

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

第54回 JAA 広告賞 消費者が選んだ広告コンクール受賞セミナー 「消費者に響く広告の創りかた」より

株式会社メトロアドエージェンシー
営業本部 営業推進局 営業推進部長
井上 達也

広告とは料理である

現在の消費者の嗜好は極めて多様です。ネットの普及によって、メディアの数は増え、消費者は世界中に情報を発信し、また世界中から受信しています。そのため、一昔前のように大多数の消費者が、似たようなパターンで行動し、ある程度、その行動が長く続くということは少なくなりました。つまりこれは、多種多様な行動特性、価値観を持つ消費者が存在するようになったということを表わしています。

こうした多様性に満ちた消費者に向けて広告を制作するうえで、私は3つのことを意識しています。

まず、「広告は料理と同じである」こと。料理人（広告制作者）が、いくらおいしい料理を作っても、消費者が食べたいモノを食べたいときに提供しなければ食べてもらえません。どれほど良い食材を使おうと、蕎麦を食べたい人に、カツ丼を出しても喜んでもらえないのです。相手の立場に立つて考えなければなりません。

第2に、「制約にとらわれずにアイデアを考える」こと。広告には予算、時間、技術、ガイドラインなど、さまざまな制約があります。特に交通広告は、道路、鉄道などの公共空間に展開するだけに、法的規制が多い分野です。斬新なアイデアでも、規制のために断念せざるを得ないことも少なくありません。しかしアイデアの段階では、そうした制約を気にしないことを心がけています。実現可能かどうかは、たくさんのアイデアを出した後、整理し、判断しなければよいと思います。

第3に、「エモーショナルなもの」、言い換えれば五感に訴えるリアルなものを追求することです。交通広告は通勤・通学など、日常で消費者に接触できる強みがあります。しかし、風景の一部のようになってしまうと、見過ごされてしまいます。その反面、非日常的になり過ぎれば、わざとらしくなり、共感を得られません。決してインパクトがあればいいというわけではなく、私はこのバランスを常に意識して企画を考えています。

コト消費の起爆剤として 駅を活用

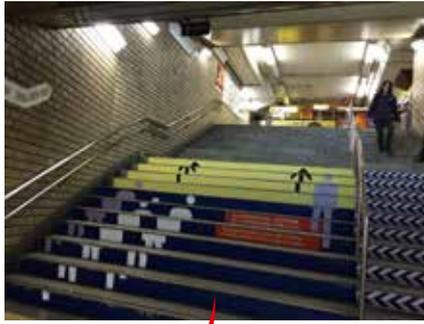
こうした発想が結実したのが、アサヒビール様の依頼を受けて実施した春限定のアサヒスーパードライスベシヤルパッケージの企画でした。

近年、消費は「モノ消費」から「コト消費」に移りつつあります。商品というモノよりも、経験、思い出、人間関係などの特別な時間や体



春限定の「アサヒスーパードライスペシャルパッケージ」は、鮮やかなピンク色をベースに、満開の桜の花をちりばめたパッケージデザインが特長。

験（＝コト）に価値を見出し、そこに消費が発生するようになってきました。アサヒビール様は、積極的にコト消費を活性化させる戦略を取り、このピンク色のデザインの「アサヒスーパードライも、花見という「コト」を意識して発売したものです。そのため、春の前に、消費者がもうすぐ



花見という気持ちを感じ、このビールを飲みたくなる、ネットやSNSで評判が広がる話題性のある企画を求められました。

消費者に、実際よりひと足先に花見を感じてもらい、ピンク色の缶の商品に関心を持っていただくには、どうしたらよいのか。まさに「今

地域性を活かし、花見シーズンのひと足先というタイミングで、銀座線・上野駅を桜一色にラッピングしました。商品を目立たせるよりも、駅を桜満開のシーンにすることに徹し、コト消費の活性化を狙いました。



食べたいと思う料理」は何か、どう提供するかを考え、さまざまなアイデアを出しました。結果的には消費者が日常利用するメトロの交通広告で仕掛けを施すことにしました。駅を起点に、ウェブなどで話題を呼ぶ狙いです。

ネットやSNSで話題となるような企画というと、You Tube 動画といったアイデアを思いつきやすいものです。当社も最初はそうしたウェブ上のコンテンツも考えました。しかし、もう一つ、強い印象のものにならず、企画を練り直しました。現在の情報化社会で消費者はネットで無数の情報に触れています。消費者はむしろリアルなもの、その場に行かなければ見ることができない場面や空間、つまり「ライブ感」を求めていると思います。それが消費者の心をとらえれば、今の時代はそれがウェブで拡散していきます。

誰もがスマホやタブレットを持ち歩いているから、あるシーンに強い印象を受けたら、ライブ中継のように消費者自身がその情報を広めてくれるのです。

リアルなコンテンツを考へるとき、極めて重要なのは、企画のタイトルになる短くて強いフレーズを作ることです。いわば、「ヤフトピッ

クス」の見出しとなるような十数文字によって企画内容を簡潔に示すことです。私は、このフレーズが消費者の心に刺さるかどうかが、成否を分けると考えています。加えて、可能ならば「史上初!」、「世界最大!」といった最上級表現を入れられる企画なら、なお効果的です。より話題性が高まるからです。

実際の企画のポイントは、①地域性、②タイミング、③社会性、④インパクト、⑤人の共感、の5つです。まず地域性では、今回、情報発信の起点として東京メトロ銀座線の上野駅を選びました。桜の名所は東京都内にもいくつかありますが、他にも駅の候補はありましたが、上野駅が最適と判断しました。上野公園一帯は江戸時代から桜の名所として知られ、江戸幕府によって6種類以上の桜が植えられたそうです。今



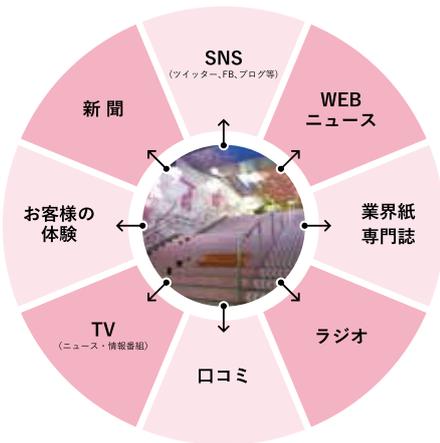
交通広告の企画にとって重要な5つのポイントです。規制や予算の制約の中で、これらを実現しなくてはなりません。「インパクト」と「人の共感」は、やや相反する場合もあるので、両立に気を使います。

も春には大勢の花見客が訪れますし、銀座線・上野駅の発車メロディも、森山直太朗さんの「さくら」を採用するなど、上野には桜のイメージが定着しているからです。

交通広告と決まってからのアイデアもさまざまあり、プロジェクトによる桜吹雪、桜の装飾を施した車内でビールを飲む「お花見列車」、販促用の芳香器を利用した「さくら香る」駅、駅ホーム上を桜で装飾した広告ジャケットなども考えました。しかし規制、予算などさまざまな制約が



あり、検討した結果、最終的にはラッピングによって駅構内を桜の風景にする手法だけに絞り込みました。「日常を彩る」というシンプルなアイデア



駅は、人が生活動線の中で接触するメディアで、利用者数も膨大。人の感情を喚起するアイデアで演出すれば、利用者のリアルな経験となることはもちろん、SNS、ウェブ、新聞、雑誌、テレビなどへ話題を拡散することができます。

アですが、日々使っている地下の駅がいきなり青空の桜のトンネルになるというインパクトは強く、アサヒビール様に提案すると、すぐに採用となりました。

しかし商品そのものの露出は控えめにしています。駅階段の両側の壁は桜で装飾してありますが、ピンク缶を出しているのは、片側だけです。もちろんタレントさんなども起用していません。前述したように、消費者の心に響き、認知していただかなくては広告効果は得られません。商品という「モノ」が出過ぎては逆効果になります。ここで大切なのは、商品よりも、ひと足先の花見気分という「コト」。これは共感や社会性というポイントにつながります。

内容を表すフレーズとしては、「メトロ初！史上最大の装飾」、「地下に咲く桜!」、「ひと足早く桜が満開!」などを考えました。こうした言葉が消費者に注目されれば、ネットなどでの検索が増え、情報は拡散していきます。

ネット時代に広がる交通広告の可能性

上野駅で天地左右に桜の装飾をした広告は評判を呼び、多数のメディアに取り上げていただきました。実際の商品の販売も好調で、計画の倍の約60万ケースを超える売上を記録

したとのこと。さらに嬉しいことに、JAA広告賞「消費者が選んだ広告コンクール」で屋外・交通広告部門の最高賞をいただくことができました。

今、あらためて感じるのは、駅や車両のメディアとしてのポテンシャルの高さです。通勤・通学など生活動線上で消費者に接触する交通メディアは、利用者数も多く、例えば銀座線・上野駅の場合、乗降客は1日10万人を超えます。最近では、通勤・通学者だけでなく、世界中の観光客にも接触できるという特性もあります。またスマホが普及した昨今でも利用者は携帯だけでなく、交通広告も見ている情報を集めています。車内でスマホ利用者の86%が中ぶりも見ているというデータもあります。つまり交通広告はアナログからデジタルへの橋渡しをするメディアでもあります。

こうして見ると、駅はリアルなタッチポイントでもあり、マスメディア以上の潜在力を持っているのではないのでしょうか。それを活かすためには交通広告にあつたクリエイティブが重要だと思います。ネットが普及した時代ですが、クリエイティブワーク、メッセージ次第で、リアルな駅を起点にネットまでつなぐ、交通広告の可能性はさらに大きく拡がると思っています。

「草ラグビー」

理事 坂本 隆 (一般社団法人 日本雑誌協会)

草ラグビーを始めて三十二年あまりになる。オマエ、幾つだ？と聞かれそうなので、いささか経緯をお話ししよう。

週刊誌編集者だった三十四歳の頃、新宿ゴールデン街での連夜の狂宴が続く中で、唐突にチーム結成が決まった。折しも、北の鉄人、新日鉄釜石がV6を達成したことで話が盛り上がり、泥酔と妄想の勢いで「俺たちもやろう」ということになった。

何事も形と理屈から入る連中が多く、練習よりも酒と議論が先行した。まずはチームの基本理念。二名を除きほぼ全員がラグビー未経験ということで、「草ラグビー界の底辺を支える！」で衆議一決。次に目標。当時、草ラグビーといえば、野坂昭如さんたちの「アドリブクラブ」が有名で、「アドリブに一勝！」を当面の目標とした。

肝心のチーム名だが、これも案外すんなり決まった。アルコール中毒患者に現れる幻覚といえは、日本では蟻が定番だが、欧米ではピンクの象なんだよ、と物知り顔で言う奴がいて、「ピンクエレファント」となった。後に東京朝鮮高校の指導にも関わることになる「君は、「桃象闘球団」とハングル訳を施している。

チーム結成から四年目、私が四代目のキャプテンだった年に、初めてアドリブに勝利し、皆で涙した。また結成十周年の祝賀パーティには、往年の名スクラム

ハーフでジャパン監督も務めた宿澤広朗さん(当時、住友銀行。2006年に逝去)が駆けつけてくれた。宿澤さんからいただいた「23歳以下日本代表」のネクタイは、今も私の勝負ネクタイとして大事に着用している。



セービング!



パス!



キック!

昨年夏(2015年)の「菅平不惑大会」にて

毎週、土曜日の早朝から練習を行っている。おあつらえ向きに、拙宅からは多摩川を挟んだ対岸にグラウンドがあり、自転車でも五分もかからない。

その後、麻布と定期戦を行っていた旧水産大OBチーム(現「海洋ラグビー」とも合同で練習したり連合チームで試合を組むようになった。そんなわけで、現在の私の身分は、本籍・ピンクエレファント、現住所・麻布多摩川クラブ、派遣先・海洋ラグビー、ということになっている。

熟年ラグビーでは、年齢に応じてパンツの色を決めている。四十代が白、五十代が紺、六十代が赤、七十代が黄、八十代が紫。ルールも話し合いで決めることになっていて、多くの場合、赤黄(紫)の試合では、十分ハーフの交代自由、スクラムは押し合わない(ノーコンテス)、赤は黄に激しいタックルはせずホルドのみ、(紫には通せんぼのみ)、などなど。それにしても、この歳までラグビーを続けている人には猛者が少なくない。黄バンと違ってナメてかかると、ハンドオフで撥ね飛ばされたりする。

私のポジションは主にスタンドオフで、サッカー経験者なのでキッカーも務めている。チームには紫パンツの方が三人もいて、元気にプレーを続けている。赤パンの私としては、当分、草ラグビーから足抜けできそうにない。

次回もお楽しみに。

平成28年度定期総会を開催

6月28日（火）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、平成28年度定期総会を開催し、平成27年度事業報告及び決算、協会役員を選任案などを審議した。

審議内容は以下のとおり。

第1号・第2号議案

平成27年度事業報告及び平成27年度決算報告については、田之上専務理事の説明と、監事代表宍戸旦氏の監査報告の後、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宍戸旦氏

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28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9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28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、臨時理事会を開き選出したものである。

（役員、委員長、支部長一覧は13ページに）

報告事項

平成28年度事業計画

基本方針

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く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ネイロオリンピック等の効果に着実に取り込み、各企業に選択していただけるよう、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、最大限の取り組みをしていきたいと思う。

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、それぞれ実施していきたいと考えている。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動に、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したい。

今木会長あいさつ

会員各社の皆様方には平素から当協会の活動に対しまして何かとご理解ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。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。重ねて御礼申し上げます。

ご承知の通り、当協会の使命は大きく言って2つあります。1つは鉄道広告の持つ公益性、この維持向上を図りながら広く国民生活に寄与すること。もう1つは時代の変化或いは関連する技術の進歩に対応しながら鉄道広告の価値を益々向上させて、会員各社の発展に寄与すること。こういった2つの使命を果たすべく昨年度も様々な取り組みをしてまいりましたし、今年度もより一層充実した取り組みをしてまいりたいと考えております。その中身は後程資料で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申し上げます。次第です。

おかげさまで、当協会は昨年

度で10年を経過することができました。これから新しいチームに入るといふことですが、今までも時代は大きく変化してまいりましたわけですが、これからの変化はますますスピードが速くなっていくだろうと思うわけであります。そんな中で、当協会も皆様方のご協力を得ながら、精いっぱい使命を果たしてまいりたいと思っております。

その際ぶれてはならない大事な軸は、鉄道会社にとって貴重な経営資源である駅や車両といったものを広告、或いは販促といった観点から利用できるだけ快適、きれいで、できれば文化的、加えてインテリジェントな情報発信空間にしていくことかと



挨拶する今木会長

思っております。

元々鉄道広告はポスター、看板といったリアルな、実態のある広告物を以て、比較的目線に近いところで人々に色々なことを感覚に訴えかけるといふ特性を持つわけですが、その特性をいかんなく発揮するということのために、ポスターその他の広告物のアピール性がますます大事だろうと思えます。

昨年のマナーアップキャンペーンのポスターですが、そのキャッチコピー「一声マナーはじめよう」をはじめ、説明、写真、イラストが非常に子供たちの心に響いたということ、全国の「教職員向け教材」に採用されたという事例があります。これはほんの1例ではありますが、是非会員会社の皆さま、クライアントをはじめ関係各位のご協力いただきながら、人々の心によりアピールする媒体を作ることにかけていただければと思う場合がございます。

もう1点は何と言ってもICTの時代ですので、それを鉄道広告に取り込んでいくことがなによりも大切だと思えます。デジタルサイネージの量的な拡大、或いはハード・ソフト両面での高度化といったことが進んでいるわけですが、加えて鉄道広

告物とスマホなどモバイル端末との連携といったことにも力を注いでいく必要があると思えます。当協会の技術開発委員会ではこういった問題に取り組んでおりまして、具体的事例の調査や、今後の課題の整理といったところまでござっております。本日のセミナーのテーマにもなっておりますが、今後ともよろしく願っています。

最後にご承知のように、先日、最も大きなリスクと言われておりました英国のEU離脱という問題が現実のものとなってしまいました。世界的に乱気流の中に入っているわけですが、我が国経済も決して避けて通るわけにいかないということで、経済全般はもちろん鉄道広告の分野にも逆風が吹いてくると思えます。そんな時ではあります、と言いますかそんな時だからこそ、会員各社様のご健闘をお祈り申し上げますと共に、私共も精いっぱい頑張りたいと思えます。

今年度も是非皆様方のご支援ご協力をお願い申し上げます。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

総務・財務委員会
稲川一委員長

例年と変わらず、新規会員の入会促進、支部活動活性化の支援、平成27年度年次報告書を発行しましたが、引き続き平成28年度年次報告書の作成にあたる予定です。それから他の広告団体との交流、以上を今年度の活動目標といたします。

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
- ・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

倫理委員会

神田橋治委員長

鉄道という交通インフラにおける広告は、社会的に影響が大きく、また関心が高いことから広告の倫理性を保持することが大変重要になってきています。倫理委員会は昨年度に引き続き5つの活動目標を設定しました。その中でも特に、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を各支部と連携して実施する予定です。また、今年度で7回目となります。鉄道利用マナーUPキャンペーン「一声マナー始めよう」を国交省と共同で実施したいと考えております。以上、関係各所の協力のもと、進めてまいります。

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

美観風致委員会

滝久雄委員長

おかげさまで地球温暖化防止キャンペーンも今回で10回目となります。特にこのキャンペーンは公益性も高く、宮田前東京藝術大学学長も引き続き創作をお手伝いしていただくこととなりました。事務局としても、10回目ということで、カレンダーを作るということで進んでおります。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、前年同様の活動を予定しております。



美観風致委員会 滝久雄委員長

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
- ・美観風致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

環境委員会

富田栄次委員長

環境保全に対する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作成の検討、環境に関するチェックシート作成、美観風致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、以上5つの事業計画案を上程します。なお、JAFRA会員間の企業規模と同様、各社環境問題に対する取り組み方は千差万別ということで、委員会といたしましては最大公約的な啓もう活動を中心に進めてまいりますので、引き続きよろしく願います。

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

安全委員会

佐々亨委員長

平成28年度は昨年度に引き続き、安全管理規則モデル集の改定作業を行い、先般完成してお配りいたしました。委員のみな様のご協力大変感謝しております。それ以外も例年通り、安全管理に関する調査研究、安全な掲出作業等の教育等を実施してまいります。

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

標準化委員会

大塚尚司委員長

「全国鉄道広告料金表」の協会

ホームページへの掲載、公開につきましては既に新年度版に更新済みです。また、デジタルサイネージが年々拡大している中で、標準化の必要性、可能性について検討したいと思っています。

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

人材育成委員会

小野寺忠之委員長

今年度は「交通広告ビジネス概論」の別冊版、「平成27年度広告業界の動向」を、8月に発行する予定です。鉄道広告実務研修、セミナー、シンポジウムも例年通り開催する予定です。なお、交通広告ビジネス概論の改訂版を来年度発行する予定であります。

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

技術開発委員会
坂田英洋前委員長

昨年度は交通広告とスマートフォンとの連動ということに力をおいて活動しましたが、今年はいくらか幅を広げ、交通広告に
応用可能な先端ICT技術の情報、交通系デジタルサイネージの価値向上とネットワークの拡大、スマートフォンを活用した交通広告、インバウンドに対応した交通広告の活用、ビッグデータに対応した解析を活用した交通広告の価値向上などについて事例の収集と検討を進めていきたいと考えております。

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

- ・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

調査研究委員会

栗原圭一委員長

調査研究委員会は、e・販促データシステムの改良と普及ということと委員会を開き、都度、データの改善を図っております。また、先日、アカウンタビリティ



挙手をされる会員社の皆さま



業務近代化委員会 阿部晋治委員長

向上委員会と合同で説明会を開催し、結果多くの方に参加いただき、大分認識は高まってきていると思います。

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 阿部晋治委員長

今年度も引き続き、標準化委員会、調査研究委員会、アカウンタビリティ向上委員会に協力

しながら、業務近代化に関する課題の提言、デジタルサイネージと新しいメディアが広まってまいりましたので、近代化の目標を検討していきたいと考えています。

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

「JAFRA NEWS」の編集・発行の継続、掲載内容の充実に取り組んでまいります。最近の世の中の状況は、誰も起こらないだろうと思ったことが平気で起こってしまう、先行き不透明な時代になって来ていると思います。そのような中でも鉄道は非常に重要な社会インフラで、これが正確に快適に運行され続けているということが、あ

る意味では社会の動揺を治めていくための一つの下支えになるのではないかと感じています。様々な事象が起きていてもプラスの部分を見つけ出し、それをクライアント、カスタマーに対して発信し続けていくということが重要であると考えております。会員各社の皆さまも様々な工夫をされていると思います。そうした実績などを、ご投稿いただければと思います。また、こういう時代ですので、各種啓蒙キャンペーンが行われる際、ホームページを活用した情報発信の強化に努め、鉄道広告を活用した上での特設サイトの開設を行いたいと考えております。また関係する外部機関との連絡強化につとめてまいります。

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

アカウンタビリティ向上委員会
大塚尚司委員長

今年度もJAFRAの委員会、業界各団体との連携で交通広告共通指標推進プロジェクトを中心に調査及びデータの整備を進めてまいります。4月に車両広告の推定モデルに新たに3つの共通指標が加わり、6パターンで推定広告到達率、推定広告到達人数の算出が可能になりました。また駅メディアの第1回調査が既にスタートしております。引き続き調査に関するご協力をよろしく願います。

2. 各支部の主な活動目標

北海道支部

- ・支部幹事会の開催…5月25日
- ・支部総会の開催…5月25日
- ・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
- ・新規会員の入会懇話
- ・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

北海道支部 幅口堅二支部長

今年3月26日に北海道新幹線が開業いたしました。開業後在来線との乗客者数は前年と比べて2.5〜3倍程度になってきているということで、非常に好調に運行しているということです。

新幹線の開業に伴い、3つの新しい駅が開業し、また新幹線という車両媒体も増えたことで、これらの媒体を通してこれから活動を活性化して行かなければならないと考えています。新しい媒体という意味からですと、函館駅と新函館北斗駅間を結ぶアクセス列車もこのダイヤ改正から開業しました。これらは普通列車の広告枠とは別に新しい枠を設けて新幹線の広告と共に販売を開始したところですが、それらを通して様々な活動を今年1年間行う予定です。支部総会はずでに5月25日に開催しました。その他、媒体連絡会議、媒体研修会の開催、実務研修も行う予定です。28年度に入り新しい会員社も1社増えました。新しいメンバーと共に今年度も引き続き活動してまいります。

東北支部

- ・支部総会・懇親会の開催 12月予定
- ・支部セミナー等の開催 12月予定
- ・新規会員の入会懇話
- ・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

東北支部

若生善尚支部長

東北支部では例年通り支部総会、懇親会などを12月に、若干視点を変えた支部セミナー等の開催も予定しています。併せて本部と共に、地球温暖化防止キャンペーンを8月に開催いたしますが、東北でも仙台地区を中心



東北支部 若生善尚支部長

に進めてまいります。また、マナーUPキャンペーンも併せて進めてまいります。

東北は、東日本大震災より今年の3月で5年という節目を迎えました。震災復興の5年間の現状と課題ということで年次報告書に56ページから3ページにわたって報告しておりますので、ご一読いただければと思います。

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…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
- ・ホテルメトロポリタン
- ・地域間交流の促進
- ・新規会員の入会懇話
- ・マナーUPキャンペーンの実施

首都圏支部

原口宰支部長

首都圏支部は最大の会員を抱えていると同時に最大のマーケットをかかえております。引き続き交通広告のプレゼンスアップに中核的な役割を果たす

ということでも邁進してまいります。今年も地球温暖化防止キャンペーンやマナーUPキャンペーンに取り組んでいくのと同じように、各種セミナー、研修、地域間交流の促進に努力をしてまいります。

中部支部

- ・支部総会・懇親会の開催…7月19日
- ・支部セミナーの開催…7月19日
- ・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

中部支部

阿久津光志支部長

7月19日の支部総会に併せてセミナー、懇親会を行う予定です。今年度も学生インターンを行うことになっており、当日がキックオフの日ですので、このセミナーにはそれに参加する学生も加わってもらうことにしています。学生には、まず交通広告関係の基本的な講義から始め、ステップを踏んで最終的にデジタルサイネージの制作まで行い、その中で優秀と評価されたもの

を名古屋駅のシリーズ・アド・ビジョンで発表するという計画です。地球温暖化防止、マナーUPのキャンペーンにつきましては、本部と足並みをそろえて進めてまいります。



中部支部 阿久津光志支部長

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6日開催
- ・支部セミナーの開催…7月6日開催
- ・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)

近畿・中国・北陸支部
坂田英洋前支部長

例年通り幹事会、総会、セミナー、実務研修会を開催します。各キャンペーンの実施、業界団体との連携、新規会員の入会懇懇についても引き続き行ってまいります。

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
 - ・新規会員の入会懇懇
- 四国支部
田中善一郎支部長
- 例年通りの項目が並んでおり

ますが、関係各所からも勉強させていただきながら、いい結果に持っていきたいと思っております。新幹線の華やかな話題がまだない四国ですが、次なる新幹線は四国だと盛り上がっています。実際に、最近では四国でもインバウンドのお客さまが増え、特に目に見えて増えているのは四国遍路88か所です。このあたりはまだターゲットにはなる数ではないのですが、その背景のもとに四国4県では地元の注目が集まり足並みがそろってきたという印象です。これを上手く活用して活性化につなげられればと考えています。

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
- ・新規会員の入会懇懇

九州支部
小濱和彦支部長代理
田之上専務理事

支部総会、セミナーは併せて12月に予定しています。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る取り組みも継続していきます。また、地球温暖化防止キャンペーンは、本部と足並みをそろえて行っていきます。九州支部からのメッセージを紹介いたします。今回の熊本地震におきましては皆様からの温かいご支援、励ましに心から感謝しております。おかげさまで九州新幹線も7月4日から通常本数で運転することになりました。これを機に夏休みは是非九州の方に足をお運びいただければ幸いです。

3. 今後の協会行事計画

- 第2回理事会 12月(期日未定)
- 第3回 2017年3月(期日未定)
- 年賀会 2017年1月6日(金)
- 広告界合同年賀会
- 帝国ホテル 孔雀の間

この他、平成28年度予算、委員長・支部長の委嘱（13ページ参照）、第10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28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9日に開催した第1回理事会及び、6月28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 原口 宰 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 肥後 謙一 副会長
- 第5順序 山本 章義 副会長

○新規会員の入会承認

当協会の既会員社による入会懇願により、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、2016年6月1日付で入会を承認した。

◆正会員（1社）

(株)北日本広告社
 代表者…西 敏治
 所在地…北海道札幌市中央区

以上

●セミナー

定期総会終了後、セミナーを開催した。今回は、技術開発委員会の事業の一つでもあり、研究を重ねてきた「交通広告とスマートフォンとの連携」について、前委員長 坂田英洋氏（株）JR西日本コミュニケーションズ）と

副委員長 山本孝氏（株）ジェイアール東日本企画）が講師を務めた。交通広告とモバイルの



セミナー講師 坂田英洋氏（左）と山本孝氏



満席のセミナー会場

連携事例や、モバイルへの誘導方法の分類などについての説明があり、150名を超える会員の皆さまは、忙しくメモを取る姿も見られ、非常に活気にあふれたセミナーだった。

●懇親会

セミナー終了後、懇親会を開催した。お忙しい中ご来席いただいた来賓を代表して、国土交通省鉄道局 鉄道サービス政策室長 川上洋二氏と東日本旅客鉄道(株)常務取締役 事業創造本部長 一ノ瀬俊郎氏より、ごあいさついただいた。乾杯の発声は、この定期総会で新たに選任された、会長代行副会長の原口宰氏により行わ



東日本旅客鉄道 一ノ瀬俊郎氏



国土交通省鉄道局 川上洋二氏

れ、そのあと、会員に皆さまは、和やかに歓談し親睦を深められた。



中締め挨拶をする間宮泰三副会長 乾杯の発声をする原口宰副会長



当日出席された新役員の方々

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）

原口 幸 (株)ジェイオール東
日本企画

副会長（4名）

滝 久雄 (株)NKB

間宮 泰三 協立広告(株)

肥後 謙一 (株)メトロアドエー
ジェンシー

山本 章義 (株)JR西日本コミュニ
ニケーションズ

常任理事（10名）

阿久津 光志 (株)ジェイオール東
海エージェンシー

阿部 晋治 (株)電通

稲川 一 (株)文宣

大塚 尚司 (株)オリコム

小野寺 忠之 (株)春光社

神田橋 治 (株)TOMOE

栗原 圭一 (株)ムサシノ広告社

富田 栄次 (株)大阪オリコミ

林 誠 (株)東急エージェン
シー

渡辺 文雄 (株)日交西部本社

専務理事（1名）

田之上 恵 公益社団法人

日本鉄道広告協会

理事（23名）

岩ヶ谷 光晴 名古屋鉄道(株)

大津 英敏 多摩美術大学

表 輝幸 東日本旅客鉄道(株)

河田 祐治 南海電気鉄道(株)

北郷 悟 東京藝術大学

上林 寛和 近畿日本鉄道(株)

亀卦川 悟 (株)京急アドエンター
プライズ

小濱 和彦 JR九州エージェン
シー(株)

坂本 隆 (社)日本雑誌協会

高成田 潔 (株)小田急エージェンシー

田中善一郎 (株)ジェイオール四国
企画

田中 里沙 (株)宣伝会議

谷口 智之 京阪電気鉄道(株)

津高 守 九州旅客鉄道(株)

仁平 次雄 (株)日交

橋本 修男 西日本旅客鉄道(株)

平川 敏彦 北海道旅客鉄道(株)

廣木 成匡 西武鉄道(株)

増田 拓也 東京地下鉄(株)

松藤 悟 西日本鉄道(株)

三宅 裕司 小田急電鉄(株)

米田 龍司 (株)日本宣交社

綿野 崇 東京急行電鉄(株)

勝 俊明 公益社団法人日本広
告審査機構

佐々 亨 (株)東京メディア・サー
ビス

清水 勇宏 (株)近宣

矢田 武男 (株)中央廣告

〔退任〕理事（12名）

新井 健一郎、小暮 和之、

齋藤 俊也、坂田 英洋、佐野 正、

竹川 勉、富田 恭史、中野 量太、

本田 孝一、正盛 和彦、

水野 正幸、宮田 亮平

〔退任〕監事（1名）

宍戸 且

【委員長】

総務・財務委員長

稲川 一 (株)文宣

倫理委員長

神田橋 治 (株)TOMOE

美観風致委員長

滝 久雄 (株)NKB

安全委員長

佐々 亨 (株)東京メディア・サー
ビス

環境委員長

富田 栄次 (株)大阪オリコミ

標準化委員長

大塚 尚司 (株)オリコム

人材育成委員長

小野寺 忠之 (株)春光社

技術開発委員長

山本 章義

(株)JR西日本コミュニケーショ
ンズ

調査研究委員長

栗原 圭一 (株)ムサシノ広告社

業務近代化委員長

阿部 晋治 (株)電通

PR委員長

阿久津 光志

(株)ジェイオ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

大塚 尚司 (株)オリコム

【支部長】

北海道支部長

幅口 堅二

(株)北海道ジェイオール・エージェ
ンシー

東北支部長

若生 善尚

(株)ジェイオール東日本企画 仙台
支店

首都圏支部長

原口 幸

(株)ジェイオール東日本企画

中部支部長

阿久津 光志

近畿・中国・北陸支部長

(株)ジェイオール東海エージェンシー

山本 章義

(株)JR西日本コミュニケーショ
ンズ

四国支部長

田中 善一郎

(株)ジェイオール四国企画

九州支部長

小濱 和彦

JR九州エージェンシー(株)

(2016年6月28日 敬称略)

第10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、環境アートから考える。

今年の夏休みも、みんなでエキからエコ。を考えましょう。

今年で10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」を実施致します。

このキャンペーンは、全国のJR、私鉄、地下鉄35社局の協力を得て、協力鉄道各社の駅及び車両内のポスター枠などを利用し、テーマカラー「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するものです。

夏休みの移動手段として、省エネ



テーマポスター

交通機関である鉄道を多くの方にご利用いただく際、駅や車両のポスターやデジタルサイネージを眼に留めていただき、旅行を共にする家族や仲間と一緒に地球温暖化防止や、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きたいと思っております。

また、今回は10回目という節目の年を迎えたこのキャンペーンに10年変わらずご協力くださる鉄道各社にも感謝の念をこめ、「10th」のロゴをポスターにレイアウトしました。このキャンペーンが開始してからの10年、そして改めてこれからの地球温暖化防止について考えるきっかけになれ

ばと思っております。

ビジュアルも、このキャンペーンに変わらぬご賛同をくださる現代を代表する4名の著名芸術家及びクリエイターの方々より、今年もボランティアで作品を提供いただきました。4名の方のメッセージは、協会ホームページの特設ページからご覧いただくことができ、昨年までの作品を閲覧できるアーカイブス、鉄道各社が環境対策にどのように取り組んでいるか、交通に関する博物館やアクティビティなども紹介しています。

夏休み、どこへ行くか迷った時、自由研究でお悩みの時も、環境に配慮した鉄道を利用してぜひアクセスください。

1. 実施期間

2016年8月1日(月)～

8月31日(水)

2. ポスター種類

駅ポスターB0×4、B1×5種類

車内ポスターB3×4種類

駅デジタルサイネージ

3. 制作協力

ビジュアル提供…

宮田亮平氏

金工家／東京藝術大学名誉教授

「月と遊ぶ」

大津英敏氏

洋画家／多摩美術大学名誉教授

「日輪と平成の虎」

手塚雄二氏

日本画家／東京藝術大学教授

「奥人瀬飛流・奥人瀬翔流」

日比野克彦氏

アーティスト／東京藝術大学教授

「獣＝ケモノ」

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

根岸礼子氏



手塚雄二 作「奥人瀬飛流・奥人瀬翔流」



大津英敏 作「日輪と平成の虎」



宮田亮平 作「月と遊ぶ」



日比野克彦 作「獣＝ケモノ」

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

7. 協力

小田急電鉄(株)、九州旅客鉄道(株)、京都市交通局、近畿日本鉄道(株)、京王電鉄(株)、京成電鉄(株)、京阪電気鉄道(株)、京浜急行電鉄(株)、神戸市交通局、埼玉高速鉄道(株)、相模鉄道(株)、札幌

市交通局、山陽電気鉄道(株)、四国旅客鉄道(株)、首都圏新都市鉄道(株)、西武鉄道(株)、東海旅客鉄道(株)、東京急行電鉄(株)、東京地下鉄(株)、東京都交通局、東京モノレール(株)、東京臨海

高速鉄道(株)、東武鉄道(株)、東葉高速

鉄道(株)、名古屋市交通局、名古屋鉄

道(株)、南海電気鉄道(株)、西日本鉄

道(株)、西日本旅客鉄道(株)、阪急電

鉄(株)、阪神電気鉄道(株)、東日本旅客

鉄道(株)、北海道旅客鉄道(株)、横浜

高速鉄道(株)、

横濱市交通局

(35社局、五十音順)

編集後記

今年も8月1日より、地球温暖化防止キャンペーン「エキからエコ。」が始まりました。お近くの駅でポスターを見かけられましたら、写真を撮って是非事務局あてにお送りください!!環境に影響されやすい動物のひとつにラッコが揚げられます。動物園でよく見かける気がしていましたが実は絶滅危惧種に指定され、今は国内で13頭が飼育されているだけだそうです。お腹の上で貝を割って食べる姿がまた間近に見られるように、エコな夏を過ごしましょう。



●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.38は10月1日発行予定です。お楽しみに。



東京会場

調査研究委員会
e・販促データ委員会

JAFRA ADSと交通広告共通指標推定システムの講習会を開催しました

調査研究委員会とe・販促編集委員会では、JAFRA ADS「Station AD Planner (SAP)」 「Train AD Planner (TAP)」及び交通広告共通指標推定システムの講習会を東京と大阪で開催いたしました。会員の

皆さまから、講習会を同日に開催して欲しいとのご要望が多く寄せられていましたが、今回は特に大阪で非常に大勢の会員社の皆さまにご参加いただきました。

交通広告共通指標推定システムは、有料会員のみ操作可能ですが、このような機会にぜひ有料会員の方に限らず、より多くの皆さまに体験していただければと思います。

【東京会場】

6月3日(金)

ジェイアール東日本企画大会議室

14時00分～15時30分

JAFRA ADS講習会

参加者92名

15時40分～16時30分

交通広告共通指標推定システム講習会

参加者106名

【大阪会場】

6月7日(火)

JR西日本コミュニケーションズ会議室

14時00分～15時30分

JAFRA ADS講習会

参加者67名

15時40分～16時30分

交通広告共通指標推定システム講習会

参加者66名

委員会便り

安全委員会

安全管理規則モデル集を発行



安全委員会(佐々亭委員長)では、2009年1月発行の「JAFRA P安全管理規則モデル集」よりすでに7年が経過していることもあり、改めて、最新の内容に合うよう編集しました。鉄道広告に従事する関係者が、事故の防止、作業安全を図るうえで遵守すべき事項を記載しました。今後、各社が安全管理に関する規則集について検討する際の見本集・参考資料としてご活用いただき、事故の撲滅に少しでも寄与できればと考えています。

2016年6月1日発行

A4サイズ 82ページ 1色

総務・財務委員会

平成27年度年次報告書を発行



総務・財務委員会(稲川一委員長)では、JAFRAの平成27年度1年間の活動成果を記録として収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の活動報告、広告業界の動向、キャンペーンの成果、交通広告共通指標推進プロジェクトからのプレスリリース、今年の春に震災から5年目を迎えた東北が今直面している状況についてのレポートがまとめられています。

2016年6月28日発行

A4サイズ 88ページ 4色