

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

首都圏11社局 中づりドリームネットワークセット

2016年7月27日に「首都圏11社局中づりドリームネットワークセット」を発表しました。

この広告商品は、2016年10月（2月の間の19期（各7日間）、首都圏11社局がそれぞれ販売する「中づり7日間ワイド」をネットワークするもので、首都圏における交通広告を販売・管理する鉄道事業者11社局が共同の商品を販売するのは初めての試みです。

第一弾のクライアントとして、10月3日（9日）「全日本空輸株式会社」さまにご出稿頂きました。

昨年2月23日に株式会社電通が発表した「2015年日本の広告費」によると、一昨年の総広告費は6兆1710億円と前年比では100.3%の微増したものの、交通広告費は前年比99.5%の2044億円と売り上げを減らしました。この交通広告が微減したという数字が示すように、弊社のは、19749百万円（前年比97.

1%）、特に中づりは2131百万円、前年比85.1%と、非常に厳しい状況でした。

中づり15%減の売り上げであっても全体が3%減にとどまったということは、他の媒体でカバーされていることにほかならず、中づりの売り上げを昨年並みに近づけることができれば全体の売り上げが上がると思われるかもしれません。ただ、この中づりの売り上げが極端に減少している傾向は、11社局においても同様であるため、各社局共通の課題であると同時に喫緊の課題でもありました。

この状況を打破すべく、中づりの増



広告主：全日本空輸株式会社さま、掲出期間：2016年10月3日（月）～10月9日（日）

株式会社ジェイアール東日本企画
交通媒体本部交通媒体局メディア営業部
担当部長
宮本 守

収をはじめ、首都圏交通広告の拡大、および交通媒体の価値向上を図ることを目的に、首都圏11社は緊急プロジェクトを立ち上げる検討に入りました。

このプロジェクトでは、交通広告のストロングポイントとウィークポイントを再確認し、交通広告が持つポテンシャルは何なのかを洗い出しました。

そこで出てきた意見としては、
 ・首都圏11社局の商品をパッケージ化することで、首都圏において大きなリーチが獲得できること。
 ・中ぶりのポスター仕様は、各社局共通であること。

・交通広告共通指標推定モデルによると、中ぶりの推定広告到達率は43.8%と、多くのアテンション獲得が期待できること。
 というものでした。

そこで我々は、中ぶりのポスター仕様が各社局共通であることに重点を置き、大量に印刷をすればコストがある程度抑えられることを踏まえ、首都圏11社局の中ぶりをパッケージにした商品を設定しようという結論に達しました。

また、各社局の中ぶりをパッケージ化するもう一つの理由として、昨今交通系ICカードの全国相互利用や鉄道の相互乗り入れにより、乗客は現在自分がどこの鉄道会社の車両

に乗車しているというのをほとんど意識していないという背景もあります。

こうしたことが「首都圏11社局中ぶりでドリームネットワークセット」商品開発の出発点です。

商品発表後に、これだけ大きい規模の商品を如何に販売していくかという課題もありました。

中ぶりにご出稿頂く広告内容にも変化があり、以前は出版関連商品が中心でしたが、現在ではアルコールや飲料、食品など消費財系商品のシェアが高まってきています。

そこで、ご提案先の間口を広げるため、
 ・販売開始記念価格の設定
 ・新規クライアント向け価格の設定
 を行いました。新規クライアント価格は、いわゆる初回割引、初回特典のようなものです。

そのほか、各社の広告審査基準、価格、期間、および販売方法をどうするかなどの条件をクリアするために議論を重ね、商品を発表するに

広告料金 (税抜き)	販売開始記念 2016/10/3~11/6	2016/11/7~12/25 2017/1/9~2/26
新規クライアント	1,800 万円	1,900 万円
一般クライアント	3,000 万円	3,500 万円

至りました。
 結果、おかげさまでもちまして高額の商品にもかかわらず、18件のお申込みを頂戴し、その内13件は新規

クライアントからということでも、大きな成果を得ることができました。
 (1月15日現在)

掲出路線 (路線図データはJAFRA e-販促データ Train ad Planner より)



このように「首都圏11社局中ぶりドリームネットワークセット」は大変好評をいただいていますので、この可能性を最大限に活かし、ピンチをチャンスに変えるべく、我々首都圏11社局は引き続き連携して参ります。先日、来年度も引き続き「首都圏11社局中ぶりドリームネットワークセット」の実施を発表いたしました。現在、商品の詳細についてのご案内を準備しているところです。

また、この商品で終らず、二の矢、三の矢と続けられるよう、我々の「夢」である交通広告業界の発展に向けて、新しい商品を検討したいと考えております。

JAFRA会員各社のみならず、引き続きクライアント各社にご提案をよろしく願います。

今後とも、宜しくお願い致します。

- (*1) 【掲出路線】京急電鉄・全線、東京メトロ・全線、京成電鉄・全線（北総を含む）、東武鉄道・全線（一部除く）、西武鉄道・全線、京王電鉄・全線、小田急電鉄・全線、東京急行電鉄・全線、JR東日本・首都圏全線、東京都交通局・全線、相模鉄道・全線
- (*2) サイズはワイド、掲出期間7日間、他鉄道出稿有、TVCM出稿有、業種は消費財系の場合
- (*3) 2013年度以降、東京メトロ（全線）およびJR東日本（3線群セット）において中ぶりワイド7daysの実績が無い企業

第2回理事会を開催しました

2016年12月7日（月）ジェイアール東日本企画10F大会議室において25名の理事が出席し開催した。

今木会長挨拶

本日は師走に入りましたので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、平素は当協会の運営に関しまして何かとご支援ご尽力を賜っていることを重ねて御礼申し上げます。

残すところあと20日余りになりましたが、今年はずいぶん激動的な年だったと思います。内外ともに色々なことがあった訳ですが、あえて1つだけ申し上げさせて頂きますと、トランプアメリカ次期大統領誕生ということですね。今後の世界の政治経済に大きな影響を及ぼすということはもちろんのことですが、私どもにとって興味深いのはトランプ氏の今回取ったメディア戦略です。ご承知のとおり既存のテレビや新聞といったマスメディアとはどちらかといえば

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。審議内容は以下の通り。

とんだ対立関係にありながら、一方ではSNSやブログなど高度に発達したネットをフル活用して選挙活動を行ったことが大きな勝因の1つであると語られています。

翻ってわが国でもインターネット広告の総広告費に占めるシェアは既に20%を超え、毎年2桁の伸びを続けているという事です。このままいくといずれ近いうちに逆転されるかもしれないという危機感から、テレビ業界もインターネット広告との様々な連携を試行しているとも聞いております。



挨拶する今木会長

議案 副支部長の委嘱

人事異動等の事由により、定款施行規則第10条1項に基づき、2016年12月7日付で副支部長の委嘱を次のように行いたいと田之上専務理事より説明があり、本議案は提案通り承認された。

化、デジタル化の極めて急速に発展する時代にあつて、広告媒体としての価値を上げ、クライアントの皆様から選んでいただける存在でなければなりません。そのためには、駅構内におけるデジタルサイン、車内のビジョンの1層の充実も大切な要素ではあります。やはり交通広告とスマホを主体とするモバイル端末との色々な形での連携というものは避けて通れない重要な点ではないかと考えております。当協会としても技術開発委員会を中心に引き続き力を入れて取り組んでまいりたいと思っております。

本日は、6月の総会でお決めいただきました本年度事業計画の一部について、進捗状況の中間報告をすることがメインテーマでございます。是非よろしくご審議賜りますことをお願いして挨拶にかえさせていただきます。

○北海道支部 副支部長（敬称略）
（新任） 竹谷 英一

（株）交通新聞社 北海道支社

執行役員支社長

（退任） 三浦 啓一

報告事項①

第10回「地球温暖化防止キャンペーン」実施及びカレンダー製作報告

〈キャンペーン実施報告〉

1. キャンペーンのねらい

環境に優しい交通機関である鉄道に活動の基盤を置く公益法人として「地球温暖化防止」という公共性、社会性の高いテーマの鉄道広告キャンペーンを継続して実施することで、
(1) 鉄道広告の持つ高い視認性とネットワーク力を活かして、環境問題に対する社会的警鐘を鳴らし、より豊かな社会の実現に寄与する。
(2) 全国の鉄道会社が行っている環境保全へ向けての積極的な取組みを支援し、「CO₂排出量の少ない社会の実現に寄与すること」を目的とした。

2. キャンペーンの概要

主要鉄道路線の車内中張り広告、ターミナル駅およびその周辺駅の駅貼りポスター、駅デジタルサイネージメディア等の鉄道広告をネットワークし、空き枠の活用などにより、できる限り集中掲出に努めた。

本キャンペーンのスタート時は、ゴールデンウィークを中心に実施したが、猛暑により地球温暖化防止の気運が高まる・各媒体社の空き枠対策に貢献できる、などの理由により、第3回キャンペーンから8月に移行し、今回の第10回キャンペーンも8月に実施した。

(1) 実施期間：2016年8月1日（月）～8月31日（水）

(2) 展開規模：全国主要の鉄道駅および鉄道車両に延べ枚数約50万枚のポスターを集中的に一斉に掲出

① 展開エリア：札幌、仙台、首都圏、名古屋、京阪神、高松、広島、福岡の各都市圏を拠点とした全国各地

② 対象路線：JR6社、大手民鉄16社、地下鉄他13社 計35社局

(3) ポスター種類：駅貼りポスター（B0・B1）

車内中張りポスター（B3）
駅デジタルサイネージメディア

(4) 協賛：財団法人日本宝くじ協会
(5) 後援：環境省、国土交通省

3. キャンペーンコンセプト

第10回目の地球温暖化防止キャンペーンを実施するにあたり、以下のコンセプトに基づいて展開した。

モチーフは引き続き「野生動物」。

地球温暖化の影響を最も受けやすい象徴として「野生動物」があります。

私たちが人間は、生産活動によって

大量のエネルギーを消費し、地球環境を破壊している加害者であり、野生動物は一方的にその環境変化の影響を受けている極めて弱い立場の被害者ということが出来ます。

森林、大地、海など美しい環境に生きる「野生動物」を描いたアートをモチーフにすることで、鉄道を利用する多くの人々が環境問題について考えるきっかけを今年も1枚のポスターから発信しました。

4. 制作協力

(1) ビジュアル提供

宮田亮平氏 東京藝術大学名誉教授
月と遊ぶ

大津英敏氏 多摩美術大学名誉教授
日輪と平成の虎

手塚雄二氏 東京藝術大学教授
奥入瀬飛流・奥入瀬翔流

日比野克彦氏 東京藝術大学教授
獣ヶケモノ

(2) アートディレクター：蝦名龍郎氏
(3) コピーライター：根岸礼子氏
マキプロ

エキからエコ。

5. 立体的な展開

夏休みには、家族連れや親子連れの鉄道利用者が増加する。そこで、家族で地球温暖化防止について考え、でもらうための材料を提供した。
(1) JAFRAのホームページで各

アーティストのプロフィールや作品に寄せるメッセージ、地球環境についての考えなどを紹介し、また、ポスターの一部に印刷されたQRコードからも、同様の情報入手できるようにした。

(2) JAFRAのホームページから鉄道会社のホームページにリンクを貼ることで、鉄道会社が現在取組んでいる様々な環境保全活動を紹介。

(3) 協賛、後援省庁・団体の環境保全活動への取組みサイトへのリンクなどを開設することでインターネットとの連動を図った展開を実施。

(4) エコ、鉄道、アートなどのテーマで夏休みの宿題に取り組み子供たちに役立つ情報を、ホームページ上で提供。

(5) 過去の作品をアーカイブとしてホームページ上に掲載。

〈カレンダー製作報告〉

1. 地球温暖化防止キャンペーン10回記念カレンダー製作



地球温暖化防止キャンペーンも、本年8月皆様の協力により10回目



滝美観風致委員長

無事終了し、これを記念して、これまでポスターで使用した代表作12点で2017年度版カレンダー製作。
 ・配布先…協力鉄道会社、会員社、製作関係者
 ・仕様…B3サイズ 4色 15枚綴り
 ・製作部数…1200部
 ・製作期日…2016年11月下旬
 報告に続き、滝久雄美観風致委員長、大津理事より補足説明と発言があった。

滝久雄委員長

第10回ということは10回続いたわけですが、何といってもすごいと思うのは50万枚のビジュアルが、日本の鉄道の主要駅に掲出されるという大変なキャンペーンに育ったことだと思います。認知された最大のポイントは、ビジュアルを提供くださる先生方の芸術力であり、その存在感だと思います。ちょうど夏休みというところもあり、小・中学生を含め、駅で芸術に出会えるいい機会ということでもあります。日本芸術院会員でもある大津先生が虎の先生だと認識されているのは、駅の告知力にもあるのだと思います。鉄道がいかに省エネの輸送手段であるかを、地球温暖化防止キャンペーン「エキからエコ。」で議論するきっかけとしていただければJAFRAとしても社会貢献することになるわけです。アーティストのみなさんもこのキャンペーンは作家として継続したいとおっしゃっていますし、鉄道を利用する方からしてみると、今年もまたこの時期がきたと感じておられて、このキャンペーンが定着しているようです。

大津英敏理事

以前にもこのスマトラ虎を描かせていただきました。前に向かつてにらみ



大津英敏理事とポスター「日輪と平成の虎」

を利かせているこの凄味のある虎ももういち度描きたいなと思っていただけろでした。思った通り、「日輪と平成の虎」のポスターは目につきますよと言っていたら、私の役目も果たせたのかなと思っております。ちょうどこのポスターが掲出される時期に、私たち芸術院会員は、全国の小中高の学校に赴き授業をするという仕事をしています。今年は12か所まわり、あと1か所残っています。ポスターをあらかじめ学校に送り、当日教室に貼って、このポスターはパステルを使って描いているんだよと、子供たちに実際に画材を見せたり、使い方を教える芸術に親しんでもらいます。先日、10月16日に全校生徒26名の宮古島へ行きました。宮古島は那覇から少し離れておりますし、沖縄は鉄道のない唯一の県なので、ポスターは鉄道の駅に貼られて、乗客の方が見るんですよと子供たちに説明しています。併せてこのポスターは、地球温暖化防止キャンペーンのために描いたんだよと作成した理由も伝えます。私自身は毎年楽しみながら、キャンペーンのポスター制作に参加しております。

報告事項②

「JAFRA環境方針」アンケート実施

現在、我が国の環境活動は、「低炭素社会」、「循環型社会」、「自然共生

社会」の実現に向け、様々な取り組みが行われています。JAFRA会員においても、こうした取り組みが求められています。

環境委員会では、より多くの会員社に環境問題に取り組んでいただくため、中小企業にも取り組みやすい環境マネジメントシステムとして環境省が策定した「エコアクション21」を参考として、「JAFRA環境方針」を策定し、昨年4月1日にポスターとポケットサイズの環境方針カード作成し配布いたしました。

配布後1年以上経過いたしましたので、各社の環境への取り組み状況について再度アンケートを下記の通り実施いたしました。アンケート集計結果については、次回理事會にてご報告いたします。

2013年12月にも同様なアンケートを実施しておりますが、有効回収率が27・9%でしたので、今回は是非ご回答いただけるようご協力お願いいたします。

・実施概要

- ① 送付日…12月1日
- ② 送付先…全会員社の代表宛(324社)
- ③ 回答締切日…12月19日(月)

・参考 前回アンケート概要

- ① 送付日…2013年12月1日
- ② 送付先…全会員社の代表宛(323社)

- ③ 調査期間…2013年12月2日～12月16日
- ④ 有効回答数…90サンプル（回収率27・9%）。

報告事項③
「e・販促データシステム」稼働状況

	会員	一般	計
6月	2104	178	2,282
7月	1,552	55	1,607
8月	1,835	17	1,852
9月	1,731	9	1,740
10月	1,554	11	1,565
11月	1,564	12	1,576

アクセス数

第1回理事会以降の「e・販促データシステム」稼働状況などについて報告があり、栗原調査研究委員会委



栗原調査研究委員長

員長より、いつもご協力感謝している。アクセス数も安定しているが、更に加えていけるようにと思っていると発言があった。

○システムの改修

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管理者を中心とした会員アンケート、会員から寄せられた要望を基に、毎月開催している編集会議で来年度のシステム改修の内容を議論し、次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 データ集（スペシャルコンテンツ）の搭載

モデルプラン（田×駅デジタルサイネージプラン、空港媒体プラン）搭載
② データポリシーの細かい用語解説追加

・「Station AD Planner」項目

① 施設データの利用率の向上
施設結果に表示させる施設データのクリーニング

② 施設名データカテゴリーの一覧表示

・「Train AD Planner」項目

① 路線図の全国化
東北地区の路線図を追加

- 2. 改修時期
2017年4月使用開始予定

3. 改修費用（見込）

約70万円（e・販促会員の会費を充当）
* 改修期間、費用を現在精査中。次回理事會にて詳細を報告予定。

報告事項④
アカウンタビリティ向上の進捗状況

第1回理事会以降のアカウンタビリティ向上の活動状況について報告があった。

1. 交通広告共通指標推定システム
会員社数。

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	6社
日本鉄道広告協会 (JAFRA) 会員社	25社
計	49社

2. 4月1日システム稼働開始後の
アクセス状況は次の通り。

4月	175
5月	122
6月	92
7月	49
8月	46
9月	56
10月	53
11月	28

3. 交通広告共通指標策定調査概要
調査期間…2016年3月～7月
11社局4グループ、3日間

調査対象…1都3県に居住する15歳から59歳で対象路線を利用した者
サンプル数…9900（各線300サンプル×3日間）
平成24年度実証調査からの累計数は56667

ユニット別調査素材数

ユニット名	平成28年度調査素材数	調査素材数累計
中ぶり（一般）	35	221
中ぶり（出版）	11	62
まど上	55	267
ドア横	22	157
ステッカー	31	152
ツインステッカー	11	66
ビジョン	28	141
合計	193	1,066

4. 交通広告共通指標化対象ユニット
(1) 既存6パターン「中ぶり（一般）」「中ぶり（出版）」「まど上」「ドア横」「ス

「テッカー」「ビジョン」について、素材数増に伴う共通指標の更新。

(2) 素材数合計が1000を超えたため、一部パターンの業種（食品、飲料、化粧品、トイレタリー等）区分を増やす。

中ぶり（一般） 4↓7、まど上4↓7、ドア横4↓5、ステッカー4↓5、車内ビジョン4↓5

5. 駅メディア調査について

・調査対象ユニット：駅ポスター、駅デジタルサイネージ、サインボード、フラッグ、柱巻き

・調査期間：平成28年5月～11月11日（金曜日）

・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、1000サンプル以上）

・調査対象素材数：109素材

現在、調査集中中。

結果については、次回理事会にて報告の予定。

6. プレスリリースについて

(1) 時期：2017年3月下旬を予定

(2) 内容（案）

・「中ぶり（一般）」「中ぶり（出版）」「まど上」「ドア横」「ステッカー」「ビジョン」共通指標の更新

・駅メディア調査の調査結果から得られる知見。

内容はプロジェクト内で検討。

また、大塚アカウンタビリティ向上委員長より、車両メディアに関しては、ユニットの素材が増えたという事で指標をアップデートできたことを大変嬉しく思っています。また、駅メディアについても年明けには報告書が出る予定になっていますので、皆さまにご協力いただき、大変感謝していますと発言があった。



大塚アカウンタビリティ向上委員長

報告事項④

支部の活動状況

昨年の定期総会以降の主な活動状況は以下のとおり。

(1) 北海道支部

・7月21日（木）交通広告講演会
講演内容「交通広告とスマートフォンとの連携について」
講師：(株)JR西日本コミュニケーションズ 土屋樹一氏

参加者：11社31名

・8月 第10回地球温暖化防止キャンペーン
・11月8日（火）～9日（水） 媒体視察研修

研修場所：金沢駅

研修内容：「北陸新幹線各駅のデジタルサイネージについて」
参加者：8社10名

(2) 東北支部

・8月 第10回地球温暖化防止キャンペーン
・12月14日（水）

支部総会・セミナー・懇親会開催（予定）
会場：ホテルメトロポリタン仙台
セミナー

講師：ジェイアール東日本企画 交通媒体本部 デジタルサイネージ推進センター長 山本孝氏
演題：未定

(3) 首都圏支部

・7月4日（月）支部総会
会場：ホテルメトロポリタン池袋
37社46名参加
幹事会

セミナー 51社79名参加

講師：資生堂ジャパン(株) 小出誠氏
演題：「メディア環境変化に対応する これからのコミュニケーション」
・8月 第10回地球温暖化防止キャンペーン

・10月11日（火）交通広告実務研修会
会場：ジェイアール東日本企画会議室
研修内容

① 交通広告の概要と実務
講師：(株)メトロアドエージェンシー
媒体戦略局 金沢一幸氏

② 交通広告の展開事例
講師：(株)ジェイアール東日本企画 00日メディア局 稲葉朋江氏

③ 交通広告の倫理綱領、掲出基準
講師：(株)ジェイアール東日本企画 通媒体本部 藤村直子氏

④ 交通広告の掲出・撤去時の安全対策
講師：(株)ジェイアール東日本企画 交通媒体本部 紫藤裕二氏
参加者：41社73名

(4) 中部支部

・7月19日（火）支部総会
会場：レセプションハウス名古屋 通信会館
28社32名参加
セミナー

講師：(株)ジェイアール東日本企画 駅消費研究センター長 加藤肇氏
演題：「移動者マーケティングから見る交通広告・デジタルサイネージの

可能性」

28社88名参加

・8月 第10回地球温暖化防止キャンペーン

・9月～2月 交通広告インターン・調査研究事業

「交通広告インターンシップ2016」
会社社…5社12名

参加大学…愛知大学 金城学院大学
中京大学 計37名

協賛広告主…(株)NTTドコモ東海支社、
ポッカサッポロフード&ビバレッジ(株)
スケジュール…

9月13日
オリエンテーション、講義「交通広
告概論」

9月27日
講義「デジタルサイネージ」、協賛広
告主オリエンテーション

10月11日
講義「クリエイティブ」

10月25日
交通広告業界社員との座談会

11月8日
講義「交通広告における主な媒体特
性と展開事例」

11月22日
講義「交通広告営業における業務内容」

12月6日
広告制作プレゼンテーション

12月13日
プレゼンテーション結果発表・講評

2月



理事會ご参加のみなさま

選ばれたチームの広告を「シリーズ・
アド・ビジョン名古屋」及び「栄ミ
ナミアリアインフォメーション」で
放映

(5)近畿・中国・北陸支部

・7月6日(水) 支部総会

会場…ラグナヴェールプレミア

参加者37社38名

幹事会

セミナー 40社66名

講師…近畿大学 経営学部 教授

高橋一夫氏

演題…「地方創生時代の関西の観光ト

ピックスー2019年W杯ラグ

ビーからIR(統合型リゾート)

の行方まで」

・8月 第10回地球温暖化防止キャ

ンペーン

・10月14日(金) 交通広告実務研修会

会場…(株)J R西日本コミュニケーション

ンズ

参加者…39社79名

研修内容…

①交通広告ビジネス概論と最新の事
例紹介

講師…(株)メトロアドエージェンシー
媒体戦略局 金沢一幸氏

②交通広告共通指標について
講師…(株)オリコムコミュニケーション
デザイナー局 白土栄次氏

(6)四国支部

・8月 第10回地球温暖化防止キャ
ンペーン

・9月14日(水) 第2回役員会
会場…(株)ジェイアール四国企画会議室

参加者…5社6名

・11月4日(金)～5日(土)
視察研修会

熊本駅・大分駅の「交通広告媒体等」
の視察及び被災後におけるクライア
ント対策等ヒアリング

参加者…6社8名

(7)九州支部

・8月 第10回地球温暖化防止キャ
ンペーン

・11月25日(金) 支部運営会
・12月16日(金) 支部総会 J R博

多シテイ大会議室
参加予定…31社62名

引き続き出席の各支部長より以下

の補足説明があった。

原口宰首都圏支部長

首都圏で交通広告に関してのト
ピックスはというと、媒体社の11社
が共同で共通の商品を作ったとい
うことです。ともすれば交通広告は沿
線の特徴でそれぞれのやり方、マー
ケットを大事にされているので、そ
れぞれの広告会で運営するという形
をとってきました。それはそれでこ
れからもその調子で続けていくと思
いますが、交通広告全体の状況が非
常に厳しくなっている中、首都圏
で、ある時期にある中吊りを共通し
て掲出できるような商品を媒体社側
が大団結して作ろうじゃないかと
いうことが意外に早くまとまりました
。交通広告に対する媒体者側の深
い危機感の表れだということを感じ
し、それを一つの商品のバリエーショ
ンとして売ってみようということ、
広告代理店側の理解をいただきました
。これはまさに交通広告の横断的
な取組みの1つの対処であろうかと
自負しています。今後ともクライア



原口首都圏支部長

ントのニーズにこたえらるる交通広告を、特に最大の支部である首都圏支部のエリアから発信できるように来年以降も頑張っていきたいと思えます。

阿久津中部支部長

中部支部の特長として交通広告イベントを毎年展開していますが、今回は3大学から37名の学生に参加してもらっています。2月に最終的に選ばれた広告を「シリーズ・アド・ビジョン名古屋」で発表していますが、今回はこれに加え「栄ミナミアインフォメーション」でも放映することになっています。これは東海の新聞などのメディアに毎年取り上げられており、交通広告の持っている価値を向上するための一助となっているのではと考えております。



阿久津中部支部長

山本近畿・中国・北陸支部長

支部総会を開催しました。近畿大学の教授にお越しいただき、西日本のエリアは地方が随分すたれている



山本近畿・中国・北陸支部長

ということもあり、最近、地方活性化や地方創生というような動きがどうなっているのか、ここに広告業界はどう関与したり、支援できるのか、どのようなことを期待されているのかというお話をお聞きしました。今後の地域と我々の仕事の関係性を見つめ直すという意味では出席されたみなさんにはかなり興味のある内容の講演でした。また、12月に弊社の会議室で開催した研修会には、予想以上の出席をいただきました。こういった分野について関係各社の関心が非常に高いので、更に深掘りをしていくことが重要であることがJAFRAの活動として有効であると思えました。

田中四国支部長

研修を行った内容につきましてはJAFRA NEWS 12月号にも記載のとおりですが、今回は11月に九州で研修を行いました。昨年のは行ったことがあっても、四国の隣である九州へ行ったことのない会員が非常に多くいました。その際は、

九州支部、九州エージェンシーには大変お世話になりました。復興割が話題になっていますが、JR九州が中心となって今回の災害を乗り越え更に元気になっていく九州というのを目にしました。また、サイネージに目が向きやすいのですがそれ以外の媒体も工夫されていることや、非常にわかりやすいメディアガイドを作られていることに大変勉強になりました。それから今回、一緒に行った会員から若手に対してどのように交通媒体をクライアントに紹介すればいいのだろうというテーマについて色々と情報を交換し合いました。



田中四国支部長

その他 今後のスケジュール

1月6日(金) 15時30分～17時00分
平成29年「広告界合同年賀会」
会場：帝国ホテル本館2階「孔雀の間」
共催団体：広告関連31団体

3月9日(木) 14時00分～
平成28年度「第3回理事会」
会場：(株)ジェイアール東日本企画
10階大会議室

- ・平成29年度事業計画(案)
- ・平成28年度収支決算(見込)及び平成29年度予算(案)

6月上旬
平成29年度「第1回理事会」
会場：(株)ジェイアール東日本企画
10階大会議室

6月27日(火)
平成29年度定期総会 14時00分
セミナー・16時00分
懇親会・17時30分
会場：ホテルメトロポリタン
エドモント(飯田橋)

〈委員会〉

- 技術開発委員会
情報交換会2月17日(金)
会場：ジェイアール東日本企画会議室
- 第3回総務・財務委員会
3月上旬
会場：ジェイアール東日本企画会議室

なお、田之上専務理事より、定期総会の日程は6月27日(火)なので改めてスケジュールの確認をお願いしますと補足があった。

以上をもって今木議長は、16時01分「平成28年度第2回理事会」の閉会を宣言した。

以上

「神運（幸運）」

監事 清水 勇宏（株式会社 近宣）

「おお、よう出てきたな！」僕が初めて自分の子供と出会った時、なんて声をかけたらいいのかわからず、とっさに出た言葉です。もともと恥ずかしがり屋であまり思った事も口にしなない性格の僕にとつてそれが精一杯の言葉でした。でも、ずっと大切にしたい最高の出会いの一つです。

父親から会社を引き継いで三年半くらいの間に、それまでの僕の人生で出会った数以上の方々とお会いする機会に恵まれたと思います。その中でも、この三年半で僕が最も神運（幸運）だと感じる出会いを3つご紹介します。

まず一人目は、一年半前に出会った（めぐり会った）僕の息子です。父親になるという初めての経験で、不安や心配もありましたが、間違いなく生涯で最高の神運です。二人目は、三年ほど前に、ある会合で偶然知り合った大先輩です。大先輩なのですが、とても好感が持てて、気軽にどんな事でも話しの出来る方なので、その後も機会を見つけては食事に行ったりしていました。昨年の夏、東京でその大先輩の誕生日を二人で祝っていると、突然「清水君、今度一緒に沖縄旅行に行かないか？」と誘われました。正直、えっ！自分の父親とも二人で旅行なんてしたことのない自分が！父親ほど歳の離れた人、しかも現役バリバリのビジネスマンと一

緒に？特技を、「一人遊び」として自分の性格からしても信じられないお誘いでした。ですが、思わずその場で「是非、行きましょう！」とお答えしてしまいました。急にどうしたらいいのかわざらになりました。そんな訳で男二人、3泊4日沖



首里城。静かでした

縄で過ごした時間は、内向的な僕にとつて最高に貴重な経験になりました。自分一人では行かないような所を観光したり、仕事の話をしたり、家族の話、食事の話、色々な会話をして本当に最高の旅行でした。もちろん、大先輩の持つ豊富な経験が、

内向的な僕の気持ちや言葉をうまく引き出してくれた事は間違いないと思います。大先輩は、ずっと大切にしたい思い出を僕に与えてくれました。

三人目は、だいぶ前から面倒を見て頂いている、僕が最も信頼している三歳年上の先輩です。「神運」なのは、三年前に妻を紹介してもらえた事。紹介された半年後には結婚し、八ヶ月後に子供が出来て、その間に父の後を継ぎ社長になりました。こんなふうにとめぐり合う事は、この信頼できる先輩がいなければ、自分だけでは到底なしうる事ができないと心の底から感じられ、言いようのない感動を覚えていきます。これからも、妻の顔を見る度に先輩が頭の中に浮かんでくるだろうと想像できるほどの「進運」の出会いです。

僕が「神運」だと感じるのは、この人と生涯付き合っていくという友情を感じた瞬間です。出会った時は、何も感じないかもしれませんが、人との出会いを大切にしていれば信じられないような素晴らしい事が起つたりします。僕はそのおかげで、これからも一生懸命努力し、色々なことに感謝していきたいと思っています。

ところで、今年七月に生まれてくる予定の二人目の子供には、出会った時どんな声を掛けてあげようか。

次回もお楽しみに。

北海道支部

媒体視察研修を開催

北海道支部（幅口堅三支部長）では、11月8日（火）、9日（水）の2日

間、媒体視察研修を行いました。今回は、「北陸新幹線各駅のデジタルサイネージについて」というテーマで、北海道新幹線より1年早く開通した北陸新幹線のターミナル金沢駅で視察研修を開催しました。（8社10名参加）。参加された会員のみなさんは、説明を聞きながら写真を撮るなど、熱心に情報を収集していました。



JR 西日本コミュニケーションズ北陸支店会議室にて事前研修を受ける



金沢駅にて現地視察中

これから北海道新幹線の延伸に向けて、道内交通メディアの更なる活性化に貢献してまいりたいと思います。最後に、今回の研修に時間を割いてくださいました関係者の皆様には心からお礼申し上げます。

九州支部

支部総会を開催

12月16日（金）、九州支部（小濱和彦支部長）では、正会員社26社と賛助会員社3社の計29社（2社欠席）にご参加いただき、JAFRA九州支部総会・講演会・懇親会を開催いたしました。

総会では、小濱支部長、渡辺副支部長の挨拶の後、議題の審議に移り、それぞれ承認されました。

引き続き、講演会では、JAFRA A技術開発委員会 山本孝副委員長をお招きし、「交通広告とスマートフォン連携について」～首都圏交通広告のトレンドとトピック」につ



挨拶する小濱支部長



満員の講演会会場

いてご講演いただきました。今後の九州の交通広告の発展に向け、大変有意義な講演となりました。また今回は、熊本支援の一環として、熊本地震で工場閉鎖を余儀なくされ、その後生産を再開された「お菓子の香梅」さまの商品を購入し、記念品として、会員の皆さまにお配りさせていただきました。懇親会では、29社60名の方にご参加いただき、情報共有と親睦を深める会となりました。ご多忙の中、講演いただきました山本様に、この場を借りて厚く御礼申し上げます。

● 支部便り ●

合同年賀会を開催しました

1月6日(金)、今年も広告関係31団体共催による「広告界合同年賀会」を、東京都千代田区の帝国ホテル「孔雀の間」で、業界関係者ら1700名余を集め、開催しました。

全日本広告連盟大平明理事長、日本新聞協会白石興二郎会長、日本民間放送連盟井上弘会長、日本雑誌協会鹿谷史明理事長、日本雑誌広告協会高橋基陽理事長、日本屋外広告業団体連合会高橋公比古会長、日本アドバタイザーズ協会伊藤雅俊理事長(写真左から)が登壇し、華やかに鏡開きが行われました。



鏡開き

事務局からのお知らせ

事長が「今年^{ひのとし}は丁酉^{いっぴすいせい}の白水星^{いっすいせい}です。丁という字は釘の頭を意味していますが、若い、盛ん、強いという意味もあります。十二支の「酉」は、「酒」という字から「さんずい」を取った字でお酒を入れる器を意味するものです。そして一白水星は水の流れるようになります年だと言われていますので、経済、お金、人の流れもよくなるという事です。今年^{ひのとし}は新しい技術や発見が次々に現れる面白い年になるのではと思います。60年前はちょうど「岩戸景気」が始まった年で、当時発展途上の日本は模倣とまねをすることで成長することができましたが、今は目標とすべきモデルが世界のどこにもありません。これからの



挨拶する全日本広告連盟大平明理事長

時代は我々自身で切り拓くことを考え、発想し、イノベーションを起し、新しい時代を作って行かなければなりません。これから発展する経済を支えるため、広告業界が自ら考え、自らクリエイティブな仕事をし、面白い広告で、新しい商品、技術、サービスを広めましょう」とあいさつし、「広告の力で社会を元気にしたいと思えますので、こぶしを真っ直ぐに突き上げて、天に届くように関の声を挙げましょう」と乾杯の発声がありました。

今年も江戸囃子が場内を明るく盛り上げ、出席者された皆さまは新春の挨拶を交わされていました。そして、大変気の早いお知らせですが、来年の年賀会も2018年1月5日(金)同会場での開催が決定しております。会員の皆様のご参加をお待ちしております。

●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。

編集後記

色々思い違いをしていることが多いのですが、つい先日まで、南岸低気圧を「弾丸低気圧」だと思っていました。同じように、IRを「Investor Relations」だと思っていましたが、どうも最近では「Integrated Resort」にシフトしつつあるようです。そのIRを見学してきましたが、ビルの中に「書割りの空」とか「運河」がある世界で、日常離れていてまさに「統合型リゾート」でした。皆さまが心待ちにしていること教えてください。

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



ホテルの中にある運河

●次号Vol.41は4月1日発行予定です。お楽しみに。