

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.35

2016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/



北海道待望の新幹線が2016年3月26日に開業し北海道と東北そして首都圏がぐっと近くなり、観光のお客様、また、ビジネスのお客様の来道が多くなると予想されます。

北海道新幹線の新設駅メディア

巻頭レポート

(株)北海道ジェイ・アール・エージェンシーは、新幹線各駅の広告媒体の設置箇所についてJR北海道と協議をし、お客様がご利用しやすい駅にすることを重点に、広告を案内誘導サインと被らない場所に設置いたしました。

JR北海道管内の新幹線3駅（新函館北斗駅、木古内駅、奥津軽いまべつ駅）は、ガラス壁面が多

く、広告の設置場所に苦慮しましたが、最終的に13箇所を確保しました。また、北海道新幹線開業と同時に函館駅と新函館北斗駅に新幹線アクセス列車「はこだてライナー」が運行開始されました。この「はこだてライナー」には在来線とは別に単独の広告枠を設置しております。

昨年11月には代理店の皆さまと新幹線駅媒体設置箇所の下見を兼ねて1泊2日の現地視察（新函館北斗駅、木古内駅）を行い、販売についての理解をお願いしました。皆様のご協力もあり、現在までにほぼ完売いたしました。あり



新函館北斗駅

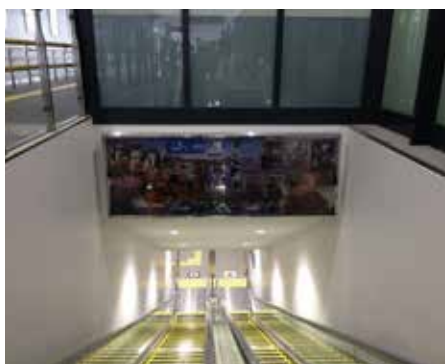
これまでの函館本線・渡島大野駅

【新函館北斗駅】

それでは北海道新幹線のJR北海道管内の駅3つをご紹介します。

がとうございます。

株式会社北海道ジェイ・アール・エージェンシー
営業本部 媒体部 統括部長
西部 裕啓



「水と光と大地」をテーマにした五十嵐威暢氏デザインによるステンドグラス



は、北海道新幹線開業と同時に「新函館北斗駅」となりました。

「新函館北斗駅」は、北海道の新たな玄関口として、地域の自然を感じながら一体感を強調したデザインで、トラピスト修道院へ続くポプラ並木をイメージした大きな柱が特徴的な駅舎で、この柱

には道南スギが使われています。

広告設置場所は、自由通路に駅付近案内図広告1箇所、改札内の階段、エスカレーター垂れ壁に5箇所、ホーム風除室に3箇所のLED電照広告を設置しました。また、自由通路壁面には、近郊観光地、大沼の自然「水と光と大地」をテーマに北海道出身アーティスト、五十嵐威暢氏デザインのステンドグラスが飾られています。北海道新幹線で当駅にお越しの際は、是非ご覧いただければと思います。

【木古内駅】

道南いさりび鉄道（旧江差線）木古内駅に隣接する新幹線「木古内駅」は、過去・現在・未来へつながるまちの歴史を、打ち寄せる波のリズムや木々の合間に満ちる木漏れ日にのせてデザインされています。寄せては返す津軽の浜辺の波をイメージし、垂直制を強調したリブ状の壁面と、たくましく生きる木々や人々をイメージした駅舎で、津軽海峡につながる新幹線駅となっています。

広告設置場所は、駅舎出入口に駅付近案内図広告1箇所、改札内エスカレーター垂れ壁にシート貼り広告1箇所です。また、木古内町は北海道発祥の地として、古い歴史と文化を持つ町で、天保2年（1831

2015年 日本の広告費

株式会社電通
オペレーション業務マネジメント室
メディア業務マネジメント
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「2015年（平成27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推定したものです。2015年の

日本の広告費に関しまして、以下ポイントをご紹介します。

**総広告費6兆1710億円、
前年比100・3%**

**総広告費は4年連続でプラス成長
インターネット広告費が、2桁成長でけん引**

2015年の総広告費は、ミラノ万博、企業業績の大幅な伸長、所得

増への期待があったものの、前年の消費増税前の駆け込み需要や「ソチオリンピック2014」、「2014 FIFAワールドカップ ブラジル大会」開催に伴う反動減、海外経済の景気減速や個人消費の伸び悩みなどが影響し、通年で前年比100・3%となりました。景気が足踏み状態の中、4年連続で前年実績を上回りました。



木古内駅

【奥津軽いまべつ駅】

年）から続く伝統の神事「みそぎ祭」が有名です。木古内駅からは少し離れますが桜の名称、松前町があります。松前町全体では1万本の桜があり、松前城を中心とする松前公園とその周辺に集中しています。日本に350種類ある里桜のうち、松前には250種類が咲き誇り、世界でも類を見ない桜の町で、これからの季節（4月中旬から5月中）にちょうど見頃となります。

北海道と東北を繋ぐ青森の新スポットとなる「奥津軽いまべつ駅」、今別町のシンボルである青函トンネルを、アーチを冠したゲート風にシンボリックなデザイン

ンにし、奥に延びる連絡通路と駅舎のつながりは、青函トンネルとその先に広がる津軽海峡、さらに北海道の大地をイメージした新駅舎となっています。

広告設置箇所は、駅舎につながる連絡通路正面に駅付近案内図広告1箇所、改札内エスカレーター垂れ壁にシート貼り広告枠が1箇所です。

新幹線広告枠が13箇所と小規模な出発となりますが、北海道にとつて新幹線開業は未知の世界であり、今後の媒体枠増設及びデジタルサイネージ化については、開業後お客様の動向や新駅周辺の状況を見ながら進めたいと思っていますので、その節にはお力添えをよろしくお願いいたします。



奥津軽いまべつ駅

媒体別広告費の概要

2015年（平成27年）の広告費を媒体別にみると、スマホ市場の成長や動画広告、新しいアドテクノロジーを活用した広告配信の浸透などで、前年に引き続き2桁成長した「インターネット広告費」は、1兆1594億円、前年比110・2%と好調に推移し、総広告費の押し上げ要因となりました。媒体構成比も18・8%で、前年より1・7%さらに上昇しました。

一方、「マスコミ四媒体広告費（衛星メディア関連も含む）」は、2兆8699億円、同97・6%と4年ぶりに減少となりました。プラスに転じた2012年（2兆8809億円）と比較しても0・4%の減少。しかし、媒体構成比は、46・5%と日本の広告費の約半分を占めています。「衛星メディア関連」は1235億円、同101・5%と健闘しました。

さらに、「プロモーションメディア広告費」も、屋外広告、POP、展示・映像ほかなどがプラスだったものの、全体では2兆1417億円、同99・1%と前年をわずかに下回りました。

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、ただし

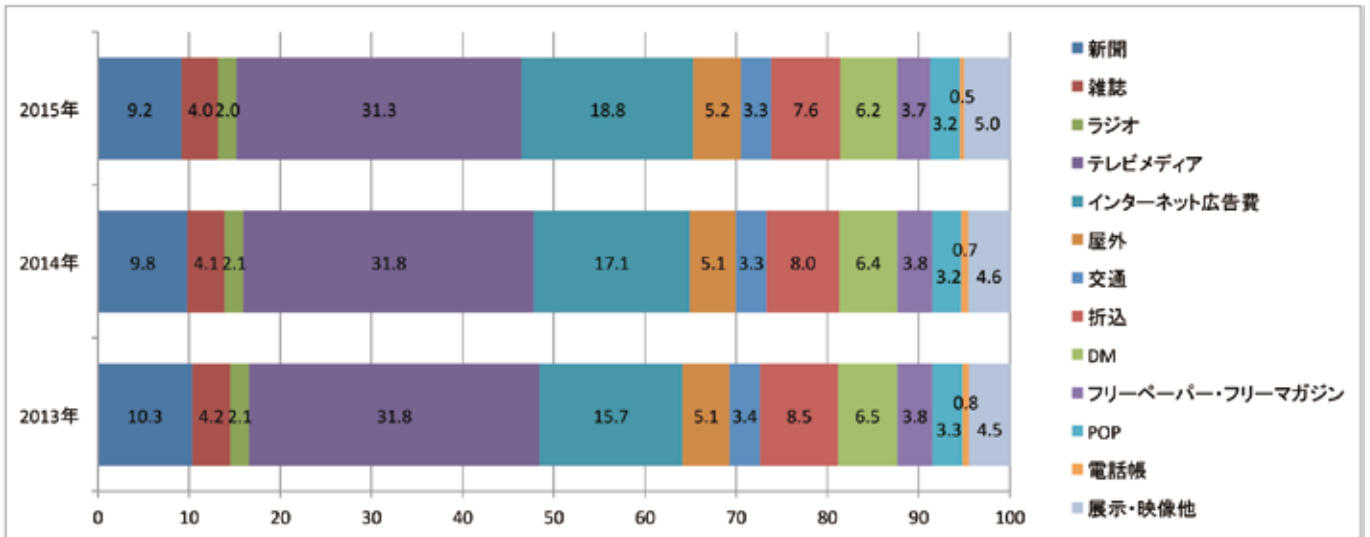
媒体別広告費（2012年～2015年）

暦 年	総広告費		媒体別前年比(%)								
	金額 (億円)	前年比 (%)	マスコミ 四媒体 (衛星メディア 関連を含む)	新聞	雑誌	ラジオ	テレビ メディア		インター ネット	プロモーション メディア	
							地上波 テレビ	衛星メディア 関連			
2012年（平成24年）	58,913	103.2	103.2	104.2	100.4	99.9	103.5	103.0	113.7	107.7	101.4
13年（平成25年）	59,762	101.4	100.4	98.8	98.0	99.8	101.3	100.9	109.6	108.1	100.1
14年（平成26年）	61,522	102.9	101.6	98.2	100.0	102.3	102.8	102.4	109.6	112.1	100.8
15年（平成27年）	61,710	100.3	97.6	93.8	97.7	98.6	98.8	98.6	101.5	110.2	99.1
			(28,699)	(5,679)	(2,443)	(1,254)	(19,323)	(18,088)	(1,235)	(11,594)	(21,417)

（注）2015年の（ ）は広告費（億円）

（注）2014年より、テレビメディア広告費は「地上波テレビ+衛星メディア関連」として区分し、2012年に遡及して集計した。

媒体別構成比グラフ（2013年～2015年）



（注）2014年より、テレビメディア広告費は「地上波テレビ+衛星メディア関連」とし、2012年に遡及して集計した。

2015年 マスコミ四媒体広告費の四半期別伸び率

（前年比、前年同期比、%）

	2014年1-12月	1-6月	7-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
マスコミ四媒体広告費 (衛星メディア関連を含む)	101.6	102.3	100.8	104.0	100.6	100.6	101.1
	2015年1-12月	1-6月	7-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
	97.6	96.7	98.6	96.4	97.0	98.7	98.6

衛星メディア関連は除く）では、全21業種中6業種で増加しました。主な増加業種は、「精密機器・事務用品」

（前年比109・7％、腕時計、万年筆）、「情報・通信」（同105・1％、オンラインゲーム、オンラインショッピング）、「エネルギー・素材・機械」（同104・1％、ガス会社、電力会社）、「食品」（同102・7％、通販系サプリメント、健康食品、アメ・キャラメル）、「交通・レジャー」（同102・2％、会員制スポーツクラブ、イベント・セミナー、レジャーランド・テーマパーク）など。主な減少業種は、「趣味・スポーツ用品」（同84・5％、オーディオソフト、人気キャラクター玩具具）、「自動車・関連品」（同89・0％、軽自動車、セダン、2BOX）、「飲料・嗜好品」（同91・8％、缶コーヒー、第3のビール）、「家電・AV機器」（同91・9％、コーヒーマーカー、空気清浄機、液晶テレビ）、「家庭用品」（同92・7％、機能性マットレス、家具、機能性フライパン・鍋）、「不動産・住宅設備」（同95・0％、一般住宅、賃貸用住宅）などとなっています。

日本の経済成長と日本の広告費

2015年の名目国内総生産（GDP）の伸び率は2・5％で、プラス成長。また2015年の名目国内総生産に対する総広告費の比率は1・

24％で前年（1・26％）より減少しました。

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2兆1417億円、前年比99・1％と微減。ウェブとリアルのみわけがはつきりし、PDCAに基づく使い分けが進んだ1年でした。リアルな体験を求める人が多いのか「展示・映像ほか」分野が伸長している点は興味深い。現在の「日本の広告費」の推定範囲に入っていない「サンプリング」や「ポップアップストア」などのリアルプロモーションも改めて注目されました。

交通広告は2044億円、前年比99・5％。車内や駅構内のデジタルサイネージは堅調に伸びました。特に、関西・中部地区では新規の設置があり、出稿が増加しました。一方、中ぶり・まど上・ドア横などの車内メディアは前年に引き続き減少しました。空港関連は、外国人観光客の増加が見込める空港において、伸長しました。業種別では、「飲料・嗜好品」「金融・保険」は堅調。「情報・通信」（SNSやゲームを主体としたスマホアプリ）は前年に引き続き増加しました。

2013年～2015年 業種別広告費（マスコミ四媒体広告費）

業種	広告費(千万円)			前年比(%)		構成比(%)		
	2013年 (平成25年)	2014年 (26年)	2015年 (27年)	2014年 (平成26年)	2015年 (27年)	2013年 (平成25年)	2014年 (26年)	2015年 (27年)
1. エネルギー・素材・機械	2,490	2,560	2,664	102.8	104.1	0.9	0.9	1.0
2. 食品	27,209	26,350	27,069	96.8	102.7	9.8	9.4	9.9
3. 飲料・嗜好品	20,688	21,096	19,373	102.0	91.8	7.4	7.5	7.1
4. 薬品・医療用品	14,745	14,992	14,647	101.7	97.7	5.3	5.3	5.3
5. 化粧品・トイレタリー	27,985	29,551	28,426	105.6	96.2	10.1	10.5	10.3
6. ファッション・アクセサリー	11,732	11,382	11,067	97.0	97.2	4.2	4.0	4.0
7. 精密機器・事務用品	2,834	3,050	3,347	107.6	109.7	1.0	1.1	1.2
8. 家電・AV機器	5,533	5,926	5,444	107.1	91.9	2.0	2.1	2.0
9. 自動車・関連品	16,710	17,277	15,380	103.4	89.0	6.0	6.1	5.6
10. 家庭用品	6,856	7,242	6,714	105.6	92.7	2.5	2.6	2.4
11. 趣味・スポーツ用品	10,227	9,414	7,951	92.1	84.5	3.7	3.3	2.9
12. 不動産・住宅設備	11,503	11,804	11,209	102.6	95.0	4.1	4.2	4.1
13. 出版	8,988	8,769	8,486	97.6	96.8	3.2	3.1	3.1
14. 情報・通信	24,332	26,091	27,433	107.2	105.1	8.8	9.3	10.0
15. 流通・小売業	19,273	19,374	18,984	100.5	98.0	6.9	6.9	6.9
16. 金融・保険	16,762	16,437	15,973	98.1	97.2	6.0	5.8	5.8
17. 交通・レジャー	20,976	21,172	21,635	100.9	102.2	7.6	7.5	7.9
18. 外食・各種サービス	14,229	14,504	14,638	101.9	100.9	5.1	5.2	5.3
19. 官公庁・団体	3,149	3,380	3,296	107.3	97.5	1.1	1.2	1.2
20. 教育・医療サービス・宗教	8,069	7,717	7,342	95.6	95.1	2.9	2.7	2.7
21. 案内・その他	3,960	3,672	3,562	92.7	97.0	1.4	1.3	1.3
合計	278,250	281,760	274,640	101.3	97.5	100.0	100.0	100.0

* 衛星メディア関連は除く

「2019年+日本のラグビーの未来を観る」

常任理事 林 誠 (株)東急エージェンシー

あしたにトライ！
全国小学生ラグビー全国大会
「第8回ヒーローズカップ」

私は、2月27日東京・秩父宮ラグビー場と28日東大阪・花園ラグビー場で、日本のラグビーの将来への可能性を感じ取る二つの試合を観戦した。

一つ目は、皆様ご存知のサンウルブズのスーパーラグビー参戦の初戦。

結果は、



サンウルブス vs. ライオンズ戦

13対26でライオンズ（南ア）に敗れましたが、2015年ワールドカップ日本代表の堀江・大野・日和佐・山田等の活躍で今シーズに期待が持てる試合。やっぱり日本の初トライは、キャプテン堀江、最高であった。

二つ目が、小学生ラグビーの全国大会「第8回ヒーローズカップ」観戦。

初代ワールドカップ日本代表キャプテンの林敏之さん（壊し屋林）が実行委員会の委員長を務め全国規模まで拡大され



林敏之さん（右）と東急の壊し屋？

ALL, ALL FOR ONE、を实践することを目的にしている。「夢は、小学生ラグビーの世界大会開催の実現です。」と力強く語られている。

その夢に向



グラウンドを駆ける選手達／花園ラグビー場

かう「ヒーローズカップ」は、全国180のラグビースクールが11月からの各地区大会を勝ち抜き、16チームで二日間34試合の熱戦を繰り広げた。なんと前日のスーパーラグビーに出場した大野均選手もインターネット中継の解説者として応援に駆け付け会場も盛り上がった。まさに小学生のトップリーグだ！

決勝は、東京「世田谷ラグビースク

てきました。林さんは、「ヒーローズカップは、ラグビーの普及・技術の向上だけでなく、参加する皆が人間性を育み高めあ

い、ONE FOR

ALL, ALL FOR ONE、を实践することを

目的にしている。「夢は、小学生ラグビー

の世界大会開催の実現です。」と力強く語

られている。

その夢に向

かう「ヒーローズカップ

」は、全国180のラグ

ビースクール

が11月からの

各地区大会を

勝ち抜き、16

チームで二日

間34試合の熱

戦を繰り広げ

た。なんと

前日のスーパー

ラグビーに出

場した大野均

選手もインター

ネット中継の

解説者として

応援に駆け付

け会場も盛り

上がった。ま

ル」と京

都「Kiwis」

戦で、終了

間際に世田

谷が追い着

きコンバー

トで逆転の

勝利。スコ

アは42対40

であった。

一言では

言い表せま

せんが、小

学生から素

晴らしい感

動を与えら

れた。我々

の学生時代

（高校）よ

り、よっぽ

どラグビー

というスポー

ツを理解し

プレーを楽し

んでいる。

この少年・少

女たちの純粋

さとレベル

の高さに、本

当に驚かされ

た一日であっ

た。あなた達

は、『日本ラ

グビーの宝』

だ!! ラグビー好き

元ラガー・オ

ヤジの週末

のご紹介でした

が、2019年ラ

グビーワールド

カップ日本大

会とその先の

未来に向け、

皆様とともに



試合後、レフリーから両チームにアドバイス



悔し泣きする将来の女子セブンス日本代表

次回もお楽しみに。

平成27年度第3回理事会を開催しました

2016年3月11日(水) 15時30分
からジェイアール東日本企画10F大
会議室において4名の理事が出席し
開催した。

冒頭、今木会長から挨拶があり、
引き続き議案の審議が行われた。

今木会長挨拶

本日は年度末の大変お忙しい中
をご出席いただき誠にありがとうございます。
また日頃から当協会の
運営に関しまして色々な面でご尽
力を賜り重ねて御礼申し上げます。
皆さま方もご承知の通り、昨今
の我が国の経済は、中国問題をはじめ、
様々な面で混迷を深めている世
界情勢の影響もこれあり、停滞感、
減速感を強めている状況です。

昨年1年間の日本の広告とは、全
体としても私どもの交通広告とし
ても、なんとかほぼ前年並みをキー
プしている状態ですが、これからま
すます先行き不透明な見通しのき
かない状況になるのではないかと思
われますので、より一層気持ちを引き
締めていく必要があると感じてい

第1号議案

平成28年度事業計画(案)

田之上専務理事から以下のように
説明があり、本議案は承認された。

昨年度後半以降、中国をはじめ新
興国経済の急減速や原油等資源価格

ます。

本日の理事会ですが、メインは来年
度の事業計画をご審議いただくこと
です。後程資料で詳細をご説明申し上
げますが、公益事業としては、毎年恒
例となりました地球温暖化防止キャ
ンペーンと鉄道利用マナーUPキャン
ペーンが2本柱になります。その他事
業としては、アカウンタビリティ向上
のための共通指標の車内メディアをよ
り高度化する、と同時に新たに駅メ
ディアについても着手してまいります。
それから技術開発の面でいわゆるICT
への対応について開発研究の中身を
掘り下げ、範囲を拡げるということ
が重要なテーマかなと思っております。
その他決議事項、報告事項など、限
られた時間ではございますが、何卒ご
審議の程よろしくお願いいたします。

の急落、中東情勢の悪化やテロの多発
等、国際情勢が混沌とする中で、我が
国経済も消費増税の影響や将来に対す
る不安感から消費を中心に低調な状況
が続いている。広告業界に目を転じると、
インターネット広告が大きく伸長
する中であって、鉄道広告は前年度並
みの状況で推移したが、まだまだ活況
とまでは言い難い状況が続いている。

我が国の経済が本格的な景気回復
基調に転ずるかどうかは予断を許さず、
引き続き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
と効率のよい展開を求めていることが
予想される。

このような状況の中、鉄道広告とし
ては、昨年度末に開業した北海道新幹
線や、8月に開催されるリオデジャネ
イロオリンピック等の効果を着実に取
り込み、各企業に選択してもらえよう、
より一層の価値向上につとめていく
必要がある。

当協会としては、鉄道広告の持つ公
益性に一層の配慮をするとともに、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
組みをしていきたい。

具体的な事業計画については以下の
とおりだが、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10回

地球温暖化防止キャンペーンを、倫理
という観点から第7回マナーUPキャン
ペーンを、それぞれ実施したいと考
えている。また、その他事業として、
鉄道広告の技術開発という観点から、
交通広告に応用可能な先端ICT技術
情報の収集と共有化に、アカウンタビ
リティ向上という観点から、交通広告
共通指標推定システムの本稼働に、調
査研究といった観点から、e・販促デー
タシステムの改良と普及に、それぞれ
主要課題として取組むこととする。

28年度事業計画

1. 各委員会の主な活動目標

- ・ 総務・財務委員会
- ・ 新規会員への入会促進
- ・ 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

(2) 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
- ・ マナーUPキャンペーン継続実施
- ・ 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

(3) 美観風致委員会

- ・ 環境委員会との共同による第10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

(4) 環境委員会

・環境保全への取り組み状況の実態把握

・「JAFRA環境方針」配布後の状況把握

・環境に関する手引書の検討

・環境に関するチェックシート作成

・第10回地球温暖化防止キャンペーンの実施

・美観風致委員会との連動

(5) 安全委員会

・「安全管理規則モデル集」の改訂

・安全管理に関する調査研究の推進

・安全作業に関する教育研修の実施

・安全管理体制アンケートの実施

(6) 標準化委員会

・2016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

(7) 人材育成委員会

・「交通広告ビジネス概論」別冊版の発行

・鉄道広告実務研修の実施

・セミナー、シンポジウムの開催

(8) 技術開発委員会

・交通広告に応用可能な先端ICT技術情報の収集と共有化

・交通系デジタルサイネージの価値向上とネットワーク拡大の検討

・スマートフォンを活用した交通広告の事例収集とその検討

・インバウンド需要の増加に対応した交通広告活用策の事例収集とその検討

・ビッグデータ解析を活用した交通広告の価値向上策の事例収集とその検討

(9) 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

・e・販促データシステムの改良と普及

・広告料金、利用者数、輸送人員等のマーケティングデータ等の提供

・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

(10) 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

(11) 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

トの開設

・関係する外部機関との連携強化

(12) 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

・交通広告共通指標策定システム稼働と運用

2. 各支部の主な活動目標

(1) 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…2016

年秋季

・実務研修会（講演会）の開催…2017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

・マナーUPキャンペーンの実施

(2) 東北支部

・支部総会・懇親会の開催

・支部セミナー等の開催

・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

・マナーUPキャンペーンの実施

(3) 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…8月下旬から9月上旬

・セミナーの開催…7月、11月、2017年2月の3回

・支部総会・懇親会の開催…7月4日

・地域間交流の促進

・新規会員の入会懇懇

・マナーUPキャンペーンの実施

(4) 中部支部

・支部総会・懇親会の開催…7月予定

・支部セミナーの開催…7月予定

・学生インターン・調査研究事業の実施…7月～12月予定

・地球温暖化防止キャンペーンの実施

・マナーUPキャンペーンの実施

(5) 近畿・中国・北陸支部

・幹事会の開催…7月、2017年3月予定

・支部総会・懇親会の開催…7月予定

・支部セミナーの開催…7月予定

・交通広告実務研修会…9月予定

・地球温暖化防止全国キャンペーン実施

・マナーUPキャンペーン実施に向けての推進

・業界諸団体との連携（各媒体社広告会・OAAA・関西交通広告協議会等）

・新規会員の入会懇懇（正会員、賛助会員）

(6) 四国支部

- ・支部総会・懇親会の開催…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…10月
- ・支部会員交流会の開催…2017年2月

- ・マナーUPキャンペーンの実施
- ・新規会員の入会促進

(7) 九州支部

- ・支部総会・懇親会の開催…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、2017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
- ・地球温暖化防止キャンペーンの実施…8月

- ・マナーUP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
- ・新規会員の入会促進

3. 今後の協会行事計画

- ・定期総会

6月28日(火) 14時00分

ホテルメトロポリタン(池袋)(桜の間)
同日臨時理事会15時30分(光の間)
セミナー*16時00分(富士の間)
懇親会17時30分(富士の間)

*詳細未定

・理事会

第1回 6月9日(木)

(株)ジェイアール東日本企画 会議室

第2回 11月(期日未定)

第3回 2016年3月(期日未定)

・年賀会

2017年1月6日(金) 15時30分

広告界合同年賀会

帝国ホテル 孔雀の間

第2号議案

平成27年度決算(見込)

および平成28年度予算(案)

田之上専務理事から、議案書の数字はあくまでも見込みであり、正確な数字はまた改めて来年度の理事会及び定期総会にて報告する旨説明があった。なお、平成28年度事業計画及び予算(案)は、3月末日までに内閣府に申請すると今本議長より補足説明があり、本議案は説明通り承認された。

報告事項①

第6回「鉄道利用マナーUPキャンペーン」実施状況

現在、国土交通省等と連携し実施している「第6回鉄道利用マナーUPキャンペーン」について以下の通り田

之上専務理事より報告があり、神田橋委員長から、「今年度は、1月に国交省の方にも同席頂き、倫理委員会の詳細内容の確認をいたしました。その結果、先ほど報告がありました通り、2月から4月まで3か月間でキャンペーンを実施すると決定しております。また、今年度のポスターは昨年と同様のものを使っております。来年度につきましてはまた新しい内容になるということになっております。」との補足説明があった。

1. キャンペーンのテーマ

○ホーム転落事故0(ゼロ)へ。

○座席の利用マナー向上へ。

2. キャンペーンのねらい

○『ひと声マナー』ははじめよう』をキーワードとして、テーマごとの2種類のポスターを制作

○「目が不自由な方へのお手伝いする」、「妊娠されている方などへ席を譲る」ための「ひと声」を具体的に例示
○全国の鉄道事業者等と連携し、駅や車内でポスターを掲出するなど、様々な周知媒体を活用して、多くの人々に目に触れる機会を大幅に増やす
○鉄道利用者等に対して、「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. 期間

2016年3月1日(月)～

2016年4月30日(土)の3か月間

4. 告知媒体

① 駅貼りポスター(B1、B2) 各2種

② 車内ポスター(B3) 2種

(印刷費・発送費は当協会負担)

5. 参加事業者、団体(85社局、2団体)

JR北海道、JR東日本、JR東海、JR西日本、JR四国、JR九州、東武鉄道、西武鉄道、京成電鉄、京王電鉄、小田急電鉄、東京急行電鉄、京浜急行電鉄、東京地下鉄、相模鉄道、名古屋鉄道、近畿日本鉄道、南海電気鉄道、京阪電気鉄道、阪急電鉄、阪神電気鉄道、西日本鉄道、新京成電鉄、北大阪急行電鉄、泉北高速鉄道、山陽電気鉄道、札幌市交通局、仙台市交通局、東京都交通局、横浜市交通局、名古屋鉄道、京都市交通局、大阪市交通局、神戸市交通局、福岡市交通局、函館市企業局、仙台空港鉄道、会津鉄道、北越急行、上田電鉄、アルピコ交通、富山ライトレール、北陸鉄道、鹿島臨海鉄道、秩父鉄道、銚子電鉄、流鉄、北総鉄道、東葉高速鉄道、山万、千葉都市モノレール、埼玉高速鉄道、埼玉新都市交通、首都圏新都市鉄道、東京モノレール、東京臨海高速鉄道、ゆりかもめ、多摩都市モノレール、江ノ島電鉄、箱根登山鉄道、伊豆箱根鉄道、横

浜高速鉄道、湘南モノレール、横浜シーサイドライン、富士急行、静岡鉄道、京福電気鉄道、京都丹後鉄道、能勢電気、水間鉄道、和歌山電鐵、大阪高速鉄道、北神急行、神戸電鉄、水島臨海鉄道、岡山電気軌道、筑豊電鉄、甘木鉄道、平成筑豊鉄道、北九州高速鉄道、島原鉄道、熊本電鉄、南阿蘇鉄道、くま川鉄道、鹿児島市交通局
日本民営鉄道協会、日本鉄道広告協会

報告事項②

技術開発委員会の活動状況について、田之上専務理事から報告があった。

(この件については、本号P11の「委員会便り」に掲載)

また、2月26日に開催した情報交換会より、「交通広告とスマートフォン連携について」が、非常に完成度の高い内容だったので、6月の定期総会のセミナーにと考えていると田之上専務理事より説明があった。

報告事項③

「e・販促システムリニューアル」進捗状況について、田之上専務理事から以下の通り説明があった。

稼働状況

・月約1500件前後のアクセス数で順調に稼働し推移。

○システム改修

会員各社に有効活用していただくことを目的に、操作説明会において実施したアンケート結果及び会員から寄せられた要望を基に、毎月開催している編集

ログイン数

	会員	一般	計
12月	1,330	14	1,344
1月	1,799	0	1,799
2月	1,691	8	1,699

会議で来年度のシステム改修の内容を議論し、下記のような改修を予定している。

1. 改修内容

・[Station AD Planner] [Train AD Planner] 共通項目

①データポリシーの充実、用語の修正
②JAFRA料金表への直接リンク(リンクボタンの新設)

・[Station AD Planner] 項目

①施設データのスクラップ&ビルト
②施設データの更新

・[Train AD Planner] 項目

①路線図の媒体別表示、路線情報の一括表示(両方を連動)

②路線図の操作性の向上(路線図をつかめるようにする)

2. 改修時期

平成28年4月使用開始予定

3. 改修費用(見込)

約80万円(e・販促会員の会費を充当)

○システム説明会の予定

今年度もシステムの改修内容告知と交通広告従事2〜3年目の方を中心にシステム説明会を5月頃開催する予定

報告事項④

アカウンタビリティ向上の進捗状況について田之上専務理事から以下の通り説明があった。

1. 交通広告共通指標推定システム

会員社は

・関東交通広告協議会(11社会)

会員社 18社

・日本広告業協会(JAAA)

会員社 5社

・日本鉄道広告協会(JAFRA)

会員社 27社

合計 50社

なお、報告事項③にもあるとおり説明会を共通指標の説明とともに5月に開催予定、入会促進をはかる。

2. 交通広告共通指標推定システムアクセス数

の推移

アクセス数

	合計
12月	108
1月	65
2月	28

3. 交通広告共通指標化ユニットの更新と追加

本年度の共通指標化ユニットは、既存の「中づり」(調査広告数・186以下同様)、「まど上」(212)、「ドア横」(135)の3ユニットに、「ステッカー」(176)、「車内ビジョン」(113)、「中づり」(出版系) (51)の3ユニットを追加し、合計6パターンで実施。4月1日より稼働開始予定。

4. プレシリリースについて

(1)時期 平成28年3月中旬

(2)内容

・「中づり」「まど上」「ドア横」の共通指標更新

・「ステッカー」「車内ビジョン」「中づり」(出版系)の共通指標化

・「交通広告×スマートフォン」親和性

・JAFRAホームページに掲載しました

(3)他団体への説明

・日本アドバタイザーズ協会(JAA) 2月29日(月)

・日本広告業協会(JAAA) 3月2日(水)

5. 平成28年度交通広告共通指標策定調査について

車両メディアは継続調査し、駅メディアは、駅ポスターの策定調査をすることになった。

(1) 車両メディア調査

・本年同様の調査手法を用い継続調査
調査期間 平成28年3月～7月

1 社局の調査を4日間から3日間に短縮

・翌年度に6ユニットの共通指標を更新予定

・付帯調査項目

① 車内広告意識をユニット(中づり、まど上、車内ビジョン)毎に調査

② 商品ジャンル×情報源及び車内広告注視意識

(2) 駅メディア調査

・調査期間 平成28年3月～12月
11社局ごと、特定の1日(金曜日予定)

・調査対象 1都3県に居住する15歳から59歳で対象駅スポットを通過した者

・サンプル数 1100サンプル(各社局1駅スポット、100サンプル以上)

・調査対象ユニット

* 駅メディアのユニットは、「駅ポスター」「デジタルサイネージ」「サインボード」があるが、面積の規格が標準化(B0面数)している「駅ポスター」を優先し、共通指標化予定。

なお、「サインボード」「デジタルサイネージ」については、引き続きプロジェクト内で調査内容等を検討し共通指標化を目指す。

・付帯調査項目

駅メディアも広告到達率調査以外

に、テーマを決めた付帯調査の実施を検討中

現在候補(案)

① 駅広告意識についてユニット(ポスター・サイネージ)毎に調査

② 駅に関するイメージについて(20駅程度を予定)

③ 駅構内、駅ビル等での買物行動について

* 3月中にはテーマを決め、実施予定

(3) 調査費用

車両メディア、駅メディア調査で、1社局あたり約200万円を予定。

また、正盛委員長から次のとおり補足説明があった。

プロジェクトへのご参加、調査対象のご協力をいただいている会員各社の皆さまには、引き続きいろいろご協力をお願いしてありがとうございます。この調査も3年が経過しまして、今年度の4月は3パターンのデータでしたが、来年度4月からは3つのパターンが増えまして全部で6つの広告の推定到達率が出せるようになります。ただ、皆さんご存知の通り車内の広告の減少が続いておりますが、やはり広告主の方にはどのように理解していただいて、再度見直し、利用率を上げるといった課題が残っております。調査は幅広い内容ですので、これをどういった

形で業界全体に認知させるかといった大きな課題が残っております。それについてはまた考えていきたいと思っております。

また、今本議長から、次の2名の支部長に昨今の動向をお話したい。ききたいと発言があり、阿久津常任理事と小暮副会長の発言があった。

阿久津常任理事(中部支部長)

中部支部についてですが、今、中部地区は名古屋駅前にJPTタワーや大名古屋ビルヂングなどの非常に大きなビルが開業しております。来年にはJRゲートタワーもオープンしますので駅前の様相が大幅に変わります。名古屋というのは地下街が非常に発達しているところで、したがってこのビルと地下街の連携をどのようにしていくのかということ、地形の問題もあるのですが、鉄道広告を扱っている団体として見ますと、鉄道広告の分野として見るべき部分と、地下街に関わる部分、それが高層ビルの地下街、また鉄道設備ということもありまして、どのような形で媒体が活用されていくのかということについて注目していく必要があると思います。鉄道広告のデジタルサイネージですが、名古屋駅のJR関係、名鉄の関係、それから名古屋市交通局も名古屋駅前のビルを改修してい

るところです。そういったものと各大型ビルの地下部分におけるデジタルサイネージがどのような形で相互に関連性を持っていくのかというところを注視してみたいと思っております。デジタルサイネージにつきまして、先日技術開発委員会でご報告いただきました大変参考になることがありましたので、私もそこから学んだことを生かしながら今後の展開などを探っていきたいと思っております。

小暮副会長(首都圏支部長)

みなさまに大変ご心配、ご迷惑をおかけした山手線の新型車両E235系ですが、ご案内のとおり7日月曜日に再スタートして走っておりますが、昨日今日は休んでおります。これはトラブルが発生して休んでいるということではなく、念には念を入れてということで月曜日に走った結果をもう1度検証して、また明日から走り出すということ。ただ、当分の間は限定運用ということで通常のダイヤに組み込んで走らせるのではなく、3月下旬ごろより通常の運転に入るように聞いておりますので、そこを確認した上で具体的な販売活動に入るのかなと考えております。

以上をもって今本議長は、14時34分「平成27年度第3回理事会」の閉会を宣言した。

委員会便り

技術開発委員会

「技術開発委員会」「技術情報交換会」を開催しました

○技術開発委員会

2月26日(金)

平成27年度活動目標

- ・スマートフォンと交通広告を連動させたソリューションの検討
- ・進化するICT技術を活用した交通広告の検討と水平展開
- ・交通系デジタルサイネージの価値向上とネットワーク拡大の検討
- ・その他交通広告に応用可能な先端

開会挨拶

技術開発委員会委員長 坂田 英洋

本日はこのような機会をいただきありがとうございます。当技術開発委員会は、ICT技術の研究を通じて、交通広告に役立てることを目標に活動しています。今年度のテーマ「交通広告とスマートフォンの連携」について、そしてデジタルサイネージの技術情報や、最新のICT技術を使った交通広告の事例などについて、活動を通して研究しております。本日は、この3年間研究を重ねて

技術情報の収集と共有化

以下のテーマで活動することが了承された。

平成28年度活動目標(案)

- ・交通広告に応用可能な先端ICT技術情報の収集と共有化
- ・交通系デジタルサイネージの価値向上とネットワーク拡大の検討
- ・スマートフォンを活用した交通広告の事例収集と情報提供および水平展開の推進
- ・インバウンド施策に対する交通広告ソリューションの活用策の検討
- ・ビックデータの交通広告への活用に向けた連携策の検討

きた「交通広告とスマートフォンの連携」について、私を含め4名から発表いたします。

先週、電通から、昨年の日本の広告業界の動向が発表されましたが、交通広告は微減、全体としては足踏みをしている状況です。新興国の減速問題、温室効果ガス26%削減などの問題もありますが、景気が回復することを期待しております。本日の話題が、交通広告の発展及び皆様の会社の発展に寄与することを願って挨拶とさせていただきます。

○技術開発委員会情報交換会

2月26日(金)

(株)ジェイアール東日本企画 10階

大会議室

14時00分～17時00分 参加者76名

【タイムテーブル】

14時05分「交通広告とスマートフォンの連携について」

技術開発委員会委員長 坂田 英洋

技術開発委員会副委員長 山本 孝

15時15分「交通・屋外広告におけるICT技術を活用したプロモーションの最新トレンド」

技術開発委員会 吉田 勝広

16時15分「ヨーロッパ、台湾の交通

支 部 便 り

首都圏支部

セミナーを開催しました

日時…2月22日(月) 15時00分～

場所…宣伝会議 会議室

■講師

合同会社西友 マーケティング本部

担当執行役員 富永朋信氏

■タイトル「スーパーマーケットの

広告等について」

技術開発委員会 土屋 樹一

16時55分 閉会挨拶

技術開発委員会副委員長 望月敏弘

編集後記

この号は4月1日に発行されますので、ちょうどお花見シーズン真っ盛りでしょうか。頭上の花ばかりではなく、足元の菜の花も賑やかに咲いて、ミツバチも花粉ダンゴを足に着けて仕事でした。温暖化により数が減っているというミツバチですが、都会の生活にも順応してるのかな？と観察していましたが、迷惑そうに飛び去りました。みなさまの新年度の目標教えてください！

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



●次号Vol.36は6月1日発行予定です。お楽しみに。

マーケティング戦略の考え方

消費材のマーケティングを例に、流通のマーケティングとの違いについて、店舗自身をメディアと捉え、マーケティングと重要なポイントがどう違うのかを明確に説明されるなど、流通のブランドマネージメント、コミュニケーション戦略をわかりやすく解説いただき、非常に貴重な時間となりました。