

## 温泉のお勧め

社団法人 東京屋外広告協会  
 副会長 古澤英明



当社は、電柱広告業を営んでおりますが、地域社会の多くの方々のご理解・ご支援により、成り立っております。私の前勤務先である東京電力も、その点では全く同様であり、最終職場の群馬県では、電力の販売とともに、水力発電でも大変お世話様になりました。首都圏における水力発電所数も、総出力も、群馬県がNo.1であります。

そのため、水に関して興味を持ち、県営等を含め全水力発電所（70カ所）をはじめ、数多くの名滝・名水を訪れました。この他、水で、特に頑張ったのは、地酒、ではなくて、温泉でした。群馬県の温泉地は、現在200カ所程ありますが、当時は、150カ所近くであり、そのほとんどを入湯して来ました。

温泉法によれば、温泉源から採取されるときに温度が25℃以上、もしくは、19物質（化学成分）のうち1物質でも一定以上含まれていれば、温泉に該当します。

泉質別の特徴は、次のとおりです。

- 単純温泉：泉温が25℃以上。無色透明・無味無臭。pH8.5以上のアルカリ性のものは、肌がすべすべに。〔谷川、老神、尾瀬戸倉など〕
- 塩化物泉：塩分が体温の蒸発を防ぎ、保温効果があるため、「熱の湯」とも呼ばれる。〔四万、磯部、川原湯（ハッ場ダムが完成すると現温泉は湖底へ）など〕
- 二酸化炭素泉：炭酸ガスの小気泡が肌に付着し、「泡の湯」とも言われる。〔妙義、下仁田など〕
- 硫酸塩泉：無色または黄色味。苦みがあり、その効用から、「傷の湯」とも呼ばれている。〔伊香保、水上、猿ヶ京、法師など〕
- このほか、硫黄泉（「湯の花」が採れる）、酸性泉（pH3未満）〔草津、万座は両方の特徴あり〕などの泉質があります。

また、最近の温泉嗜好は、色にまで及び、青色系は珪酸（シリカ）を、赤色系は鉄分を、多く含んでいます。白色系の草津や万座は硫黄化合物の作用によりますし、炭酸カルシウムの影響で白く見える温泉もあります。黒褐色系は腐食質の成分によるもので、堆積層から採取している平野部の温泉に多く見られます。

温泉は、昔から休養・保養・療養の三養あり、と多くの人々に愛され、親しまれてきました。厳しい情勢の中、日夜激務に耐えておられる皆様方に、是非とも、近場である群馬の温泉で、ご家族そろってゆったり過ごされることをお勧めいたします。

（東電広告株式会社 社長）



21世紀のメディアはローヤルカラーにおまかせ下さい。

# “良い広告”をより“良く見せる”空間環境。

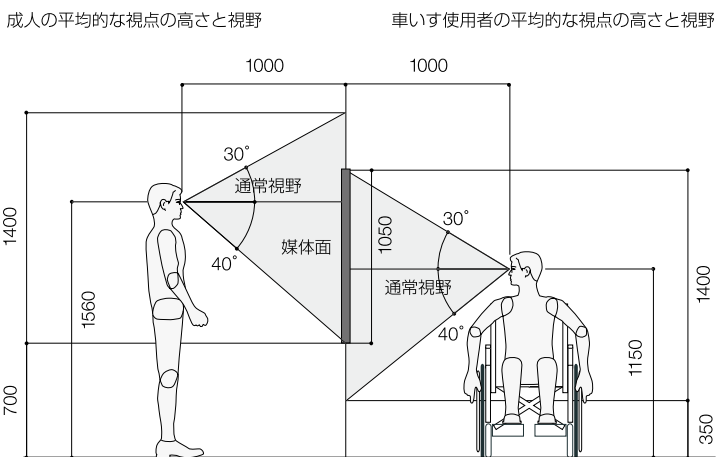
時間と空間を超えてリアルタイムな情報を提供するOOH広告。デジタルサイネージやモバイル連動メディアの登場で、発信媒体を表示・設置する空間環境との関係が、いっそう重視される時代となりました。美しく、クオリティの高いメッセージを、見やすく際立たせる方法が検証されています。

株式会社 NKB  
 執行役員  
 企画制作部長  
 竹内 宏一

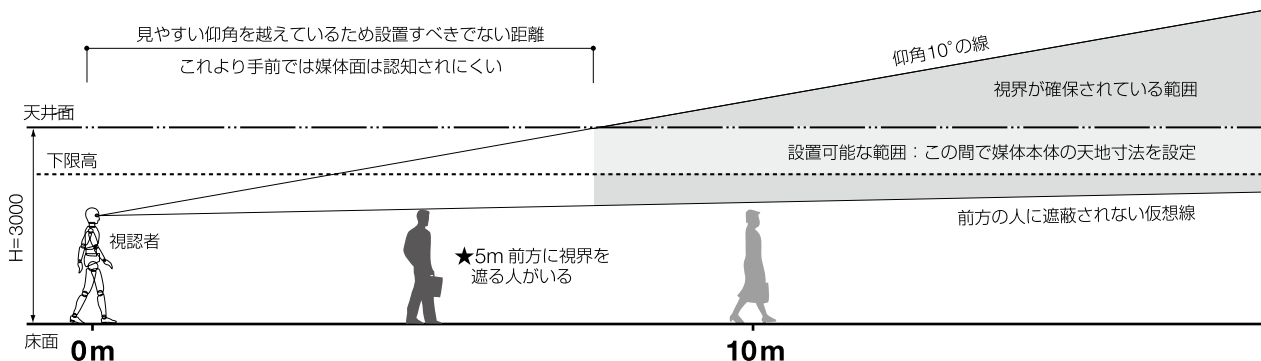
● A 図：視覚的に近距離からの訴求効果をもつ媒体面の見やすい範囲は、視認距離 1メートルの場合、床面から700~1,750mmとなり、媒体面の高さ寸法は B1判 (1,030mm) 相当になります。

● B 図：遠距離からの視認性をもつ媒体面の設置にあたっては、  
 1: 前方の歩行者に遮られないで仰角10度以内に視界を確保する範囲  
 2: 媒体面の下部に一定のクリアランスを設けた下限から上の範囲  
 3: 天井面の高さで決定される範囲の三条件で作出す空間を視認性と視覚効果の高い表示スペースとして設定します。

■ A: 近距離からの視認性をもつ媒体面の設置条件 (視点の高さと視野: mm)



■ B: 遠距離からの視認性をもつ媒体面の設置条件 (天井高 3000mm・★5m前方に視界を遮る人がいると仮定: mm)



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。

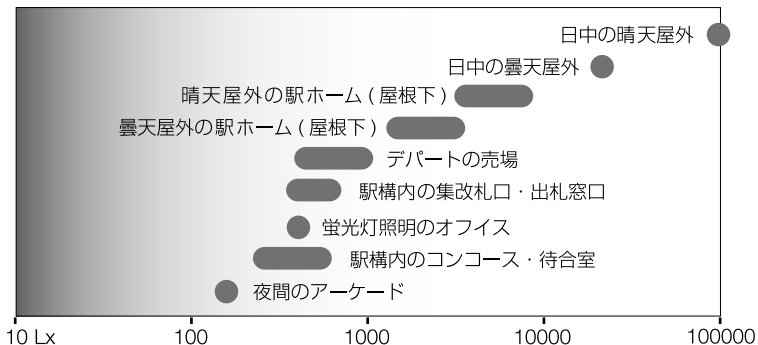
---

電柱広告・総合広告・図面情報

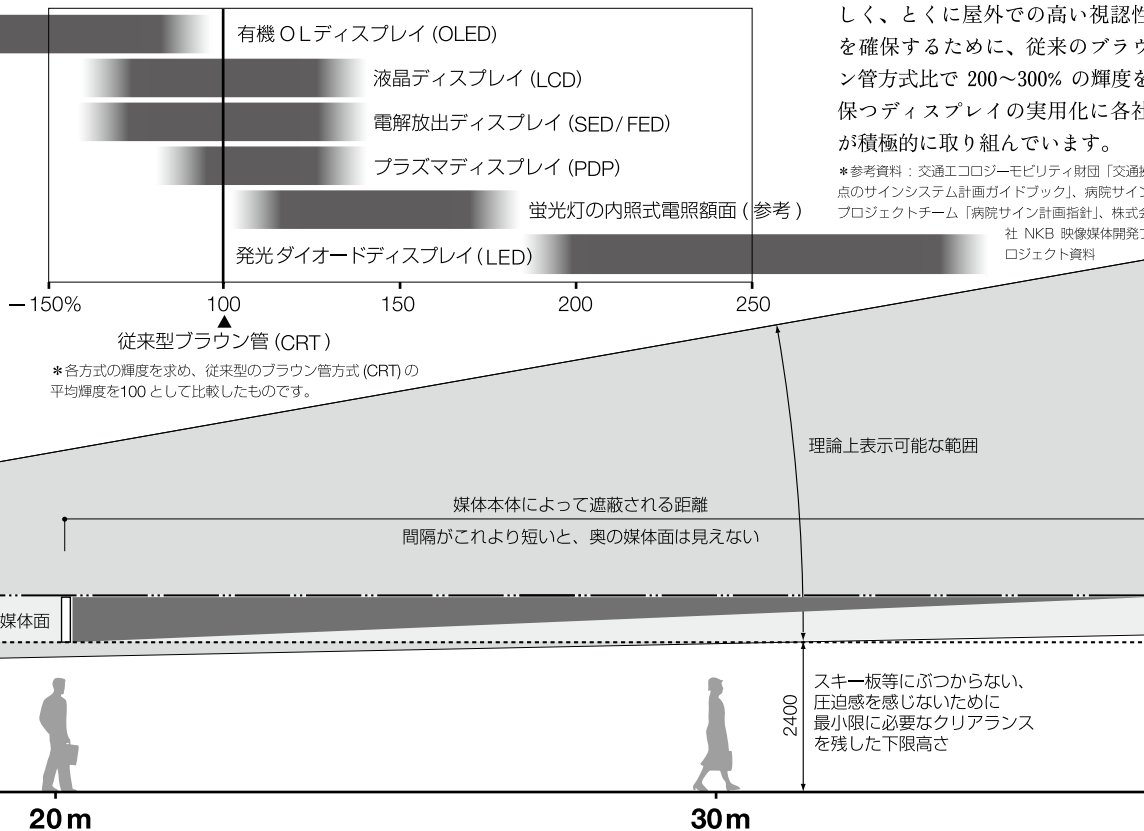
**東電広告株式会社**

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

■ C: 一般的な環境照度 (Lx)



■ D: 業務用ディスプレイ方式の輝度比較 (従来型ブラウン管を100とする指数)



● C図: 媒体面が設置される周辺環境の明るさ (照度=Lx:ルクス) は、媒体面自体の存在を認知させる“注目性”はもとより、視認性、可読性、訴求効果を左右します。

● D図: 環境照度は、とくにデジタルサイネージ画面や電照額面の明るさ (輝度=cd:カンデラ) と見え方に影響します。最近ではデジタルサイネージに使用する業務用ディスプレイの高輝度・大画面化、省電力化を目指す技術的進歩が著しく、とくに屋外での高い視認性を確保するために、従来のブラウン管方式比で 200~300% の輝度を保つディスプレイの実用化に各社が積極的に取り組んでいます。

\*参考資料: 交通エコロジー・モビリティ財団「交通拠点のサインシステム計画ガイドブック」、病院サインプロジェクトチーム「病院サイン計画指針」、株式会社 NKB 映像媒体開発プロジェクト資料

**新三越カード**

エム カード

**三越 M CARD**

エム カード ゴールド

**三越 M CARD GOLD**

**2010年4月誕生**

お問合せ是三越各店カードカウンターへ

**MITSUKOSHI**

# 千代田区麹町地区計画における屋外広告物規制

昨年12月21日に開催された平成21年度第2回東京都広告物審議会において「千代田区麹町地区計画における屋外広告物の規制」が承認され、22年1月の屋外広告物条例第9条に基づく規則改正を経て、規制が強化されることになった。

## 地域の個性や魅力を生かすための地域独自のルールについて

### 1. 地域独自のルール導入の経緯

東京都屋外広告物条例の規制は、都市計画法上の用途地域による一律・画一的な規制となっており、平成17年1月の「東京都広告物審議会」の答申では「東京の都市景観は多様であり、用途地域に基づく規制だけでは都内の地域特性にきめ細かく対応できない。」と指摘されている。

このことから「地域の個性や魅力を生かした広告景観を創出するためのルールを導入する必要がある。」ということになり、平成17年3月、東京都屋外広告物条例の改正など規定整備が行われ、地域のまちづくり等による独自の広告物規制を屋外広告物条例に基づく実効性のある規制にする仕組みを整備することとなった。即ち、条例に

○第9条「地区計画等で定めた広告物等の基準を規則で定めることができる。」

○第11条「広告誘導地区及びしゅれた街並みづくり推進条例に基づく街並み景観重点地区で定めた広告物等の基準を規則で定めることができる。」

との新たな条文が追加されたほか、既存条文を活用し、

○都、区等の景観計画で定めた広告物等の基準を第6条（禁止区域）、第8条（許可区域）に告示等で規則に定めていく、としている。

### 2. 地域独自のルールの仕組み

地域ルールの対象地区・計画は、地区計画や景観法に基づく景観計画、広告誘導地区、街並み景観重点地区、その他「地域ルール」の目的、趣旨に合致する地区・計画等で、都知事に申請し、都知事は広告物審議会に諮問、答申を受けた後、良好な景観形成、風致の維持などに寄与すると認められた場合、屋外広告物条例上の基準として条例施行規則に規定することになっている。

千代田区麹町地区計画は平成20年12月10日、千代田区告示第117号として決定された。（位置図参照）

地域はJR四ツ谷駅から皇居半蔵門までの国道20号線を中心とする各地区で、地域の特徴は東側に皇居や内濠、西側に外濠があり、江戸城の面影を残し、みどりや水と調和した街並みを形成、東西の両端をつなぐ麹町大通り（新宿通り）は、中高層の建築物が建ち並び、風格ある街並みを形成している。

目標としては、内濠や外濠の自然と調和した建築物等の建築や広告物の表示又は掲出を誘導し、良好な街並みの景観の形成を目指すとしている。

## 〈地区計画における景観形成に係る制限等〉

|                  |  |
|------------------|--|
| 建築物・工作物の主な景観形成基準 | ①外壁の色彩：高さが45mを超える建築物の外壁等の使用できる色彩を制限<br>②屋上目隠し等：建築物の高さ制限から4mを越える設置を禁止<br>③屋上機器、設置：配管類、室外機等は、位置や目隠し等を設ける等、配慮すること |
| 建築物等の用途制限（禁止用途）  | ①店舗型性風俗特殊営業等の用に供する建物<br>②パチンコ屋、ゲームセンター<br>③勝馬投票券発売所、場外車券場及び勝舟投票券発売所  |
| 屋外広告物表示の制限       | 「千代田区麹町地区計画における屋外広告物規制」のとおり  |

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

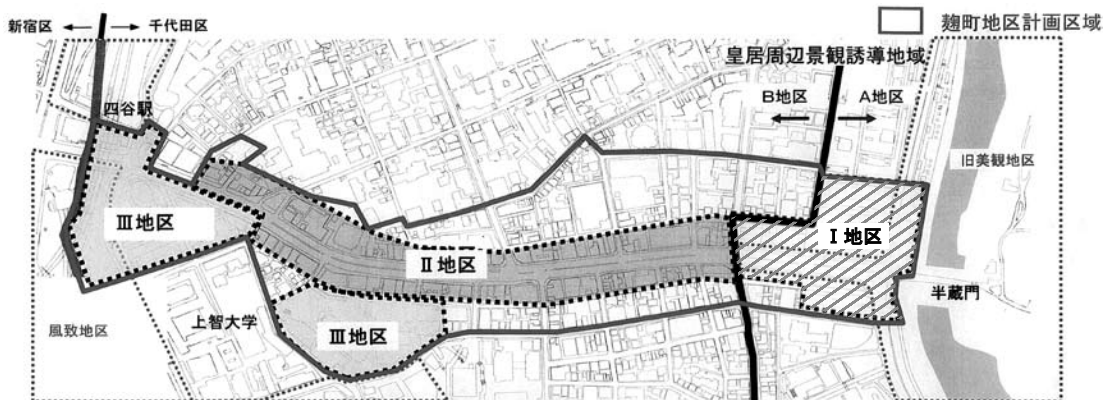
**SHUNKOSHA**

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

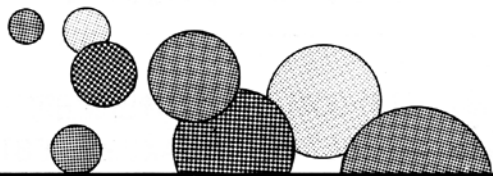
以上の千代田区麹町地区計画に定められた屋外広告物規制を東京都屋外広告物条例施行規則に規定することとなり、既存の不適合広告物については平成 22 年 2 月から平成 25 年 1 月までの 3 年間の経過措置期間内に撤去等をして頂くことになっている。

千代田区麹町地区計画における屋外広告物規制



| 地区                           | 地区計画における規制   |   | 条例上の基準 (参考)   |
|------------------------------|--|---|---|
| 皇居周辺地区<br><b>I 地区</b>        | <b>●禁止事項 (各地区共通)</b><br>①光源の点滅<br>②光源の赤色又は黄色の使用<br>③露出した光源の使用<br>④土地に直接設置する広告物で、高さ 10 m を超えるもの | <b>●禁止事項</b><br>①第三者広告物の表示・掲出<br>②1 建築物の表示面積合計が 10 m <sup>2</sup> 超<br>③屋上への表示・掲出 | ①第三者広告物の表示・掲出は可能<br>②一面の表示面積が 100 m <sup>2</sup> もしくは、50 m <sup>2</sup> 以内であれば可能<br>③屋上への表示・掲出は可能 |
| 麹町大通り沿道地区<br><b>II 地区</b>    | <b>●制限事項 (各地区共通)</b><br>設置高 10 m 以上である広告物について、一つの広告物の表示面積の 1/3 を超えて使用できる色彩を制限 (低彩度・低明度に抑える)    | <b>●禁止事項</b><br>①一面の表示面積が 20 m <sup>2</sup> 超の広告板や広告幕                             | ①一面の表示面積が 100 m <sup>2</sup> 以内であれば可能   |
| 外濠・上智大学周辺地区<br><b>III 地区</b> |  | <b>●禁止事項</b><br>①第三者広告物の表示・掲出<br>②1 建築物の表示面積合計が 20 m <sup>2</sup> 超<br>③屋上への表示・掲出 | ①第三者広告物の表示・掲出は可能<br>②一面の表示面積が 100 m <sup>2</sup> もしくは、50 m <sup>2</sup> 以内であれば可能<br>③屋上への表示・掲出は可能 |

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  
**東 広**  
 広告代理店

本 社 〒104-0045 東京都中央区築地1-12-22 コソフビル5階  
 Tel. 03(3546)1050(代) FAX. 03(3546)1060  
 町田支社 〒194-0021 東京都町田市巾着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

# 墨田区景観計画における屋外広告物規制

前述の「千代田区麹町地区計画における屋外広告物の規制」と同じく、「墨田区景観計画における屋外広告物の規制」が平成 21 年度第 2 回東京都広告物審議会において承認され、22 年 1 月の屋外広告物条例第 9 条に基づく規則改正を経て、規制が強化されることになった。

墨田区景観計画は平成 21 年 10 月 30 日、墨田区告示第 331 号として決定された。

目標としては、「水辺と歴史に彩られ、下町情緒あふれる『墨田風景づくり』の実現を目指す」もので、特定区域として 6 つの景観軸・拠点に分類し、地域特性に応じてきめ細やかな景観形成を目指すとしている。6 つは次のとおり。

- |              |                            |
|--------------|----------------------------|
| 1. 水と緑の景観軸   | 隅田川・荒川軸など                  |
| 2. コミュニティ景観軸 | 北斎通り軸など                    |
| 3. 新タワーへの眺望軸 | 新タワーへの眺めに配慮                |
| 4. 景観ネットワーク  | 旧街道や商店街等、区民のふれあいの場をネットワーク化 |
| 5. 都市景観拠点    | 錦糸町駅・両国駅周辺など               |
| 6. 歴史・文化景観拠点 | 旧安田庭園・向島百花園                |

## 〈旧安田庭園〉

- ①庭園の豊かな緑や歴史・文化的景観の保全・活用を推進する。
- ②周辺市街地における良好な景観形成と緑化の誘導を行う。

## 〈向島百花園〉

- ①すみだの原風景を伝える自然環境等の維持・保全を推進する。
- ②周辺市街地における良好な景観形成と緑化の誘導を行う。

## 《景観形成に係る主な制限等》

|                  |                          |  |
|------------------|--------------------------|--|
| 建築物・工作物の主な景観形成基準 | 高さ・規模                    | ①周辺建築物群のスカイラインとの調和を図り、著しく突出した高さの建築物は避ける。(建築物)<br>②庭園からの眺望を阻害する高さや規模とならないように配慮する。 |
|                  | 形態・意匠                    | 建築物全体及び隣接する建築物等との形態のバランスを検討し、特に庭園景観の背景にふさわしいおちついた形態・意匠とする。                       |
|                  | 色彩・素材                    | 外壁等の色彩や素材は、色彩基準（低明度、低彩度に抑える。）に適合するとともに、隣接する建築物や周辺環境との調和を図る。                      |
| 開発行為の主な景観形成基準    | 土地利用                     | ①良好な景観を形成するため、建築物の敷地の最低限度を 60 ㎡とする。<br>②電線類は道路を整備する際の地中化や、目立たない場所に設置するなどの工夫をする。  |
| 屋外広告物表示の制限       | 「墨田区景観計画における屋外広告物規制」のとおり |  |

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

以上の墨田区景観計画に定められた屋外広告物規制を東京都屋外広告物条例施行規則に規定することとなり、既存の不適合広告物については平成22年2月から平成25年1月までの3年間の経過措置期間内に撤去等をして頂くことになっている。

## 墨田区景観計画における屋外広告物規制

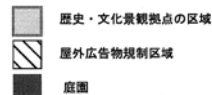
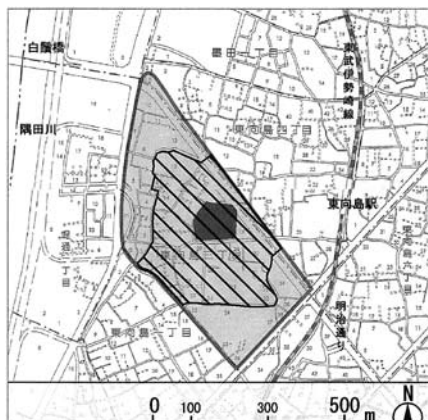
### 1. 規制エリア

屋外広告物の規制エリアは、下図①②に示す  の区域における地盤面から高さ15m以上の空間を禁止区域に設定する。

#### ①旧安田庭園



#### ②向島百花園



### 2. 屋外広告物の規制内容

上記の規制エリア内では、

- ①建築物の屋上に広告物を表示し、又は設置しないこと。
- ②広告物に光源を使用しないこと。
- ③建物の壁面を利用する広告物の色彩は、庭園景観と調和した低彩度を基本とし、一広告物の表示面積の3分の1を超えて使用できる色彩の彩度を定める。

《表示等の制限の例外》

建物の背後にある広告物など、庭園内から見えない広告物は、この規制を受けず表示することができる。

## 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**

〒141-0031 品川区西五反田3-6-30

富士フィルム五反田ビル2階

tel:03-5745-2280 fax:03-5487-0280

# 広告付きバス停留所上屋に関する特例許可の今後の取扱いについて

広告付きバス停上屋に関する特例許可の今後の取扱いについて、平成21年度第2回東京都広告物審議会において審議が行われ、今後、広告付きバス停留所上屋の申請がなされた場合、次頁の「手続」及び「枠組み、基準」に基づいて設置、掲出するものについては、特例許可として認めることが決議された。

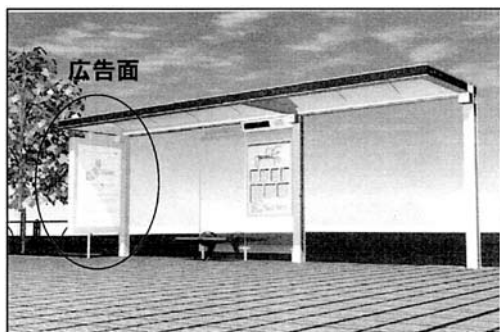
東京都は、広告付きバス停留所上屋について、道路は禁止区域のため、本来、第三者広告は掲出できないが、次の理由により特例許可とすることが相当と認めてきた。

## 〈バス停留所上屋の設置〉

- ・上屋デザインを統一することにより、街並みの良好な景観形成に寄与
- ・交通管理者、道路管理者の協議を義務づけることにより、歩行者の安全性を確保
- ・雨や風をしのげるようにすることにより、バス利用者の利便性を向上

## 〈広告物の表示〉

- ・広告デザイン審査統一基準等により、街並みの良好な景観形成に寄与
- ・広告板面の位置は、運転者の視界に入らないような向きにすることにより交通安全性に配慮
- ・広告料収入は、上屋の整備費・維持管理費に充当することにより、上屋の整備促進に寄与



バス停留所上屋イメージ

現在までの実績は次のとおり

今までの特例許可の実績（平成19年10月、21年2月）

| 設置者    | 設置予定箇所数 | うち整備済 |
|--------|---------|-------|
| 東京都交通局 | 100箇所   | 50箇所  |
| 東急バス   | 3箇所     | 3箇所   |
| 西武バス   | 11箇所    | —     |

高画質、高品質、鮮明なビジュアルなら・・・

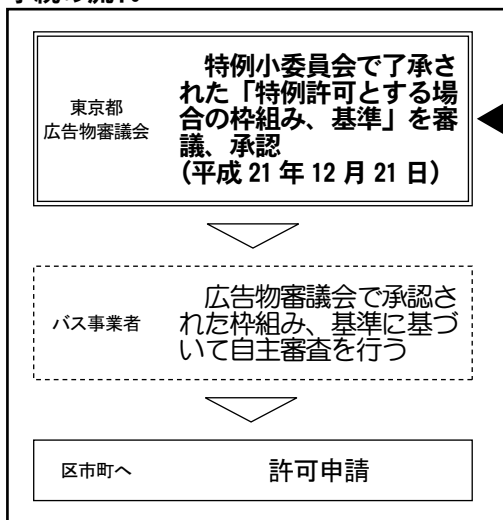
**ROBERTLAMCOLOR®**  
**PHOTOBITION**  
Japan - HongKong

**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



手続の流れ



特例小委員会で審議、了承された枠組み、基準

(社) 東京バス協会加盟の東京都交通局、民間バス事業者 15 社

バス事業者ごとに自主審査会を設置

以下の基準等に基づいて、バス停留所上屋及び広告を設置、掲出

- ・(社) 東京バス協会作成による
  - ①仕様・デザインガイドライン
  - ②バス停留所上屋運用統一基準
  - ③広告掲出審査統一基準
  - ④広告デザイン審査統一基準
- ・各バス事業者作成による
  - ⑤自主審査要領

さらに、バス事業者は自主審査会における審査状況について、第三者委員会による検証も実施

東京都・共同除却キャンペーンの除却枚数の推移 (平成 19 ~ 21 年度)

毎年 10 月に会員の皆様にご協力いただいております東京都の「捨て看板等の共同除却キャンペーン」の結果が発表されました。これまで 3 年間の実績は次のとおりです。ご協力ありがとうございました。

|          | 種 類 別 |         |        |      | 業 種 別   |        |      |         |        |
|----------|-------|---------|--------|------|---------|--------|------|---------|--------|
|          | 種 類   | 枚 数     | 率 (%)  | 業 種  | 枚 数     | 率 (%)  | 業 種  | 枚 数     | 率 (%)  |
| 平成 21 年度 | はり紙   | 5,436 枚 | 87.9%  | 金融業  | 173 枚   | 2.8%   | 金融業  | 173 枚   | 2.8%   |
|          | はり札等  | 382 枚   | 6.2%   | 不動産業 | 5,198 枚 | 84.1%  | 不動産業 | 5,198 枚 | 84.1%  |
|          | 立看板等  | 104 枚   | 1.7%   | 風俗営業 | 466 枚   | 7.5%   | 風俗営業 | 466 枚   | 7.5%   |
|          | 広告旗   | 263 枚   | 4.2%   | その他  | 348 枚   | 5.6%   | その他  | 348 枚   | 5.6%   |
|          | 計     | 6,185 枚 | 100.0% | 計    | 6,185 枚 | 100.0% | 計    | 6,185 枚 | 100.0% |
| 平成 20 年度 | はり紙   | 6,554 枚 | 86.5%  | 金融業  | 352 枚   | 4.6%   | 金融業  | 352 枚   | 4.6%   |
|          | はり札等  | 899 枚   | 11.9%  | 不動産業 | 6,609 枚 | 87.2%  | 不動産業 | 6,609 枚 | 87.2%  |
|          | 立看板等  | 51 枚    | 0.7%   | 風俗営業 | 163 枚   | 2.2%   | 風俗営業 | 163 枚   | 2.2%   |
|          | 広告旗   | 71 枚    | 0.9%   | その他  | 451 枚   | 6.0%   | その他  | 451 枚   | 6.0%   |
|          | 計     | 7,575 枚 | 100.0% | 計    | 7,575 枚 | 100.0% | 計    | 7,575 枚 | 100.0% |
| 平成 19 年度 | はり紙   | 7,896 枚 | 90.3%  | 金融業  | 1,680 枚 | 19.2%  | 金融業  | 1,680 枚 | 19.2%  |
|          | はり札等  | 675 枚   | 7.7%   | 不動産業 | 6,178 枚 | 70.6%  | 不動産業 | 6,178 枚 | 70.6%  |
|          | 立看板等  | 33 枚    | 0.4%   | 風俗営業 | 346 枚   | 4.0%   | 風俗営業 | 346 枚   | 4.0%   |
|          | 広告旗   | 141 枚   | 1.6%   | その他  | 541 枚   | 6.2%   | その他  | 541 枚   | 6.2%   |
|          | 計     | 8,745 枚 | 100.0% | 計    | 8,745 枚 | 100.0% | 計    | 8,745 枚 | 100.0% |

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スラボ。

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

**ICG** 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

## ～会員リレーコーナー～ 『私の譲れない話』

長田廣告株式会社 Network 事業部  
部長 山下 勝

私が入社した頃の当社は営業所数わずか15ヶ所程度の規模でした。入社3年目の頃、当時の方針である「全国展開」の動きに拍車がかかった時期となり、どういう訳か私に白羽の矢？が当たり、静岡・沼津・湘南（平塚）・北九州・熊谷・仙台・郡山・宇都宮・いわき・花巻・山形と各営業所の開設を担当し、最終的には現在の事業部東京事務所、その後の同事業部大阪事務所を立ち上げ今に至ります。（現在は67営業所に成長しましたが）

当時の開設方法は、単身で現地に入り、市場調査を兼ねた営業の後、事務所作り・人材募集・面接・新人指導、それを終わると次の開設へと向かうといった手順が殆どでした。静岡営業所開設から始まり現在まで約20年の連続単身赴任です。当然、妻と一人息子（当時3歳）と会うのは盆と正月の数日間という状態が現在も続いております。

このような事を言いますと、会社一筋の仕事馬鹿と見えるかも知れませんが、私自身考えたこともありません（妻子には多少気がひけますが）。自身の闘争心と申しますか、創造の達成感を求める自分勝手な場を与えてくれた会社と家

族に感謝しております。

しかし、当時から上司や周りから「健康に注意するよう」事ある毎に言われており、世間の「健康」を目的としたサプリメントや器具のCMが目についておりましたが、全く気にも留めず、タール14mgの某タバコ・アルコール50度の某バーボンを17年毎日愛飲し続け、挙句には「健康の為」と夢中？で努力を続ける人に「健康の為なら死んでも良いと思う人達」と揶揄する始末。

そんな私が3年前「脳梗塞」で入院、昨年末には「心臓血管4ヶ所のステント手術で入院」という羽目に陥り、手術・入院中には「健康」の大切さが身に染みしました。

現在も相変わらず仕事に追われる毎日ですが、毎月の検査は真面目に通っております。「バーボンからワイン」「タバコ14mgから1mg」へと変わりましたが、社長・同僚・部下・妻子の「止めれば？止めて！」の言葉と顔がその度浮かびますが、今のところ「譲れない」のです。「止められないのは、意志が弱い」に対し「止められないのは、意志が強い」と言い返す頑固さは死ぬまで変わらないのでしょうか。

# 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

## 法律相談コーナー

## 「売掛金回収を安全にするための基礎知識」〔第5回〕

回答者 弁護士 片上 誠之

Q) 売掛金の回収について、基礎的な法律知識を教えてください。(前号からの続き)

A)

## ④ 民事裁判

内容証明郵便による催促や調停手続等にもかかわらず、取引相手が支払ってこない場合には、民事裁判を起こすこととなります。裁判ですから、裁判所に訴えを提起し、「取引相手が売掛金を支払うべきだ」というあなたの主張が法的に正当であることを、証拠によって立証する必要があります。取引相手が、裁判で「売掛金を支払う必要がない」ということを反論してくれば、双方の提出した証拠をもとに、どちらの言い分が正しいのかを裁判官が判断することとなります。裁判に要する時間がケース毎に大きく異なりますが、早くても数ヶ月、長ければ1年以上という場合もあります。

なお、裁判を起しても、裁判所は必ず判決を言い渡す(どちらの言い分が正しいのか白黒はっきりさせる)というわけではなく、多くのケースでは、裁判官の仲介のもとで和解(話し合いによる解決)によって問題が解決されています。和解により問題を解決する場合、双方が互いに譲り合う必要がありますから、請求額全額を支払って貰えるわけではありません。ただ、交渉によって有利な和解(たとえば、請求額の90%をすぐに支払うという和解)が早期に解決することもあります。

## ⑤ 強制執行手続き

裁判で、取引相手に支払いを命じる判決が出された場合、通常は、取引相手は判決に従って支払いをしてくるはずですが、

しかし、場合によっては、判決を無視して売掛金の支払いに応じないこともあります。そのような場合には、裁判所に対して、取引相手に対する強制執行を申し立てることとなります。

強制執行とは、取引相手が所有する資産(不動産、預金、現金、自動車、売掛金などの債権)などを差し押さえ、それら資産を第三者に売却するなどして得られた金員を、判決によって認められた債権の支払いに充てるという手続きです。差し押さえをされると、銀行取引に大きな影響が生じるので、取引相手に対する大きなプレッシャーとなります。

## ⑥ 弁護士への依頼の時期

売掛金の回収については、①から⑤のようなプロセスを踏むこととなりますが、どの段階で弁護士に相談するのがよいのか、悩まれるかと思えます。顧問弁護士をお願いしている場合には、①の段階からご相談になることが大事です。初期の段階から顧問弁護士にご相談されていれば、事案によっては速やかな解決も可能でしょうし、裁判に至ってしまう場合であっても、よりよい選択肢を採ることが可能と考えます。特定の顧問弁護士がいけないという場合であっても、できれば、初期の段階から弁護士を探してご相談されることをお勧めします。

もし、できる限り弁護士に依頼せずなんとか自分で対応したい、という場合には、ご自分で対応することも不可能ではありません。市販の書籍などをご参考にされたらよいと思います。

(第二東京弁護士会・丸の内富士ビル石井法律事務所所属)

的確なメディア展開により 最良のソリューションへ導きます。

屋外広告・放送広告・交通広告・デジタルサイネージ事業



長田広告株式会社 交通課 東京オフィス

〒120-0034 東京都足立区千住1丁目11番2号 カーニープレイス千住8F Tel.03-5813-3317 Fax.03-3881-8155

# 情報発信

## 「世界で最も経済的でエコなラミネーター」

株式会社アクトン

代表取締役 鈴木 洋輔

我々広告業界に在っては、北欧のスウェーデンは非常にユニークな国であります。メディア関係では特段の良い製品は聞きませんが、工業国スウェーデンの精密機械業界は健在のようです。

スウェーデン製の「ロールス ローラー」と言う名前のコールドラミネーター機を見たり聞いたりした事はあるでしょうか。

これはフラットベッド型なので、作業台とラミネーターを一台で兼ねる優れたものであります。(ラミネーターを別に置くスペースが必要無いと言う事です)

ラミネーターローラーはたったの一本、この一台で最大厚さ7cmのものまでラミネートが簡単に、手早く綺麗に仕上げられます。簡単機構の為、保守も半永久的に必要としません。機器操作習熟の必要も無く、作業中フィルムしわも出来ず、気泡が入る事ありません。

ここで、この機器の利点(欠点はありません)を列挙してみたいと思います。

- 1) ラミネートフィルムは画像の大きさ分しか必要としない。(通常は、破棄してしまうリードフィルムが1m位必要で、



# 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

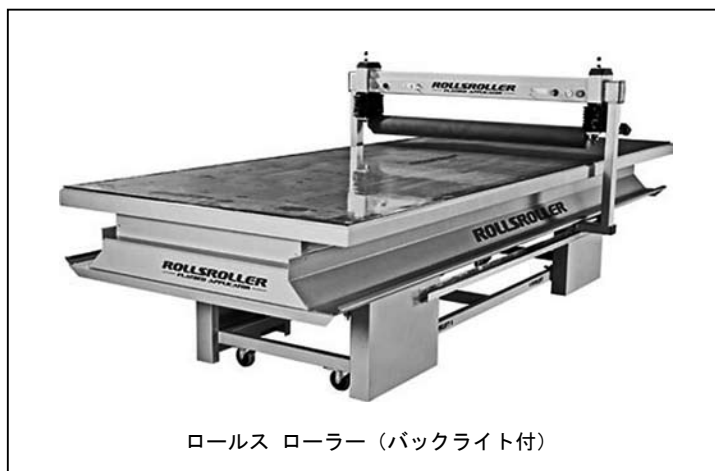
価格の高いフッ素フィルムはメーター当たり仮に¥500とすると、毎回この分は収益に反映せず損をしていることになる)

- 2) ラミネートする時、テンションがかからないので、仕上がり製品はカールすることがない。(フィルムの持っている特性は除く)
- 3) フィルムの装着時間は短縮され、素人でもしわを作ることなく貼れるので、通常のラミネート機で、時には生じるであろう失敗コストもない。
- 4) 製作作業時間の短縮に加えて、両面貼りも楽に出来る。
- 5) 標準のMDFボードの他に、バックライト機能を有する機器もあり、蛍光灯によりFF（フレキシブルフェイス）の位置合わせ、画像の貼り合わせが簡単に出来る。ライトテーブルとしての

使用も可能。

- 6) さまざまなオプションも充実していて、例えば横置きで貼る場合の受け台や作業台の高さ調整も出来るというように、痒い所に手が届く機器といっても過言ではない。
- 7) 機器は2 m 50 cmの長さだが、10 m迄の機種もあり、ローラー幅は1400 mmあるので一般的には充分と思われる。最大幅2050 mmの製品もある。

設備機器導入の際には、購入時の機器の価格で決定することが多いと思いますが、仮に一日三回ラミを貼るとして、フィルム単価  $\text{¥}500/\text{m}^2 \times 3 \times 25 \text{日} = \text{¥}37,500/\text{月} \times 12 = \text{¥}450,000/\text{年}$  のコストカット、更に作業時間の短縮も含め、生産性の向上は間違いのないと思われますので、是非一考されることを期待致します。



ロールス ローラー（バックライト付）



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1-6-21  
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

## 看板コラム (第3回)

### It don't come easy ~そう簡単にはいかないの

株式会社商業界 出版教育事業第1部  
部長 工藤 澄人

「霞食って生きていくわけにはいかないだよ」  
1984年放送のNHK大河ドラマ「山河燃ゆ」で、西田敏行が松本幸四郎に啖呵を切るシーンがあった。これがなぜかいたく私の脳裏に焼きつき、以後、私は、その半生において、「霞を食って生きているわけじゃないんだから」という言葉を頻発するようになる…。

ということは、本題とは何の関係もないが、確かに、霞を食って生きていける人間がいないように、空気を売って売上げる商売人はいない…。

のだが、現実には「経験」という名のあとには目に見えるものは何も残らない空気のようなものを売っていかなければ、食っていけないかの如き時代になった。

早い話が、世の中みんな、ディズニーランドのような商売をしないと生きていけなくなった、と言っても過言ではないような気にさせられる今日この頃である。

その昔、ベストセラー「さおだけ屋はなぜ潰れないのか」の著者、山田真哉氏がインタビューで、「公認会計士として、相談者のコンサルティングをしていて、本当に値打ちがあるのはこちらが話している内容なのだが、終わった後、今話していたような内容が載ったモノとしての冊子を欲しがる人が非常に多い」といった趣旨の発言に出くわしたことがある。日本人というか、現代人の「モノ信仰」は根強い。

それはそれで、焼け野原からスタートした60年前からつい最近まで、「お金を出す」と言ったらその対価として何か目に見えるものを手に入

れるというのがほとんどだった。

もちろん、映画だ、ディスコだ、クラブのおねーちゃんだといった「経験を買う」という商品も多々あった。それでも、圧倒的にモノの無かった所からスタートした手前、「モノ」という市場への欲求はあまりにもでかかったし、何より需要が見つけやすかった。

早い話が、テレビというものが「見ることしかできなかった」時代に、「録画する」という商品を開発したら、一気にみんなが飛びついた。

ところがそれから30年、画像がきれいだ何だと言ったところで、今新たに高品質の録画機材を世に送り込んだとして、ビデオ初登場当時の爆発的拡大浸透ぶりは望むべくもない。

「確かに、いい商品かもしれないけれども、それに準ずるだけの性能の商品は持っとる」、と。ここに世の中こぞって簡単には業績を上げられない原因があると思う。

巷間、評論家のみなさまが、「企業の側の需要の創造が足りないから日本経済は停滞しているのだ」という話をするが、これまでほとんどモノを売って食べてきた人々が、「あとに残らないものを売って売上げを上げる」、と言われて、そう簡単に新しい商品やら市場やら需要とやらを思いつきますか？ 私はそう簡単には思いつかないと思う。

だって、そもそも、新しい需要を生み出すような「発想優先型」の教育を受けてないんだもの。みんな一緒に暗記しましょう、一番暗記できた人が偉いんです、という基準の教育だったんだもの。だから…。(つづく)。

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

# TOAA川柳

## 題 日本酒・和食・木造他自由題

|   |            |
|---|------------|
| 三箇日和食カレーが出番待ち<br>どちらかと言えば和食と命名す<br>日本酒は止め焼酎に留め置かれ | (吉原千晃)     |
| アルコールゼロのビールでハイテンション<br>閉店をすると決まって客入る              | (東比呂志)     |
| ほどほどを許さぬ日本酒狂い水                                    | (尾崎樹(たつる)) |
| おふくろの味皆同じつゆの素                                     | (橋本洋子)     |
| おせち食べ和食に飽きたお正月                                    | (入江佐保里)    |
| 日本人和食離れでメタボ人                                      | (奥本あゆみ)    |
| パパ止めて料理酒だけは飲まないで                                  | (望月久美)     |
| 樽酒の香りの中で飲む菓                                       | (山下勝)      |

\*\*\*\*\*

|      |  |
|------|--|
| 次号の題 | デフレ、万博、エコ、その他自由題といたします。<br>お気軽にご投句ください。              |
| 締切   | 平成 22 年 3 月 31 日(水)必着<br>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<br>〒100-0005 千代田区丸の内 3-2-2 東商ビル7階  |

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22年1月8日（金）午後4時  
 場 所：㈱春光社 会議室  
 出席者：石原委員長、山下、仲村各委員、事務局 片上、三須  
 議 題：1. 「TOAA REPORT」3月号の編集について  
 2. 「TOAA REPORT」インターネットホームページ掲載について

### ◎新公益法人特別委員会

日 時：平成22年1月21日（木）午前10時  
 場 所：協立広告㈱ 会議室  
 出席者：廣邊委員長、間宮副委員長、小野寺、谷、小林、阿部、稲川各委員、堀井公認会計士、事務局 片上、三須  
 議 題：1. 公益法人移行申請に関する公認会計士への業務委託について  
 2. その他

### ◎平成22年広告界合同年賀会

日 時：平成22年1月6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 1,650名が出席されました

(異動)

### ◎住所変更

東京レクラム㈱  
 〒151-0053 渋谷区代々木3-24-3  
 第一梅村ビル2F  
 TEL 03-6300-4511  
 FAX 03-5365-2526

### ◎退 会

㈱ラボ・銀座 社長 山本 孝一氏（個人）

### 第80回定期総会開催のご案内

日 時：平成22年3月10日（水）  
 午後3時30分～5時  
 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22年度事業計画案について  
 2. 平成22年度収支予算案について  
 3. 公益法人移行申請に伴う定款・規則等の一部改正について  
 4. その他

TOAA REPORTが2009年分から  
 東京屋外広告協会ホームページで  
 ご覧いただけるようになりました。  
 ご活用下さい。

<http://www.ad-nikko.co.jp>

## 伝えることが仕事です。

おかげさまで60周年  
総合広告代理店

## 株式会社日広通信社

〒102-0083 東京都千代田区麹町5-3ニュー麹町ビル TEL.03-3263-3521(代) FAX.03-3263-3509



サイン・ディスプレイ/POP制作

電柱・交通広告/マスメディア

デザイン・印刷物・販促プランの提案

展示会トータルプロデュース

出展ブース企画・運営