

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/>

仙台駅東西自由通路 東側



東口改札口とけやきの植え込み



やわらかな陽光が差し込む自由通路

仙台駅ステーションルネッサンス構想に基づき、2013年3月に着工した仙台駅大規模開発工事が、3年に及ぶ工期を経て2016年3月18日に完成した。

東西自由通路は、従来の6m幅から16mに拡張され、また、通路中央北側には新幹線連絡口や在来線用改札口も新設、駅東側から来る利用者のアクセスが便利になった。4階まで吹抜けとなった広々とした空間にガラス張りの天井から差し込むやわ

らかな陽光は、通路利用者に開放感の中にも時の経過さえ感じさせる。また、中央植え込みに配置された落葉樹のシンボルツリー「けやき」は、四季の移ろいを添えて利用者を出迎える。さらに、通路中央には円形フラーポット11台を設置し「青葉通りの緑と宮城野通りの緑を連続的につなぐ東北の玄関口にふさわしい空間とした（2016年1月28日JR仙台支社プレスより）」。開業式典において奥山仙台市長は「東西自由

通路は仙台の街づくりの課題だった。震災を乗り越え、仙台を代表する素晴らしい施設が完成した（2016年3月18日 河北新報夕刊より）」と話した。5月中旬より自由通路の愛称を募集し、1121件の応募の中から、仙台市の愛称である「杜の都」と自由通路のガラス張り天井から降り注ぐ太陽光の明るさや暖かみを感じられる空間にふさわしいものとして、愛称名を「杜の陽だまりガレリア」に決定した。ちなみに「ガレリア」とはイタリア語で回廊・アーケードの意味がある。

巻頭レポート

仙台駅東西自由通路完工

JIAADビジョン等稼働率上昇!!

株式会社ジェイアール東日本企画 仙台支店
媒体部長 佐藤 登志男

同日オープンしたエスパル仙台東館は、地上6階、地下1階で店舗面積は10300㎡。おみやげ、飲食をはじめ、衣料品、雑貨など東北初出店の29店を含む82店が出店した。4階部分に「大人の休日倶楽部趣味の会」をはじめ、クリニックモ



大人の休日倶楽部



S-PALエントランス

ルや保育園もあり、5階には駅ナカの賑わいから少し離れた、開放的な屋上庭園「SKY GARDEN」がある。まさに仙台駅は生活全般の複合施設として進化を遂げたのである。

仙台商工会議所と仙台市で5月27日（金）と29日（日）に実施した市中心部7地点の「歩行者通行量調査」では、東西自由通路の通行料が金曜、日曜とも大幅に増え、調査7地点のトップとなった。さらに、7月1日のパルコ2オープンにより駅周辺への人の流れが一層強まり、当社が7月10日（日）と12日（火）に実施した「仙台駅通行量調査」においては、2012年の前回調査と比較して平日においては5215人増の50005人（111.6%）、休日では11740人増の62113人



スカイガーデン

（123.3%）の通行量があった。

ジェイアール東日本企画仙台支店はJR仙台支社事業部との連携を密に、自由通路に2柱8面のJ-ADビジョンと3柱6面のJ-Spotビジョンを設置した。今回のサインネージは、上部にビクトグラフ（案内板）が付いていることから筐体をJR、機器類をジェイアール東日本企画で投資することになった。当社媒体も周辺景観に合致するようJR東北工務所で一元的に管理し、空間デザイン全般に含まれるものとして組み込まれた。工事事務所および事業部が関係各所の意見を咀嚼し根気強くまとめ上げた結果、自治体をはじめグループ会社、代理店からも高く評価されている。当社は、70インチLEDディスプレイ14台とSTB（Set Top Box）も同数設置し、飲料メー



東口J-ADビジョン

カーの自主規制等、多様なニーズに対応できる仕様とした。J-ADビジョンについては、既存の2階中央改札口16面と連動させ、4月4日より新たに「仙台駅J-ADビジョン24面セット」として、30秒×12枠で販売を開始した。価格も16面セット・1週間／78000円から1週間／180000円に大幅UPしたにもかかわらず、従来の平均稼働率60%より高い70～90%で稼働しており、全体売上のみならずJR納金額にも大きく貢献している。10月3日からは日本テレビ系列「ミヤギテレビ」秋の番宣でジャック放映していただくなどクライアント評価も高く、年末にかけて決定申込および問合せが多数寄せられており、好調を継続している。J-Spotビジョンの3柱6面については、1柱・東西2面×3



デジタルサインボードJ-Spotビジョン



中央改札口J-AD・16面

柱の仕様で各柱に2社のクライアントを付け30秒ごとに東西面が入れ替わる形とした。これは画面焼付け防止をすると共に、ローカルクライアントに敬遠される「常に露出していない」「数分に一度しか放映されない」というクライアントの不満を解消するものであり、常に両面のどちらかに放映されているデジタルサインボードとして運用するものである。仙台支店としては初めての試みであったが、募集時には申込数が多く抽選となった。以前のJ-AD、J-Spotビジョン支店展開は、毎月の減価償却費と固定配信費が負担となり、出稿が少ない閑散期においては利益率を圧迫していた。今回手探りではあったがJ-Spotビジョン6社6面の年間契約で安定的収入を確保し、24面パワーアップしたJ-ADビジョンで



垂壁5媒体

前年稼働率を維持しつつ収入増を図るよう試算したが、予想を大きく上回る出稿を確保でき、デジタルサインネージの可能性を見直す嬉しい誤算となった。

その他の開発媒体では、通路西側垂壁に設置した5媒体および西側3柱6媒体も満杯、通路西側・東面向きのLEDダウンライト付大型サインシート(H3.6m×W5.8m)も10月期より満杯で推移している。キャンペーン媒体としてJRがオートリフターを投資した大型フラッグは、開業時のSPAJをはじめドコモの掲出が決定しており、また、工事期間中、減収補填策として好評を得た仮囲いの「マグネットシート」を、代理店からの強い要望もあり来年度



西側壁面大型シート

オープン予定の「ホテルメトロポリタン仙台イースト」の仮囲いに5面設置し完売した。東西自由通路媒体においては、周辺環境の高評価を背景にほぼ完売状態であり、心強い限りのポテンシャルを感じる。

ステーションルネッサンス完成を期に仙台駅では、周辺および東北各県の未だ知られざる魅力(歴史、文化、産業、自然等)を仙台駅より発信する「ヨリ未知(よりみち) SENDAI」プロジェクトを展開している。県外・海外からの来訪者、地元の方々に気軽に旅(寄り道)をしていただくために、継続的に新鮮な情報を提供しているが、今後、ますます東北のゲートウェイとしての役割が高まってくものと思われる。

最後に、2020年東京オリンピック



工事壁面マグネットシート

クのサッカー会場が宮城スタジアムでも予定されている。当然のことながら各企業のPRプロモーションも仙台駅を基点として展開されること容易に想像され、これからの需要増が大いに期待できる。仙台駅ステーションルネッサンス完成後もJR仙台支社事業部との両輪で、関係各機関と連携をとりながら、飽きることなく「トラト&トライ」を行なうとともに、オリンピックを契機としたマーケットの活性化に対応する商品も積極果敢に造成していきたい。

皆さまにも、東北や仙台へお越しの際は、この新しくなった仙台駅を是非散策していただきたい。また、今回完成した仙台駅はあくまでも東北復興への通過点であり、これから

「欧州雑感」

理事 亀卦川 悟 (株京急アドエンタープライズ)

数年前、鉄道関係のヨーロッパ視察団への参加の機会を頂きました。今とは情勢も違いますが、今回の掲載を機に当時は振り返ってみました。

○フェイスブック

マドリッドからスイス ベルンのホテルに到着したのが午後8時すぎ、夕食に訪れた近くのレストランでのことでした。席に着くと、大量のサラダそしてビーフステーキetc、日程も半ばということもあり隣りの某氏が食べあぐねていると、レストランの女性スタッフが「フィニッシュ？」を連発、どうやらナイフとフォークをその都度揃えて置いてあるためのようでしたが、そのやりとりが皆の笑いを誘いました。勝気な感じだけど愛嬌のある彼女はすっかり打ち解けてくれ、団員との記念写真も撮らせて頂きました。

一言「写真、フェイスブックに載せる？」

当時、日本ではさほどポピュラーでなかったフェイスブック、帰国後すぐに調べました。

○トイレットペーパー

視察団出発前のある日、



EUの上下分離政策から生まれたスペイン国鉄運営会社 Renfe の AVE (Renfe プレゼン資料より)

フェイスブックに載せる？



団員の疲れを癒してくれたベルンのレストランスタッフ

団員の方からメールが届きました。「トイレットペーパーをロールで持っています。」

「え？どういう意味？」

あまり気にせず、出発へ。

現地到着後、すぐに分かりました。あちらの紙はごわごわ、とにかくその都度ひりひりでした。草食と肉食、食べる物の違いなど色々と分析される方もいらつしました。

日本品質を改めて認識いたしました。

○教訓

視察最終日、予定の帰国便に乗れず延泊となってしまいました。宿泊先はなんとか確保したものの、泊まると言っても機内持ち込みの軽装の身、洗面具・替えの下着も無いし…。

それはともかく、日本への連絡手段ケータイの電源はどうしたら！?

機内持ち込みのバックの中身、もしものことを考えて!!が、今

回の教訓となりました。

今回は、ヨーロッパの鉄道事情の視察でした。日本と違った価値観の上に運用されるヨーロッパ各国の鉄道事業、よく言われる自己責任・個人主義の世界、そしてEU政策の国鉄上下分離の影響、航空機（LCCの台頭も含め）との競争などの中、広範囲の高速鉄道網が整備されています。その効率的な運用には、各国の国民性、民族性、そして文化の違いを超えた努力も必要だったと思います。

では最後に、こんなジョークを見つけました。

☆ある豪華客船が航行中に、大火災が発生しました。備え付けのボートに乗り切れなかった男性乗客には、海に飛び込んで貰おうとした船長はこう話し掛けました。

イギリス人には、

「紳士はこういう時に飛び込むものです」。

ドイツ人には、

「規則では海に飛び込むことになっていません」。

イタリア人には、

「さっき美女が飛び込みましたよ」。

フランス人には、

「海に飛び込まないで下さい」。

日本人には、

「皆さんもう飛び込みましたよ」。

次回もお楽しみに。

中部支部

交通広告インターンシップ事業

中部支部（阿久津光志支部長）では、4年目を迎える「交通広告インターンシップ事業」が今年も9月13日から始まりました。

今年は、愛知大学、金城学院大学、中京大学の3大学から過去最多の37名が参加します。交通広告の新しい価値創造にむけて、クリエイティブやメディアのトレンドなどを学びながら、会員各社の若手社員との交流会などを約4か月にわたって展開していきます。

本事業には、NTTドコモ東海支社様とポッカサップロフード&ビバレッジ様の2社が今年も協賛、事業



9月13日第1回セッションの様様

● 支部便り ●

の仕上げとして、学生たちがこの2社から出されたテーマに基づいてデジタルサイネージの制作を行い、優秀作品をJR、名鉄のターミナル駅などで実際に放映します。

年々、この事業に参加した学生が中部地区の会員社をリクルーティングで訪れる機会も増えており、将来の業界の人材育成の面からも、さらに今年は充実した内容にしていきたいと事務局一同、がんばっています！

近畿・中国・北陸支部

交通広告実務研修の開催

近畿・中国・北陸支部（山本章義支部長）では、10月14日（金）株式会社JR西日本コミュニケーション



挨拶する富田副支部長

ズ8階 大会議室において、「交通広告実務研修」を開催しました。

富田副支部長挨拶のあと、講義がありました。

今回の研修は、正会員・賛助会員39社より79名の会員の皆さまにご参加いただきました。

（テーマと講師は左記のとおり）

第1部 13時45分～14時45分

テーマ…「交通広告ビジネス概論～最新の事例紹介～」

講師…(株)メトロアドエージェンシー

営業本部 営業推進局

媒体第二部長

金沢 一幸氏



金沢一幸氏(株)メトロアドエージェンシー

第2部 15時00分～16時00分

テーマ…「交通広告共通指標について」

講師…(株)コミュニケーション

ご多忙な折り今回の研修にお時間を割いていただきました講師のお二人に、この場を借りて厚く御礼申し上げます。



出席された会員社の皆さま



白土栄治氏(株)オリコム

デザイン局 シニアディレクター
JAFRAアカウンタビリティ向上委員会 幹事
白土 栄次氏

四国支部

九州で媒体視察研修

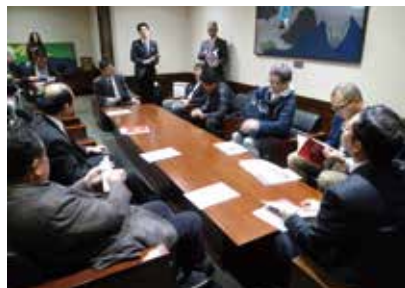
四国支部（田中善一郎支部長）では11月4日（金）、5日（土）の2日間、九州で媒体視察研修を行いました。昨年はLCCを利用し初の海外上海での媒体視察研修でしたが、今回は4月14日及び16日に震度7の地震に見舞われた熊本で、復興支援も含めての研修となりました。

地震発生による列車の運転休止や駅構内損傷など利用者・乗客の減少に対するクライアント対応概要をヒアリングし、熊本駅及び大分駅構内において、交通媒体の視察を行いました。リスクヘッジのためにも非常に有意義な2日間の日程でした。

地震発生時より既に半年が経過し、都市部や駅やインフラについてはかなり復興が進んでいるようです。また、九州ふっこう割を使っ



熊本駅の媒体を視察



熊本駅での研修



大分駅のデジタルサイネージ



大分駅の媒体を視察

く、徐々に客足も戻りつつあるようですが、熊本城に象徴されるように、本来の復興にはまだ時間がかかるようです。

この場をお借りして、当日ご案内くださいました皆さまに心からお礼を申し上げます。

1. 日時：11月4日（金）～5日（土）
2. 場所：熊本駅及び大分駅
3. 目的：熊本・大分地震発生に伴うクライアント対応ヒアリングと駅構内媒体等の視察
4. 参加者：四国支部会員7社8名

首都圏支部

交通広告実務研修を開催しました

首都圏支部（原口宰支部長）では10月11日（火）、ジェイアール東日本企画10F大会議室において、今年も交通広告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。この研修は、交通広告に携わってまだ日の浅い若手社員を対象とするもので、昨年は8月という早い時期の開催でしたが、夏休みなどとも重なり、時期をずらしてほしいという要望が多かったため、10月の開催となりました。当日は参加された41社74名の皆さまは熱心に講義に耳を傾けていました。

冒頭、原口首都圏支部長より、挨拶がありました。（次ページ参照）



挨拶する原口支部長



満員の会場

カリキュラムと講師は次の通り。

日時：10月11日（火）

会場：ジェイアール東日本企画10F

大会議室

対象：支部会員社で交通広告に携

わってまだ日の浅い社員

参加人数：41社73名

9時45分～

首都圏支部 原口支部長挨拶

10時00分～

交通広告ビジネス概論

講師：金沢一幸氏

原口宰支部長挨拶

首都圏支部支部長の原口です。交通広告をこれからどうするかということを毎日悩んでいるところです。JAFRAという全国組織の、特に中核を占める首都圏支部がこのような研修を開催することで、今日お集まりの若いみなさんが「これからの交通広告、だけではなく広告全体をどう考えるか」という大変よい機会ですので、今日一日お付き合いをいただきたいと思います。

今年になってから、「急に」というわけではありませんが、交通広告全体の取扱高は相当苦戦をしているように感じます。中核を占める首都圏支部も例外ではないのですが、首都圏以外の場所ですともっと厳しいところがあります。私はジェイアール東日本企画にいますので、JR、特に山手線のような比較的売りやすい価格の高い媒体から、あまり売れ行きのよくない媒体まで幅広く扱っています。交通広告というのは、今まではどちらかというとやっていることはどこもよく似てはいるのですが、JRも私鉄も同時に論じられない各社の個性があります。それは中吊りだったり窓

上だったりあるいはデジタルサイネージだったり、クライアントの集め方、広告会社との付き合い方等でさまざまなやり方が个性的というか、路線ごとにさまざまな特徴があり、バラバラになっていったわけです。交通広告全体が非常に厳しい中で、今年初めて大手私鉄を始めとする関東11社共同で同時期に同じクライアントの広告を掲出するという、これまでありそうでなかった企画をしています。そういう大同団結をする、新しい試みにチャレンジをしないと、交通広告全体の取扱高の減少は止まらないのではないかという危機感を持って媒体社側が立ち上がったという、今まさにそういう状況です。ありがたいことに11社共同企画は評価をいただき、好調な売れ行きですので、カンフル剤としては効いたかなと思っています。ですが、もう皆さんお気づきの通り、11社共通の広告を出すということは、相当大きなナショナルクライアントでないと買収取れない広告であり、今度広告会社の力量なり、実力が問われることとなります。地道に地元のスローペースとかデパートのセールをといて活動とは別の形で、交通広告が動かなくてはならない、それには我々交通広告に携わる人間が、どう対処していくのかという問題意識を持つべ

き時代を迎えていると思います。

新聞・雑誌という紙媒体の人気あるいは価値が落ちて来ているということとは皆様ご承知の通りです。地上波のテレビ広告を含め既存型の媒体が頭打ちあるいは右肩下がりになっているのは間違いないのですが、広告全体の掲載量はそれほど減っていない、または微増という状況です。景気が足踏みが続いている状態で、各企業共存しながら、まだ広告費を大幅にカットするところまでは至っていませんので、既存型の媒体が落ちている中、そうではない媒体、エージェント、デジタルコミュニケーションの分野がどんどん大きくなっていることは間違いないと思います。ここで、交通広告を旧来型の媒体と捉えようと、交通広告が典型的な既存型媒体として、ギリ貧になつて落ちるか、あるいはその伸びている媒体などとコラボレーションしながら交通媒体の新しい魅力を作れるかどうかは、まさに今胸先八丁を迎えていると思います。媒体社側もそうならないように、デジタルを出す、動画を出すということを何年も前から始めていますが、それはもう新しいことでもなんでもありません。どうしたら交通媒体そのものの魅力を上げられるかということを、今日お集まりになつていらっしゃる方々を含め、交

通媒体に携わる全ての人間が一所懸命取り組む、あるいは色々な新しい考えやアイデアを出さなければ、生き残れない時代になると思います。一定の堅い需要はありますから、突然死はしないです。でも、これは絶対なくなるはずはないと思っていた媒体がなくなっていくことによってギリ貧になるわけですので、今ある交通媒体がこのままの人气でいくと、じりじりと明らかにな死を迎えてしまう可能性が0ではないと思います。交通媒体にどのような魅力を加えるか、あるいはデジタルコミュニケーションとどのようなコラボレーションができるかということについて、皆さん色々と考えていただきたいと思います。交通媒体をクライアントからみて魅力ある媒体にリフレッシュすること、今日の研修がその一助になり、何かを得られるようになればと思います。同じ道を歩くものとして、これからも皆さんとタイアップして頑張っていきたいと思っています。いろいろなアイデアをお寄せいただければ幸いですし、あるいは競争でもありますのでお互い切磋琢磨して、業界全体のパイを大きくしていければと思います。本日は最後までよろしく願います。

(株)メトロアドエージェンシー

営業媒体局

交通広告の概要と実務に関する講義

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 交通広告の市場規模

⑤ 交通広告の業務フロー



金沢氏

11時10分

交通広告の展開事例に関する研修

講師：稲葉朋江氏

(株)ジェイアール東日本企画

00日メディア局

交通広告の展開事例に関する講義



稲葉氏

13時10分

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

(株)ジェイアール東日本企画

交通媒体局審査部

交通広告の倫理綱領、掲出基準に関する講義

交通広告の倫理綱領、掲出基準に関する講義



藤村氏

14時10分

安全研修

講師：紫藤裕二氏

(株)ジェイアール東日本企画

交通媒体局設備・安全対策部

交通広告の掲出・撤去作業時の安全対策に関する講義

安全対策に関する講義



紫藤氏

委員会便り

環境委員会

環境委員会からお願い



環境委員会（富田栄次委員長）では、

会員各社を対象に「JAFRA環境方針」と環境への具体的な取組みにつ

いてのアンケートをお願いしています。

JAFRA12月号（当号）にアンケート

用紙（表紙を含め全4ページ）を各

社1部同封していますので、12月19日

までにJAFRA事務局あてに回答

をお寄せください。

い。お寄せいた

だいたアンケート

ト結果を元に来

年度に向けた指

針を策定いたし

ますので、各社

のご協力をお願い

いたします。



環境カード

編集後記

今年4月には熊本で、そして10月には鳥取と大きな地震が発生する日本列島ですが、皆さま地震に対する備えはなにかされていますか？半年に1回非常用の食料と電池を新しいものと交換する程度しかしていないのですが…。今年も残り1か月となりました。若干早いのですが、また来年もよろしくお願いします。

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



被災前の倉吉市の白壁土蔵、早い復興を祈っています。

●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.40は2月1日発行予定です。お楽しみに。