

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/

巻頭レポート 「古都とモダンの融合」 阪神なんば線開業

期待が膨らむ関西の 新東西軸

3月20日午前4時50分、阪神尼崎駅3番ホームから奈良行き初発電車が発進した。多くの人が待ちわびた鉄道新線「阪神なんば線」が開業した瞬間だ。阪神線の西九条駅から近鉄線の難波駅までの僅か3・4キロの延伸ではあるが、この開業により、大阪の中心部を横断し、神戸と奈良を一本のレールで結ぶ新たな東西軸が完成、相互直通運転により、阪神三宮―近鉄奈良間65キロを乗り換えなしの行き来が可能となった。阪神なんば線の開業により、各駅で地下鉄、JR、私鉄と連絡し、より利便性のあるネットワークが構築されたことになる。

「阪神なんば線」は開業以来約6ヶ月が経過したが、近鉄・阪神両線ともに相直の相乗効果で順調に利用客を伸ばしており、その効果は沿線の商業施設にも及ぶ。



難波シートボードA



大阪難波駅ユーティリティボード

沿線の中心部にあたる近鉄難波駅は開通を機に大阪難波駅と改名し、駅もリニューアルされ、情報発信性の高い駅に変貌を遂げた。相乗効果により定期外降車人数は開業1ヵ月で、前年同期比で約3割増となった。その後新型インフルエンザの影響で一時客足が減ったものの、19・1%増の高水準で推移している。

開業を機に、大阪難波駅に新しく誕生した媒体としてB05枚×2段のスペースを多目的ボードとして利用可能な「大阪難波駅ユーティリティボード」、東コンコース壁面各所に大型シートを掲出する「難波シートボード」、大阪難波駅の東・西の両コンコースをシートボードと円柱広告、臨時パネル、さらに「大阪ミナミStar☆Light Namba」を加えた

株式会社メディアアート
交通広告事業本部 企画開発部 部長
高崎 登

SPメディア群で集中掲出する「なんばジャック」が可能となり、キャンペーン規模にのびた商品ラインナップが充実した。また近鉄・阪神相互直通運転区間の主要6駅をネットワークした大型ボード「HOKURINKUボード」も新たに設置された。

大阪ミナミが活性化 人の流れに変化が……

大阪難波駅の活況は駅周辺の商業施設にも波及した。なんばCITYや高島屋大阪店などが活性化、「なんばパークス」の2年目の入場者数が目標の2500万人を遥かに凌ぐ2900万人にも達した。ミナミ周辺では新たな開発が進み4月の「心斎橋ビッグステップ」のリニューアル化、7月には複合商業ビル「マルイト難波ビル」の竣工、さらに今秋には人気ファッションブランド「H&M」の関西初出店となる「ラズ心斎橋」がオープンする。

新線開業は沿線の人の流れにも大きな変化をもたらした。阪神なんば線とは直接つながっていない南海難波駅でも利用者が約1%増で、利用者の低下傾向に歯止めがかった。阪神なんば線桜川駅と隣接する南海汐見橋でも利用者が24%増加した。

また一本のレールで結ばれているという安心感が神戸―奈良間をなにかと遠いと感じていた距離感を縮めた。平城

遷都1300年祭を控え、人々の関心が高まる奈良方面へは乗換なしで近鉄奈良駅に直結したことで、潜在的な観光需要を掘り起こすこととなった。開業後、奈良駅の降車人数は定期利用者を除いて11%増加している。京阪神から奈良、斑鳩方面への私鉄、バスなどが1日乗り放題となる「奈良・斑鳩1Dayチケット」の販売状況をみても明らかで、阪神沿線から利用する購入枚数が今年4～6月で前年同期比約11.5倍の約12400枚と急増、山陽電鉄沿線からの利用も4倍の約1920枚に達するなど相直効果で利用者拡大につながっている。

一方、三宮駅の乗降客数も前年比11%と増加している。相直効果を見越して、神戸の大学が奈良市内で入試を実施したところ、予想を上回る受験者が集まり、受験1週間前まで会場探しに大苦戦となったとか、奈良市内の自由な校風に惹かれて、神戸からの受験者が増えた高校など、受験事情も大きく変化した。

このような状況を鑑み、奈良―三宮ADトレイン（6両1編成）で1車両に1校のポスターを集中掲出する私立中学・高校入試説明会連合企画「お受験アドトレイン」を企画、その発表の翌日には完売するほどであった。

近鉄、阪神両電鉄による エール交換

近鉄では阪神なんば線開業時より、奈良―三宮間に奈良をイメージしたラッピング列車「アートライナー」を運行、車内にも奈良県観光ポスターを掲出し、おり、平城遷都1300年祭で注目を集める古都奈良への誘致に一役買っている。

阪神電車でも阪神なんば線系統を中心に神戸の魅力を発信するラッピング列車「神戸PRトレイン」の運行を開始した。6両1編成で「観る」「憩う」「楽しむ」をテーマに、ルミナリエやポトタ

ワー、異人館など神戸の魅力を1両毎にPRし、難波―奈良沿線からの新たな観光客の発掘に期待を寄せている。

現状では広告用のラッピング電車は兵庫県条例により規制されているが、条例改正により、規制緩和の方向で検討されている。古都奈良と異国情緒漂うモダンな街神戸（三宮）。この全く異なった歴史と文化を持つ二つの街を一本で結ぶ阪神なんば線は奈良―三宮間を大変魅力のある路線に変貌させた。時空を超えて結ばれた両PRトレインのエールにこたえて、ラッピング電車が快走する日に期待が高まる。



近鉄 アートライナー



阪神 神戸PRトレイン

本日はお忙しいところをお集まりいただきありがとうございます。公益社団法人化の認定申請案がようやくまとま

岩崎会長 挨拶

りましたので、今日はそれをご審議いただくためにお集まりいただきました。

ご承知のように昨年の12月1日から5年間の公益法人改革期間に入り、現在、

8月6日(水)ホテルメトロポリタンエドモントにおいて39名の理事が出席(含む代理人出席、委任状出席)し開催した。

平成21年度臨時理事会を開催

広場

「地球温暖化を想う」

専務理事 河田 健治

2009年の夏は、7月以降長雨や豪雨(記録的雨量)、さらには日照時間不足など、まさしく異常気象そのものの気候が続き、鉄道収入にも影響が出ている様子で、また夏に売れる筈のアイスクリーム、ビール、飲料水等の売上が落ち込んでいる。つまりこれは、不景気とは別の天候不順によるものとマスコミは報じている。

このことは、地球温暖化による気候変動がもたらす経済的影響といえる。さらにこの様な中で経済効果策としていわれている「高速道路無料化・自動車関連の暫定税率の廃止が実施されるとCO₂の排出量が一年に980万トン増え、(国内の運輸部門の排出量は年2億4900万トン)全体の約4%押し上げる計算となる。とのこと。またこれを一般家庭の年間排出量に換算すると、約180万世帯分に相当する。この施策によると自動車の輸送量が21%増えるのに対し、鉄道は36%減、バス

は43%減、航空機は11%減と公共交通機関は軒並み、そしてフェリーにも大きな影響が出るという」。(8月13日付け日本経済新聞夕刊)結果鉄道離れが進むのは残念なことだ。

事々左様にCO₂急増による温暖化の弊害は計り知れないものがある。

鉄道が環境に優しいエコな乗り物であるということは皆様よくご存知のとおり。私も鉄道広告に関わる一員として物申せば、経済効果も大切ではあるが一過性の措置であり、他方環境問題は当然ながら継続的であり、将来を思えば重視すべきこと。

地球には自分とは異なる環境に生きる人、動物がいることを理解して、温暖化による環境の変化で間違いなく異常気象が続くなど、健康をも脅かされることとなり重大な問題として、改めて関心を深めてほしいと思います。小さ

な皆さんの思いの継続こそが大きな成果につながる様に...

最後になりましたが、8月7日(土)30日にわたり、「第3回地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン」を展開し、鉄道広告業界の立場から「エキからエコ」のキャッチコピーで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て36社の鉄道会社をはじめ、関係する会員の各社の全面的な協力により約37万枚のポスター類を掲出することが出来ました。お陰様でキャンペーンも3回目の実施で、年々鉄道利用者の方々からの話題、評価も多くなっております。これも会員各社に全面的なご協力をいただきました賜物と深く謝意を表させていただきます。

ありがとうございました。

今回は監事長渡泰三氏の予定です、楽しみに。

8か月を経過したところです。この間、9000ほどある内閣総理大臣所管の社団法人から申請が出されたものは162件あり、そのうち認定されたものが24件ということで、残りは審査中ということになります。当協会といたしまして、平成18年9月に大阪で開催いたしました理事会で初めてこの問題について皆さんにご説明し、それから、法人改革特別委員会、理事会を中心に検討を続けてきたのはご承知のとおりです。理事会は、具体的に審議した時と経過報告だけというのがありますが、今回を含め15回

にわたってこの問題を探り上げております。本日の理事会に提出いたします認定申請資料は、定款、公益事業比率算出表、事業の公益性等に関する説明資料の3点セットとなっております。その内、定款につきましては6月10日の理事会とそれに続く総会において議決されて成案を得ております。従って本日は、定款を除く2つの資料についてお諮りし、皆様方のご承認を得て、正式に内閣総理大臣に提出するという手順で進めてまいりたいと思っております。提出後は、公益認定等委員会側から、いろいろと照会

があらうかと思いますが、説明を尽くして認定を受けられるように努力したいと考えております。いずれにいたしましても、本目までの過程で皆様方には大変お世話になりました。この場を借りて厚くお礼申し上げます。ようやくゴールが近くになっておりますので、是非認定されるようにもっていきたいと思っておりますので、引き続きご支援の程を宜しくお願いいたします。

それから、会場に貼ってありますのは、第3回環境キャンペーンのポスターです。今年は明日から全国的に掲出し、8月30日まで継続いたします。述べ枚数が37万枚で、これについても皆様に大変ご協力いただくことになりますが、このキャンペーンは公益認定を受ける上で重要なイベントでありますので、こちらも成功しますようにご協力のほどをお願いいたします。

簡単ですが以上で最初のご挨拶に代えさせていただきます。

1 公益社団法人 移行認定申請について

河田専務理事から議案書の資料について説明のあと、塚越法人改革特別委員会幹事から、次のような補足説明を行なう。

手続的なことからお話いたしますと、本日決議をいただいた後、内閣府にある公益認定等委員会に、先程説明がありま

した書類を一齐に電子申請という形で申請するということになっております。ただ、事前に今までの主務官庁である国交省に話を通してから申請をしてくださいと言われているので、現在国交省への説明の日程調整をしています。そこでOKが出れば公益認定等委員会に申請いたします。認定にあたりポイントとなりそうな点については、事前に委員会の事務局とやり取りをしています。申請をした後も、委員会から質問を受け、説明をしたり、部分修正をしたりするといったことが、恐らく何回かあると思います。

実体的なことについては、公益認定の要件は法律でいくつか定められているのですが、当協会の場合に最もポイントになると思われるのは、事業の公益性についてです。そこで、先程の事業内容の説明が鍵になってきますが、これをいかに委員の方に理解していただいて、公益性を認めていただくかということが重要になると思います。また、そこでの事業の分け方を前提として、公益目的事業の比率が50%以上でなくてはいけないという2つ目の要件がありますので、それを示すのが議案書の表になります。本来であれば、事業ごとに区分経理して経費などを見て、公益目的事業の割合が50%以上になることを示すべきなのだと思いますが、当協会では、今までは事業ごとに区分経理をしておりませんので、これまでの予算、決算を前提として、何らかの基準で事業ごとに配賦していくという作業が必要になります。その配

賦の基準というの、法律で明確に定まっているわけではなく、活動の実態等から決めなさいと書いてあるだけで、どこまで認められるのか中々難しいのですが、総会の会議費とか役員報酬とか、今まで一般的な管理費として経理されていたものについては、検討の結果、大体20%が管理費、80%が事業に関する費用だと判断して割り振っています。それから、職員の人件費、委員会の会議費等、事業に関する事業費として経理していたものにつきましては、委員会の開催回数と所要時間などを基準にして、2:1:2:3:1:1という基準で事業ごとに配賦しているということ、この表になっています。今のところ、この表によれば、公益目的事業への支出の割合が70%ということ、かなり余裕をもった比率になっているのですが、今説明した、20:80に分ける比率とか、2:1:2:3:1:1という比率については、委員会の方からどのように評価されるのかということはまだ分からないところです。従って、それは申請後のやり取りの中で、委員会に対して説明し、理解を得ていくことになるのではと思っています。

以上の説明の後、活発な質疑応答が行なわれ、満場一致で説明どおり承認された。



2 法人改革に伴う諸規程の 一部改正について

岩崎会長から説明があり、満場一致で承認された。

3 会長の代行順序について

人事異動等の事由により、定款第14条3項(役員の職務)による副会長の順序は満場一致で以下のように承認された

- 第1順序 佐々木信幸副会長
- 第2順序 滝久雄副会長
- 第3順序 浅沼唯明副会長
- 第4順序 佐藤裕紀副会長
- 第5順序 望月國雄副会長

4 支部長及び委員長の 委嘱変更について

河田専務理事より説明があり、以下のとおり承認された。

1. 副支部長の委嘱変更について

人事異動等の事由により、定款施行規則第20条に基づき、平成21年8月6日付で下記の通り副支部長の委嘱変更を行ないたい。

○ 中部支部

副支部長

(退任) 江川建男

(株)電通名鉄コミュニケーションズ

(新任) 広末敏郎

(株)電通名鉄コミュニケーションズ

○ 九州支部

副支部長

(退任) 後村政勝

(株)西鉄エージェンシー

(新任) 秋澤壮一

(株)西鉄エージェンシー

2. 委員長等の委嘱変更について

人事異動等の事由により、定款施行規則第14条に基づき、平成21年8月6日付で下記の通り委員長等の委嘱変更を行ないたい。

○ 技術開発委員会

委員長

(退任) 鈴木憲治

(株)ジェイ・アイ・シー

(新任) 佐伯圭介

(株)ジェイ・アイ・シー九州エージェンシー

○ 人材育成委員会

副委員長

(退任) 江川建男

(株)電通名鉄コミュニケーションズ

(新任) 広末敏郎

(株)電通名鉄コミュニケーションズ

○ 調査研究委員会

副委員長

(退任) 佐伯圭介

(株)ジェイ・アイ・シー九州エージェンシー

(退任) 栗原俊治

(株)小田急エージェンシー

(新任) 土屋政行

(株)小田急エージェンシー

報告事項①

環境キャンペーンの展開について

河田専務理事から説明があった。(キヤンペーンの報告についてはP6をご覧ください)

報告事項②

交通広告業務近代化に向けたアンケートについて

杉原業務近代化委員会委員長代理から説明があった。なお、このアンケートの集計結果はJARAP NEWSにて報告する予定です。

以上

首都圏支部

JARAP首都圏主催の

「広告実務者研修」が

9月2日(水)、

EBIS303会議室で

開催された。

● 支部便り ●

今年で3回目になるこの実務者研修は、受講者を基本的に入社2～3年目までの新人としてカリキュラムが組まれている。しかしながら、今回は、もう一度基本を学びたいという熱意をもった中堅社員の参加もあり、会場は熱心に講義を聞き、講義が終わると講師に質問をする受講生の姿が多く見られた。

毎年、前年のアンケートの結果を反映

して改善が加えられているが、今年は定員を減らして受講環境を改善し、1コマの授業時間を45分に統一する等の変更を実施した。また、今年は新型インフルエンザ対策として受講者全員にマスク、会場入り口には消毒用アルコールを設置し、感染抑止対策が実施された。



挨拶する佐々木支部長



掲出基準について講義する中尾氏



安全研修について講義をする曾我氏



美観風致について講義をする渡辺氏



ビジネス概論Ⅱの講師
宮本氏



ビジネス概論Ⅰの講師
金沢氏



インフルエンザ対策用にマスクと消毒用アルコールを用意

研修後に改修されたアンケートには「非常に参考になった。交通広告実務のHOW TOを文面していただいてとても素晴らしい」「各媒体の様々な利用方法を見て、新たな可能性や、アイデアができて、良い刺激になった」「社に戻ってから業務に役立てられそうな話ばかりだった」「具体的な事例はもちろん、実際の運営フローの事など現場レベルの話も聞くことができ、大変参考になった」等の声が寄せられた。次年度以降の課題

としては、プロジェクターの写真が見えにくかった、という意見について対応策を考えたい。

カリキュラム及び講師など 概要は以下の通り。

10:00

佐々木信幸支部長挨拶

10:15

今年も「エキからエコ。」にご協力ありがとうございました

第3回地球温暖化防止キャンペーン 実施報告

当協会では平成21年8月7日(金)～30日(日)の約3週間にわたり第3回地球温暖化防止キャンペーンを展開し、無事終了いたしました。

今回も、昨年同様地球温暖化防止という公共性、社会性の高いテーマで実施し、JR、私鉄、地下鉄を含む36社の鉄道会社をはじめ、関係するハウスメージェンシー、広告会社、掲出撤去作業会社のご協力により、全国拠点エリアの鉄道メデア(掲出車両約46000車両、掲出駅約700駅)を活用して延べ53万枚のポス

安全研修

講師 曾我祐行氏
(東京メデア・サービス)

11:10

美観事例
講師 渡辺信仁氏(NKB)

13:15

掲出基準
講師 中尾規生氏

ター(B3×522000枚、B1×85000枚、B0×10000枚)を掲出いたしました。また、クリエイティブ制作についても、現代を代表する著名アーティスト及びクリエイターにキャンペーンの趣旨に賛同いただき、ボランティアとしてご協力をいただきました。ここに深く謝意と敬意を表させていただきます。

今年もブログの中で紹介いただいたり、

(ジェイアール東日本企画)

14:10

ビジネス概論Ⅰ
講師 金沢一幸氏
(メトロアドエージェンシー)

15:05

ビジネス概論Ⅱ
講師 宮本守氏
(ジェイアール東日本企画)

メールを通じて多くのコメントが寄せられました。以下はその一部です。

●環境に優しい乗り物である電車の利用を促すために、プロの芸術家たちが描いた綺麗な絵を駅に貼り、駅に来たくなくなるようにしようというプロジェクトらしいです。アプローチが面白い環境意識啓発だなどと思いました。

序、法人のホームページとリンクしました。

© 2006 The Authors
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd

- 何のポスター？JARAPって何？エキからエコと一枚の絵から…？あ！環境に訴えかける絵ってこと？そして、色の中にQRコード。気になる。から、読み取ってみたい…なるほどね。分かるような分からないような。携帯から読ませてPCにまで繋げるのか。…と言って、帰ったらPCで見ちゃうかも(笑)。
- なるほどっ！段々とこういう動きが活発になってきましたね！
- いい傾向ですね！
- 写真は最近、駅などでよく見かけるポスターなのですが、とても素晴らしいアートなので思わず写真を撮ってしまいました。
- ポスターがとてつもなく印象に残ったので、この4枚デカイポスターが揃っていて思わず立ち止まってまじまじと見てしまいました。上が絵、下にわずかにある文字、しかもフォント自体そんなに小さくないし下部の背景が一色ベタなのに上の絵となじむというかなんというか一枚ドーンよりはこういう構図の方が好きかも。
- すごいいい絵で電車の中でずっとみとれてました。
- 毅然とした二頭のライオンの眼、優くて濃い砂色、鬣の掠れたような筆遣い。しばらく吊り広告の前に立ち尽くしてしまいました。
- なんとまあセクシー。
- 今まではゴールデンウィークにやっていたので、今年はやらないのかと思っていた。



JR北海道・中吊ポスター



JR東日本・一ノ関駅B1ポスター



JR東日本・渋谷駅ハーフジャック



東武電鉄・池袋駅B1ポスター



東京メトロ・麹町駅B1ポスター



東京モノレール中吊ポスター



名古屋鉄道・中吊ポスター



阪急電鉄・梅田駅B1ポスター



福岡市営地下鉄・天神駅B1テーマポスター

編集後記

いつの間にか秋になって1か月が過ぎました。外出するのにも程よい気候ですので、行き先を定めず旅に出かけてみることに。
途中下車した駅に、足湯があるのを発見したので、予定していた電車を1本見逃し、30分のんびり温泉を楽しみました。
ところで、この足湯、地元の方は利用するのでしょうか？ ちょうどこの時は、観光客だけでしたが、もし自分が高校生だったら、絶対ここで長話してるかもと思う反面、知り合いに見られるのもちょっとな…と思いました。
皆様の近くの楽しい駅、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



●会員社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.45は11月1日発行予定です。お楽しみに。