

時、まさに『選択と集中』

社団法人 東京屋外広告協会
理事 近藤 雄二



いよいよ厳しい時代に入りました。

歴史を振り返って見ますと、2001年ITバブル崩壊の影響により、2002年各企業はどん底の経営を余儀なくされ、2003年からは少しずつ回復に向かい、その後2007年までの5年間は好調な経済成長に後押しされ、交通広告もその間、新線の開業、新しい広告メディアの開発・導入、代理店を中心とした新規顧客の開拓等、順調に発展を続け、第五の広告媒体としての地位を確立しました。

そして2008年、アメリカのサブプライムローンの破綻に端を発した世界経済の不況に、例外なく交通広告も大きな打撃を被ることとなりました。

当社においても10月には対前年88%と過去に例を見ない落ち込みで、その後今日まで厳しい経営を余儀なくされています。

昨年末、某焼酎酒造メーカーの方との話で、12月は過去最高の収益を記録したとのことでした。

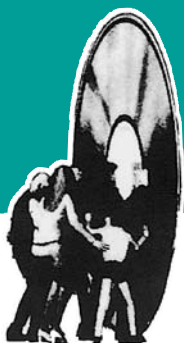
世相を反映して忘年会を自粛、家庭でゆっくりお酒を飲む機会が増えたことが大きな要因で、笑顔で語ってくれました。

世界的不況とはいえ、厳しい中にも光明を持つてる企業も多くあり、好況な時には実感として無かったキーワード『選択と集中』、今まさにこの時代に入ったと痛感しています。

交通広告においても、戦略的に攻める業界、提供する媒体別広告サービス、新規開拓顧客等、『選択と集中』により、TVを筆頭とする4マス媒体に無い交通広告の武器である『駅スペース』を最大限に駆使することにより、JR東日本だけでも一日1,700万人のお客さまにご利用いただいている駅や車両を、在京鉄道11社の協調による交通広告総力戦で、第五の交通媒体からさらに飛躍させる絶好の機会であると捉えています。

2009年はゼロ成長が予測される中、日本経済復活の原動力として、広告業界の重要な一翼を担う交通広告の果たす役割は、さらに大きいものになることを確信しています。

(株式会社ジェイアール東日本企画 常務取締役 交通媒体局長)



21世紀のメディアはローヤルカラーにおまかせ下さい。

車体利用広告セミナーの開催

株式会社ベレイマージ

代表取締役 仲村 邦弘

去る12月12日(金)商工会議所に於いて表題のセミナーを開催しました。従来から進めてきた見学会に加え、会員のみなさまに何らかのお役に立てるような勉強会を当事業委員会で企画することとなりました。今回はその初回と致しまして、多くのみなさまにご利用いただいております車体広告につきまして、実際にデザイン審査をご担当いただいております多摩美術大学の太田幸夫教授を講師にお招きし、審査するお立場からの注意点などを中心に、実例をまじえてご講演いただきました。当日は好天に恵まれ、受講される方々の出足もすこぶる好調で、予め50脚準備した椅子が大幅に不足する有様でした。また、実際にデザインを担当される方々も数多く参加され、会場は非常に華やいだ活気に満ち溢れておりました。

先生は、1939年のお生まれ(69歳)で、1962年多摩美術大学をご卒業、1966年イタリア国立美術学院を修了されました。1973年ドイツ・ミュンヘン大学、1978年アメリカ国立東西文化センターに相次いで招聘され、特別研究員リサーチフェローとして国際プロジェクトに当たられました。1979年より20年以上にわたり図記号の国際標準化推進のために尽力され、これまで通産省(現経産省)のシンボルマークをはじめ、サインとシンボル計画に数多くの実績を残されております。

当日のご講演について概要を極力忠実に報告させていただきたいと思っております。


2000年4月バスラッピングがスタートし、東京の景観はバスラッピングによってその様相を変えつつあると言われたほどです。当時は賛否






人×街 = ☺ 良い商品・良い仕事でお客さまと地域社会のお役に立ちたい。

電柱広告・総合広告・図面情報

 **東電広告株式会社**

〒150-0045 渋谷区神泉町22-2
Tel.03-6371-8111(代表)
<http://www.todenkokoku.co.jp>



両論あり、4割程度の否定論も大筋の流れを止めるまでには至りませんでした。東京の景観が諸外国の主要都市に比べて見苦しいとの所見もあり、景観と交通安全の両面から審議を重ね、当初よりデザイン審査をスタートさせました。これは画期的な決断であったと、高く評価されています。当初は過半数に及ぶ見苦しいデザインを良くするためのデザイン指導も、審査と同様に積極的に行われてきました。

サイン環境と景観の調和は、本来のあり方としてはより良いコミュニケーション環境について考えることです。環境の種類には①交通環境 ②商業環境 ③住環境 ④レジャー・イベント環境 ⑤教育・文化環境 ⑥複合環境などがありますが、良いコミュニケーション環境として共通していることはアメニティー（快適さ・感じの良さ＝環境の質を表す指標）の高い環境であることです。そうして、その指標とは①安全性 ②機能性 ③快適性 ④利便性及び、⑤文化性であります。問題は、アメニティーの高い環境をどのように形成できるか、その結果どのような街の景観が生まれるのかであります。

それは街の視覚化であると理解することもできますが、決して街の中に絵を描いて装飾することではありません。街の意味を読み取れるようにすることです。その理由は全国企業あるいは国際企業の宣伝のために、街の個性が失われてきたことにあります。その場に身をおくたびに満足し、何度でもそこに来たいと思う

環境と景観形成が本来目指すべき姿であります。要は、宣伝力と街の環境力とのバランスの問題になります。大規模商業サインと街の個性づくりの調和が求められる時代の潮流がそこにあるのです。

『車体利用広告デザイン審査基準』に於いて、色や形、文字や図版、レイアウトや全体のイメージなど、美しい街並や景観形成に資するデザイン基準を示しました。公共サインと商業サインとの望ましい関係のあり方を考えました。片方が強ければ片方が萎縮してしまいます。その状況にクサビを入れなければなりません。デザインがしっかりすればその両者が相乗効果を発揮して広がります。広告物の面積や高さなどの総量規制に終始する従来の行き方と異なり、審査マニュアルに於いて広告物の質に深く触れています。具体的なデザイン力とはもとより、色相・明度・彩度に至るまで審査します。特に彩度が高いと周辺環境への影響は増大します。色数も重要なファクターです。特に図の色と地の色との調和が重要であることは、いうまでもありません。

これまで審査の対象となったおびただしい数の事例を、正面のスクリーンに映し出し、一つ一つ詳細に解説していただきました。その制作物の優れた点、改善を施すべき点、矛盾する点などを具体的にご指摘いただいて大変良く理解できました。緊張の連続でしたが、時にはユーモアを織り交ぜて、2時間の講演があつという間に終了した気が致しました。



もっとおトクに、さらに便利になって

三越カード

会員募集中!

VISA/MasterCard®

ご入会のご案内 三越クレジットカウンターにてお申込み受付中
お問合せ・お申込みは TEL/03-3274-8586まで
クレジット審査がございますので、予めご了承ください。

MITSUKOSHI
日本橋本店 電話/03-3241-3311(代)
〒103-8001 東京都中央区日本橋室町1-4-1

今回は、車体広告審査での本協会との関わりや、日常業務において屋外広告について感じていることをベースに、「こんなことされたいかがでしょう!」を、「東京屋外広告協会様へのプレゼン企画書」というかたちでまとめてみました。ご検討の程、お願い申し上げます。

東京屋外広告協会 御中

株式会社 オリコム
IMC本部 クリエイティブ局
クリエイティブディレクター 吉田 弘

屋外広告イメージアップ
のためのご提案

少々勝手な

屋外広告の現状と課題

① 人と企業を結び、街に潤いや、明るさ、楽しさ提供する
= 「目立つこと」で、人を引きつける広告本来の目的

そして近年、

② 都市景観の構成要素として高まる関心
= 「環境に配慮」した広告表現の必然性



①「目立つこと」と、②「環境に配慮」のバランスをとることが
これからの屋外広告には不可欠

この2つが
ぶつかりあう
ことも...

課題解決のために

そんな現状を踏まえ、バランスのとれた屋外広告へ進化させるためには、

◎ 発信する側の「環境への配慮」に関する意識を高めていく。
→ クライアントの理解 / 広告会社の理解 / 広告制作者の理解

+

◎ 常日頃、「環境」の中で生活している受け手側に対してこそ、
「屋外広告のよりよいかたち」と、協会の姿勢をPRしていく。



「掲載環境にも配慮のあるメディア」として
屋外広告のイメージアップをはかる。

人が通う。こころが、かよい合う。

交通メディアのトータルプランニング

advertising agency

SHUNKOSHA

株式会社 春光社

〒104-0031 東京都中央区京橋2-4-12 京橋第一生命ビル5F TEL. 03-3272-1941(代) FAX. 03-3272-1949

イメージアップのための施策

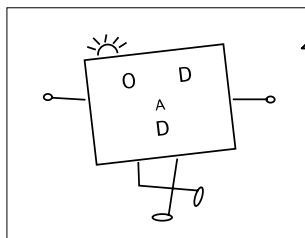
- ◎送り手側へ：屋外広告の価値を見なおし、共有していく
- ◎受け手側へ：身近で、好感のもてるメディアと感じてもらう

◇スローガンを定めて、意志をひとつにまとめ、発信を続ける。

◇とっつきやすいキャラクターで近さをアピールし、メッセージを伝えやすく。

たしなま

空に、
街に、
人に近い、
屋外広告。



バランスとってる、
天晴れくん (仮称)

なかなか一般に向けて
メッセージを発信できる
機会は少ない・・・
まずはインナーからでも

広告表現例

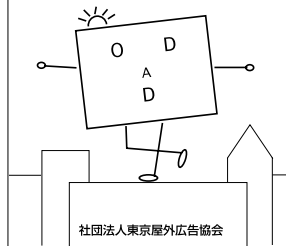
TOAA REPORT タイトル

TOAA REPORT

空に、街に、人に近い、屋外広告。

とこなま
ところにも

空に、
街に、
人に近い、
屋外広告。



業界誌に
出稿したり・・・

ホームページで
PRしたり・・・

コンクールも
チャンス

ゆるめの表現案はご愛敬としてお許しください。さまざまなメディアが変容する現在、屋外広告が本来の目的「環境の美化に役立ち、大衆に好感を与える」ため、さらに進化するヒントになればと思います。さてプレゼン結果や如何に・・・

地域コミュニケーションは、
良質なメディアで。

・電柱広告・交通広告・屋外広告・広告企画

株式会社
広告代理店 **東 広**

本 社 〒104-0045 東京都中央区築地1-12-22 コンプビル5階
Tel. 03(3546)1050(代) FAX. 03(3546)1060
町田支社 〒194-0021 東京都町田市中町3-14-11 ステージ中町
Tel. 0427(28)1235(代) FAX. 0427(22)6915
埼玉営業所 〒333-0802 埼玉県川口市戸塚東1-27-24 グリーンピア
Tel. 048(295)6211(代) FAX. 048(295)4834

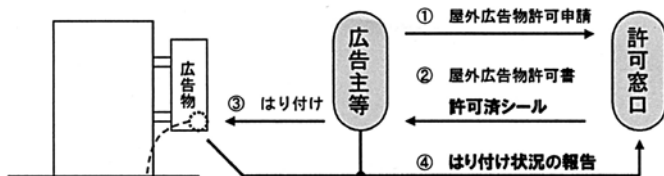
東京都からのお知らせ

平成21年1月19日より、屋外広告物には、**許可済シール（標識票）**の貼り付けが必要となります。

〈許可済シールの目的〉

- 東京屋外広告物条例は、広告物等の許可を受けた人に対し、許可期間等の表示を義務づけています。
- このたび東京都では、広告主等の表示義務の徹底を図り、違反広告物の表示・掲出を防止するため、許可済シールを導入します。

〈手続きの流れ〉 屋外広告物の許可を受け、許可済シールをはり付けした後、このはり付け状況を許可窓口へ報告して下さい。



屋外広告物許可済	
許可権者	東京都知事
許可期間	年 月 日から 年 月 日まで
許可番号	第 号
住所(所在)	
氏名(名称)	見本

許可済シール(標識票)の見本

- 許可済シールの貼り付け箇所
→広告物の表示面、建築物の出入口付近、広告物直下やその付近など、許可窓口とご相談して下さい。
- 実施時期
→平成21年1月19日以降に許可を受けた屋外広告物
- すでに許可済の屋外広告物の取扱い
→許可済シールをはり付ける必要はありません。

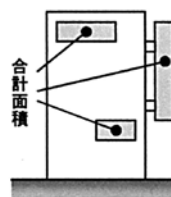
自家用広告物のうち、合計面積が一定規模以下のものは、許可が不要です。

- 自家用広告物とは…

自己の店舗やテナント等に、その店名や名称等を表示した広告物のことです。

- 用途地域ごとの合計面積の上限

用途地域	合計面積
第1種・第2種低層住宅専用地域、 第1種・第2種中高層住宅専用地域 等	5㎡以下
第1種・第2種住居地域、準住居地域、 近隣商業、商業、準工業、工業工業専用 地域 等	10㎡以下



〈問い合わせ〉

- 東京都 都市整備局 市街地建築部 市街地企画課 屋外広告物担当
(電話) 03-5388-3335
- 各区市町又は多摩建築指導事務所の屋外広告物担当の許可窓口

あらゆるニーズに応えます。

都営交通広告会

お問い合わせは

〒104-0031 東京都中央区京橋2-4-12 京橋第一生命ビル5F
株式会社 春光社内
TEL 03-3272-1941(代) FAX 03-3272-1949

～会員リレーコーナー～ 『私の大事なもの』

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

アウトドアメディア局 岩田天植



息子 天晴（テンセイ）の心臓移植手術が無事に成功し、帰国いたしました…この原稿依頼を頂きました三日前のことです。感激、興奮の余韻のうちだったこともあり、頂戴しました演題候補の中から「私の大事なもの」を選ばせていただきました。

昨年2月に突発性拡張型心筋症を発病しました息子の天晴（当時13歳）は、9月から立ち上がった「天晴くんを救う会」の活動に支えられながら目標とする募金目標額を達成し、渡米。09年1月6日にニューヨーク・コロンビア大学小児病院に入院。三日後にドナーが見つかり、9日に心臓移植手術が無事に終わりました。その後二回の生体検査にて拒絶反応もなく、28日には退院することができ、11ヶ月半ぶりに病院から外の世界に戻れました。

息子は、本当によく頑張りました。ただ、ここまで来られましたのも「救う会」を応援してくださった皆さんの活動がなければ決してありえなかったことです。天晴、我々家族との繋がりをきっかけに、地元、会社、学校、ラグビーをはじめとした友人、仲間たちが、何とかしよう、何とか助けようとしてそれぞれが立ち上がって集まってくださり、一つになって、支え、助け、勇気づけてくれ、早期での募金目標額を達成しただけでなく、想像すらできなかった、まさに奇跡に近い、渡米直後の移植手術の実現という最高の結果までに推し進めてくれました。夢を夢でなく現実にしてくれました。

昨年9月2日に行った記者会見以降、私事にもかかわらず、所属しておりますアウトドアメディア局の仕事上での取引先であります媒体社さま、得意先さまはもとより、交通広告、オリコミ広告、屋外広告と広く広告業界の方々にもまで応援をいただくことになりました。ありがたく、また申し訳なく思っております。いつの間にか多種多様な領域、世代、地域での友人、仲間たちと、そのまた友人、仲間たちによるご支援、ご協力の輪が波紋のように広がっていきました。感謝を言葉ではうまく言い表せないのですが、ただ、ありがとうございます、の一言に尽きます。

「救う会」の活動を通じては、仕事と同じようだと重ね合わせることもよくありました。皆さんから大切

なことを教えられ、学ばせていただいたと思っています。

まず目的、目標に向かう個々の熱い想いと行動力…最後まであきらめないこと。二番目にチームワーク、ネットワークの大切さと、それを支える一人ひとりのスキルの大切さ。そして役割分担の明確化とコミュニケーションの重要性。

天晴を助けたいという皆さんの熱い想い、願いという個々人の原動力、動機付けは、力強い行動力となり、それが一つに集まってチームになったときのパワーの凄さ、目的達成への意思の強さには感嘆するばかりでした。「救う会」は、個々人の善意に基づいた活動であり、ビジネスという利害に基づいた会社的な組織とは違うとはいえ、そこに活動し、「仕事」をするのは人間だということには変わりはありません。「人を動かす」「動機付ける」のは決して理屈や利害だけではないということも教えていただきました。

我々家族を取り囲み、支え、助けてくれた「救う会」皆さんの天晴を救いたい、何とかしようという熱く強い想いと、それぞれの役割を全うする力は、募金活動の現状をよく知る関係者の方々からも「すごい、すばらしい」と評価をしていただきました。さらに、それぞれの力を集約したときの力の強さ、勢い…それが最高の結果を、奇跡を生み出した、夢を現実にしてくれたのだと実感しております。

もちろん、天晴は我々家族にとりましてかけがえのない大事な大切な息子です。それと同時に、我々家族を取り囲んでくれた皆さん…地元、会社、学校、ラグビーそして仕事関連までに広がり、スピードとパワーを発揮して、ゴールラインに真っすぐ向かって、我々家族を押し進めてくれました。「私の大事な」人たち…ご支援、ご協力いただいた方々、友人、仲間たちのタテ・ヨコにまたがってネットワーク、結束力、行動力に感謝、感服です。

天晴を救っていただいた感謝と喜びだけでなく、このような皆さんに囲まれて、一緒に活動を共にでき、そしてその後も、皆さんから見守られ、息子の順調な経過を自分のことのように喜んでいただける、みんなで喜びを共に分かち合うことができる。こんな幸せなことがあるのでしょうか。人生において最大の幸せとなりました。

絶望と不安の中にありました天晴、家族にとって、皆さんからの励ましの言葉、力強い支援、本当に心強かったです。たくさんのフォローがあったからこそ、トライ、ゴールに結び付けたのだと思います。ALL FOR Tensei…本当にありがとうございました。

私たちにご要望をお聞かせください。

デジタル出力/制作

- レーザープリント
- インクジェット（各種）

パネル・ラミネート加工 他

- ドライマウント・ゲータフォーム・アクリル圧着 他
- UVカットラミネート・硬質ラミネート 他
- フロアグラフィック（床敷き用）
- 人工着色 その他写真加工

写真に関連する企画・デザイン・各種施工

日発アイ・ピー
NIPPATSU I.P.

〒135-0063 江東区有明1-2-35
tel:03-3528-2828 fax:03-3528-2840

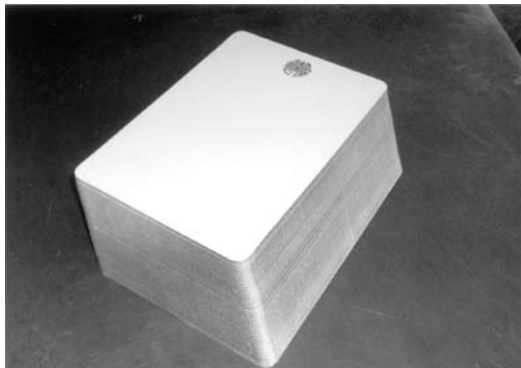
金縁加工職人

村上 広雄

“アルバム・カード・写真台紙等諸台紙金縁加工”というのが当工房のキャッチフレーズです。金縁と言うと『金縁メガネ』が有名です。金縁業者が集まり旅行をした折、『金縁メガネ御一行様歓迎』と書いてありました。一同大笑いしました。ただの金縁ではあまり知られていない業種だと思います。

当工房では招待状や封筒、婚礼写真台紙（婚礼に限りません。お見合い写真を入れたりもします。）七五三のお祝いの写真の台紙にも金縁加工をします。紙台紙全般です。

結婚式の招待状に金縁加工をする場合、100枚ないし200枚を揃え斜めにノメリ出しをしてプレスします。斜めになったカードの小巾をカンナで削り平らにします。糊を薄く塗り焼きコテでその面を磨きます。接着剤を塗り金箔をは



ります。過ってアルバムに純金を貼るのに卵の白身を使ったそうです。当工房で使う金箔よりもはるかに純金は薄く打たれているので卵の白身の接着力で充分だったのでしょうか。他の製品もほとんど同じ手順で加工します。もちろん銀縁加工もいたします。

金縁メガネの旅行の際に粹な女性に『短冊名刺』をもらいました。たて4センチ、横1.5センチほどの名刺です。きちんと金縁してありました。物が小さくなればなるほど加工が難しくなります。今この短冊名刺に金縁加工をできる職人はいないでしょう。現在金縁職人は片手程しかいません。当工房も私で金縁加工は終わります。



紙に付加価値をつける。和紙を合紙して金箔を小巾につけた招待状や名刺はなかなかいいものだと思いますがいかがでしょう。

高画質、高品質、鮮明なビジュアルなら・・・

ROBERTLAMCOLOR[®]
PHOTOBITION
Japan - HongKong

フォトビション ジャパン株式会社

〒136-0082 東京都江東区新木場1-6-26
Tel: 03-3522-6750 Fax: 03-3522-6755

法律相談コーナー 「法律用語の解説」

回答者 弁護士 片上 誠之

Q) 裁判員制度が始まりますが、裁判員となった場合に問題となる法律用語をわかりやすく教えてください。

A) 今回も前回に引き続いて、裁判用語の説明を致します。

① 黙秘権（もくひけん）

被告人は、自己の意思に反して話す必要はなく、話さないことを理由として不利益に扱われることは一切ないという権利です。

黙秘権は、憲法上認められている権利であり、被告人は、法廷において裁判官や検察官から質問をされても、黙秘権を理由としてなにも話さないことができます。黙秘権の意味と黙秘権を行使できることは、裁判官が、裁判の冒頭で被告人に告知することとなっています。

なお、黙秘権は法廷だけでなく、起訴前に検察官や警察官から取調を受ける際にも行使することができます。

② 伝聞証拠（でんぶんしょうこ）

誰かが法廷の外で話したことが、書面やビデオ、また聞き証言など、間接的な方法で法廷に持ち出されるものです。このような間接的な方法による証拠（「また聞き証言」）は、刑事訴訟法では、原則として刑事裁判の証拠としてはならない、と定められています。

また聞きの証拠は、誤った判断をさせる

おそれが大きい情報であるとして、その証拠を元にして事実を認定することは許されていないのです。

具体的には、被告人Aの窃盗に関する刑事裁判において、『Bさんが、Aがものを盗んだのを見た、と言っていた。』というCの証言などが伝聞証拠になります。証拠となるのは、Bさん自身の「Aがものを盗んだのを見た。」という証言であり、上記のようなCの証言は証拠とはならないのです。

③ 執行猶予（しっこうゆうよ）

文字通り「刑の執行を猶予する」という内容の判決です。有罪判決には、実際に刑が執行される「実刑」と、刑の執行が猶予される執行猶予があります。

懲役1年、執行猶予3年という判決の場合、3年の間、別の事件で懲役判決を受けること等法定の事由がなければ、刑務所で服役することはありません。単に懲役1年の判決という場合は、実際に刑務所で1年服役することとなります。

執行猶予が付くか付かないかは、裁判官が、被告人の犯した罪の重さ、犯行にまつわる諸事情、犯行後の反省度合い、社会的更生の可能性等を総合考慮して判断しています。

（第二東京弁護士会・丸の内富士ビル石井法律事務所所属）

企画からデザイン・撮影・施工まで、あらゆる
ビジュアルニーズに応える総合コマーシャルラボ。

デジタルの美しさを、人へ、街へ。

- 銀塩写真、インクジェット出力ともにデジタル対応
- 屋外広告やバス/地下鉄のラッピングなど幅広く対応

IGG 株式会社 ラボ・銀座
東京都中央区日本橋箱崎町20-13
TEL. 03-5614-4440 〒103-0015

最近の一眼レフ事情

カメラ制作者

◆一眼レフの構造

一眼レフの大雑把な構造は、(1) フィルム又は撮影素子の置き場、(2) シャッター、(3) 光を集めるレンズ、(4) 構図を決めるファインダー、そして(5) ファインダーに光を導くためにレンズとファインダーの間に置かれた45度ミラーの5つである。もちろんシャッターが開きフィルムに露光している間はミラーを跳ね上げファインダーは見えなくなるが露光後は瞬時に復帰する。ミラーで反射すなわちレフレックス、集光レンズが一つなので「一眼レフ」。この「ズームしても、レンズを交換しても覗いたままを撮せる」最大の売りを生かして、各種の交換レンズが発売され一大システムが構築されてきた。

◆フィルムカメラとデジタルカメラ

世の中、カメラもデジタル化し便利になった。その場で確認、気に入らなければ消去、フィルム代が不要に加え、ISO感度や仕上がりを自由に変更可能等々で一躍主流になった。その結果、従来のフィルムを使う「アナログ」フィルムカメラの市場は1%未満となり、各メーカーの開発するカメラのほとんどがデジタルカメラとなった。一眼レフもご多分に漏れず、ほとんどがデジタル化し加えて、パナソニックやソニーと言った電機メーカーもコンパクトデジカメからデジタル一眼へ参入を果たした。

◆コンパクトデジカメとの違い

センサーサイズが大きく高画質、背景が良くボケて人物を際立たせられる等も利点だが、

最大の違いはデジタルになっても「交換レンズシステム」すなわち、撮影者好みのレンズを選択できる点に変わりはない。加えて以下の試みがデジタル一眼で行われている。

(1) 新たな流れ、ミラーレス

ん？待てよ。何も光学ファインダーではなくデジタル化で必須となった液晶モニターに置き換えれば邪魔なミラーを取り去ってボディを薄くできる！の発想で「デジタル一眼」G1を作ったのがパナソニック。ミラーが無いのでレフとは言えないが、覗いたままを撮せてレンズ交換も出来る。

(2) ゴミ問題

とは言えレンズ交換一眼（レフも）を悩ませるのが「ゴミ」。フィルムに付着したゴミならば一枚で済むが、巻き上げられないセンサーではゴミは大きな問題だが、この解決にはセンサーを震わせてゴミを振り落とすゴミ取り技術が各社で開発されている。

(3) 手ぶれ防止技術

デジタル化での新展開にボディ内防振が挙げられる。手ぶれに合わせセンサーそのものを振って、きっちりと撮影させると言うフィルムでは出来なかった技術だ。

◆まとめ

高いモノは百万円近くまでであるが、予算十万円未満のデジタル一眼は沢山ある。撮りたいモノを決めて是非カメラ屋さんと相談されたし。

[文責 尾崎弘幸]

超大型印刷

キングプリンティング株式会社

東京支社 〒104-0061 東京都中央区銀座3-10-4 共同ビル新銀座8F ☎03(3248)6700

オフセット最大1.3×2m
インクジェット最大5m幅

 **KING PRINTING**
The Visual Communication Company

www.kingprinting.co.jp

「経済メモ」

危機から再生へ、鍵を握る政策対応

野田耕作

1. 金融危機の深刻化で、世界同時株安、同時不況

2008年の金融・株式市場は内外ともに大混乱が続いた。米国の信用力の低い個人向け住宅融資（サブプライムローン）問題に端を発する金融危機が世界の金融市場を麻痺させ、さらには世界規模での経済縮小を招いた。グリーンズパン前米FRB議長はこの危機を「百年に一度の津波」と表現した。この百年に一度という表現は必ずしも適切ではないように思われるが、市場参加者のリスク回避姿勢を極度に強めることになり、米国の金融危機はまたたく間に世界中に伝播した。日経平均株価は1年間で42.1%の大幅下落で、バブル崩壊で暴落した90年の38.7%を上回り、過去最高の下落率を記録した。ニューヨークダウも33.8%の下落で、31年以降最悪となった。

金融危機が深刻さを増すにつれ、世界景気は同時不況の様相を強めた。特に、9月の米証券大手リーマン・ブラザーズの経営破たんが内外経済に与えた衝撃は大きかった。今までに経験したことのないような危機を目の当たりにし、企業経営者は節約と自己防衛に走らざるを得なくなった。世界規模でのリストラが加速度的に進行した。サブプライムローン問題の影響は当初は軽微と思われた国内経済だが、輸出主導型の経済を海外需要の減少が直撃した。08年10-12月期の実質GDPは前期比年率で12.7%減と、第1次石油危機直後の74年1-3月期以来の大幅減少となった。

2. 米中の大型景気対策への期待

09年に入っても経済状況にはまだ明るさが

見えない。それどころか危機の長期化懸念がさらに強まっているようにも見える。消費者、企業マインドともに大きく落ち込むなかでは、民間需要が自力で持ち直す可能性は低い。そんななかで企業のリストラ圧力が増せば、さらに需要は落ち込み、かつてわが国が経験したような生産、雇用、消費の悪循環が広がり、グローバルなデフレの懸念さえも生じかねない。

しかしながら、最近の内外の株式市場を眺めると昨年10、11月よりは落ち着き始めているようにも見える。この危機を乗り切るために、G7諸国、新興国等を問わず世界中の国々が金融安定化、景気対策に本腰を入れている。足元の景気、金融情勢は予断を許さないが、この一連の対策効果が年内には効果が見え始めるとの市場の期待が芽生え始めている。特に、米国と中国への対策期待が株式市場を支えている。オバマ米政権が大恐慌後のニューディール政策以来の規模となる。減税や環境に配慮した大規模な財政政策出動を就任1カ月足らずでまとめ上げた。金融安定化を目指した各国間の協力も更に進めている。中国では昨年11月に名目GDP比で16%に相当する4兆元規模の景気対策を発表したが、新たな景気刺激策も検討し始め、高成長を維持する強い姿勢を示している。米中の大型景気対策を無駄にしないように、できることは限られているが、日本でも機動的な対応が必要であろう。米中の景気刺激策が一過性のあだ花に終わるのか、新たな成長過程が視野に入るのか、世界経済再生に向けた重要な分岐点の一年と言えよう。



確かな品質、熟練された封入技術

様々なニーズに合わせて幅広くお応えします

重厚にして高級感のある印象を感じさせるアクリル封入。
写真・印刷物・プレート・液体など、アイデア次第で様々な物を封入できます。
一つからの受注も可能ですので、個人様から企業様まで幅広くご利用頂けます。まずは、お気軽にご相談下さい。（封入一部不可有）

面白いものを形にする喜びをお客様へ・・・

お問合せ先 砧工房 〒116-0014 東京都荒川区東日暮里6-29-5
TEL 03-3891-1143 FAX 03-3805-4143

商品加工一例

屋外広告 悪魔の辞典 〈微苦笑版 Part.2〉

猪瀬冬樹
(JAGDA会員)

り

【リタイア】

団塊世代のリタイアが始まっている。第二の人生。そこには巨大マーケットが広がっている。憧れは海外旅行、国内旅行。自給自足の田舎暮らしなどもある。そして青春とか若いとかいうことばが好きなんだそうだ。目肩足腰の強いうちに実現して欲しいものだが、本当にそんなに余裕があるのだろうか。

る

【ルーチンワーク／routine】

日課。日常業務。決まりきった仕事。この仕事なくして世の中は成立しない。設備機器の毎日の点検が安全安心につながる。また日常の文書整理やそうじだって同様の。ホームページは既にどの企業にも定着し、更新のニーズはひきもきらない。これもルーチンだろう。得意先への営業電話だってルーチン化したら悟られる。ルーチンをいかに楽しむか。誰か教えて欲しい。

【ルートカー／ルートセールス】

ルートカーは走る広告。ソフト飲料の派手なカラーリングのルートカーはあまり見かけなくなったがこれは規制の対象になったのだろうか。それともあまり目にしすぎて何も感じなくなってしまったのか。その昔、某県のコココーラでバイトをしたときそこの所長に聞いた話だが、初めて同県に進出。ストライプの制服と赤いルートカーに製品を積んで県内を1日ばかり走り回ってくじけそうになったとき、やっと1ケースが売れた感動！セールスが体力と人のふれ合いであった時代とWEBやメールで済ませてしまう時代。どちらが幸せだろう。

れ

【レトロ／retrospective】

懐古的風潮。80年代だ、70年代だ、60年代だ

と言ってファッションはレトロへひた走る。広告がひたすれ高度成長を遂げた昭和もいまやレトロの対象となったが、気がつくや平成生まれがもう社会人になっているのだ。光陰矢の如し。

る

【ローカライズ／localize】

地方的な特色をもたせる。いまや地方の生き残りはこれにかかっている。歴史のある都市は歴史的遺産や神事祭事行事に乗り、ないところは商工会議所が祭りをつくったが、さらに市町村大合併。少子化過疎化、地名変更など、地方ならではの特色をどうもたせるか。あなたの田舎の町名はまだありますか。

わ

【ワーカーホリック／workaholic】

仕事中毒。この業界はたしかに仕事大好き、仕事中毒にでもならなければやっていけない側面がある。家庭も恋人も友人もレジャーも顧みずひた走る。しかし終身雇用が崩れたいま成果主義という妖怪が世の中を徘徊している。やむにやまれるワーカーホリックが登場するのか。過労死にご用心。

【ワールドワイドウェブ／www】

World Wide Webは、ネット上の情報を誰にでも取り出せるようにしたメカニズム。スイスのCERN(原子核研究機構)が無料で誰にでも開放した。このときこのことから歴史が大きく変わったのは間違いない。世界はWWW抜きで機能しなくなっている。

ん

【!】

とうとう最後になった。あらためて様変わりのスピードにびっくり。これからは、もっとびっくりし続けるしかないのかもしれない。

SAIKOHSHA

新感覚の広告美術と優れた技術

各種照明看板 企画・設計・製作・施工

株式会社 彩光社

〒120-0044 東京都足立区千住緑町2-31-22 Tel. 03-3882-6011(代) Fax. 03-3879-1087
E-mail saikosya@nifty.com

TOAA川柳

題 住宅・借金・預貯金他自由題

- 古住宅終の棲家に耐え難し
 預貯金の欄は見栄でも記入付加
 今夜また議論に勝って酒に負け
 借金も出来ない歳にかじりつき
 造作に借金質に置きあぐね
 小住宅慣れにしみれば我が宇宙
 アラサーがアラフォーを生みアラハタへ
 団塊やまたアラカンで再デビュー
 アラカンと言われ居ずまい正しをり (吉原千晃)
- 銀行マン手のひらかえす借りる時 (石原紳一郎)
- 住宅の下落はボーナス下落にゃかなわない (西浦秀樹)
- 残高がマイナスになる 20 日過ぎ (泉水隆之)
- 賃貸と分譲比較なん十年 (大島孝)

- 次号の題 フィギュアスケート、国際試合、赤字、その他自由題といたします。
 お気軽にご投句ください。
- 締切 平成 21 年 3 月 31 日(火) 必着
 葉書 1 枚につき 3 句まで、枚数は制限ありません。
- 投句先 社団法人 東京屋外広告協会 川柳係
 〒100-0005 千代田区丸の内 3-2-2 東商ビル 7 階



東京の“ど真ん中”に情報発信

東京地下鉄広告会

【事務局】
 〒105-0003
 東京都港区西新橋 1-6-1
 NBF 虎ノ門ビル 4 階
 (株)メトロアドエージェンシー
 媒体本部 媒体管理局 管理部内
 TEL 03-5501-7835
 FAX 03-3593-6150

おつきょう俳壇

選・老川 敏彦

—秀 作—

寒灯に頬染め帰る友の通夜

石井 深也

通夜帰りの作者の複雑な心境と、その表情が彷彿とする作品である。肌寒い夜の裏路地にともる外燈に照らされながら、やや紅潮した額を俯けて背を屈めてゆく作者の姿が思い浮かぶ。

水仙花一輪ともる懺悔室

西村 友男

さまざまな己が過去を反省し、悔い改めようとして懺悔室に入る作者の姿が思い浮かぶ。とある教会の仄暗いたたずまいと、灯ともるように浮かぶ水仙の一輪が印象的。

風花や虚空を睨む鬼瓦

速藤 尹希子

「炎天に焼け付くやうな鬼瓦」は、江戸の女流俳人加賀の千代女を揶揄した作だが、掲句は寒々とした風花にまみれながら、虚空を睨む鬼瓦を印象的に浮き立たせて迫力がある。

五合庵に恋の歌あり野水仙

岸本 正子

良寛禅師が住んでさまざまな心あたまるエピソードを残した小布施五合庵に、作者は恋の歌を見出して思わず微笑んでいたと思われる。懐旧の情豊かな一句。

子かもどり来て寒灯の和らぎぬ

山岸 眞

遊びから帰って来た子供達の明るいざわめきが聞こえてくる。冷え切っていた部屋の灯下が不意と和らいであたたか味を帯びて来たというのである。心あたまる作。

風花は中村苑子の言の葉か

火野 保子

蛇笏賞女流俳人中村苑子の凄絶な生涯と、その作品を知り尽くしているだけに、淡く舞い狂う風花から、その一句一句の言葉が眩くように作者の胸に迫ってくる。「^{いかにぼり}風なにもて死なむあがるべし」「我れ在りて薄き夕日となりけり」等々。

Energy of Communication

広告もeCO時代へ。

あらゆる面から広告という情報力をプロデュースし、お客さまのニーズに合った広告戦略をご提案してまいります。

KYORITZ
ADVERTISING AGENCY

協立広告株式会社

〒160-0007 東京都新宿区荒木町13-8 協立ビル Tel:03-3355-1911 Fax:03-3355-4170 URL:<http://www.kyoritz-ad.co.jp>

—佳 作—

海臨む岸に群れ咲く野水仙
 富士仰ぎ見てゐる朝の淑気かな
 崩れ塀に猫の来てゐる初景色
 少年の新聞配達悴みて

吉原千晃

寒灯やこころの飢を照らさるる
 風花の舞ふ窓越しの曇り空
 水仙や無垢なりし日のよみがへる

石井深也

風花や典座のけむる永平寺
 虎落笛独身寮の窓明り

西村友男

海風にうねり水仙輝ける
 水仙の裏側にある暗い海

速藤尹希子

風折れの水仙白き予科練碑
 悴かむや熱意剩りて疎まれて

岸本正子

風花の睫毛に着きて溶けゆけり

山岸 眞

雑木林待春のいろ湛へをり

火野保子

寒灯下玄関に待つ猫の影

藤沢正幸

六文銭の城跡のしじま風花す

佐々木久子

長い間、ご愛読いただきました「おつきょう俳壇」は、2009 - 3月号をもって終了させていただきます。今まで、投稿していただき誠に有り難う御座いました。なお、9月号までは老川先生が過去の「おつきょう俳壇」から選句して解説頂くことになっています。

INTERACTIVE COMMUNICATION

NKB INC.

人と情報は動くもの、
 だから交通広告&インターネット。

株式会社NKB

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-4-1 新国際ビル
 TEL.03-3215-5511(代) FAX.03-3287-2396

事務局だより

◎広報委員会

日時：平成21年1月9日（金）午後4時
 場所：榊春光社 会議室
 出席者：石原委員長、川又、尾崎、佐々木各委員、事務局 片上、松本
 議題：「TOAA REPORT」3月号の編集について

◎新公益法人特別委員会

日時：平成21年1月29日（木）
 午後1時30分～3時30分
 場所：協立広告㈱ 6階会議室
 出席者：廣邊委員長、間宮副委員長、長渡、神田橋、長井、井上各委員、事務局 片上、松本
 議題：新定款(案)と付随する諸規程(案)について

◎平成21年度広告界合同年賀会

日時：平成21年1月7日（水）午後3時30分
 場所：帝国ホテル本館「孔雀の間」
 参加者：29団体で1,800名が出席されました。

◎第6回東京屋外コンクール審査会

日時：平成21年2月3日（火）
 午後12時～午後4時30分
 場所：東京商工会議所4階401・402会議室
 出席者：伊東審査委員長、町田、高野、小野、木内、松田、高橋、古谷、服部各委員、廣邊実施委員長、高村副委員長、事務局 片上、松本
 応募件数：第1部17件、第2部42件、第3部20件、第4部33件 合計112件

(異動)

◎代表者変更

キングプリンティング㈱東京支社
 (新) 支社長 杉浦 直人氏
 (旧) 支社長 吉富 勝氏

第78回定期総会開催のご案内

日時：平成21年3月11日（水）
 午後2時30分～3時30分
 場所：東商スカイルーム
 (東京商工会議所ビル8階)

主な議題：

1. 平成21年度事業計画(案)及び収支予算(案)について
2. 第6回東京屋外広告コンクール報告
3. その他

第6回東京屋外広告コンクール表彰式開催のご案内

日時：平成21年3月11日（水）午後4時～
 場所：東商スカイルーム
 (東京商工会議所ビル8階)

視察会のご案内

視察船「新東京丸」に乗船し、東京湾から見た屋外広告の掲出状況視察を再度挑戦します。年度末でお忙しいと思いますが奮ってご参加下さい。

1. 実施日
平成21年3月24日（火）
2. 集合時間及び集合場所
午後1時 集合 竹芝小型船ターミナル
(JR浜松町駅から徒歩15分・ゆりかもめ「竹芝駅」から徒歩5分)
3. スケジュール
午後1時 集合(竹芝小型船ターミナル)
午後1時15分 乗船
午後1時30分 出港～午後3時入港
午後3時15分 現地解散
4. 参加費
無料
5. 募集人員
40名(先着順・定員になりましたら締め切ります)
6. 申込及び問い合わせ
社団法人 東京屋外広告協会
千代田区丸の内3-2-2
(東商ビル7階)

TEL 3213-1963
 FAX 3212-3718

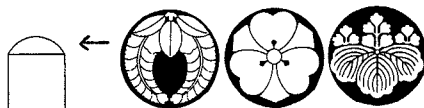
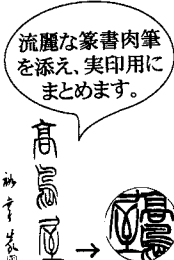
片上、松本

純銅本七宝家紋入り実印 お宅の家紋を知っていますか？

群馬篆刻協会 会長
 日本象牙彫刻協会 副会長

阿部 裕 幸

日展作家で第24回日本の象牙彫刻展にて高円宮賞受賞作家、阿部裕幸先生直筆篆書で格調高い実印を!



後世に伝える証としての家紋

彫工芸 東京都荒川区東日谷里6-29-5
 電話 03-3891-1153