

2026 年度 事業計画

日本経済は、個人消費においては物価上昇の影響を受けつつも雇用・所得環境の改善を背景に底堅く推移し、企業収益においては米国の関税政策の影響を受けつつも設備投資も増加傾向で、持続的・安定的な物価上昇率 2% 実現に向けた緩やかな経済成長が見込まれていましたが、中東情勢に絡み、先行きは非常に不透明な状況となっています。

鉄道事業における業績は、各社の営業施策の展開、沿線の活性化や地域との連携など経営努力の結果が顕著となっています。しかしながら社会構造が劇的に変貌を遂げている時代にあって、鉄道事業を取り巻く経営環境は一層厳しさを増しており、社会、経済のインフラとしての役割を果たし、日々の社会生活に必要な、そして産業の発展に欠くことの出来ない生活基盤としての使命についてもこれまで以上に期待されています。

一方、広告業界全体では、日本の広告費がコロナ禍から順調に回復し、3 年連続で過去最高を更新しており、特にデジタル広告分野が市場全体を牽引しています。但し、新聞や雑誌など紙媒体の広告の減少に見られるようなマス広告の価値低下をはじめ、消費者による広告回避や少子高齢化による市場減少など大きな課題を抱え、デジタル技術の活用や広告会社の質への転換が強く求められています。

鉄道広告においては、皆様の様々な経営努力や新規施策と鉄道事業の回復と相俟って業績はあと一步のところまで来ており、業界レベルの水準を確保していくことが重要で、社会が大変革の時代にあって、鉄道広告も同様に改革を求められています。経営の質的向上を図り、選択される媒体になるべく、マーケットのニーズが何であるかを徹底的に追求し、－出せば届く媒体から価値を創出する媒体に脱却していく－。そのために営業部門の近代化、人材の育成、AI の活用、効果の可視化、透明化などに喫緊に取り組む必要があります。当協会においても会員の皆様のお声に耳を傾け、各支部、各種委員会の取り組みをしっかりと下支えし、より活性化に向けて支援していきたいと考えています。

こうした現状を直視し、鉄道広告の持つ公益性と果たすべき役割をあらためて認識したうえで、2026 年度は次なる項目を重点課題として取り組んでいきます。

1. 鉄道広告価値の向上
2. 空き媒体の解消
3. 脱炭素社会への取り組み
4. 支部、委員会活動のより一層の活性化
5. 新規会員の加入促進

具体的な各施策については次ページ以降のとおりとなりますが、景気回復基調にある日本経済のフォローの風に乗って、会員の皆様方と一致協力し、この難局を乗り越えていきたいと考えています。

2026 年度事業計画

1. 各委員会の主な活動目標

(1) 総務・財務委員会

- ・ 新規会員の加入促進
- ・ 支部活動活性化支援
- ・ 年次報告書の作成
- ・ 他広告団体との交流

(2) 倫理委員会

- ・ 倫理綱領、掲出基準に基づく広告審査実態の継続的把握
- ・ 鉄道広告倫理綱領及び掲出基準の適用に関する教育研修の実施
- ・ 鉄道利用マナーUP キャンペーン実施に向けた働きかけ
- ・ 広告倫理に関する事例研究の実施
- ・ 日本広告審査機構、日本雑誌協会等との意見交換

(3) 美観風致委員会

- ・ 環境委員会との共同による第 20 回地球温暖化防止キャンペーンの実施
- ・ 美観風致に関する情報の収集

(4) 環境委員会

- ・ 出版・発行物の環境への配慮
- ・ 「環境に配慮した取り組み」に関するアンケート調査の実施
- ・ 美観風致委員会との共同による第 20 回地球温暖化防止キャンペーンの実施

(5) 安全委員会

- ・ 安全管理に関する調査研究の推進
- ・ 安全作業に関する教育研修の実施

(6) 標準化委員会

- ・ 2026 年度版「全国鉄道広告料金表」の協会ホームページへの収録、公開

(7) 人材育成委員会

- ・ 「交通広告ビジネス概論 2026」の発行
- ・ 鉄道広告実務研修の実施
- ・ セミナー、シンポジウムの開催

(8) 技術開発委員会

- ・ デジタルテクノロジー等を活用した、交通広告の価値向上や価値訴求に資する効果的、先進的な取り組み事例の収集、紹介
- ・ 交通広告が他媒体との競争力を維持し、連携を強化していくための、新技術を活用した、メジャメントやプログラマティック DOOH 等の先進的な取り組み事例の収集、紹介
- ・ 交通広告での AI 技術の活用事例の収集、紹介

(9) 調査研究委員会

- ・ 効率的なメディアプランニングに関する研究の促進

- ・ 利便性向上に向けた e-販促データシステムのデータ整備
- ・ 利用者拡大に向けた e-販促データシステム研修（活用方法、活用事例の紹介）

(10) 業務近代化委員会

- ・ 業務近代化に関する課題の提言
- ・ 働き方改革の検討
- ・ デジタルサイネージ導入による近代化目標の検討

(11) P R 委員会

- ・ 「JAFRA NEWS」の編集・発行と掲載内容の充実化
- ・ JAFRA ホームページによる情報発信の強化
- ・ 関係する外部機関との連携強化

(12) アカウタバリティ向上委員会

- ・ 標準化委員会、調査研究委員会、業務近代化委員会と連携してアカウタバリティ拡充・データ整備
- ・ 関東交通広告協議会、日本広告業協会と連携して調査実施、データ整備
- ・ 交通広告共通指標策定システムの運用及びシステム利用者拡大に向けた研修
- ・ 日本 OOH メジャメント協会等、関係する外部機関との情報共有

2. 各支部の主な活動目標

(1) 北海道支部

- ・ 支部総会・懇親会の開催：7 月
- ・ 媒体視察研修会の開催：10 月
- ・ 交通広告勉強会の開催：11 月
- ・ 新年懇親会の開催：2027 年 1 月
- ・ 新規会員の加入促進（以降各支部共通）
- ・ 第 20 回地球温暖化防止キャンペーンの実施（以降各支部共通）

(2) 東北支部

- ・ 支部総会・懇親会の開催：7 月
- ・ 支部セミナー等の開催：7 月
- ・ 東日本鉄道仙台広告会との連携

(3) 首都圏支部

- ・ 支部総会・懇親会の開催：7 月
- ・ 支部セミナーの開催：7 月、11 月、2027 年 3 月
- ・ 支部幹事会の開催：7 月、2027 年 3 月
- ・ 鉄道広告実務研修の実施：10 月
- ・ 鉄道利用促進による鉄道広告活性化キャンペーンの実施：9 月
- ・ 地域間交流の促進、交通媒体広告会との連携

(4) 中部支部

- ・ 支部総会・意見交換会の開催：7 月
- ・ 媒体視察研修の実施：時期検討中
- ・ 支部セミナーの開催：2027 年 3 月
- ・ 支部幹事会の開催：適宜開催

(5) 近畿・中国・北陸支部

- ・ 支部幹事会の開催：7 月、2027 年 3 月
- ・ 支部総会・懇親会の開催：7 月
- ・ 支部セミナーの開催：7 月
- ・ 交通広告実務研修会の実施：9 月
- ・ 関西交通媒体社広告会、関係諸団体との連携

(6) 四国支部

- ・ 支部総会・懇親会の開催：6 月
- ・ 媒体視察研修会の開催：11 月
- ・ 支部講演会・意見交換会の開催：2027 年 2 月

(7) 九州支部

- ・ 支部総会・懇親会の開催：8 月
- ・ 支部セミナーの開催：8 月
- ・ 支部運営会議の開催：6 月、2027 年 3 月
- ・ 西鉄交通広告会、福岡市地下鉄交通広告会、九州鉄道広告会との連携