

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：<https://j-jafra.jp/>

巻頭レポート

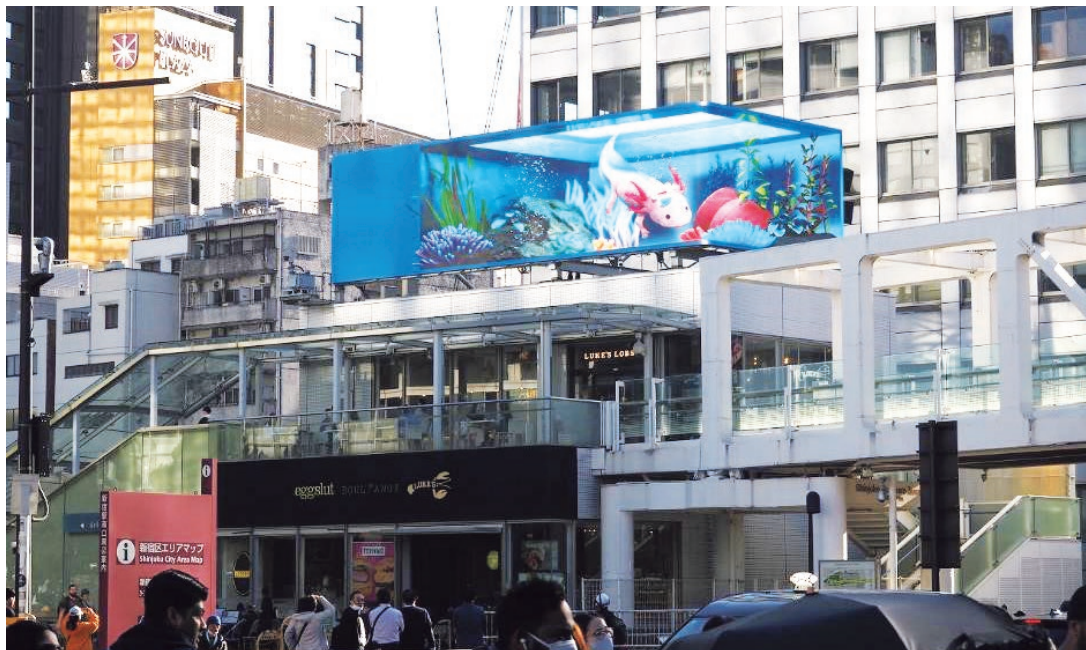
OOH広告のXR体験コンテンツ 「新宿サザンテラスビジョン」

皆さまはじめまして。小田急エージェンシーの足立原（あだち）と申します。

今回は、鉄道広告に関する内容ではありませんが、小田急の広告事業において交通広告とともに収益の柱に位置付けている屋外広告について少し紹介させていただきます。

弊社は、これまでフラッグスビジョン（新宿）や小田急相模大野ステーションスクエア大型サイネージ（駅ビル）といった小田急グループ施設の屋外広告の販売管理を行っております。その中で、ビルボードとして販売していた新宿サザンテラスの商業施設塔屋に設置されたサインをLEDビジョンにリプレイス。「新宿サザンテラスビジョン」として2024年春より販売を開始いたします。

交通広告と違い、販路の違いや媒体の認知度の低さといっ



3D 放映も可能な「新宿サザンテラスビジョン」

た理由から販売に苦戦していました。そこで、XR技術※を活用した新しい広告表現を検討。これまでのような媒体接触者に対する一方通行な情報発信ではなく、従来の屋外広告にXR要素を加えることで、媒体接触者に対し、新たな広告体験（没入感や疑似体験）を提供することによって、より深い理解やブランドへの好意形成、ファンとの新たなエンゲージメント創出を目指しました。端的に言えば、「媒体を視認した方が、スマートフォンを通して特別な体験を楽しめるインタラクティブな体験型コンテンツ」といった展開です。

※XR：VR、AR、MRといった現実と仮想の世界を組み合わせた体験の総称

株式会社 小田急エージェンシー
OOHメディア事業部長
足立原 大治

サンエックスとスタートした「ふんわりタイム」企画

新しい取り組みということで、知名度の高いパートナーと連携し、視認性の向上や話題性の喚起による媒体の認知獲得を目指しておりましたが、今回ご縁がありサンエックス様とのタイアップが実現。多くの人が行き交う新宿駅前において、「ふんわりタイム」と題して人気キャラクターたちが登場し、癒しをテーマにした世界観を表現



スマートフォン越しに体験できる AR コンテンツ

しました。そして、今回の放映コンテンツではAR要素を付加することで、スマートフォンを通してビジョンの映像と連動した、ここできれい味わえない体験を提供することに成功。体験者は、キャラクターたちの世界への没入感を楽しむことができます。

また、今回の展開では現地に来られない方にも楽しんでもらえるように、「どこでもAR」と称してお家や外出先でも楽しめるコンテンツも用意しました。キャラクターを移動させたりサイズ変更をすることも可能で、より近くに感じるような感覚でお楽しみいただけます。

遊び方としては、屋外ビジョンにスマートフォンをかざすだけで、映像と連動した特別なARが楽しめる設計に



現地以外でも楽しめる「どこでもAR」

なっており、GPSとスマートフォンのカメラ映像を組み合わせた位置合わせにより、デジタルサイネージの映像とスマートフォン画面を連動させた空間コンテンツを実現させました。

第1弾は「すみっコぐらし」、第2弾は「リラックマ」

2025年6月に開始した第1弾では、幅広い層からの人気を集める「すみっコぐらし」を起用。

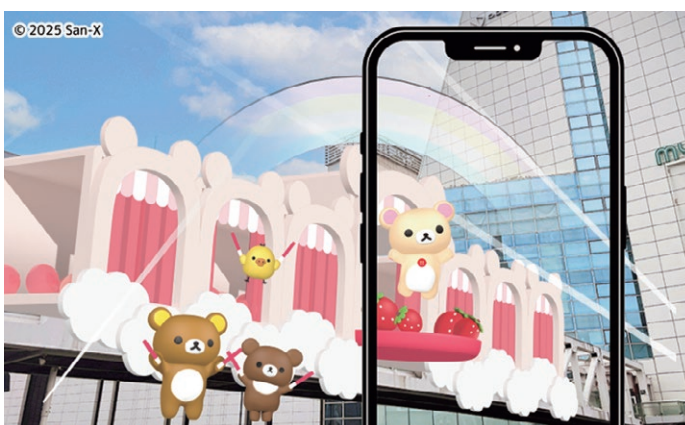
キャラクターが、新宿サザンテラスビジョンから飛び出し、スマートフォン画面を通してビジョン周辺の街並みに溶け込むような、この場所ならではのコンテンツに仕上がりました。既存のファンはもちろん、今まで「すみっコぐらし」を知らなかった通行者にも楽しい体験を提供することができました。

そして、2025年11月からの第2弾ではこちらも大人気の「リラックマ」が登場。

第1弾での反応や課題を踏まえ、キャラクターの世界観をより深く体験できるよう、よりシームレスでスケール感のあるコンテンツにパワーアップ。新宿サザンテラスから甲州街道の上にかけられた陸橋「ミロードデッキ」を舞台に、リラックマたちが音楽に合わせてダンスするといった、前回以上に没入感のある演出となりました。

調査結果によると、第1弾に比べ現地

での滞在時間が延び、長時間AR体験を楽しんでいたただけようです。これらのARコンテンツは、現在も継続しておりますので、お近くにお寄りの際はぜひご体験ください。



陸橋を舞台にリラックマたちがダンスするコンテンツ



© 2025 San-X

屋外ビジョンの取り組み継続

現在、新宿駅周辺は100年に一度とも称される大規模再開発の真っ只中です。弊社グループにおいても、新宿駅の再開発工事により駅構内の動線が目まぐるしく変わっており、駅利用者の方々、広告主、代理店の皆さまには大変ご迷惑をおかけしております。

今回の企画は、そんな慌ただしく殺風景な周辺環境の中で、都心を行き交う人々に少しでも安らぎや癒しのひとときを届けたいと立ち上げた取り組みです。多くの人の目に触れる新宿の中心で、屋外ビジョンの公共性を活かし、ふと足を止めたくなるようなところ和むコンテンツをお楽しみいただけます。

屋外ビジョンについては、シンクロ放映や立体錯視、位置情報の活用やプログラマティック配信など、業界内で広告効果や媒体価値の向上につながるとさまざまな取り組みが進んでいます。弊社も屋外ビジョンのさらなる可能性を求め、OCH市場のさらなる拡大、価値向上に向けたチャレンジを今後も続けてまいります。ぜひ各社様とも情報交換や販売企画などの検討をお願いいたします。

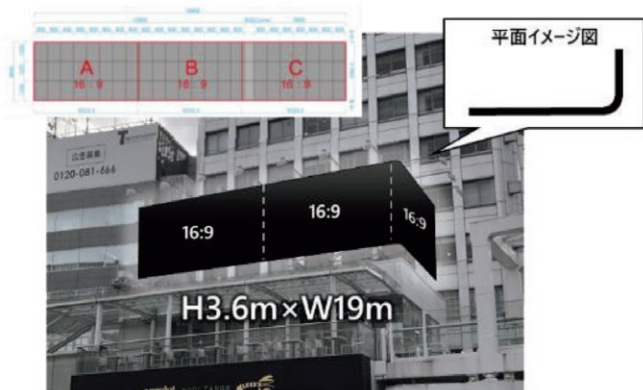
媒体概要

新宿サザンテラスビジョン

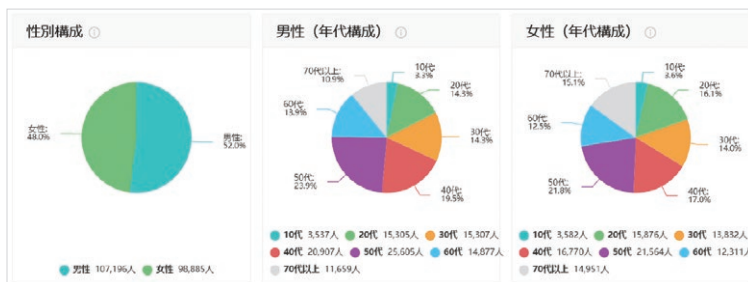
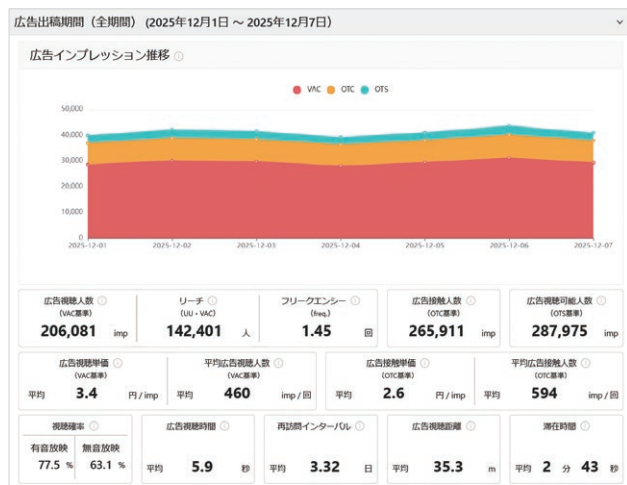
項目	内容
設置場所	東京都渋谷区代々木2丁目2番1号 〒151-8583
画面サイズ	H3.6m×W19m=68.4㎡
画面比率	約48:9 (16:9モニター3面分)
画素数	2850×540 (ピクセル)
音響設備	指向性スピーカーあり
放映時間	7:00～23:00 (16時間)
申込〆切	放映開始の7営業日前の17:00
入稿〆切	放映開始の5営業日前の17:00
素材形式	MP4、JPEG

料金表 (一部)

No.	商品名	備考	単価
1	スポットCMプラン	15秒×4回/h×7日間	700,000円
2	エンタメCMプラン	15秒×4回/h×7日間	350,000円
3	応援広告プラン	15秒×4回/h×1日間	50,000円
4	年契ミニ	15秒×1回/h×360日分放映回数保障	2,000,000円
5	年契スモール	15秒×2回/h×360日分放映回数保障	3,500,000円
6	年契レギュラー	15秒×8回/h×360日分放映回数保障	12,000,000円
7	年契プレミアム	15秒×40回/h×360日分放映回数保障	30,000,000円
8	買切り放映	5分間まで20万円	200,000円
9	イベントスペース併用プラン	15秒×8回/h×1日間	50,000円



(C) OpenStreetMap contributors



放映後には、AIカメラとセンサーで集計した出稿レポート（広告視聴人数や性別、年代等）も提供

「アイロンがけが好きでしょ」

監事 松木 俊介 (公益社団法人日本広告審査機構)



「趣味は何ですか?」とよく聞かれる。「趣味かどうかわかりませんが、アイロンがけですかね」とよく答える。この回答に「アイロンがけ?」と怪訝そうな反応をされる方が多い。よくあるアンケートなどでアイロンがけはやりたくない家事によく上がるからか、アイロンを趣味ということに違和感を覚えるらしい。

何故、そんな面倒なことをしているのかと言えば、その「手間をかける行為そのものに愛着を感じるからだ。面倒なことがあるときを境に「いとしい行為」に変わる。そんな瞬間を経て、その手間を趣味と思うようになるのかなと思う。

私の場合、アイロンをかける対象物が好きなわけではない。例えば靴磨きを趣味にしている方は、靴自体が好きで、そのお気に入りの靴がピカピカに磨きこまれることに至福の喜びを感じている。私は特にYシャツでアイロンがけを楽しむが、Yシャツには特段の執着はない。せつせと休日にアイロン台と向き合っている時間が楽しいのだ。狭い我が家に比して大きなアイロン台を広げ、アイロンを滑らせながらのビールやワイン、好きなラグビーをお気に入りのBGVとすれば、あつという間に5、6時間は過ぎていく。

私は毎回、かけた枚数と見たビデオ、そしてアイロンがけで気になったことやうまくいった点を記録している。過去、経験してきた様々な失敗と成功、そしてアイディアや発見がそのノートには凝縮されている。例えば各社が出しているアイロン用の糊について、その使用感や仕上がりの違いやスプレー糊と霧吹きタイプの違いや噴霧の量、粒の細かさや広がる角度といったことなど。アイロン用品のディテールは本来奥が深いものでなければならぬと勝手に思っているが、アイロン関係商品は靴磨きなどと比べると明らかに商品アイテムが



少なくて、選ぶ楽しみがないのが残念だ。ホームセンターなどに行けば必ずアイロン用品のコーナーを覗くが、そのスペースの小さいこと。どこのお店の売り場も同じ商品が同じようなやり方で陳列されていて、演出にも面白みがない。どこかに「趣味のアイロンコーナー」でも作ってもらえないものか。

さて。車窓から外を眺めていると、あそこでアイロンがけができたかなと思う風景と出会うことがよくある。自宅には庭も広いベランダもないので、太陽の下でのアイロンがけに異常に憧れている。まだ、やったことのないアウトドアアイロンがけをいつか実行するのが夢のひとつである。皆さんが旅の途中ふと、車窓からアイロンがけをする男を見つけたら私かもしれません。

次回の広場もお楽しみに。

2025年度第2回理事会を開催しました

2025年度 第2回理事会は、2025年12月4日（木）ジェイアール東日本企画10F大会議室において27名の理事が出席し開催した。

冒頭に新井会長から次の挨拶があり、引き続き審議が行われた。審議内容は、次の通り。

新井良亮会長挨拶

1年が早いということを感じさせる今日この頃です。お忙しい所お集まりいただきありがとうございます。

昨日あたりから大変寒く、雪が降っている所もあり、あの暑い夏は何だったんだろうかと考えます。

経済も元気になるよう、鉄道も元気になる、上向きになりつつあると思います。政治も体制が変わり景気が後退するのではという見方もありますが、多少持ち直してきているのかなと思います。金利などの問題もありますが、景気は回復しつつあります。ただ物価高と人件



挨拶する新井会長

費が高騰していることもあり、なかなか経済が今一つ前に進んで行かないと思います。多少時間がかかりつつも前進していくのかなと思います。

そんな中翻ってみますと広告は非常に重要な位置づけになります。生成AIも含めて大変な情報化時代の真つ只中にあるので、まだまだ進化していくと思います。そういう中で広告はどういう役割を担って行くのかということが重要性を帯びてくると思います。そういう意味では埋没しないように様々な改革をしながら前進していくことが重要であり、また一方で鉄道に依頼するところもありますので、公の部分では私たちはしっかりと確保しなくてはいけないし、会社としての経営を成り立たせていくことも必要であります。そのためにマーケットに対して様々な情報を出し新たな開発をしていくこと、マーケットに対して提案していく中ですがだなどと言われるものをしていく必要があると思います。我々がビジネスをやっている以上に国民の皆さま、

あるいはマーケットの皆さまが「知ること」が非常に早くなっているが故に、我々のビジネス側よりマーケットの方が早いのではないかと思われるので、くらい世の中は変わってきているのではないかと思います。クライアントの皆さまに様々な提案をしていくこと、営業の近代化、そして新たな仕組みも作っていかなくてはならないと思っています。このJAFRAというフィールドがある限り、皆さまと話し合いをしながら前進をしていきます。おそろくこれだけ鉄道が脚光を浴び、一方で厳しい状況もありますが、下支えする広告というものは非常に重要なものを持っていると思います。その如何が鉄道収入の多くのところを支えていくものになっていくであろうと思います。今日は皆さまと議論しながらやってまいります。審議のほどよろしく願います。

薬師専務理事が、理事会の議長には、定款第33条第4項の規定により新井会長にお願いしたいと発言し、新井議長が14時36分開会を宣言した。

第1号議案

支部長・副委員長の委嘱

1. 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条第1項に基づき、2025年12月4日付で支部長の委嘱を行ないたい。（敬称略）

○東北支部長 支部長

（新任）奥村聡子

（株）ジェイアール東日本企画

仙台支社長

（退任）百々潤司

2. 副委員長の委嘱

人事異動等の事由により、定款施行規則第13条第2項に基づき、2025年12月4日付で副委員長の委嘱を行ないたい。（敬称略）

○技術開発委員会副委員長

（新任）柳澤和志

（株）東急エージェンシー

東急O・Hメディア事業局長

（退任）遠藤正行

報告事項①

第19回「地球温暖化防止全国鉄道広告キャンペーン」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にあたり、以下の事項を目的としました。

- (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、国民の意識変革と行動変容を促して、より豊かな社会の実現に寄与すること。
- (2) 他の交通機関に比べ総じてCO2排出量が少なく、環境負荷も低いとされる全国の鉄道会社が行っている環境保全への積極的な取り組みを支援し、脱炭素につながる社会の実現に寄与すること。

2. キャンペーンの概要

主要鉄道路線の車内中づくり広告、ターミナル駅およびその周辺駅の駅ぱりポスターの鉄道広告をネットワークし、空き枠の活用などによって集中掲出に努めました。

猛暑、集中豪雨等により地球温暖化問題に関心が最も高まる、各媒体社の空き枠対策にも貢献できる、完

全に定着している等の理由により例年同様に8月期に実施しました。

(1) 実施時期

2025年8月1日(金)～8月31日(日)

(2) 展開規模

全国主要の鉄道駅および鉄道車両に延べ約86万枚のポスターを集中的に掲出。

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

JR 6社 大手民鉄16社 地下鉄他13社 合計35社局

(3) ポスター種類

① 駅ぱりポスター (B1サイズ)

② 車内中づくりポスター (B3サイズ)

③ 駅デジタルサイネージメディア

④ 協賛

一般財団法人日本宝くじ協会

⑤ 後援

環境省、国土交通省

3. 制作協力

(1) ビジュアル提供

宮田亮平氏 (公益社団法人日展理事長／元文化庁長官／東京藝術大学名誉教授)

大津英敏氏 (日本芸術院会員／多摩美術大学名誉教授)

手塚雄一氏 (東京藝術大学名誉教授)

日比野克彦氏 (東京藝術大学長)

(2) コピーライター

梅田大輔氏

4. インターネットとの連動

昨年よりキャンペーンテーマをこれまでの「エキからエコ」から「エキから」といたしました。私たちが日々暮らしの中で利用するエキ。そこは様々な活動の拠点であります。全国のエキから環境問題や社会問題の解決へ向けた取り組みへのスタートラインとし、当協会ホームページの特設サイトにおいても以下の情報提供によりサステナブルな幸せへの追求を発信いたしました。

「エキからリズム」：各鉄道会社の鉄道博物館を紹介

「エキからブンカ」：各鉄道会社で発行する沿線情報誌によるまちの情報を紹介

「エキからアイ」：パブリックアートの紹介

「エキからエコ」：各鉄道会社の環境保全への取り組み紹介

「エキからアート」：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などを紹介

5. 今回のキャンペーンコンセプト

19回目となる実施にあたり、以下のコンセプトに基づいて全国展開しました。

(1) 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、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できます。

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回も1枚のポスターから発信しました。

(2) 「つづけエキからの物語。エコな鉄道とともに。」と題し、サステナブルな幸せへの追求を発信。

私たちが日々暮らしの中で利用するエキ。そこは様々な活動の拠点であり、これまでたくさんのストーリーが生まれ、これからもそうあり続けます。今後も環境問題や社会問題の解決へ向けた取り組みのスタートラインとしてサステナブルな幸せを追求していきたいとの考えのもと、「エキから」発信いたしました。

(3) 車内中づくり (B3)、駅ぱり (B1)、駅デジタルサイネージメディアに掲出・放映。

前回同様、アイテム毎に4種類の「野生動物」をモチーフとしたポスターを制作、掲出するとともに駅デジタルサイネージメディアにおいても放映いたしました。

6. その他

環境面において森林環境を保護するという点だけでなく、生物多様性やそこに暮らす・働く人々の権利を守り、経済的に持続可能な社会の構築という面においても、国際的に合意された規準に従って管理されている森林から生産されていると認められているFSC認証紙を今回も例年同様に使用しました。

報告に続き、当キャンペーンにアーティストとして今回もビジュアルを提供いただいた大津英敏理事より発言があった。

大津英敏理事



大津英敏理事

今年もキャンペーンのポスターを提供しました。地球では動物たちが楽しく暮らしています。毎年ホワイトタイガーを題材としております。

私は福岡県大牟田市の高校を卒業まで暮らしておりました。そこは三井三池炭鉱があつて石炭で栄えたところであつてはかなりの人口がありました。私の中学校の隣に動物園があり、高校の合格発表の時にその動物園から虎が逃げて、学校の方に向

かったと大騒ぎになりました。そのことを思い出して、全国

的にも珍しいといわれていたホワイトタイガーが大牟田動物園にいて聞いて出かけて描きました。その後、東武動物公園にもホワイトタイガーがいるらしいと聞いて取材に行きました。

今回の作品は私が住んでいる鎌倉から富士山が見えて、そして江の島が左側に見えてという図です。制作を担当している他の3方も東京藝術大学の先輩後輩の仲間であり、全国の鉄道の駅で多くの方に見ていただいて皆さん喜ばれていて、私も大変嬉しく思っています。

報告事項②

鉄道利用促進による鉄道広告活性化企画実施概要

1. 目的

社会インフラである鉄道ネットワークと高い視認性を持つ鉄道広告の公共性、公益性の特性を活かして、以下の事項を目的とした本企画を実施しました。

(1) 日頃からよく目にする鉄道広告において、鉄道利用の日常の中に新たな発見、非日常的な楽しみ方、鉄道の魅力をアピールすることで、鉄道利用のイメージアップによる利用促進を図り、ひいては鉄道広告の活性化へ寄与する。

(2) 鉄道利用の魅力をアピールして他の交通機関よりCO2排出量が少なく、環境負荷も低いとされる鉄道利用を促すことで、環境に対する啓蒙活動とともにサステナブルな社会の実現に寄与する。

2. 企画実施概要

鉄道会社の各社路線におけるひとつの列車の「走行シーン（美しい風景の中を走る列車）」と「車窓のシーン（その列車の車窓から見る魅力的な風景）」を表現したポスター（B1サイズ）を制作し、横断的に各社の鉄道広告媒体または鉄道業務枠への掲出により訴求を図りました。

(1) コンセプト

「鉄道でしか味わえない魅力的な「ワンシーン」を発信し、鉄道利用を刺激する。」

(2) 企画ポイント

・鉄道会社が横断的に一体となつて取り組み、他社路線のポスターも相互に掲出することにより、利用者の共感を呼び起こし、鉄道への好印象を醸成する。

・できるだけ日常の中にある鉄道を舞台に表現することで新鮮さを醸し出し、鉄道の楽しみ方をより身近なものと感じてもらう。

(3) キャッチコピー

「「ここどこ」」 車窓を流れる景色。アニメや映画のワンシーンによく出

てきますよね。

車窓には心を動かす何かがある。たまにはスマホの観客を休んで車窓ドラマに登場しませんか。

車窓のあなたがドラマの主人公。

ここには感動のドラマがいっぱい。

どこの車窓がお好みですか。

(4) 実施時期

2025年度9月期（一部、3社においてはティザー広告として7月下旬に試行的実施）

(5) 参加企業

首都圏における鉄道会社10社

（東武鉄道株、西武鉄道株、京成電鉄株、京王電鉄株、小田急電鉄株、東急株、

京浜急行電鉄株、東京地下鉄株、相模鉄道株、東日本旅客鉄道株）

(6) 制作枚数および掲出駅数

約1,500枚（テーマポスター300枚、各社ポスター1100～1300枚）、159駅掲出

(7) 制作協力

そのほかプレス記事（Web版）配信66社

(8) 後援

国土交通省、一般社団法人日本民営鉄道協会

(9) 制作協力

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

日本鉄道写真作家協会会員 職業写真家

(10) 収支

収 入 ①		5,500,000 円
支 出 ②		6,580,000 円
<内訳>	撮影・デザイン費等	4,500,000 円
	印刷費(1,500 枚)	1,450,000 円
	掲出・撤去作業費	270,000 円
	その他諸経費	360,000 円
合 計(①-②)		▲1,080,000 円

(税抜)

※ 2025 年度実施においては、協会活動費より 1,080,000 円充当。



京急電鉄・金沢文庫駅

薬師専務理事より説明の後、この企画について、新井会長より以下の補足説明があった。

新井良亮会長

鉄道10社に直接、私が社長のところに伺い、鉄道が大変厳しい状況等々、時間が流れる中で、もう1度鉄道の有用性をしっかり打ち出していこうということ、JAFFRAとしても一役買いたいということをお願いしました。それぞれ多少の温度差はあ

るものの、このままの現状ではじり貧になっていく、人口減少の中、コロナ後の立ち上がり芳しくないという話があつて、何か手を入れていきたいという中、ちょうどいいタイミングですねという話があり賛同をいただきました。キャンペーンについては、フォローアップも大切だがもっと露出をしていかなくてはいけないと思つています。環境キャンペーンに比べると掲出場所をもっと工夫していかななくてはならないとは思いますが、続けていくことも大事ですが、来年も同じようなことができればということ、鉄道各社の皆様には賛同を得るべく取り組みをしていきたいと思ひます。その節は皆様に色々な意味でお世話をいただくと思ひますが、是非、ご支援を賜ればと思ひますのでよろしくお願ひします。

報告事項③

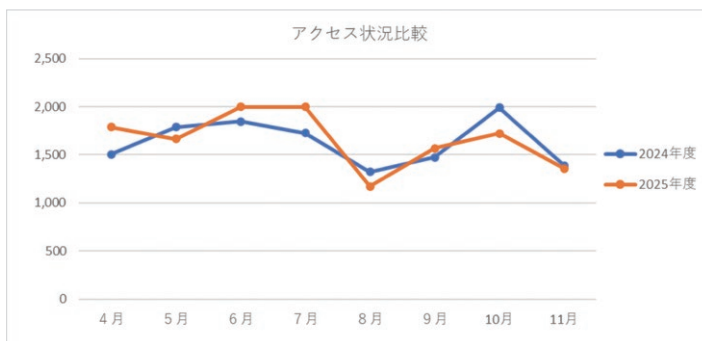
「e・販促データシステム」稼働状況および活動報告

1. アクセス状況

月毎の波動はあるが、2024年度AV1、670件に対し、2025年度AV1、700件。6、7月期の波動には6月に実施した講習会の影響あり。

2025年度のアクセス状況(11月末時点)は以下の通り。有料会員数は63社(今年度9月に新規入会1社)。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
2025 年度	1,789	1,664	1,998	1,997	1,173	1,568	1,722	1,358
2024 年度	1,507	1,789	1,847	1,276	1,323	1,476	1,989	1,387



2. 「e・販促データシステム」講習会実施報告

2024年7月期以降の採用・異動による交通媒体部門への新任者を対象に、東京(6/10)・大阪(6/16)にて開催。両会場合計65名の参加者に対して、①効果的なメディアプランニング(システム機能・操作方法)、②効果的な資料づくり(システムデータ活用方法)の内容で実施し、アンケート調査では「効果的なメディアプランニング」について98.5%、「効果的な資料づくり」について86.2%の方々が「業務上、参考になった」と回答。

3. 企画編集会議開催

11月19日(水)第235回企画編集会議開催。今年度の活動内容の振り返りと次年度に向けた活動方針、データシステムの利用者拡大や利便性の向上に向けた取り組みについて確認。栗原圭一委員長より以下の報告があった。

栗原圭一 調査研究委員会委員長

e・販促データシステムは交通広告の辞書という感じで皆さんが調べやすい方法に毎月1度これまでのデータを変えています。講習会も年2回やっており、認知がどんどん広がっていると思いますので、これからもよろしくお願ひします。



栗原圭一 調査研究委員長

報告事項④

アカウンタビリティ向上の進捗状況および活動報告

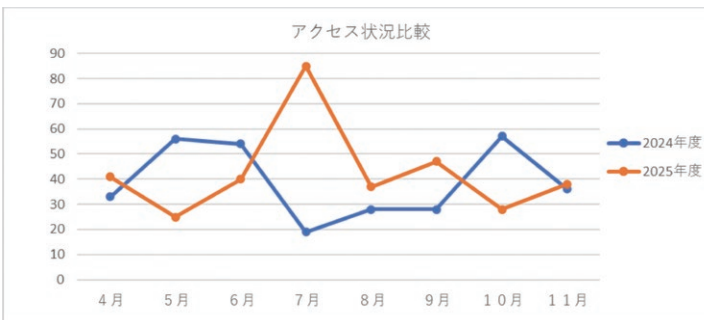
1. 推定システムアクセス数の推移

2025年度のアクセス状況(2025年11月末時点)は以下の通り。
月毎の波動はあるが、2024年度AV39件に対し、2025年度AV43件。特に7月期はシステム利用についての問い合わせも多く、6月

に実施した講習会の影響あり。

会員社数47社(今年度9月に新規入会1社)。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
2025年度	41	25	40	85	37	47	28	38
2024年度	33	56	54	19	28	28	57	36



2. 「共通指標推定システム」講習会実施

「e・販促データシステム」講習会に引き続き、東京・大阪両会場にて「共通指標推定システム」および「共通指標推定モデル2024（プレスリリース資料）」の活用ポイントについて講習会を実施。

3. 交通広告共通指標推定プロジェクト会議開催について

・2025年7月2日（水）第62回
共通指標推定プロジェクト会議開催

（調査内容の確認）

従来の「共通指標調査」は隔年実施とし、「交通に関するWeb調査」を実施

・2025年11月27日（木）第63回
共通指標推定プロジェクト会議開催
（調査結果報告）

・2026年1月14日（水）予定
第64回 共通指標推定プロジェクト
会議開催（プレスリリース案検討）

大塚尚司委員長より次の説明があった。

大塚尚司委員長

共通指標調査では、電車に乗られた際にポスター広告を見たか、見てないかという設問に、見ているという方が非常に高い数値結果となっています。ただ毎年同じような数値となっているため、隔年実施することにいたしました。



大塚尚司 アカウンタビリティ向上委員長

今年度は「スマホ視認と電車内広告視認との関係性」と「交通屋外広告のSNSとの親和性」の2点をWEBにて調査しました。結果のプレスリリースについては、3月の第3回理事会で報告いたします。

報告事項⑤

支部の活動状況

2025年度 これまでの主な活動状況は以下のとおり。また、出席した支部長より近況報告があった。

1. 北海道支部

・7月28日（月）支部理事会
会場…JRタワーホテルズ日航札幌
・7月28日（月）支部総会
会場…同右
参加…17社
・7月28日（月）講演会
会場…同右

・7月28日（月）講演会
会場…同右

演題…「札幌都心のまちづくり～150年のヒストリーと次世代のストーリー～」
講師…(株)ノーザンクロス代表取締役
山重明氏

・7月28日（月）意見交換会
会場…同右
参加…45名

・8月 第19回地球温暖化防止キャンペーン（各支部共通）
・10月15日（水）～17日（金）媒体視察研修
視察…博多駅視察
参加…11名

協力…(株)JR西日本コミュニケーションズ
・2026年1月 新年懇親会開催（予定）

2. 東北支部

・7月16日（水）支部総会
会場…ホテルメトロポリタン仙台

参加…12社

・7月16日（水）講演会
会場…同右

演題…「日本のOOH広告市場の拡大を目指したメジャメント実現に向けての取り組み」
講師…(株)ジェイアール東日本企画
メディアソリューション本部 宮本守氏
(株)電通 OOHビジネス室 佐藤達明氏

参加…25名
・7月16日（水）意見交換会
会場…同右
参加…20名

3. 首都圏支部

・7月14日（月）幹事会
会場…ホテルメトロポリタン池袋
・7月14日（月）支部総会
会場…同右
参加…73社

・7月14日（月）セミナー
会場…同右
演題…「食洗器普及拡大への挑戦」
講師…パナソニック(株) パナソニックくらしアプライアンス社 キッチン空間事業部 中石尚吾氏

参加…61名
・7月14日（月）意見交換会
会場…同右
参加…55名

・9月 鉄道利用促進による鉄道広告活性化キャンペーン
・10月31日（金）実務者研修

会場…(株)ジェイアール東日本企画
大会議室

内容／講師…ビジネス概論 (株)ジェイアール東日本企画 古川義夫氏
展開事例研修 一般社団法人デジタルコンソーシアム 吉田勝広氏
掲出基準研修 (株)ジェイアール東

日本企画 寺田剛氏

安全研修 JR東日本メディア(株)
加藤宏幸氏

参加…43名

・12月3日(水) セミナー開催

会場…(株)ジェイアール東日本企画
大会議室

演題…「特茶・特水(とくすい)の
OOH活用」

講師…サントリー食品インターナシ
ヨナル(株)ブランドマーケティング本部

伊藤正明氏

参加…55名

・2026年3月 支部幹事会および
支部セミナー開催(予定)

石川明彦首都圏支部長

7月には支部総会、セミナー、意見
交換会、そして10月には実務者研修を
実施しました。また昨日12月3日にセ
ミナーを開催しました。サントリーの
「特茶」の展開についてでしたが、新
ブランド「特水」について、OOHで
展開した例も紹介されました。

「特茶」の水から「特水」ができた、「お
茶」の「水」ということで丸ノ内線の
御茶ノ水駅とJRの御茶ノ水駅で大々

的に宣伝広告をしましたという内容で
すが、非常に大規模なおかつ色々と
話題の多い広告ということで、ご登壇
いただいた伊藤氏は、様々な賞を狙う
と話されていました。交通広告OOH
を重要媒体と認識していくという発言
もあり、非常に心強い講演でした。

鉄道状況について話しますと首都圏
の売り上げにつきましては、対前年上
半期102.9%、近距離につきまし

ても輸送量でも

103.3%と

いうことで好調、
長短問わず好調
という状況です。



石川明彦首都圏支部長

4. 中部支部

・5月15日(木) 支部幹事会

会場…JR東海エージェンシー会議室

・7月8日(火) 支部総会

会場…安部ホール

参加…29社

・7月8日(火) 意見交換会

会場…名古屋マリットアソシアホテル

参加…47名

・9月4日(木)～5日(金) 媒体視察研修

視察…淡路島および大阪・関西万博

参加…18名

・2026年3月

支部セミナー開催(予定)

佐藤一哉中部支部長

まず、新幹線の輸送動向ですが、万
博が終了しましたが対前年で103%

程度ということで引き続き順調な状況
です。交通メディアの販売状況は、デ
ジタルサイネージを中心に好調が続い
ておりまして、特に2026年3月は
JR名古屋駅の主要なサイネージはほ
ぼ満杯の状態です。この11月から12月
にかけては、交通媒体各社の来年度の
販売概要が発表され、一部値上げもあ
りますが、これまでのところ受け入れ
られていると感じています。

当社に関しては2026年9月に稼
働予定の金山総合駅の新媒体の概要を
発表しまして代理店の関心を集まし
た。金山総合駅というのは名鉄、JR、
市営地下鉄が乗り入れる中部地区では
名古屋駅に続く利用者が2番目に多い
駅です。また名古屋駅のイベントスぺー
スにつきましては、既に来年度の問い合
わせを多くいただいております。引き続き体
験型広告の需要の高さを感じています。

次に愛知・名古屋2026アジアパラ
競技大会をめぐる動きです。2025
年9月以降、中部電力、JR東海、T
OYOTA、ブラザーなど中部地区を
代表する企業をはじめとした様々な企
業が組織委員会とパートナー契約を締
結しています。大会1年前となる9月、
10月には機運醸成に向けて交通広告を
ご活用いただきました。万博同様、現
時点では街の盛り上がりはまだまだと
いった状況ではありますが、徐々に機運
を高めていきたいと考えております。

最後に中部支部の活動です。最近では

9月4日、5日の2日間、媒体視察研
修を実施しました。淡路島に泊まって
フェリーで万博会場に向かうという行
程でしたが、台風でフェリーが欠航して
急遽、貸し切りバスを手配するという
ハプニングもありましたが、台風のピー
クがホテルの滞在時ということもあつ
て、あまり雨に降られることもなく、無
事計画通り研修を終えることができました。



佐藤一哉中部支部長

した。3月のセ
ミナー開催に向
けて現在、講師
の選定をしてい
るところです。

5. 近畿・中国・北陸支部

・7月16日(水) 支部幹事会

会場…ホテルグランヴィア大阪

・7月16日(水) 支部総会

会場…同右

参加…39社

・7月16日(水) セミナー(リアル・
オンライン併用開催)

演題…「大阪・関西万博の広報・プロモ
ーション活動における交通広告の役割」

講師…(公社) 2025年日本国際
博覧会協会 広報・プロモーション局

木村和昭氏

参加…会場65名／オンライン75名

・7月16日(水) 意見交換会

会場…同右

参加…55名

・9月26日(金) 交通広告実務研修会

オンライン開催

演題：「広島駅リニューアルによる
媒体開発について」

講師：(株)JR西日本コミュニケーション
シヨンス 中国支社 野村雄一氏

参加：97名

・2026年3月 支部幹事会開催
(予定)

6. 四国支部

・6月6日(金) 支部総会・意見交換会
会場：アーベルアンジェ高松

参加：11社20名

・11月6日(木)～8日(土) 媒体視察研修
視察：韓国(ソウル市内)

参加：10名

・2026年3月 支部セミナー・意
見交換会開催(予定)

阿部徳章四国支部長

JR四国の収入状況ですが、10月末
で対前年104%です。上半期の乗
車人員は瀬戸大橋線で前年比109%、
予讃線、土讃線、高德線の主要三線区
は前年比107%で推移しています。
交通広告の10月末での売り上げは全体
で前年比114%、ポスターなどの普
通広告は127%、デジタルサイネー
ジやSPメディアなどの特種広告は1
13%で推移しています。

四国支部の活動状況は、6月6日に
四国支部総会、意見交換会を11社20名
の出席で開催しました。11月6日から

8日にかけてLED化が進む韓国ソウ
ルの媒体視察研修を7社10名が参加し
実施しました。仁川国際空港では湾曲
した50mほどあるLEDビジョン、ソ
ウル駅ではコンコース内壁面を一周す
るように設置されたLEDビジョン、



阿部徳章四国支部長

の尾張様を講
師にお迎えし
て高松市内で
講演会を開催
する予定です。

街中においてもビル壁面に大きなLED
ビジョンを視察することができまし
た。会員からは、「韓国では広告の巨
大化とLED化が広告業界のトレンド
になっている。とても有意義な媒体視
察研修だった」という声がありました。
今後の活動は、2026年3月4日
(株)JR西日本コミュニケーションズ
の尾張様を講師にお迎えして高松市内で
講演会を開催する予定です。

7. 九州支部

・6月3日(火) 支部運営会議

・8月7日(木) 支部総会

会場：ホテル日航福岡

参加：23社

・9月10日(火) 講演会

会場：同右

演題：「日本のOOH広告市場の拡
大を目指したメジヤメント実現に
向けての取り組み」

講師：(株)ジェイアール東日本企画
メディアソリューション本部 宮本守氏

エムシードウコー(株) マーケティング
&コミュニケーションズ 渡仲容子氏
参加：58名

・9月10日(火) 意見交換会

会場：同右

参加：51名

・2026年3月 支部運営会議(予定)

盛澤篤司九州支部長



盛澤篤司九州支部長

m×横3mの
大型ステンド
グラスで非常
に大きな反響
を呼んでいる
ところです。

9月10日に講演会を開催しました。
(株)ジェイアール東日本企画の宮本さ
まにお越しいただき、講演いただき
ました。九州の状況は上期の鉄道収
入は対前年で114%と大変好調な
状況です。それに合わせて私どもの
交通広告の売り上げは107.1%
ということ、特に協力会社の皆
さまに販促していただき博多駅の
ジャックにつきましては3月末まで
完売となっており、ありがとうございます。

10月22日に熊本駅に日本交通文化
協会のご協力で、在来線の改札内の
大型ステンドグラスを設置するセレ
モニーがありました。名称を「肥後
のいろどり」と申しまして、タテ4

今後のスケジュール

〈年賀会〉

・2026年「広告界合同年賀会」

日時：2026年1月7日(水)

15時30分～17時00分

会場：帝国ホテル本館2階「孔雀の間」

共催団体：広告関連29団体

〈理事会・総会〉

・2025年度「第3回理事会」

日時：2026年3月5日(木)

15時30分～

会場：(株)ジェイアール東日本企画

10階大会議室

2026年度事業計画(案)

2025年度収支決算(見込)及び

2026年度予算(案)

・2026年度「第1回理事会」

日時：2026年5月下旬

会場：(株)ジェイアール東日本企画

10階大会議室

・2026年度定期総会

日時：2026年6月25日(木)

14時00分～

会場：ホテルメトロポリタン池袋

「富士の間」

以上をもって新井議長は、15時31分
「2025年度第2回理事会」の閉
会を宣言し議事が終了した。

以上

アカウントビリティ向上委員会

アカウントビリティ向上委員会（大塚尚司委員長）では、1月14日（水）に「第64回交通広告共通指標推進プロジェクト会議」を開催しました。2025年9月に実施したインターネット調査の結果をふまえて、車両メディアの広告効果等に関するプレスリリース内容について議論しました。なお、プレスリリースについては3月下旬に行う予定で協会HPにも掲載いたしますので、みなさんご覧ください。



アカウントビリティ向上委員会

合同年賀会を開催しました

1月7日（水）、広告関係29団体共催による「広告界合同年賀会」が、東京都千代田区の帝国ホテル「孔雀の間」で開かれ、業界関係者ら1400人弱の参加がありました。

全日本広告連盟 大平明理理事長、日本新聞協会 中村史郎会長、日本民間放送連盟 早河洋会長、日本広告業協会 五十嵐博理理事長、日本アドバタイザーズ協会 川村和夫理事長の5名が登壇し、鏡開きが華やかに行われました。

続いて、全日本広告連盟大平明理理事長が「令和8年2026年は干支で言えば丙午です。我々は大きな変化の中で動いて考えてそして実行してこの難局、この変革の時代を生き残っていききたいと考えております。今年は大変いい年になると思っています。この年の初めに当たって広告界の力を皆さまと共に示して、広告の元気で日本を元気にしたいという思いをこの場から発していききたいと思います。乾杯の音頭で行うエイエイオウの掛け声ですが、先日テレビで放送していましたが、エイエイオウとは何かというと、エイエイは戦国時代の武将に対して、これから戦うぞと大将が「お前は戦うのか？」

という問いが、「エイエイ」です。『オウ』はそれに応えて「戦います」という意思を示したのが「エイエイオウ」の意味合いだそうです。皆さん、戦う意思がありますか。これから広告界がさらに発展することを祈っております」とあいさつし、今年も闘いの声を上げましょうとエイエイオウの掛け声とともに乾杯の発声がありました。出席された皆様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2027年1月7日（木）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。



広告界合同年賀会

編集後記

2026年になり、午年なので進むのが速いのでしょうか、ここまで肅々と過ぎ去っているような気がします。今年も色々なものを見聞きたいと思っています。どこか出かけた先でマンホールのふたを記念撮影して旅の記念にするといったことで、さっそく香港でマンホールのふた発見！香港は丸ではなく四角なのか！と興味津々でしたが、これはマンホールのふたなのか、何者なのか。わからぬまま新たに次のマンホールのふた探しに出かけたいと思います。皆さまは今年はなにを発見されたいですか。



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

●会員社の代表者、他が変更になった場合は、ホームページ (<https://j-jafra.jp>) の「各種届出書類」に変更届がありますので、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。

