

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1番1号 ヒューマックス恵比寿ビル8階

TEL：03-5773-6789 FAX：03-3712-2399 メールアドレス：information@jarap.jp

URL：<http://www.jarap.jp/>

巻頭レポート

京阪神のターミナル周辺の 動向と鉄道広告

■ターミナル周辺の動きの活発化

関西経済の再活性化が叫ばれて久しいが、ほんの数年前まではそれが見えてくるような状況にはなかった。ところが、ここへ来て流通業界をはじめとするさまざまな動きが顕在化してきており、ようやくその動きも着実に本格化しようとしているようである。

とりわけ、大阪を代表する「キタ（北）」と「ミナミ（南）」と言われるエリアにおいては、その動きが極めて顕著である。

まず、「キタ」の大阪・梅田エリアではハービスプラザ・エントやヒルトンプラザ・ウエストなどが2004年（平成16年）秋に相次いでオープンし、従来方角的には最も人の流れが少なかったと言われていたJR大阪駅から西方向への人の流れを着実に太くした。

一方、JR大阪駅の北西には「関西再生の起爆剤」「残された最後の「一等地」と言われる広大なコンテナヤード跡地があり、現在そのうちの7ヘクタールが先行開発エリアとして、さらに3つのゾーンに分けられ、それぞれプランが検討

されている。なかでもナレッジキャピタルゾーンは最も進んでおり、すでに建設工事が始まっている。

JR大阪駅そのものやJR大阪駅につながる周辺地域においても、数年後には従来のイメージをドラスティックに変化させるような商業施設の新設やリニューアルプランがいろいろと計画されており、一大商業集積地として注目を集めている。

具体的には、2011年（平成23年）に開業が予定されているJR大阪駅の橋上駅舎・新北ビル（三越・専門店街、シネコンなどが入居予定）建設のほか、アクティ大阪の増築や大丸梅田店の増床、阪急百貨店の建て替えなどが計画されている。この10月1日



JR大阪駅新北ビル完成予想図

（株）ジェイアール西日本コミュニケーションズ
営業本部マーケティング部
浅沼 憲

には阪急ホールディングスと阪神電気鉄道の経営統合、10月16日にはJR大阪駅新北ビル新築工事の諸準備が整い

着工の運びとなり、安全祈願式が執り行われるなど、西日本最大のターミナルである大阪・梅田エリアは大きくその姿を変えようとしている。

一方、「ミナミ」に目を転ずると、3年前になんばパークスが第一期オープンし、心斎橋そごうが昨年秋オープン、今年に入って3月にヤマダ電機が都市型店舗「LAB I-I なんば」、さらに9月には丸井が難波駅前オープンするなど、「ミナミ」もかなり活発な展開を見せている。



JR大阪駅ホーム階段側壁広告

また、京都エリアでは、2007年（平成19年）にJR京都駅ビルの西隣に京都駅西ビル、



JR大阪駅御堂筋口柱面連続柱巻広告



JR大阪駅桜橋口地下道（梅田バーチャルコリドー）壁面広告

また2008年（平成20年）には同駅南側近くに複合商業施設などの建設が予定されている。

神戸・三宮エリアでは今年2月に神戸空港が開港し、すでに開港している関西国際空港、大阪国際空港（伊丹空港）とあわせて関西に3つの空港が存在することになった。さらに10月にはミント神戸がオープンした。

■最近の鉄道広告の動き

このようにJR大阪駅周辺をはじめとする京阪神圏のターミナル周辺は、巨大商業施設が相次いでオープンし、その姿を大きく変えつつある。

その中で鉄道広告利用についても活発化してきており、首都圏ではすでに展開されているターミナルを中心としたインパクトのある駅ジャック志向と車両メディアを組み合わせた広告展開が京阪神圏においても急速に目立ってきた。

さらに、最近の「キタ」や「ミナミ」のエリアでは、従来のようなターミナル単独のプロモーション活動にとどまらず周辺の商業施設を巻き込みターミナルとの動線を結ぶスケールの大きなプロモーション活動が活発化する傾向が見受けられる。

また、車両メディアではJR東海道本線・山陽本線を走行する321系通勤型普通電車で今年2月から試行していた車内映像広告「WESTビジョン」を11月放映分から販売開始するなど、従来からの車体広告や中づりなどとあわせて京都・大阪・神戸エリアのターミナルを移動する新たなメディアとして展開している。

今後、関西経済の動きが一段と活発化することにより鉄道利用もターミナルへの集中度合いが増していくことが予想される。その中で鉄道広告も周辺の商業施設の広告展開と連動して今まで以上にダイナミックな展開が行われ、ターミナルにおける鉄道広告の存在感が一段と高まっていくことが大いに期待できそうである。

■まとめ

OOHメディアが非常に注目されている昨今クロスメディアの中での鉄道広告の重要性はますます増していくと思わ

れる。

当社ではこのようなターミナル周辺での動きをチャンスと捉え、今まで以上に顧客ニーズを先取りした新たな媒体の開発に積極的に取り組むとともに、広告を出稿していただくクライアントへのアカウンタビリティを果たすべく広告媒体データの収集分析にも力を入れている。

今年5月には京阪神圏の鉄道利用の現状がどうなっているのかを把握するため、京阪神圏鉄道利用実態調査を実施し、現在、その分析システムの構築を進めている。私たちは媒体開発と裏付けデータの充実という両輪で、現在のクロスメディア時代に、いかに京阪神圏の交通媒体パワーと価値認識のさらなる向上を図れるのか、積極的に取り組んでいきたい。



車内広告映像「WESTビジョン」

広場

「ストレス解消」

常任理事 問宮 泰三



喜寿を過ぎた私が心掛けてしている健康管理は「ストレスを持たないこと」です。そのために、もうかれこれ40年ほど親しんでいるゴルフを「休日には努めてプレーすること」にしています。業界でも広告会行事の開催後にオプシヨンの世話して頂いたりとか、何かとゴルフに接することの多い小生ですが、思い出に残るゴルフコースを一部ご紹介したいと思えます。

私がキャディさんに励まされたことで、今も強く思い出に残るのは『北海道CC大沼コース』です。打ち上げ、打ち下ろし、池越えなど、変化に富んだタフなコースで、スケールの大きさは広大な北海道ならではのものです。あまりに難しく音をあげる小生に、キャディさんから「青木功プロでも難しいと言ったコースです」と、慰めの言葉を掛けられたことを現在もはっきりと覚えております。また、打ったボールをキタキツネに持っていけるといいうハプニングもありました。どうにかボールは戻ってきたものの、キタキツネの鋭い歯の跡が残し、ボールを交換したものです。

同じく北海道では『北海道クラシックGC』もタフなコースでした。グリーンを大きな池がガードしていて、腕に自慢の同伴者O氏も4発続けて池ボチャをしたほど、難易度の高いコースです。小生は同伴者のミスショットを密かにほくそ笑んだと言う記憶があります。

四国で思い出に残るのが、高知県を代表する『黒潮CC』です。このコースはとにかく長い。太平洋暖流コースがメインで、日本プロやカシオワールドなどプロのツアー大会が開催されている非常に難しいコースです。男性プロに劣らぬ飛距離で知られるミシェル・ウィーが来日

して、ティーショットした場所に小生も2打目で訪れる機会を得たのですが、その時はそれよりも汗水たらして120叩いたことの方が印象に残っています。

九州では宮崎の『フェニックスCC』が思い出に残ります。このコースは日本のトップ3に名を連ねる名門で、黒松がコースの両サイドに延々と続くことと、全国的に南国の美しさが見られることで有名です。その黒松はテレビで見ていたときには防風林程度と思っていたのですが、実際に訪れてみると樹齢300年（？）は経つだろうと言われる、その黒松の見事に正直驚きました。コースも大変素晴らしい、また、キャディさんの礼儀正しさには、さすがは豪華シーガイアホテル経営のゴルフ場だと感心させられました。

海外ではカナダの『バンフスプリングスGC』に思い出深いものがあります。このコースは、今は亡き東京メディアサービスの佐々木氏が筆おろしたコースです。コースの彼方にはエルクといわれる大鹿が姿をみせるなど、ロッキーマウンテンの雄大さを充分味わいました。コースには聳え立つようなシヨートホールがあり、私はどのように攻略したのか残念ながら思い出すことが出来ません。2時過ぎにスタートしたものの、白夜でいつまでも日が沈まず、プレーを終えてシャワーを浴び、夕食のためホールに出向くと、既に9時を過ぎていました。傍らでは外国人がのどかにダンスを踊っていたことが思い出に残っています。

最後はハワイ・カウアイ島の『プリンスウイールプリンスコース』です。ここはハワイでも手ごわいコースのひとつとして知られています。谷やブッシュが沢山あり、さらにはグリーン周りの

にも深いブッシュありという、米国でも屈指の過酷なコースです。競技終了後のミーティングで、参加者全員がなくなったボールの自己申告をしたのですが、何とひとり平均10個も口ストしていたのです。そういう小生も日本から持参した1ダースのボールを全て寄付(紛失)して参りました。

話が多少変わり恐縮ですが、我々の業界には、かれこれ223回も続いている『OA会』という、伝統あるゴルフの親睦会がありますが、小生は『OA会』では、これまで数え切れない参加にも関わらず、1度も優勝の感激に浸った事がありませんでした。ところが念願が叶い、この度ハンデ26で優勝致しました。グリーン上での『オリンピックク』に集中できたことでした。スコアを意識することなく、その結果の優勝という栄誉です。ここに紙面を借りて、同伴者のK、N、I各氏に感謝申し上げます。150余回にわたる参加で、初めての大きな喜びです。ハンデもこれで再び20に上がることは光栄です。これも皆様のお陰と厚く感謝申し上げます。

紙面を借りて纏々自分のゴルフを述べましたが、どうか皆様方も広告のお仕事に精進されますと共に、益々ご健勝でご活躍されますよう、併せまして楽しいゴルフを長くお続け下さいますようご祈念致す次第です。

次回は、常任理事牛込昭洋氏の予定です、お楽しみに。

平成18年度第2回理事会、大阪で開催

9月25日(月)、ホテルグランヴィア大阪で、

平成18年度第2回理事会は38名の理事が出席(本人出席29名、代理人出席9名)し開催した。理事会終了後、関西地区の会員社の皆様と懇親会を開き、親睦を深めた。

発足1周年を迎えて

岩崎会長 挨拶

今回は初めて、大阪地区で理事会を開催する事になりました。皆さまお忙しいところを、また地域によっては、大変遠くからお集まりいただきありがとうございます。この理事会の後引き続き、関西地区の会員の皆様との懇親会を予定しておりますので、皆様ぜひご参加下さい。当協会は全国組織でありますので、活動が東京だけに集中しないよう今後も、地方での開催を考えていきたいと思っておりますのでこれからもご協力よろしくお願いいたします。

協会活動は軌道に

当協会も来月末を持ちまして満1周年を迎える事となります。会員社も350社を超え、今朝も阪急アドエージェンシー様から入会届を頂きました。諸事情により入会が遅れていたようですが、11月1日から会員になっていただくことになりました。

発足してこの1年間、皆様方のご支援を色々と頂き、協会活動も徐々に軌道に乗り始めていると思います。協会が設立しましたことで、各地で従来組織の見直しも行われております。当初より国土交通省からも示唆を受けておりました公益性という事につきましても、鉄道広告倫理綱領が先の総会で皆様方のご賛同を頂きました。それに伴う掲出基準につきましては、本日の理事会の議題として提出しておりますのでご審議をお願いいたします。

今までの成果物としましては、毎月J A R A P N E W Sを発行しております。また、編集部といたしましてはいつでも皆様の創意ある投稿をお待ちいたしております。その他の刊行物として、交通新聞社の協力をいただき、全国鉄道広告料金表を皆様方にお届けいたしました。これは業界の透明性を高めるという上においてもひとつの成果であると思っております。

目下取り組み中の事柄ですが、人材育成はこの業界においても大変重要な課題ですが、各企業で行うには限界があり、協会という組織で取り組むのでなければ効果は上がりくいと思われまので、力を入れ充実させていきたいと思

っております。セミナーの充実、国内外の視察研修などを実現できるよう努めてまいりたいと思っております。

また、現在、安全管理マニュアルの作成に環境・安全委員会の皆様にご尽力いただいております。

これからの課題

これからの主要な課題を申し上げますと、公益法人制度改革が行われることは皆様もご承知の通りですが、この制度改革により、5年以内に新しい制度への移行を完了する事になっております。今までの制度は、各省庁にその公益性に対する判断、許可権限が分散しており、各省庁単位で対応の仕方も異なっております。明治以来、見直されたことのない制度の集積が現在の姿であり、行革の立場から、もう一度公益法人を洗い直してみるという、法律に裏付けられた政府の方針が出ている訳です。我々は1年前に公益法人としての許可を得たばかりであり、言うまでもなく新しい制度においても公益法人を目指し、これに取り組んでまいりたいと思っております。我々の協会のインフラとも言える公益性の充実、公益に対する実績作りがこの先1、2年は

集中的に取り組み、そして5年以内に新たな制度のもとでの公益法人に移行したいと思っております。この新たな公益法人としての判定は内閣府に設置された有識者会議で厳選をされる事になっています。これから国土交通省のご理解も得てこれに取り組んでまいりたいと思っております。

それからもう1つの課題として、景観との調和という事がありますが、景観との調和というより一歩を進めて、空き媒体を使って積極的な全国的キャンペーンをやるかと企画しております。これは滝委員長に担当していただいておりますが、来年のゴールデンウィークを中心に2週間程度、全国の空き媒体を利用して「地球温暖化防止キャンペーン」を展開したいと思っております。相当な資金も必要ですが、国土交通省も大変乗り気で、宝くじ協会に助成金の申請をして資金不足を補うなどして、一緒に事業実現に取り組んでまいりたいと思っております。キャンペーンを实行することでPR効果もありますし、「そういう協会なのか」という認識も得られると思います。

また、支部活動の活性化ということもこれから取り組むべき大きな課題であります。我々は全国組織ですので、全国に7つある支部の活動がうまくいかないうちは協会活動の活性化も難しいこととなります。支部が活動しているところの全国協会は概して好調であると思っております。現在ではまだ予算的な問題もあり、本部として十分な事ができていませんが、これが重要な課題であるという認識のもとに取組んでいきたいと思



挨拶する岩崎会長

しております。
最後に是非申し上げておきたいこれからの課題として、鉄道広告媒体の質的量的な開発を行うという事があります。テレビをお使いになっているナショナルクライアントの評価を得た結果だと思いますが、最近マス媒体とのメディアミックスが始まりつつあります。テレビにCMを打つ一方で、鉄道広告の補完性とリーセンシー効果に期待するという傾向が出てきています。鉄道広告は告知という基本的機能がある訳ですが、今後は、マーケティングやブランディングという新しい機能の充実を図っていく事が重要ではないかと考えております。皆様方にも色々ご苦勞頂いているわけですが、協会としてもそれに対応できる体制作りのために努力をしてみたい

と思います。同じ考え方から、インターネットとのリンケージという事も我々にとっては今後の大きな課題であると考えております。これらを総合して鉄道広告の媒体価値を高めていく事が重要だと考えておりますので、その方向に向けて努力してまいりたいと思います。皆様方のご理解、ご協力をこの機会に改めてお願い申し上げます。簡単ではございますが、私の挨拶とさせていただきます。

理事会の審議経過は次の通り。

一. 社団法人化に伴う 従来組織・業務の 統廃合の進捗について

1. 本協会支部への統合状況

(1) 北海道支部

- 平成17年11月1日 北海道旅客鉄道(株)、(株)北海道ジェイ・アールエージェンシー及び広告会社で(社)全国鉄道広告振興協会 北海道支部を発足した。
- 平成18年4月に北海道鉄道広告組合は解散された。

(2) 東日本支部

- 平成17年11月1日 東日本鉄道盛岡広告会(7社)
- 東日本鉄道秋田広告会(9社)
- 東日本鉄道仙台広告会(22社)
- 東日本鉄道水戸広告会(13社)
- 東日本鉄道新潟広告会(23社)

東日本鉄道高崎広告会(18社)
東日本鉄道長野広告会(14社)の主な広告会社で(社)全国鉄道広告振興協会東日本支部を発足した。

●平成18年3月「東日本鉄道広告連合会」は解散されたが、広告会には存続している。平成18年10月12日東日本支部総会を開催し未加入広告会社に更に加入を促進し、広告会の発展的解消をめざすことになっている。

(3) 首都圏支部

- 平成17年11月1日首都圏の各鉄道会社、ハウスエージェンシー及び各鉄道の広告会の主な広告会社、制作会社等で(社)全国鉄道広告振興協会首都圏支部を発足した。

●平成18年4月4日首都圏支部は代表者会議を開催し、今後の支部の活動計画や方向性を決めた。

●関東交通広告協会(関東鉄道11社の広告会で構成されている)は平成18年7月13日の総会において、(社)全国鉄道広告振興協会設立に伴い、平成19年3月31日をもって解散することが決議された。これに伴う残存業務の取扱いについては本協会宛に別紙申請書が出され本日の議題となっている。

(4) 中部支部

- 平成17年11月1日東海旅客鉄道(株)、名古屋鉄道(株)、(株)ジェイ・アール東海エージェンシー、名鉄エージェンシー、東海鉄道静岡広告協同組合及び東海鉄



第2回理事会

道広告協同組合の主な広告会社で(社)全国鉄道広告振興協会中部支部を発足した。

●平成18年3月に東海鉄道広告協同組合は解散された。

●東海鉄道静岡広告協同組合は平成19年3月を目途に解散を予定している。

(5) 近畿・中国・北陸支部

- 平成17年11月1日 西日本旅客鉄道(株)、近畿日本鉄道(株)、南海電気鉄道(株)、京阪電気鉄道(株)、(株)ジェイ・アール西日本コミュニケーションズ、近広会、南海広告会、京阪広告研究会及びジェイ・アール西日本鉄道広告連合会の主な広告会社で(社)全国鉄道広告振興協会近畿・



第2回理事会

中国・北陸支部を発足した。
●各広告会は存続している。

(6) 四国支部

●平成17年11月1日 四国旅客鉄道(株)、
(株)ジェイアール四国企画及び四鉄交通
広告会加入広告会社等で(社)全国鉄道
広告振興協会四国支部を発足した。

●なお、広告会は平成18年3月に解散さ
れた。

(7) 九州支部

●平成17年11月1日 九州旅客鉄道(株)、
西日本鉄道(株)、(株)ジェイアール九州
エージェンシー、(株)西鉄エージェンシ
ー及び広告会社で(社)全国鉄道広告振
興協会九州支部を発足した。

●なお、(社)全国鉄道広告振興協会の設

立を見込み、平成17年4月に九州鉄道広
告協同組合は解散された。
●広告会は存続している。

2. 関東交通広告協会の 解散に伴う残存資産・業務の 受入れについて

(1) 関東交通広告協会は設立以来、①鉄
道広告業界の「社団法人化」、②業界の近
代化のための「ADS(注)の開発運営」、
③関東交通広告協議会との情報交換及
びコミュニケーションの緊密化等を課
題に運営されてきた。

(注) 関東交通広告協会のADSの概要

ADS 鉄道広告プランニングシステ
ム「新・駅ちようさんのADデータ」「中
づりくん」は、鉄道広告の販売促進ツ
ールとして開発された。平成18年5月の利
用者数は、774名。「駅ちようさん」ソ
フトは、平成9年にテスト版を発行した
のが最初で、平成12年には全国版となっ
た。平成13年4月には首都圏版の「中づ
りくん」を発行した。現在は全国530
0駅の乗降人員、18000件の施設デー
タ、50000件の学校データを搭載し、
このデータから駅を検索することによ
り鉄道広告提案用のプランニングに利
用可能なシステム(業界最初のもの)で
ある。

平成13年からはデータ配信のWEB
化計画に取組み、平成16年3月WEB化
によりユーザー登録制を導入した。これ
により、変更データをインターネットで

インスタールができ、タイムリーなデー
タ更新が可能となった。なお過去10年間
の開発投資額は約7千万円である。

(2) 平成17年11月1日、(社)全国鉄道広
告振興協会の発足により、前記課題のう
ち①は解決済みであり、③は本協会首都
圏支部において対応可能である。残る課
題はこれまでに7千万円のシステム投
資を行ない受益社(会費制)で運営され



協力した映画、真鍋島を紹介する本田理事

てきたADSの取扱いである。
この点について平成19年3月末をも
って解散を決議している関東交通広告
協会の滝理事長から、書面にて「当協会へ
の移管譲渡により解決すること」を要請
されている。

(3) 結論

総務・財務委員会を中心に当協会にお
いて種々検討の結果、財産引継の際経理



話題がはずむ懇親会



熱心に聞く各理事

的会計的処理の問題、システムの利用範囲を全国に拡大した場合のコスト負担方法の問題などがあるが、データの充実、より利便なインターネットフェイイスの開発(完全WEB化)、さらには全国規模への利用の拡大などにより、会員社や業界全体の近代化、効率化に資するところが大きく、また今後の技術進化にも前向きに対応できるなどの利点があり、本協会の事業として引継ぐことが適当と考えられる。なお、関東交通広告協会からの移譲に関する具体的な要望事項については、事柄により当協会総務・財務委員会及び首都圏支部が分担して検討し平成19年3月末までに当協会としての結論を得ることとする。

以上小林専務理事より説明があり、引き続き、滝副会長からこれに関連して補足説明があった。この件に関しては、岩崎会長より、これをできるだけ広く、関東に留まらず利用できるようにする事も可能であり、その場合の課金方式、費用負担はどうするのかなどを含め年度末までに結論を出すこととし、基本的にはこれを積極的に受け入れる方向で処理したい。との発言があり、満場一致で了承された。

二、「全国鉄道広告掲出基準」

最初に小牧委員長から、「本年6月1日の定期総会において『全国鉄道広告倫理綱領』が制定されて以来、倫理委員会の次の重要な課題として委員一同で取り組んで参りましたので、その労が報われたと思います。」

鉄道広告の掲出基準は、既に各電鉄や地域団体において独自に制定、運用されて来っており、それらを参考にし、また、他のメディアの掲出基準も参照しながら、骨格作りからスタートしました。その過程でぶつかった壁は、どの範囲までカバーして、どの程度深く規定するか、すなわち、商品・サービス毎に定められている法規制、自主規制等をどこまでカバーして、どこまでガイドラインとして我々の基準に盛り込むか、という問題です。

紆余曲折もありましたが、岩崎会長にも数度に亘り相談させていただき、結論として、当協会の制定する基準は全国的に共有されるべき性質のものであり、従って、最大公約的な内容が望ましい、という方針の下、草案が確定した次第です。

この度制定された掲出基準は、現場で審査業務をご担当されている方々にとつては、物足りなく感じるものかもしれませんが、もっと具体的なガイドラインやケーススタディを必要とされているのかもしれない。倫理委員会としては、今後、アンケート等を通して、現場の実態を把握し、他の委員会とも連携してニーズにこたえて行こうと考えております。」との発言があり、引き続き基準案について審議の結果、満場一致で可決された。

(社)全国鉄道広告振興協会 『全国鉄道広告掲出基準』

先の総会において議決された『全国鉄道広告倫理綱領』の趣旨に則り、具体的

な掲出基準を以下の通り定める。媒体社、広告会社、制作会社等関係者は、本基準制定の意義を理解し、その定めるところに従い慎重に業務をとりおこなない、鉄道広告の倫理・品位、媒体価値、並びにステータスの一層の向上を図ることとする。

1. 掲出に当たつての判断基準

(1) 鉄道利用者に不快感や、過激な性表現などで嫌悪感を与えたり、青少年の健全な育成を妨げるおそれのないものであること。

(2) 他を誹謗、中傷したり、差別するなど個人の尊厳を損なうおそれのないものであること。

(3) 関係諸法令に準拠するものであるとともに、公知の社会慣習や通念に沿うものであり、健全な社会秩序の形成を損なうおそれのないものであること。

(4) 各種業界が自主的に明示している規約や規制に反するものではないこと。

(5) 肖像権や知的所有権を侵害するおそれのないものであること。

(6) 事実と反する誇大な表現や、誤った予断をもたせる表現などで、鉄道利用者に不利益を与えるおそれのないものであること。

(7) 広告の責任の所在が曖昧で、広告表現上の明瞭性や相当性を欠くものではないこと。

(8) 鉄道の安全運行や円滑な公共サービスの提供を損なうおそれのないものであること。

(9) 環境の維持改善や良好な景観形成を損なうおそれのないものであること。

2. 適用範囲

(社)全国鉄道広告振興協会定款第3条に定める鉄道事業者の運営する広告媒体、及びそのグループ会社が経営するバスの広告媒体。

3. 種々の広告に関する主要な規制法令、条例、自主規制

広告の形態や、広告される商品・サービスの種類によつては、関連する法令や条例、及びそれぞれの業界の自主規制などで、広告表現や広告掲出の条件が規制を受ける場合がある。以下に、その主だったものを掲げる。

(1) 景品類提供の広告

「不当景品類及び不当表示防止法」私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律、及び業界ごとに定められている公正競争規約や自主規制を遵守する。

(2) クーポン(割引券・見本請求券・資料請求券)・見本品・試供品付広告

「不当景品類及び不当表示防止法」私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律、及び業界ごとに定められている公正競争規約や自主規制を遵守する。

(3) 割賦販売の広告
「割賦販売法」「割賦販売法施行令」を遵守する。

(4) 通信販売の広告
「特定商取引に関する法律」を遵守する。

(5) 求人広告

「労働基準法」「職業安定法」「男女雇用機会均等法」「雇用対策法」「道路運送法」「児童福祉法」を遵守する。

(6) 病院・診療所の広告

「医療法第69条、70条」「獣医療法第17条」を遵守する。

(7) 医薬品・医薬部外品・化粧品・医療機器及び類似品の広告

「薬事法」「健康増進法」「医薬品等適正広告基準」「化粧品の表示に関する公正競争規約」などを遵守する。

(8) 健康食品・美容食品

「薬事法」「不当景品類及び不当表示防止法」「食品衛生法」「健康増進法」などを遵守する。

(9) 不動産の広告

「宅地建物取引業法」「不動産の表示に関する公正競争規約」「都市計画法」「建築基準法」「国土利用計画法」「不当景品類及び不当表示防止法」「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」などを遵守する。

(10) 金融関係(銀行・信託・貸金業などの)広告

「貸金業の規制等に関する法律」「出資の受入れ、預り金及び金利等の取締に関する法律」「証券取引法」「保険募集の取締に関する法律」「商品取引所法」「抵当証券法」「有価証券に係る投資顧問業の規制等に関する法律」「保険業法」などを遵守する。

(11) 労働者派遣事業・有料職業紹介事業・請負事業の広告

「職業安定法」「労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の就業条件の整備等に関する法律(労働者派遣事業法)」などを遵守する。

(12) 風俗営業(接待飲食等・麻雀・遊技場などの)の広告

「刑法」「軽犯罪法」「売春防止法」「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」、都道府県ごとに定められている青少年の健全育成に関する条例を遵守する。

(13) 携帯電話などの広告

携帯電話の商品広告など、携帯電話の使用方法や画面を具体的に表記した広告には、各電鉄で規定している「マナー表記」を入れる。

(14) たばこの広告

「製造たばこに係る広告を行なう際の指針(財務省告示)」日本たばこ協会の「製造たばこに係る広告、販売促進活動及び包装に関する自主基準」を遵守す

る。

(15) 酒類の広告

「未成年者の飲酒防止に関する表示基準(国税庁告示)」、飲酒に関する連絡協議会の「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」を遵守する。

(16) 公営競技(競技場・場外券売り場・情報誌などの)の広告

「刑法」、都道府県ごとに定められている青少年の健全育成に関する条例を遵守する。
以上

三. ホームページの充実について

今村委員長から、ホームページコンテンツの全面的な見直しとバージョンアップについて説明があり、了承された。

バージョンアップ概要
目的

- ① JARAPのPRツールとしての充実(情報公開・更新など)
- ② JARAP会員相互の交流ツールとしてのコンテンツ作成

1. 現状コンテンツの見直し、コンテンツの新設

現行コンテンツ	見直し	掲載内容など
協会概要	継続	定款・組織図、会員会社一覧などを掲載
事業内容・計画・活動状況	継続	事業内容ごとの実施事項を掲載
会報誌	継続	JARAP NEWSの各号を掲載
安全基準・安全管理・事故報告	鉄道広告の倫理・安全基準一覧とする	倫理綱領、安全マニュアル(作成中)などを掲載
鉄道広告業界の動向	統合して業界トピックス・事例紹介とする	業界動向、媒体事例の紹介(調査研究委員会提供/2か月ごと)
広告業界の動向		
各種リンク一覧	継続	
各種届出書類	継続	

鉄道広告に関する「ご意見・ご感想はこちらへ」の窓口を設置

2. 会員専用ページの開設
「会員専用掲示板」を設置し、ID No.、パスワードを各会員社へ配布し、会員相互の自由意見交換の場となる会員専用ページを開設。

JARAP 会員専用ページ 会員登録について

★ 会員ページは、会員以外のユーザーによるアクセスを防ぐため、ログインID・パスワードの発行を管理者側に指定する。

【会員登録の方法】

■ ID/パスワード取得方法。

① JARAPホームページ管理者側が、事前に設定したIDとパスワードを会員会社全社に配布。
(配布されたID・パスワードをトップページにあるログイン画面に 入力し、ログインする。)

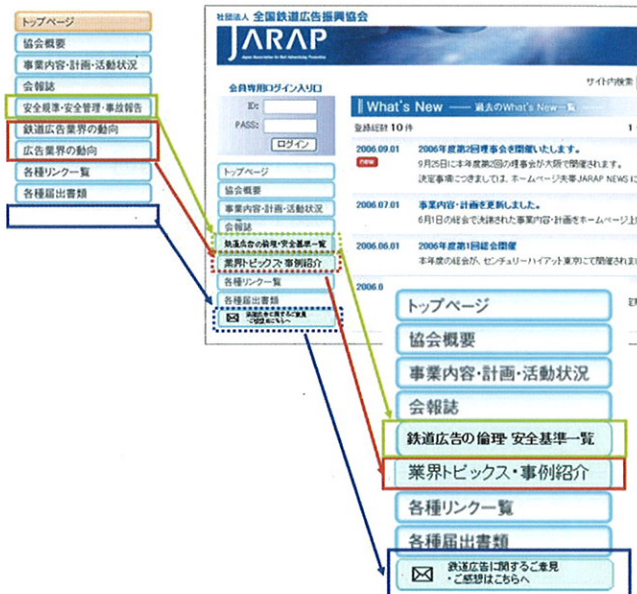
② ID・パスワード発行後、ログイン。会員は、初回のみ次ページに表示される所定のフォームから会員専用ページ利用登録をする。(2回目以降はこの過程はなし。)

※1 各会員会社内で複数名の使用が見込まれる場合は、問い合わせフォームから各自追加申請を行い、会員会社社員であることを確認した上で、管理者よりIDとパスワードを追加発行する。

※2 新規会員会社には、随時管理者より適宜IDとパスワードを発行。(以下②の過程へ)

- ◆ 管理者側が登録者情報を全て管理する。
- ◆ ID・パスワードを忘れた人には、自動メール対応。

※3 個人情報は、SSLによって保護されています。



②【会員専用ページ利用登録】

(入力フォーム例)

- ※ 必要事項を入力し、下記登録ボタンを押してください。
- ※ ご入力いただいた情報は、ホームページ管理者に送信されます。

- 会社名:
- 氏名:
- 所属部署:
- 役職:
- 住所:
- 電話番号:
- Eメール:
- Eメール(確認):
- 性別:
- 年齢:
- ニックネーム(掲示板利用):

(など 必要事項を入力)

- ※ 注意: メールアドレスに間違いがないようご記入下さい。
- ※ ご質問は、トップページのお問い合わせフォームよりお問い合わせ下さい。

内容確認 → (次頁で確認後、送信)

JARAPの創刊経緯と方針

※1 問い合わせフォームより、追加ID・パスワード申請をする。

3. 費用
リニューアル費用として1100千円を見込んでいます。
4. スケジュールについて
11月最終週よりテスト運用を行い、12月の稼働を目標とする。
なお、会員ページへのログインID、パスワードなど詳細は、後日事務局より会員社さま宛にご連絡いたします。

四、公益法人制度改革に対する当協会の取組みについて

小林専務理事から標題について以下の通り報告があり、了承された。今回の公益法人制度改革の目的を整理すると、民間非営利公益活動がわが国の社会の中で、阪神淡路大震災を契機として、ボランティア・市民活動が盛んになり、国民の認識もあがってきていること、他方で制度面からいうと明治時代から現在に至るまで100年近く抜本的な見直しが行われていないという現実が上げられる。例えば現在所管官庁が公益法人の設立をする際にも、法人格の取得を認めるに当たってその基準が不明瞭であったり県や主務官庁によって、判断がまちまちであったりすることが批判の対象となっていた。

今回の公益法人改革では、民間非営利活動を行う法人を設立する際に必ず許可を受ける必要があった点を改善して、もっと自由に民間非営利活動を行える体制を整え、その中で誰もが公益性があると認める法人については、税制優

遇等の資格を得ることが可能とする制度改革である。

公益法人制度改革のポイントとは、現行制度においては、公益法人の設立が主務官庁制・許可主義になっており、法人の設立と公益性の判断が一体化しているため、主務官庁が認めないと公益法人の設立は認められない。これに対して新しい制度においては、法人の設立と公益性の認定が分離され、一般の社団法人・財団法人準則主義による登記のみで、形式的な要件にはあてはまれば法人の設立が、原則可能となる。その中で、特に公益性があると認められる法人については、自ら申請をして法定された統一の基準に合致すれば、公益社団法人・公益財団法人として認められることとなる。その判断にあたっては、民間有識者からなる合議制の機関(公益認定等委員会)による統一の判断により、総理大臣もしくは知事により認定をえることとなる。

また、新しい制度においては、公益認定された法人についてのみ今後の政府税調等の検討にもよるが、法人税や寄付税制の優遇を得られることとなる。

公益法人制度改革3法成立・公布に伴ない当協会(昨年11月1日に設立したばかりの(社)全国鉄道広告振興協会)としては、国土交通省の指導を受けながら、①公益事業の充実②公益認定基準に適合する実態実績づくり等について、会長を座長とするプロジェクトチームを設置し取組むこととする。

*公益法人制度改革のスケジュールの詳細は次ページに掲載。

＜公益法人制度改革のスケジュール＞

平成18年6月2日	関係3法の公布
平成19年度4月以降	公益認定等委員会の設置 ～制令・府令案の諮問
// 10月頃	都道府県合議制機関の設置
平成20年度 12月1日まで	新制度の施行
(公布の日から 2年6か月以内)	

社団法人
財団法人

〔特殊民法法人〕

- ◆ 従来の呼称である「社団法人〇〇」「財団法人〇〇」を使用可
- ◆ 指導・監督は現行の主務官庁が、従来通り行う
- ◆ 施行日において現行の登記を新法の登記とみなし、特例民法法人として存続
- ◆ 定款の記載、期間の設計は基本的に従来と変更なし
- ◆ 決算広告義務はなく従来の指導監督に準拠

移行期間（5年間）

認定申請

- ◆ 定款の変更の案の内容が「一般社団・一般財団法人及び公益法人認定法並びにこれらの政省令の規定」に適合すること
- ◆ 公益法人認定法の公益認定の基準に適合すること

認定

登記

公益社団法人
公益財団法人

認可申請

- ◆ 定款の変更の案の内容が「一般社団・一般財団法人及びその政省令の規定」に適合すること
- ◆ 純資産額が一定額を超える法人は、公益目的支出計画に関する規定を遵守すること

認可

一般社団法人
一般財団法人

東日本支部

秋田わか杉国体に向けて

平成19年に開催される第62回国民体育大会は秋田県が会場となります。

「秋田わか杉国体」の横断幕やマスコミマーク「スギッチ」が県内のいたるところに見えはじめ余すところ1年となったところでようやくムードが盛り上がってきた感じです。

主会場となる秋田市周辺には、これを見越して新規ホテルが6月、7月に3軒オープンし宣伝合戦を繰り広げております。秋田駅の中央改札口周辺には既存の宿泊施設のサインボード、ビッグフラッグ広告に対抗するようにフロア広告なども設置されております。

正にビジネスチャンスとして観光産業を中心としたクライアントに交通広告



支部便り

近畿・中国・北陸支部

本部役員との合同懇親会を開催

9月25日(月)、先の報告にもあるとおり、本年度第2回理事会が関西において



の企画提案をしているところです。

また、6月から秋田新幹線「こまち」の貫通ドアに新規でステッカーを掲出してあります。マスコミマーク「スギッチ」を活用しておりクライアント、「こまち」のお客さまからも好評をいただいております。こちらも機運に乗じての誘致拡大が期待されます。

(株)ジェイアール東日本企画
秋田支店 池田 司

開催され、この機会に支部会員との「情報交換会」を図るため、合同による第一回目の懇親会をホテルグランヴィア大阪にて開催し、清水支部長より歓迎の挨拶に続いて、岩崎雄一氏会長から近況報告を含めた挨拶があり、支部会員65名と理事とのコミュニケーションを図った。

翌日には、有志による、親睦ゴルフ大会を、「よみうりカントリークラブ」にて開催。理事・会員合わせて、32名のご参加をいただき、晴天にめぐまれ盛況のうち閉会しました。



事務局からのお知らせ

9月25日に開催された、理事会において、以下の理事の辞任に伴う補充について了承された。

当協会の「理事の任期」は定款第15条に基づき就任後2年目の定期総会終結の時まで(但し補欠により選任された理事の任期は前任者の残任期間)となっているが、平成18年6月1日の総会終了後、新たに人事異動等の事由により下記4名の理事から辞任の申出があった。

については、次期総会までの期間を考慮し次期総会での承認を前提に下記の案により本理事会において理事の補充選任を行なった。

1. 理事の退任者及び暫定理事氏名

(退任)

(株)東急エージェンシー

コミュニケーションメディア本部本部長

西村 友伸

(株)ジェイアール九州エージェンシー

代表取締役社長

上永吉 耕志

(株)東京メディア・サービス

代表取締役社長

中野 忠昭

京阪電気鉄道(株)

お客様サービス事業部長

浅井 栄一

(新任)

(株)東急エージェンシー

常務取締役メディア本部 本部長
岸 一正

(株)ジェイアール九州エージェンシー
代表取締役社長

佐伯 圭介

(株)東京メディア・サービス
代表取締役社長

齊藤 雄彦

京阪電気鉄道(株)

お客様サービス事業部長

塩田 正

また、人事異動等の事由により委員長・副委員長並びに支部長・副支部長からの辞任の申出があり、定款施行規則第14条、第20条に基づき、以下のとおり委嘱変更を行なうことが承認された。

〈技術開発委員会〉

(退任)

委員長 西村 友伸

(株)東急エージェンシー

(新任)

委員長 鈴木 憲治(現副委員長)

(株)ジェイ・アイ・シー

副委員長 岸 一正

(株)東急エージェンシー

〈環境・安全委員会〉

(退任)

副委員長 中野 忠昭

(株)東京メディア・サービス

(新任)

副委員長 齊藤 雄彦

(株)東京メディア・サービス

〈調査研究委員会〉

(退任)

副委員長 上永吉 耕志

(株)ジェイアール九州エージェンシー

(新任)

副委員長 佐伯 圭介

(株)ジェイアール九州エージェンシー

〈九州支部〉

(退任)

支部長 上永吉 耕志

(株)ジェイアール九州エージェンシー

(新任)

支部長 佐伯 圭介

(株)ジェイアール九州エージェンシー

〈北海道支部〉

(退任)

副支部長 神木 源二

(株)交通新聞社

(新任)

副支部長 山下 正勝

(株)交通新聞社

(注)以上ポストの任免手続きは「定款施行規則」第14条 委員会に委員長を置く。必要と認められた時は副委員長を若干置くことができる。正副委員長は理事の中から理事の同意を得て会長が委嘱する。

第20条 支部に支部長を置く。必要と認められたときは副支部長を置くことができる。支部長及び副支部長は理事会の同意を得て会長が委嘱する。

●新しく協会に入会された会員社様をご紹介します。

よろしく願っています。

(支部別入会日順 10月5日現在)

正会員(4社)

東日本道支部

(株)アキバ商会

宮城県仙台市

代表取締役 杼窪 昌之

(株)北都

新潟県新潟市

代表取締役 宮口 一三

中部支部

(株)広誠社

愛知県名古屋市中

丹羽 典彦

近畿・中国・北陸支部

(株)阪急アドエージェンシー

大阪府大阪市

代表取締役社長 村越 孝三

(敬称略)

編集後記

今月号にもありますように、今回の理事会は大阪で開催されました。

その大阪から東京への帰路、偶然通りがかった駅の写真です。照明の色が違々と、ホームの雰囲気も全く趣が異なり、どこか外国のレトロな駅に迷い込んだような感覚でした。

秋の旅行シーズンに個人的に訪れてみたいです。

皆様からの秋のお便り、お待ちしております。

●メールと写真、ご意見、ご感想はこちらへどうぞ。

information@jarap.jp

●次号Vol.10は11月20日発行予定です。お楽しみに。



事務局の人事

退任の挨拶

事務局長 大野 弘

今年1月からの短い期間でしたが、皆様には大変お世話になりました。今後同じ広告業界におりますので、変わらぬご指導・ご鞭撻のほど、よろしくお願い致します。

着任の挨拶

小菅 智彦

11月1日より大野氏の後任として着任することになりました小菅です。協会設立時に申請の仕事をお手伝いさせていただきましたが、今後は今までの経験を活かして、鉄道広告のより一層の発展のために誠心誠意努力する所存です。どうぞ宜しくお願いいたします。