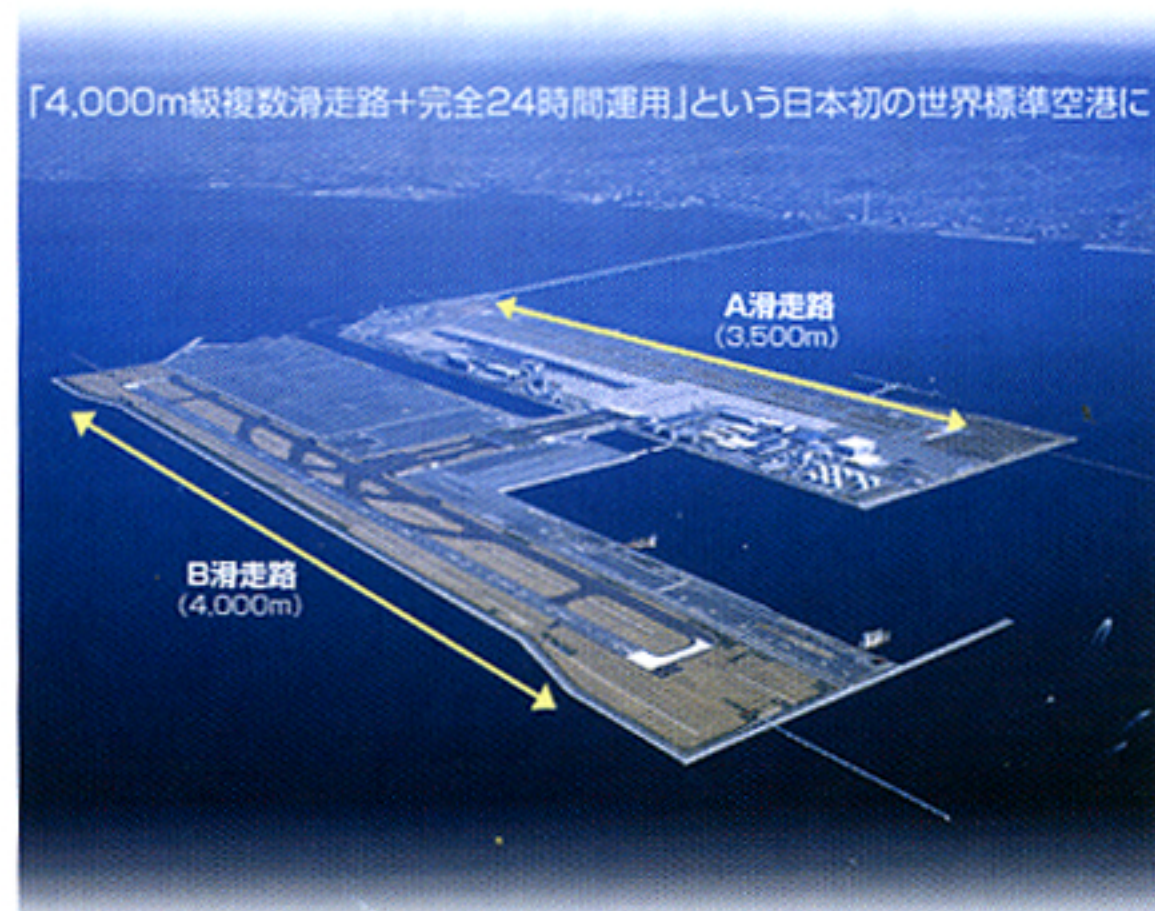


発行所：社団法人 全国鉄道広告振興協会
〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1丁目5番5号 JR恵比寿ビル10階
TEL：03-5791-1808 FAX：03-3443-1616 メールアドレス：information@jarap.jp
URL：http://www.jarap.jp/



関西国際空港第2滑走路

関西国際空港第2滑走路の共用開始や世界陸上の開催など関西経済の動きが活発化してきています。「キタ」エリアと並んで大阪を代表する「ミナミ」エリアでは、なんばマルイ・なんばパークス第二期がオープンし、「阿倍野・天王寺地区」では再開発計画が発表されるなど、駅ターミナルを中心に本格的な動きが出てきています。



なんばマルイ

これに伴い、堺市では、東西鉄軌道の必要性から臨海部から堺東駅間にLRT(次世代型路面電車)の導入が計画されています。

2009年(平成21年)4月には、阪神電気鉄道(阪神なんば線)と近畿日本鉄道の相互乗り入れが予定されており、奈良



イメージMAP



近鉄難波駅ホーム イメージ



近鉄難波駅コンコース イメージ

大阪「ミナミ」エリアの動きと鉄道広告 活性化する駅ターミナルとその周辺

巻頭レポート

株式会社メディアアート
交通広告事業本部
企画開発部長
磯田 稔次

（神戸（三宮））がつながることによって、人の動きが活発化すると考えられます。それに伴い、阪神なんば線の新駅工事及び近鉄難波駅のリニューアル工事が始まっています。

南海電気鉄道については、2009年（平成21年）秋に向けて、関西国際空港に直結した国際ターミナル駅としてリニューアル工事が始まっており、周辺施設（高島屋・なんばCITY・なんばパークス）との連携を深め新たなにぎわいを創出する計画です。

「阿倍野・天王寺地区」では、2009年（平成21年）春には、HOOP南側商業施設が開業予定、2014年（平成26年）には、「日本一」の高さの超高層複合ビル（仮称・タワー館）建設も近畿日本鉄道から発表されています。

シャープは「環境先進企業」を目標に、省エネの「液晶」と創エネの「太陽電池」の工場を大阪府堺市に建設することを発表し、関連するインフラ施設や部材・装置メーカーの工場も誘致し、「21世紀型コンビナート」を2010年（平成22年）3月に生産を開始予定です。

今後の鉄道広告の動き

以上のように、各ターミナル周辺は大きく姿を変えつつあります。

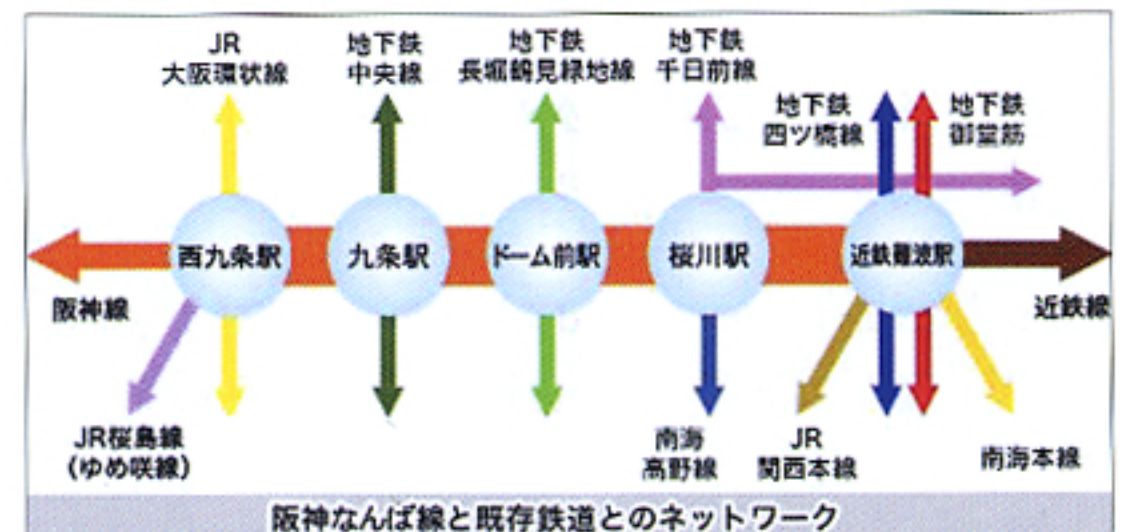
鉄道利用も増し、駅ターミナルへ人が集中すると考えられます。阿倍野・天王寺地区の1日の乗降客数は約80万人、難波地区は約100万人であり、「ミナミ」



南海ビル・高島屋 イメージ



南海難波駅ウェルカムロビー（仮称）イメージ



阪神なんば線（乗換）



阪神なんば線（路線図）



阿部野橋ターミナルビル地下1階 イメージ



シャープ・堺新工場

大阪「ミナミ」エリア主な開発計画

電鉄名	事業名	概要
近鉄	近鉄難波駅リニューアル工事	2009年度相互乗入れ開始
	上本町ターミナル整備計画	2010年夏に複合ビル完成予定
	大阪阿部野橋ターミナルビル改装工事	2014年春竣工予定
阪神	西大阪線難波延伸事業（阪神なんば線）	2009年度相互乗入れ開始
南海	南海ターミナルビルリニューアル工事	2009年度秋完了予定
JR西日本	大阪外環状線（おおさか東線）	2008年部分開業・2012年全面開通予定
阪堺軌道	LRT（次世代型路面電車）	2010年3月開業予定
その他 事業計画	HOOP南側商業施設	2009年内完成予定
	近鉄百貨店あべの本店改装工事	2011年内完成予定
	阿倍野地区再開発	2010年度開業予定
	関西国際空港第2滑走路	2007年8月2日運用開始

広場

どっこうどう
「独行道」

常任理事 佐伯 圭介



エリア合計は180万人に達し、「キタ」エリアの梅田地区250万人に近くなります。

マーケットの拡大とともに、鉄道広告は活発に利用されることが予想され、駅ジャック広告などはターミナルにとどまらず、周辺の商業施設を巻きこんだプロ

モーション展開の増大が見込まれます。

鉄道各社が広告新媒体の開発で競争しあうことで、「ミナミ」エリアの活性化、相乗効果が期待できます。インパクトのある、ダイナミックな広告展開が可能な媒体・拠点が創出されることにより、今後、「ミナミ」エリアの鉄道広告はますます重要度を増すものと思われます。



阿部野橋ターミナルビル・タワー館
(仮称) 外観 イメージ

先日古い手帳を整理していたら、10年ほど前に書いた宮本武蔵の「独行道」のメモが出てきました。

武蔵と言えば吉川英治原作の「宮本武蔵」が有名で、最近では2003年のNHK大河ドラマ「武蔵」、ヒットコミック「バガボンド」(井上雄彦著・講談社)が思い浮かびます。バガボンドの意味は、放浪者、漂流者のことだそうです。が、吉川英治版「宮本武蔵」は厳流島(下関市船島)の決闘までしか描かれていません。この時の武蔵はまだ29歳です。その後の武蔵は約30年の流浪の末に57歳で熊本細川家三代忠利公に客分として迎えられました。実は「二天一流」を名乗ったのは熊本に来てからだそうです。しかしながら1年足らずで主君の忠利公が急逝、武蔵は失意落胆、晩年は靈巖洞(雲巖禅寺の奥の院)に籠もって有名な「五輪書」を記し、正保2年(1645年)5月19日、62歳でその生涯を閉じたと言われています。

厳流島の決闘以降の武蔵を描いた小説としては「それからの武蔵」(小山勝清著・集英社文庫全6巻)があります。こちらは何度も映画やTVドラマ化されています。この本の中に武蔵

の自戒の言葉とも言えるべき「独行道」が紹介されており、手帳から出てきたメモは、これを読んだ時に興味を覚えて書き写したものでした。

武蔵だけでなく水墨画や彫刻など、芸術家としても優れた才能を発揮した武蔵の書としては、前述の「五輪書」、その元となったと言われる「兵法三十五箇条」が有名ですが、「独行道」はそれほど知られていません。しかしながら、現在でもよく使われる「我れ事において後悔せず」や、「神仏を尊み神仏をたのみず」という言葉は「独行道」から来ています。「独行道」はいくつもの修羅場をくぐり抜けた武蔵が自戒の念を込めて書いた遺訓であり、現在でも修身の書として高く評価されているようです。

面白いことに、前述の「それからの武蔵」では「独行道」は18箇条として記されていますが、中には19箇条という表記もあります。本当は何箇条なんだ?と改めてインターネットで「独行道」を検索してみると964件もヒットしました。ざっと目を通して見ますと、ほとんどが21箇条として、一部が19箇条、まれに18箇条として紹介されていました。また、表現が各々微妙

に違っており、書かれたのは正保2年5月12日、亡くなる7日前となっていますが、実際には武蔵の死後に口伝を編纂したものという説までありました。

武蔵の死後、二刀流を学んだ豊田正剛が、武蔵に直接教えを受けた人々の談話を記録しており、これを基に孫の豊田景英が安永5年(1776年)に記したと言われる武蔵の伝記「二天記」には21箇条の独行道が記されており、岩波文庫版「五輪書」にも21箇条として記載されています。

21箇条で決まりだ!と思いつつ、さらに調べてみますと、弟子の寺尾孫之丞宛の武蔵直筆の紙本墨書(「獨行道」21箇条、熊本県指定重要文化財)が熊本県立美術館に現存しています。早速、熊本県立美術館にお尋ねしたところ、昭和50年代初に寄贈を受けたものだそうです。が、その後の調査で21箇条の部分は武蔵の直筆であるということがほぼ判明しているが、奥書き部分は後日書き加えられたものと思われるので、書かれた日が本当に正保2年5月12日であったかどうかはまだ証明されていない、条数の少ない独行道は伝えられる内に欠落し

たものではないか、とのことでした。

本講ではこれらの情報を基に21箇条版をご紹介しておきます。なお、分かり難い条には注釈をつけておりますが、解釈が分かれているものもあり、あくまで筆者が勝手につけたものですので、ご容赦いただきたいと思ひます。

「独行道」には、生涯妻帯せず剣の道のみにした武蔵の孤高の精神が記されており、あまりに厳しい生き方のため、これを全て実行すると人間では無くなってしまうという指摘もあります。文字通り「独り行く道」という人生訓です。この内のいくつかは企業人としても心すべきことのように思えます。JARPの常任理事たる私も、せめて「心常に広告の道をはなれず」と言いたいところですが…。

(文中敬称略)

「独行道」(武蔵遺訓)

一、世々の道そむく事なし

(世の中の道に背かない)

一、身に楽みをたくまず

(我が身の楽しみを追い求めない)

一、万づに依怙の心なし

(どんなことにも私心、楽心を抱かない)

一、身をあさく思ひ世をふかく思ふ

(自分のことでなく世の中のことを考える)

一、一生の間欲心思わず

一、我れ事において後悔せず

一、善悪に他を妬む心なし

(他人の善悪に嫉妬しない)

一、何れの道にも別れを悲しまず

一、自他共に恨みかこつ心なし

(不平を言ったり嘆いたりしない)

一、恋慕の道思ひよる心なし

(恋愛に関心を抱かない)

一、物毎に数寄好む事なし

(好き嫌いを言わない)

一、私宅において望む心なし

(自宅を豪華にしない)

一、身一つに美食を好まず

一、末々代物なる古き道具を所持せず

(子孫に伝える骨董品を持たない)

一、我が身にいたり物忌みすることなし

(暴飲暴食や無謀なことをしない)

一、兵具は格別余の道具をたしなまず

(道具に特別なものを求めない)

一、道においては死を厭わず

一、老身に財宝所領もちゆる心なし

(蓄財したり宝を持たない)

一、仏神は貴し仏神をたのみず

(神仏は尊いが頼ってはならない)

一、身を捨てても名利はすてず

(身を捨てても名誉を捨てない)

一、心常に兵法の道をはなれず

天保武年 五月十二日

新免武蔵 玄信(花押)

注1: 解釈が分かれている代表格は16条目の「兵具は格別余の道具をたしなまず」です。続けて読むと「兵具ですら特別なものを求めてはならない」と解釈できますが、格別と余の間に読点を打つと「兵具は別であるが、その他の道具は特別なもので無くても良い」とも解釈できます。全てのものに執着しなかった武蔵であるから、武具にも執着しなかったはずと考えれば前者、武蔵は兵法者なのだから武具だけには拘ったはずと考えれば後者となります。筆者は前者の説を採用しました。

注2: 最後の21条目の原文には最初の「心」の字が無く「常に」で始まるようですが、敢えて「それからの武蔵」に記されていた「心」付きの文を採用しました。

注3: 五輪書は密教の五輪を由来とし「地・水・火・風・空」の全5巻ですが、原本の存在は確認されておらず、写本しか存在しません。また、オリンピックの旗の5つの輪は五大大陸の結合と連帯を表しますが、これを「五輪」と訳したのは読売新聞の故川本信正記者で、報道における文字数が減らせることから普及したそうです。

次回は理事 松尾健二氏の予定です、お楽しみに。

近畿・中国・北陸支部

支部総会が開催される

去る8月23日(木)、ホテルグランヴィア大阪において、第1回近畿・中国・北陸支部総会を、支部会員80社中48社(53名)が参加して、開催されました。



支部総会で挨拶する清水英明支部長

開会にあたり、支部長に清水英明氏、副支部長に富田栄次氏の選任報告の後、仮事務局である(株)ジェイアール西日本コミュニケーションズと(株)メディアアートによる進行のもと本田副会長、清水支部長より挨拶がありました。

議長には清水支部長が選出され、第1回近畿・中国・北陸支部総会の報告事項、及び議案審議を行いました。また、その他、各種キャンペーンの協力について実施報告を行い、満場一致で原案通り承認議決されました。

尚、報告事項及び議案審議は以下のとおりです。

報告事項

1. 支部幹事委嘱について

支部長 清水英明 (株)近宣
副支部長 富田栄次 (株)大阪オリコミ
会計管理責任者 米田龍司 (株)日本宣交社

〔近畿〕

幹事

五味一幸
(株)ジェイアール
西日本コミュニケーションズ

中井潔 (株)メディアアート

岡村正忠 (株)星光

箴島新太郎 (株)電通関西支社

松崎博史 (株)TOMOE

〔中国 広島〕

幹事

辰野順一 (株)ティーエイシー

〔中国 岡山〕

幹事

池田達美 (株)鉄道広告

〔北陸〕

幹事

宮崎嘉洋 HAC北陸宣伝 (株)

事務局

(株)ジェイアール
西日本コミュニケーションズ

(株)メディアアート

(敬称略)

2. 会員数

近畿・中国・北陸支部80社
(全国計357社)

3. 代表者変更報告について

正会員6社、特別会員3社、賛助会員1社の代表者が変更となりました。

4. 新規加入会社紹介について

正会員4社、賛助会員3社が新規加入となりました。

(H19.7.2現在)

議案

第1号議案

平成18年度事業報告に関する事

これまでの経緯、活動実績、活動成果について事務局より報告。



懇親会で挨拶する(株)ジェイアール西日本
コミュニケーションズ 浅沼唯明社長

第2号議案

平成19年度事業予定に関する事

- ① 支部総会、懇親会の開催
- ② 本部主催のセミナー、研修会の開催
- ③ 支部会員に対する、倫理、標準化、環境、安全、美観風致等、各委員に啓蒙活動の協力の要請
- ④ 新規会員の入会拡大(正会員、特別会員、賛助会員)
- ⑤ JARAP NEWSを通じての情報

提供

第3号議案

平成19年度予算案に関する事

180万円の予算案について米田会計
管理責任者より報告。

その他

1. 各委員会(支部内委員)のメンバー報

告について

2. 地球温暖化防止全国キャンペーンの
協力について

3. 日本雑誌協会の雑誌愛読月間キャン
ペーンの協力について

以上

総会終了後、岩崎会長、本田副会長、佐藤副会長によるセミナーが開催されました。(講演内容は別項)

セミナー

「鉄道広告の現状と課題」

協会が発足して2年近くになります
が、これまでの活動を通じ鉄道広告の特
性や優位性への評価は定着しつつあり
ます。それを反映してナショナルクライ
アントの参入が徐々に増えるなど顧客
層の広がりが認められます。

ニューメディアの開発も昨年あたり
から本格化し、デジタル系配信端末、電
子ペーパーなどがテスト段階に入っ
ています。

また、今年のゴールデンウィークには
皆さんのご尽力により、全国規模で環境
キャンペーンを展開し、公益法人として
いささか社会的役割を果たすことがで

岩崎雄一 会長

きました。

まずは順調な推移かと思いますが、今
後に向けた課題も決して少なくありま
せん。

その一つはマーケティングやブラン
ディングといった現代広告の戦略目標
ともいうべき課題へのさらなる努力が
今重要ではないかということです。駅の
立地性から所在告知系のカンパン類の
ニーズに配慮することも大切ですが、こ
うした広告の付加価値機能の強化をつね
に基本認識として念頭におく必要があ
ります。

二つはクライアントに対する
企画提案によりその需要を喚起
する能動的な営業体制を整備す
ることです。媒体ありきから
「先ず営業ありき」に向けたパ
ラダイムシフトが必要だと思
います。これに関連して例えばク
ライアント宣伝部や制作会社ク
リエイターと渡り合えるA E 的
人材の育成や会社業務の見直し
などが必要になると思います。

三つは鉄道広告の媒体価値を
より高めるため、ネットワーク化
が必要だということです。先程
触れました環境キャンペーンを
やってみて、クリエイティブ力
と同時にネットワーク力の威力
を実感いたしました。複数の大
都市連携タイプとか、多様なネ



講演する岩崎雄一会長



観光交流(ウランバートル/モンゴル)での
本田勇一郎副会長

「国連・世界観光機関 アジア太平洋観光交流センター」の活動について

本田勇一郎 副会長

私は国連の世界観光機関アジア太平洋観光交流センターの代表をボランティアとして3年前から引き受けました。本日はこの世界観光機関についてお話をさせていただきます。

さて、国連の機関にはユネスコや世界食料機関などいろんな機関がございます。世界観光機関には現在世界150カ国が加盟しています。アジア地区25カ国

ットワークパターンを設定して機動的な運用をはかればメディアプランニングを通じてナショナルクライアントなどの新たな需要を誘発することが可能になると思います。

四つは鉄道広告の側から働きかけるメディアプランニングへの取り組みです。考

えられるケースは当面インターネットとのクロスメディア化だと思われませんが、早急に検討を行ない、今後の進め方を探りたいと考えます。

五つは長年の懸案であるアカウンタビリティつまり広告効果の把握の問題です。鉄道広告の信頼性を維持していく

のうち、6カ国が加盟しています。

世界観光機関は1975年に設立され、2003年にさらに国際連合の専門機関となったわけであり、私が今引き受けておりますのはアジア太平洋地域であります。世界観光機関というのは国連の中でも観光市場の動向を世界規模で統計調査する唯一の機関であります。アジア太平洋地域の事務所設置にあたり、日本の他に誘致の名乗りを上げるところもあったのですが、投票の結果、日本が選ばれました。1995年に当時関西国際空港ができるということ、りんくうタウンに事務所が開設されました。日本では12年の歴史ということになります。

世界観光機関の活動目的は、観光開発、観光交流を通じて世界の貧困を軽減するということであり

上において、もはやゆるがせにできない課題です。広告効果の尺度としては商品特性についての理解浸透度や商品知名度の向上度合、あるいは売上げの増加率などが考えられますが当面は鉄道広告の認知率の解明に挑戦したいものと考えます。

ます。国連の各機関の目的もすべてここにあります。この観光も単なる楽しく旅行するというのではなく、豊かな先進国が開発途上国に手を差し伸べるということとで貧困が軽減するのであります。観光を通して貧困軽減等をアジアで実践するのが私どもセンターであります。

世界観光機関の活動内容として市場調査と観光振興というところがあります。観光白書などがそれにあたります。活動の2番目として教育と訓練。開発途上国でいかにすれば観光客が訪れるかというところであります。開発途上国に行ってもらうためにはどうすればいいのか、どういう商品を作ればいいのかという点において我々と手を組んでほしいと思います。活動の3番目に技術協力があります。かつてはJICAと一緒にシルクロードの観光資源保存の技術協力活動をいたしました。

日本でもビジットジャパンキャンペーン

以上、いずれも簡単な課題ではありませんが思い切って現状を変えてみる位の意気込みをもって取組む必要があると思います。それによってもともと可能性の大きい鉄道広告を大きく飛躍させることができると思います。皆様のご理解とご尽力をお願いいたします。



講演する本田勇一郎副会長

1人ということ、海外に出る人が1800万人近くになっております。この観光客のほとんどが旅行会社の組んだツアーでヨーロッパをはじめ各国へ行っております。日本がアジア地区25カ国に対してどう支援していくかということについて、我々としては日本旅行業協会(JATA)や国交省の支援を得ながら、

直行便やホテルがあつてレベルの上がつてゐる国。例えばベトナム、カンボジア、ウズベキスタン、モンゴル。こういうところに具体的なツアーを作つて行つてあげる。旅行会社は当然売れるツアーを作るわけですが、我々はそういう一人二人ではいけない開発途上国にツアー

を作つて日本として顔の見える貢献をしたいと考えております。

この3年間はかなりの力仕事でありました。1年目の2005年にはウズベキスタンに文化・観光交流に行きました。シルクロードの中心地であります。2006年は中国雲南省。少数民族が住

んでいるところではなかなかいいところがあります。今年はウランバートル(モンゴル)において観光交流を行ないました。

観光というのは日本人の持てる1800万人のパワーをどう生かすにか

「環境・安全委員会」その他に関して

佐藤裕紀 副会長

本来、こういうセミナーでは、学識経験者が行うのが良いと思うのですが、なにぶん経験の乏しい私ですので、JARAPの「環境・安全委員会」その他に関して、お話をさせていただきたいと思ひます。

平成18年12月に第1回理事会があり、本委員会の委員長に任じられました。当

初、公益法人の委員会なら名前だけであまり活動はしないのだらうと思ひ、委員各社からアンケートを集め、それを適当にまとめればいいのだらうと考えておりましたが、昨年2月の第1回委員会に岩崎会長が出席され、委員会の目的や計画をしっかりと実行するようにとの指示があつたのであります。その後、協会の活動状況を見ておりますと、成果物をどんどん作つていく方向にありました。考えてみれば、世の中や監督官庁にアピールするには、成果物を作るといふことが至極当然のことでありまして、本委員会においてもこの方針に沿ひ、検討の結果「絵で見る安全作業マニュアル」を作ることとしたのであります。途中から方針転換したこともあり、本マニュアル作成については、委員会メンバーの熱意と努力なしでは、完成できなかったと思ひます。なお、本マニュアル作成まで進めてきておりまし

た事故事例につきましては、本年度中にケーススタディ集としてまとめていくこととしております。

さて、会員各社におかれては、常日頃



講演する佐藤裕紀副会長

物と、この交通安全媒体という船に乗った仲間であり、この船がどのような進路を取り、どのように進んでいくかについて、いわば運命共同体であります。そして、この船の船長の役目を果たしてくれるのがJARAPであり、交通広告媒体のパイの拡大、ブランディングなどを目指しているJARAPの活動に、会員各位が積極的に参画されることを期待する次第であります。



参加された近畿・中国・北陸支部会員のみなさま

かつております。今年は清水支部長以下有志の方にウランバートル(モンゴル)にご参加いただきました。皆様もこのような機会がございましたら是非ご参加くださいますようお願い申し上げます。

首都圏支部

広告実務研修開催

先月号でお伝えしたとおり、JARAP 首都圏支部主催の「広告実務研修」を8月20日(月)及び9月3日(月)に日本交通協会大会議室で開催した。この研修はJARAP人材育成委員会が開発したカリキュラムに沿って行われ、両日も募集定員を超える参加があった。
(8月20日:69名、9月3日:76名)

講師は岩崎雄一会長(特別講義)をはじめとする交通広告業界のスペシャリストが担当し、安全、倫理掲出基準、美観そして交通広告の概要と実務に関するビジネス概論といった内容の濃い項目を、具体的な事例を示しながらわかりやすく説明した。



岩崎雄一会長による特別講義

受講者からは、各講師の豊富な経験とノウハウに裏打ちされた交通広告の真髓をひしひしと感じることができた、との声が多く聞かれた。これからの交通広告の将来を担う若い社員たちにとって忘れられない一日となった。

「アンケートから」

○交通広告の現状と問題点並びにメリット等テキストには載っていないことも聞けて有意義だった。(25歳・広告会社)

○日頃きちんと確認出来ていない基本的な部分を、事例を挙げながら説明してもらえたので理解できた。(28歳・広告会社)

○交通広告の歴史については、日頃業務の中では、なかなか知りえない部分なので非常に勉強になった。(24歳・広告会社)



曾我祐行氏による安全対策に関する講義

○入社後まもなくでは、講義の内容を理解できなかったと思う。半年以上、実務を経験して講師の方々の説明が実感できた。資料等も充実していて大切に使っていこうと思います。(37歳男・広告会社)



八木沢昌二氏(8月20日) 渡辺信仁氏(9月3日)による美観風致に関する講義



小林末光氏による掲出基準に関する講義



坂田一広氏と佐々木孝輔氏による交通広告の種類・名称、業務フローの講義



藤田晴次氏による交通広告の特性と市場規模の講義



熊野卓司氏による交通広告の変遷の講義

調査研究委員会

「ルーツ飲んでゴー！」キャンペーン事例

日本たばこ産業株式会社

日本たばこ産業株式会社は2007年5月、缶コーヒー「Roots」のキャンペーンとして「ルーツ飲んでゴー！」をキーワードに東京・大阪・名古屋の3大都市を駅ポスターでジャックした。イメージキャラクターに坂口憲二さんを起用し、「日常のちょっとしたこまった状況」をテーマに310種のポスターを303駅に掲出し話題を呼んだ。

ちをとらえた。

電車待ちの際に視認できる位置には「たまにはロマンスカーで座って帰りたい」、券売機前では「前の人がずっと小銭をさがしている」、階段では「三段先にいる上司が振り向きませんように」など、ポスターが掲出される場所で感じる気

メインターゲットである30代サラリーマンの生活動線にあわせて、自宅最寄駅、ターミナル大型駅、会社最寄駅の各駅で展開。

さらに、缶コーヒーユーザーの飲用シーンごとに「朝の気分」「職場の気分」「その場の気分」にあわせて駅・掲出位置を選択し、コピーをより身近に感じ、リアルに体験してもらうことでターゲットの気持ち



階段



券売機前



大手町



池袋



銀座



新宿

分を汲み取ったコピーを作成。

また、地元の人なら共感できる話題を多く盛り込んだのも特徴といえる。

「渋谷まで埼京線で行くか山手線で行くか。」(池袋駅)

「今さら、JRの津田沼に来说いわれても。」(京成津田沼駅)

「家は町田。会社は田町。」(田町/町田駅)など。

地元駅でポスターを発見したユーザーが、ルーツの公式サイトで全国ポスターをチェックし、ブログで話題にする、といった反響も大きかった。

駅ポスターという既存のメディアを量と質で上手く活用したキャンペーン展開になったと言えるだろう。

担当…株式会社電通



巣鴨



上大岡



千葉



中目黒

美観風致委員会

第1回委員会を開催しました

去る8月29日(水)、JARAP横会議室において今年度第1回目の美観風致委員会を開催し、地球温暖化防止全国キャンペーン、美観風致対策事例集、教育研修についての報告とディスカッションを行いました。

全国キャンペーンについては、今回作品をご提供いただいた宮田亮平委員(東京藝術大学学長)より「私が気づく前に学生から『ポスター見ました』のメールが山のように届いた。中には『盗みたいのに盗ませてもらえなかった』とのメールもあり、ポスター管理の行届いていることにも感服した」との感想を、大津英敏委員(多摩美術大学教授)より「学内での認知度も高く、学生の90%がポスターを見ていた。若い世代がこのようなポスターを見たというのは非常によいこと」との感想をいただきました。

また、美大生の間でも話題となったようです。また、各委員からは「全国の駅が繋がった。このようにネットワークを印象づけていくことはJARAPらしいテーマ」「地球温暖化防止というテーマも鉄道広告を扱う協会らしく時宜にあっていた」「今後も続けていくことに価値がある」との意見が数多く出されました。一方、「関係各先への協力依頼の

アナウンスが遅かった」「掲出撤去費が出ないことに問題があった」などの苦言も呈されました。今後、時期及び規模、クリエイティブ戦略など来年度実施に向けて早急に検討を開始することとしました。

美観風致対策事例集については、事例集のリニューアルという形ではなく、今後新しい事例等が出た場合には適宜JARAP NEWSで紹介していくこと、また、教育研修については各地で研修が予定されるので、各委員に講師の協力を要請していくことなどが話し合われました。次回の委員会開催は年明けを予定しています。



5月に行われた総会時にもディスプレイされたポスター

PR委員会

第1回委員会を開催しました

去る9月4日(月)、JARAP横会議室において今年度第1回目のPR委員会を開催しました。新たに副委員長に就任した田中里沙氏と、新たに委員になった2名が紹介されました。

会議では、JARAP NEWSは会員社だけではなく、クライアントにも浸透してきたと委員から報告があり、トピックがあった支部には多めに送付して欲しいとの要望も出されましたので、今後できるだけご要望に沿うよう対応していくことといたしました。

また、ホームページの会員限定ページを利用して、各委員会でアンケート調査などを行えるようシステムを構築する件につきましましては、ホームページ委員会で引き続き検討することになりました。これにより、ホームページの活性化が図れればと考えております。

2007年度ホームページの月別アクセス数につきましては、別表のとおりとなっております。地球温暖化防止全国キャンペーンを実施した5月のアクセスが通常月の倍近くに増加し、1000件を越えておりました。ポスターに興味を持った一般の方たちが「JARAP」のロゴや、アドレス「エキからエコ」のワードでホームページ

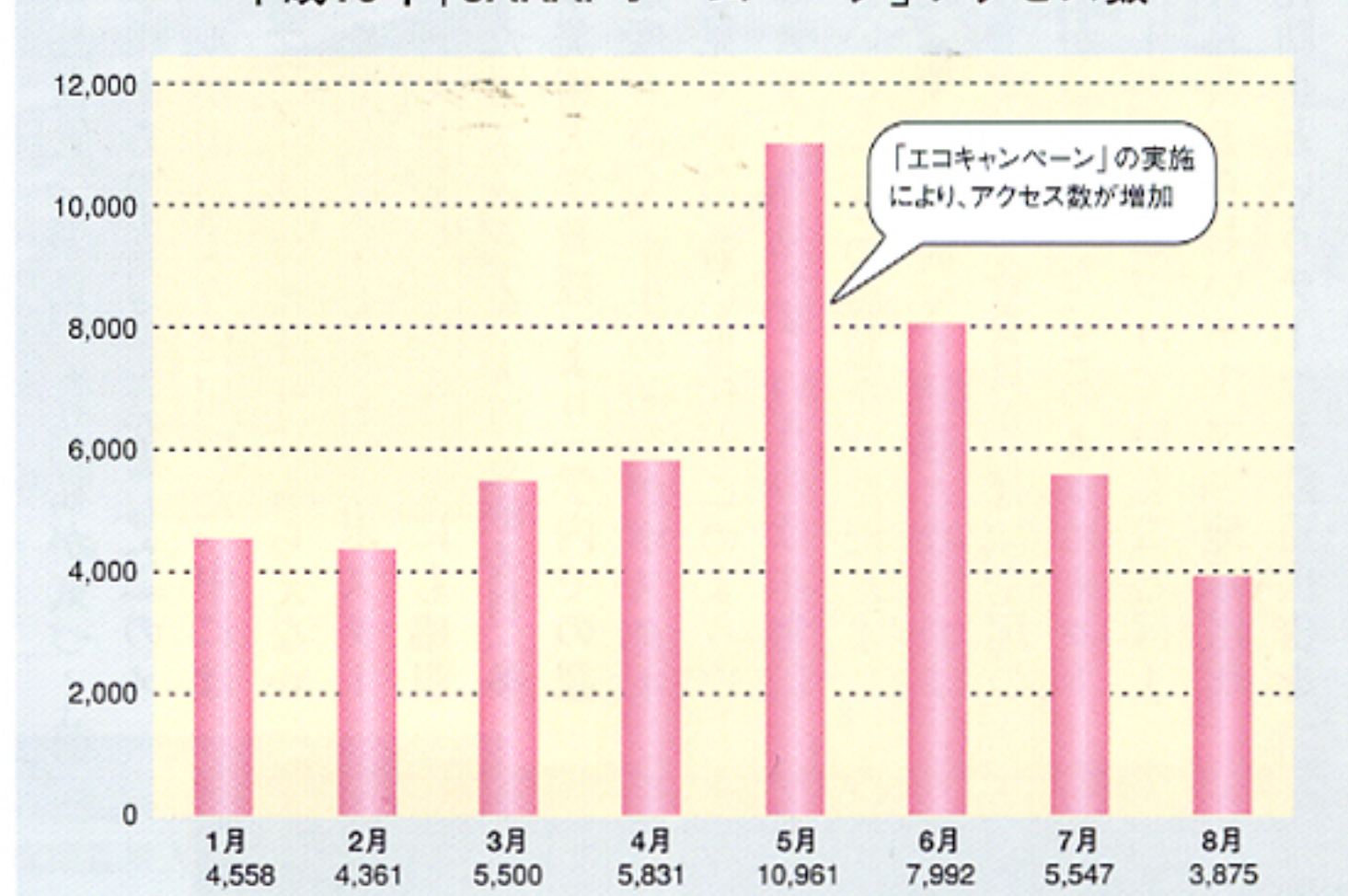


会議中のPR委員会

ページにアクセスしたことが要因と思われる。このことにより、「話題を提供し続けること」こそJARAPの知名度を上げる最大のポイントであることを認識いたしました。

今後、JARAP NEWSは内容の更なる充実によって、情報発信機能を高めていきたいと思っておりますので、各支部の活動状況、新規媒体の情報などご提供いただきま

平成19年「JARAPホームページ」アクセス数



事務局からのお知らせ

9月13日(木)に名古屋で開催した理事会での決議事項など詳細につきましては、次号にてお知らせいたします。

●会員の代表者が変更になった場合など、変更届は

JARAPホームページ

(<http://www.jarap.jp>)の「各種届出書類」

に用意してご送付ください。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。

編集後記

いつも使う駅でふと目にしたポスターを頼りに、旅(?)に出ました。行く先は新潟県上越市春日山、あるイベントが目当てでした。地元の方に聞いたところ、いつもは「普通のお祭くらいの人出」らしいのですが、今年は全国各地からかなりの女性が「上杉謙信公」の姿をひと目見ようと押し寄せ、駅もラッシュ並みの大混雑。私の場合チラッと見ただけだったのですが駅のポスターの威力はすごいなあと思えました。みなさまの地元の秋のイベントを是非教えてください。

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

