今年で8回目となります地球温暖化防止キャンペーンを展開いたします。その他、美観事例の収集と紹介、美観風致に関する教育研修などということを、例年通り実施いたします。

環境委員会

・「JAFRA環境方針」配布後の環境保全への取り組み状況の実態把握と進捗
・環境に関する手引書の検討
・第8回地球温暖化防止キャンペーンの実施

環境委員会
冨田栄次委員長

資料に記載されていますとおり、今年も3つの項目を中心に進めていきます。ご承知のように昨年「JAFRA環境方針」配布後の環境保全への取り組み状況のアンケートを実施いたしました。多数の回答を頂戴し、会員各社のご協力に対しましてこの場をお借りし感謝申し上げます。調査結果に関しましてはJAFRA NEWS6月号にも掲載してありますので、まだご覧になっていない方は是非ご覧いただければと思います。組織としてはある程度環境問題に対する意識を持っていただいたのではと思い、その意味ではこのアンケート結果を通じ、委員会もJAFRA環境方針も一定の評価をいただいたのではないかと判断しております。今年は、個人レベルでのアップということで、アトレでは手引書を作成配布し、各テナントの従業員を含め常日頃から研修を実施しているということですので、みんなが同じ実践レベルに到達できるようなツールを作成、配布したいと考えております。また今年も、美観風致委員会と共同で第8回地球温暖化防止キャンペーンを実施いたします。

安全委員会

・安全管理に関する調査研究の推進
・安全管理体制及び「絵で見る安全作業マニュアル」に対する評価・活用アンケート実施
・安全作業に関する教育研修の実施
・作業手順マニュアル及びチェック集の素案作成

安全委員会
佐々亨委員長

会員の安全を徹底することを目標とし、そのための調査研究

の推進、具体的なものとして昨年「安全作業マニュアル」を改訂して発行しました。それに対してどのように使われるのかというアンケートを実施、4月に回収しました。その分析をして、どのような方向であれば安全の徹底に役立つのかなど考察したいと思います。それ以外にも各支部における教育研修の実施、どのような形であれば安全のチェックができるのかということを勉強していこうということなど目標としています。

標準化委員会

・2014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
・携帯電話マナー表記に関する再検討

標準化委員会
正盛和彦委員長

2014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、公開は既に完了しております。デジタルサイネージに関する標準化の検討は、サイネージのさらなる利用促進を目指し、運用課題の整理をまず始めたいと思っています。携帯電話マナー表記に関しては、スマートフォン、タブレット端末の普及により、見直しを図ることを検討しております。電気通信事業者協会との調整に時間がかかりそうですが、進捗を図っていきたいと思います。

人材育成委員会

・「交通広告ビジネス概論」改定版の発行
・鉄道広告実務者研修の実施
・セミナー、シンポジウムの開催

人材育成委員会
小野寺忠之委員長

2011年に発行した「交通広告ビジネス概論」ですが、2012年、13年はその中の「広告業界の動向」部分を差し換えて発行しています。と申しましても既に3年経っておりますので、今年度は改定版を発行したいと思っております。その本誌を以て、鉄道広告実務者研修を実施する予定です。また、セミナー、シンポジウムの開催はできるだけ人材育成に寄与していきたいと思っております。

技術開発委員会

・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促進
・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

技術開発委員会
坂田英洋委員長

今年度も4つの課題が挙げられております。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は昨年度から挙げておりますが、昨年度は実例の収集のまとめに終わっておりますので、これをさらに進めていきたいと思っております。他3つのことについては以前から取り組んでいることですので、今年も引き続き取り組んでいきたいと思っております。

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
・新e-販促データシステムの稼動開始と普及
・広告料金、利用者数、輸送人員等のマーケティングデータほか提供
・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

4つほど課題を掲げていますが、今年の4月から新しいe-販促データシステムを稼動することができました。これは事務局、e-販促データ編集会議各社の皆様に協力いただき、非常にいいものができたと思っております。さらに、これまでに4社ほど新しく加入していただけたということで非常にありがたく思っております。今年もがんばりますのでよろしくお願いします。

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
柳舘毅委員長代理
田之上専務理事

記載の2点と、アカウンタビリティ向上委員会と連携をし、データ整備に協力するなど活動してまいりたいと思いますのでよろしくお願いします。

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
田之上専務理事

「JAFRA NEWS」の編集・発行の継続と、更に掲載内容の充実していくよう努力いたしますので、ご意見、記事などございましたら、ご提供いただきたいと思います。また、こういった理事会の内容もホームページに記載してありますので活用ください。

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

アカウンタビリティ向上委員会
正盛和彦委員長

標準化委員会、調査研究委員会、業務近代化委員会と3つの委員会の共通課題の推進ととらえており、連携した委員会とした立場で進めております。

昨年度は関東交通広告協議会、日本広告業協会と連携し、交通広告共通指標推進プロジェクトを設立させております。その調査を昨年度から進めておりますが、今年度も継続し、データの蓄積・整備を進めてまいります。本日、16時から現在の調査の進捗状況について説明をさせて頂くことになっておりますので、是非ご参加いただきたいと思います。調査に関しましては、各広告会社にもご協力を要請しておりますので、引き続きよろしくお願いいたします。

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
・支部総会の開催：4月
・媒体連絡会の開催：不定期
・媒体視察研修会の開催：26年秋季
・実務研修会（講演会）の開催：27年冬季
・新規会員の入会懇懇
・地球温暖化防止キャンペーンの実施
・鉄道利用マナー啓発キャンペーンの実施

北海道支部
幅口堅二支部長

昨年度の交通広告の販売状況ですが、全体として前年比100・3％で微増となっております。特に駅広告が好調に推移しています。逆に苦戦を強いられたのが車内広告で、これは北海道の特急列車の減走でこのようなことが発生しました。また、経営会議のほかに昨年10月に関西の交通広告媒体視察研修を開催し、JR大阪駅などの見学、この2月には交通広告実務者研修を実施いたしました。大変有意義な研修を行うことができ、準備などにご尽力いただきました皆さまにはこの場を借りて厚く御礼申し上げます。2015年に開業を予定しております北海道新幹線について少しお話しさせていただきます。これまで仮称として新函館駅と使っていました駅名ですが、この度正式駅名として新函館北斗駅と決定しました。今後沿線自治体などによるPR活動の加速として北海道全体としても盛り上がりを見せるものと考えております。このような状況の中で、私どもも新幹線車両または各駅の媒体などについても関係機関との検討を進めているところです。今年度も例年通り、媒体会議を通じ双方向に向けた情報交換を進め、地球温暖化防止キャンペーンなど本部の活動と協調した活動を続けていきたいと考えております。

東北支部

東北6県エリアの中で互いに情報を共有しつつ、業務の展開にあたって常に復興支援を意識しながら、新しい時代に向けて情報を発信し続ける。

・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
・鉄道利用マナー啓発キャンペーンの実施
・東日本大震災4年目を迎えて復興支援活動の継続

東北支部
若生善尚支部長

資料にもありますとおり、東北6県エリアの中で互いに情報を共有しつつ…というコンセプトで今年度も進めていきたいと考えております。特に、復興支援の関係につきましては、平成25年度年次報告書の中にもまとめてありますので、是非ご覧いただければと思います。

支部としましては6点あります。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につきましては引き続き進めてまいります。また地球温暖化防止キャンペーン、鉄道利用マナー啓発キャンペーンも本部の方針に沿って継続してまいります。東日本大震災4年目を迎えての復興支援活動の継続については、鉄道広告的には震災発生以降、翌年から震災前のレベルに達しており、2013年度の売り上げにつきましても震災前と比べて5、6％上回っている状況にはなっております。そうは申しましても東北全体、特に産業別では東北の地場産業の水産業、食品加工業といったところを中心として、サービス業も含まれますが、たいへんな風評被害がまだまだ蔓延しているといった状況です。そういう意味では復興支援を意識した活動をしていきたいと考えております。鉄道広告では本年度の取り組みの中に、地方の主要駅或いは需要のある駅にデジタルサイネージが導入されるとのことですので、その辺に関しましてはチャレンジチャージをしていきたいと考えております。常に「東北はひとつ」ということを念頭に置いて事業展開していきたいと考えております。

首都圏支部

・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：9月
・セミナーの開催：7月、10月、2015年2月の3回
・支部総会の開催：7月25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
・鉄道利用マナー啓発キャンペーンの実施

首都圏支部
小暮和之支部長

例年とそう大きく取り組みの違いはないのですが、特に今年度は鉄道広告実務研修、年3回のセミナーをより充実させ、会員各社の更に参考になるようなものをと思っております。

中部支部

・支部総会の開催
・支部セミナーの開催
・媒体等視察研修の実施
・学生インターン・調査研究事業の実施
・支部会員交流会の開催
・地球温暖化防止キャンペーンの実施
・新規会員の入会慫慂
・鉄道利用マナー啓発キャンペーンの実施

中部支部
阿久津光志支部長代理
田之上専務理事

支部総会、セミナー、視察研修につきましては、例年通り今年度も引き続き実施してまいります。学生インターン・調査研究事業の実施ということでの中部支部独自の取り組みを今年度も進めていきたいと考えております。

近畿・中国・北陸支部

・幹事会の開催：7月7日（月）、2015年3月頃
・支部定期総会・懇親会の開催：7月18日（金）
・支部セミナーの開催：7月18日（金）
・交通広告実務研修会（支部会員の社員対象）：9月頃
・地球温暖化防止全国キャンペーン実施
・鉄道利用マナー啓発キャンペーン実施
・本部各委員会と連携強化しデジタルサイネージ化、ネットワーク化

の推進等に伴う視察及び情報の共有や大型商業施設の開業に関する情報収集等
・業界諸団体との連携強化（各媒体社広告会・ＯＡＡＡ・関西交通広告協議会等）
・新規会員の入会慫慂

セミナー

講演する白土氏

満員のセミナー会場

近畿・中国・北陸支部
坂田英洋支部長

基本的には資料のとおり定期的な幹事会、総会、セミナー、研修会、キャンペーンは例年通りやっていきます。特にデジタルサイネージのネットワークは商業施設にもかなり導入されておりますので情報を収集し共有化を図っていきたいと考えております。

来賓の挨拶をする国土交通省
鉄道局　鉄道サービス政策室長
五十嵐哲人様

来賓の挨拶をする東日本旅客鉄道
株式会社　常務取締役　事業創造
本部長　一ノ瀬俊郎様

乾杯の発声をする小暮和之副会長

四国支部

・支部総会の開催：6月
・地球温暖化防止キャンペーンの実施：8月
・視察研修会の開催：9月
・支部会員交流会の開催：12月
・鉄道利用マナー啓発キャンペーンの実施
・新規会員の入会慫慂

四国支部
吉良次雄支部長代理
田之上専務理事

例年通り支部総会、視察研修、支部会員の交流会と同様の活動をしてまいりたいと考えております。

中締めをする間宮泰三副会長

九州支部

・支部総会の開催：12月
・支部セミナーの開催：12月
・支部運営会議の開催：4月、11月、平成27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強化
・地球温暖化防止キャンペーンの取組み
・新規会員の入会慫慂
・鉄道利用マナー啓発キャンペーンの実施
・ＪＡＦＲＡ ＮＥＷＳへの掲載及び本部各委員会との連携強化

懇親会に出席された会員社の皆さま

九州支部
水野正幸支部長代理
田之上専務理事

支部総会、セミナーは併せて12月に、支部運営会議についても、例年通り年3回開催の予定です。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を図りたいと考えております。

3．今後の予定

第2回理事会　11月（期日・会場未定）
第3回理事会　平成27年3月（期日・会場未定）
平成27年広告界合同年賀会
平成27年1月7日（水）15：30～
帝国ホテル2階「孔雀の間」

この他、平成26年度予算、委員長・支部長の委嘱（12ページ参照）、第8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36分、平成26年度定期総会は滞りなく終了した。

以上

なお、これに先立つ6月11日に開催した第1回理事会及び、6月27日定期総会後に開催した臨時理事会において、左記の項目が決議された。

○副会長の会長代行順序

第1順序　小暮　和之　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　野村　勝彦　副会長
第5順序　坂田　英洋　副会長

○委員長・支部長等の委嘱変更

・業務近代化委員会
委員長
（退任）
柳舘　毅
（新任）
阿部　晋治　㈱電通

・人材育成委員会
副委員長
（退任）
高橋　公比古
（新任）
平下　昌也
㈱電通名鉄コミュニケーションズ

・業務近代化委員会
副委員長
（退任）
吉良　次雄
（新任）
佐野　正
㈱ジェイアール四国企画

・アカウンタビリティ向上委員会
副委員長
（退任）
柳舘　毅
（新任）
阿部　晋治　㈱電通

・四国支部
支部長
（退任）
吉良　次雄
（新任）
佐野　正
㈱ジェイアール四国企画

○新規会員の入会承認

当協会の既会員社による入会慫慂により、以下の入会希望があり、提出された会社概要等について審査したところ、問題がないため入会を承認した。

入会希望社　6社

正会員（1社）

㈱サイホープロパティーズ
代表者：平沼　大二郎
所在地：埼玉県さいたま市

賛助会員（6社）

興和サイン㈱
代表者：高橋　芳文
所在地：東京都中野区

サカタラボステーション㈱
福岡支店
代表者：堤　鏡
所在地：福岡県福岡市

㈱須田製版
代表者：須田　守
所在地：北海道札幌市

第一工芸㈱
代表者：綿谷　賢治
所在地：大阪府大阪市

東北カラーデュープ㈱
代表者：竹上　信武
所在地：宮城県仙台市

東洋紙業㈱
代表者：蛸沢　剛
所在地：大阪府大阪市

正会員社301社、賛助会員社26社、計327社

以上

新役員一覧

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）
小暮　和之　㈱ジェイアール東日本企画

副会長（4名）
滝　久雄　㈱ＮＫＢ
間宮　泰三　協立広告㈱
野村　勝彦　㈱メトロアドエージェンシー
坂田　英洋　㈱ジェイアール西日本コミュニケーションズ

常任理事（10名）
阿久津　光志　㈱ジェイアール東海エージェンシー
阿部　晋治　㈱電通
小野寺　忠之　㈱春光社
神田橋　治　㈱ＴＯＭＯＥ
栗原　圭一　㈱ムサシノ広告社
清水　英明　㈱近宣
冨田　栄次　㈱大阪オリコミ
林　誠　㈱東急エージェンシー
正盛　和彦　㈱オリコム
渡辺　文雄　㈱日交西部本社

専務理事（1名）
田之上　惠　公益社団法人日本鉄道広告協会

理事（23名）
井上　剛一　小田急電鉄㈱
岩ヶ谷　光晴　名古屋鉄道㈱
岩崎　悟志　西日本旅客鉄道㈱
岩田　圭祐　㈱京急アドエンタープライズ
大津　英敏　多摩美術大学
勝見　亮助　㈳日本雑誌協会
上林　寛和　近畿日本鉄道㈱
齋藤　俊也　南海電気鉄道㈱
佐野　正　㈱ジェイアール四国企画
高成田　潔　㈱小田急エージェンシー
田中　里沙　㈱宣伝会議
田中　龍治　九州旅客鉄道㈱
冨田　恭史　西武鉄道㈱
中妻　裕司　京阪電気鉄道㈱
中村　年孝　西日本鉄道㈱
仁平　次雄　㈱日交
日野　正夫　東日本旅客鉄道㈱
平川　敏彦　北海道旅客鉄道㈱
本田　孝一　東京急行電鉄㈱
増田　拓也　東京地下鉄㈱
水野　正幸　ＪＲ九州エージェンシー㈱
宮田　亮平　東京藝術大学
米田　龍司　㈱日本宣交社

監事（4名）
稲川　一　㈱文宣
佐々　亨　㈱東京メディア・サービス
宍戸　旦　公益社団法人日本広告審査機構
矢田　武男　㈱中央廣告

〈退任〉7名
浅井　栄一、足立　洋平、川端　友泰、吉良　次雄、矢尾　弘、柳舘　毅、山中　淳郎

委員長・支部長
【委員長】
総務・財務委員長
清水　英明　㈱近宣
倫理委員長
神田橋　治　㈱ＴＯＭＯＥ
美観風致委員長
滝　久雄　㈱ＮＫＢ
安全委員長
佐々　亨　㈱東京メディア・サービス
環境委員長
冨田　栄次　㈱大阪オリコミ
標準化委員長
正盛　和彦　㈱オリコム
人材育成委員長
小野寺　忠之　㈱春光社
技術開発委員長
坂田　英洋　㈱ジェイアール西日本コミュニケーションズ
調査研究委員長
栗原　圭一　㈱ムサシノ広告社
業務近代化委員長
阿部　晋治　㈱電通
ＰＲ委員長
阿久津　光志　㈱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
正盛　和彦　㈱オリコム

【支部長】
北海道支部長
幅口　堅二　㈱北海道ジェイ・アール・エージェンシー
東北支部長
若生　善尚　㈱ジェイアール東日本企画 仙台支店
首都圏支部長
小暮　和之　㈱ジェイアール東日本企画
中部支部長
阿久津　光志　㈱ジェイアール東海エージェンシー
近畿・中国・北陸支部長
坂田　英洋　㈱ジェイアール西日本コミュニケーションズ
四国支部長
佐野　正　㈱ジェイアール四国企画
九州支部長
水野　正幸　ＪＲ九州エージェンシー㈱

（２０１４年６月27日　敬称略）

第8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、一枚の環境アートから考える。

テーマポスター

今年で8回目を迎える「地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン」が、全国のJR、私鉄、地下鉄35社の協力を得て、各鉄道の駅及び車両内のポスター枠を使い実施いたします。8月1日（金）～8月31日（日）の1か月間、全国の駅や車両で、「深緑色で森を」「黄土色で大地を」「群青色で海を」「茜色で太陽を」の4色で構成されたポスターとデジタルサイネージで展開いたします。

毎年、盛夏にこのキャンペーンを行うことで、夏休みの移動手段として、省エネ交通機関である鉄道を多くの方にご利用いただく際、ポスターを眼に留めいただき、一緒に旅行をする家族や仲間の中でも地球温暖化防止や、環境問題について話し合ったり考えたりする時間をもっていただけたらと思っております。

ポスターのビジュアルは、このキャンペーンに賛同してくださった4名の現代を代表する著名芸術家及びクリエイターの方が、今年もボランティアで作品を提供してくださいました。4名の方からのメッセージは、ホームページの期間限定の特設ページからごらんになることができます。そのホームページは、今年も昨年までの作品を閲覧できるアーカイブス、全国の鉄道に関係する博物館やアクティビティを紹介していますので、夏休みの自由研究をお考えの方もぜひアクセス下さい。

1. 実施期間
2014年8月1日（金）～
8月31日（日）

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

3. 制作協力
ビジュアル提供：
宮田亮平氏
金工家／東京藝術大学学長
「群遊（ぐんゆう）」
大津英敏氏
洋画家／多摩美術大学名誉教授
「パリを往（ゆ）く」
手塚雄二氏
日本画家／東京藝術大学教授
「風宴（かぜうたげ）」
日比野克彦氏
アーティスト／東京藝術大学教授
「命のカタチ」
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

4. 主催　公益社団法人日本鉄道広告協会

5. 協賛　財団法人日本宝くじ協会

6. 後援　環境省、国土交通省

委員会からのお知らせ

総務・財務委員会

平成25年度年次報告書を発行

JAFRAの平成25年度1年間の活動成果を記録として留めた年次報告書を今年も定期総会に併せて発行しました。JAFRAの活動広告の他、広告業界の動向、交通広告共通指標推進プロジェクトの進捗状況、震災から徐々に復興する東北の現状のレポートなどがまとめられています。

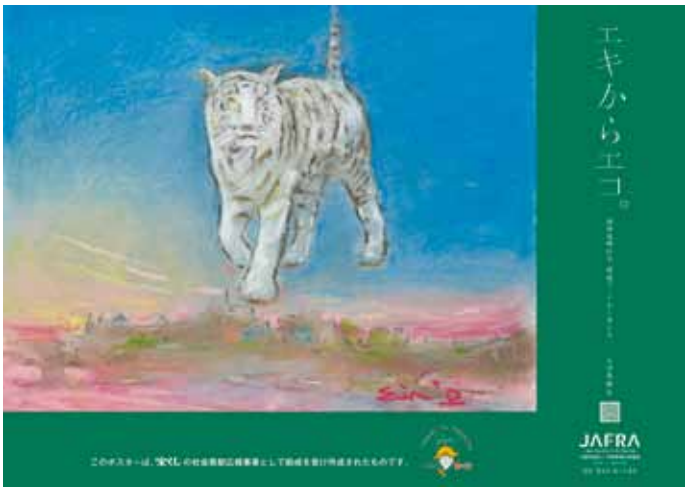
2014年6月27日発行
A4サイズ　88ページ　4色

7. 協力

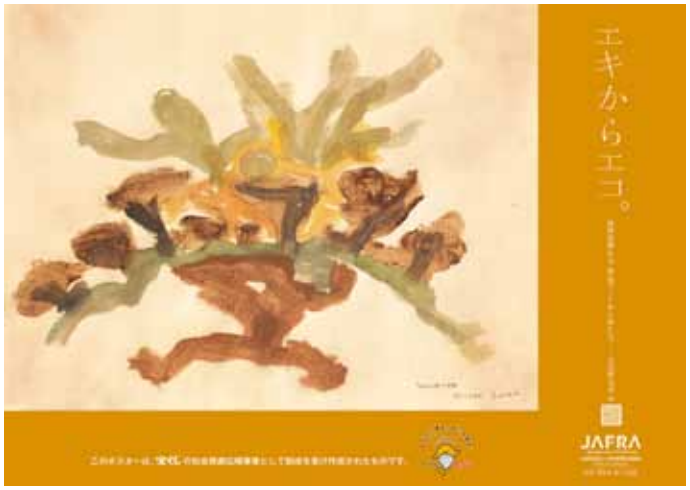
小田急電鉄㈱、九州旅客鉄道㈱、京都市交通局、近畿日本鉄道㈱、京王電鉄㈱、京成電鉄㈱、京阪電気鉄道㈱、京浜急行電鉄㈱、神戸市交通局、埼玉高速鉄道㈱、相模鉄道㈱、札幌市交通局、山陽電気鉄道㈱、四国旅客鉄道㈱、首都圏新都市鉄道㈱、西武鉄道㈱、東海旅客鉄道㈱、東京急行電鉄㈱、東京地下鉄㈱、東京都交通局、東京モノレール㈱、東京臨海高速鉄道㈱、東武鉄道㈱、東葉高速鉄道㈱、名古屋市交通局、名古屋鉄道㈱、南海電気鉄道㈱、西日本鉄道㈱、西日本旅客鉄道㈱、阪急電鉄㈱、阪神電気鉄道㈱、東日本旅客鉄道㈱、北海道旅客鉄道㈱、横浜高速鉄道㈱、横浜新都市交通㈱

（35社、五十音順）

手塚雄二 作 「風宴」



大津英敏 作 「パリを往く」



日比野克彦 作 「命のカタチ」

宮田亮平 作 「群遊」

編集後記

夏になる前は、冷夏という話もあったように記憶していますが、予想に反して今年も猛烈な暑さが続いています。それでもこの８月号が出るころは夏が 2/3 終わったのだから…となんとか自分を奮い立たせています。それにしてもゲリラ豪雨はいつごろから発生するようになったのでしょうか。以前は青い空に入道雲が沸き起こってからの「夕立」という風流な名前の雷雨だったと思うのですが、これも地球温暖化のせいでしょうか？ そんな地球温暖化防止キャンペーン「エキからエコ。」は８月いっぱい全国で展開します。
皆さまの近くで見かけた「エキエコ。」ポスター画像お送りください!!お待ちしています。

●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.26は10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。

●支部便り●

近畿・中国・北陸支部

京阪電車京橋駅に新広告媒体 大型デジタルサイネージ『京橋インパクトデジタル』が登場

○京阪電車で初めての連続多面型デジタルサイネージを導入
○60インチ液晶画面を縦2段積みしたものを全12箇所に設置、迫力ある映像をご提供
○京阪電車京橋駅の乗降者数は1日18万人（京阪線最大）

「京橋インパクトデジタル」イメージ（京阪京橋駅改札からJR側を臨む）

株式会社京阪エージェンシー（本社：大阪市中央区）では、京橋駅に京阪電車としては初となる連続多面型デジタルサイネージ「京橋インパクトデジタル」を設置し、5月12日（月）から営業放映を開始いたしました。

今回導入いたしましたデジタルサイネージは、60インチ液晶画面を縦2段に積んで一体型とした大型デジタルサイネージで、これを12箇所に設置し、これまで対応しきれなかった多くの広告出稿希望にお応えしていきます。多彩な映像表現が可能な、美しく印象に残る広告媒体として、広告主様並びに鉄道旅客の皆様にとって有用な情報を発信してまいります。

京橋駅は、1日18万人と京阪電車で最大の乗降者数を誇り、デジタルサイネージを設置する中央改札口付近は、JR線との乗り換えや、待ち合わせをされるお客さまを中心に昼夜問わず人通りが絶えない場所でもあります。

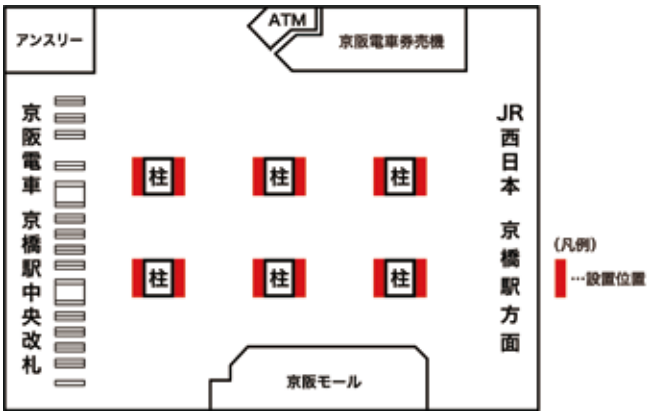
「京橋インパクトデジタル」の詳細は以下の通りです。

媒体名 京橋インパクトデジタル

設備概要

項　目	仕　様
画面インチ数・画数	60インチ×2（縦置き2段積み）・12面
表示面寸法	W747.7×H2658.8 ㎜ （W747.7×H1329.4㎜の2段積み）
表示画素構成	W768×H1366ピクセル／1画面
表示パネル種類	液晶
表示色	RGB
音響装置	なし
入力可能映像ソース	動画・静止画

設置位置



放映開始 平成26年5月12日（月）

放映時間 6時～24時

商品概要 ①販売単位　1週間 1枠15秒（12面同時放映1ロール3分・全12枠）
※3分毎に内容を繰り返して放映（保証放映回数2,200回／週）
②放映意匠　2意匠まで可（柱の裏表別を放映可）
③料　　金　150,000円（消費税別）※長期利用については別途相談

商品に関するお問い合わせ

株式会社京阪エージェンシー
〒540－0008　大阪市中央区大手前1－7－24（京阪天満橋ビル）
06－4792－0811（平日 9時～18時）