

「失われた10年」に学ぶ

社団法人 東京屋外広告協会
 副会長 滝 久 雄



日本の経済は、三度目の「失われた10年」に入ってしまうのでしょうか。伊藤忠商事の丹羽宇一郎さんがある会合でおっしゃっていたのですが、このまま日本が3度目の「失われた10年」に入り、ますます経済力が弱くなると、国際社会で発言力を確保することなどできるはずがない、誰も日本の意見に耳を傾けてくれなくなってしまう、と。これには私も同感です。

私は一昨年(2008年)の9月、中国天津で開催された夏季ダボス会議に出席しました。折しもリーマンショックの直後だったので、過去にバブルの崩壊の経験をしている日本が世界のために役立てることがあるのではないかと思っていたのですが、実際には参加者たちからは中国に期待する声が多く、世界経済を立て直すリーダーとして、日本に期待するという声はほとんど聞こえてきませんでした。

しかし、日本にはまだまだ大きなポテンシャルがあります。ただ、政治と国家が連動していないように感じられます。その証拠に政府が景気は多少上向き云々と言っても、中小企業の世界にその実感はまったくないと思います。

今我々にできることはなんのでしょうか。それは、「失われた10年」の経験から学び、生かすことにあると思います。では「失われた10年」から何を学んだのか。それは失敗に対してはすぐに最善の策を尽くせ、という当然のことです。最善を尽くせば早く立ち上がることができる、早く立ち上がれば早く損失も取り戻せるし、前向きな人材も育つはずで、それができれば、日本は再び世界でリーダーシップを発揮できることでしょう。今が日本にとって、ぎりぎり、ラストチャンス。ともにがんばりましょう。

最後にご報告をさせていただきます。私は井上会長からお誘いを受けまして、10月に予定されている東京商工会議所1号議員選挙に立候補することになりました。東京屋外広告協会の代表として、1号議員を長年勤められた弘亜社の栗原会長がお辞めになるにあたり、強く推薦をいただきました。屋外広告の発展、中小企業の発展のために微力ではありますが、可能な限りがんばる所存でおります。選挙までの準備期間が短いこともあり難しい側面もありますが、ぜひ皆様のお力をお借りしたく、応援をお願いいたします。本来なら参上いたしましてご挨拶申し上げるべきところではありますが、まずは紙面をお借りしてご挨拶申し上げます。

(株式会社NK B 代表取締役社長)



21世紀のメディアはローヤルカラーにおまかせ下さい。

地域特性を理解したデザイン表現

— 景観の構成要素と、街の機能の視点から —

東電広告株式会社 販売企画部
デザイングループマネージャー(部長) 原田 明

一般的に、屋外広告では訴求力の高いデザイン表現が好まれます。しかし近年では景観法などの規制が厳しさを増し、この考え方に変化が見られるようになりました。「景観は共有の財産」との見方が強まる中、屋外広告にも景観との調和が求められてきています。屋外広告は、建物やストリートファニチャー(街路灯などの路上設置物)と同じように景観を構成する要素の一つです。それらが設置される地域の景観と街の機能を十分に理解し、「躍動」「先進」「憩い」「伝統」「調和」「安穏」などの

繁華街



SHIBUYA
【ケシキ】

「エネルギー」「活気」などのイメージがあり、様々な形態・色彩の広告が溢れるエリアです。飲食店や、家電専門店など、街を形成する店舗の傾向は街ごとに異なり、それぞれの個性をつくっています。そのため利用者層にも、若者やファミリー、年配の方など一定の傾向が見られるので、その違いを意識しましょう。

オフィス街



NISHI-SHINJUKU
KESHIKI

高層ビル、ガラスウインドーなど、比較的、人工素材やモノトーンの印象が強いエリアです。ビジネスの情報発信の場として「理的」「シャープ」「先進的」などのイメージがあります。シンプルでありながら、個性をさりげなく主張する、品位のあるデザインが調和します。露骨で派手な表現は、景観を壊すことがあります。

住宅街



けしき
・世・田・谷・

街並みに連続性や統一感が見られ、暮らしとの関連が深いため、住民の景観意識が高いエリアです。適度な静けさがあり「くつろぎ」「憩い」などのイメージを持ちます。個性を強く表すよりも、視認性と可読性に配慮し実用性を重視します。シンプルさを基本としたデザインに、街に暮らす人々を意識した表現を加えます。

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

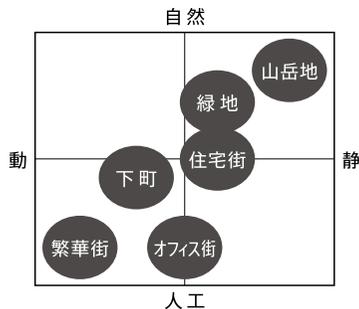
東電広告株式会社

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

コンセプトを立てることが必要です。

法や条例で制限されやすい項目には、大きな広告や高い設置位置、彩度が高い色などが挙げられますが、デザイン表現の手段はそれだけではありません。色彩や書体、レイアウトなどを上手に選定して組み合わせれば、その地域の景観に調和し、街の機能に合った屋外広告を創ることができます。掲出する地域の「視覚的な構成要素」、さらには「機能と役割」を理解したデザイン表現の心がけがポイントです。

景観調和の考え方では、色彩計画が大きな比重を占めますが、書体やレイアウト、アクセントなども見え方の印象を大きく左右します。以下に作例を掲載しますので、ご参考にしてください。



【各エリアの比較】縦軸は景観の構成要素を、横軸は人の動きを表しています。

下町



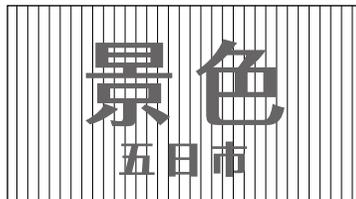
日本家屋が並ぶエリアで「伝統」「人情」「懐かしさ」などのイメージがあります。低彩度の景観が多く見られ、色彩の幅は狭く感じられますが、存在する一つひとつの要素に味わい深さがあります。古来から伝わる様式に習い、縦書きや筆文字の利用を検討します。観光で訪れる外国人にも配慮し、英文表記があると親切です。

緑地



並木道や、緑の多い公園を取り巻くエリアです。人々が安らぐ場として「快適」「落ち着き」「健康的」などのイメージがあります。有機的な曲線や、太過ぎない書体など、ナチュラルさを感じさせる表現が調和します。樹木の種類によって、葉の形や花の色、季節ごとの様相が異なるので、その違いも意識すると良いでしょう。

山岳地



山岳地、もしくは自然豊かな幹線道路エリアには「清々しさ」「のどかさ」など、悠々としたイメージがあります。情報伝達の機能だけでなく、豊かな景観を崩さないための配慮が強く求められます。自然景観に同調させる縦格子などのテクスチャー、グレーや濁色などを活かしましょう。完全な黒や白は、浮いて見えがちです。

新三越カード会員募集中

三越 M CARD
三越 M CARD GOLD



新三越カードお問い合わせセンター ☎0120-48-3254
受付時間: 午前10時～午後6時



MITSUKOSHI

ネオンとLEDの比較共同研究調査結果について

社団法人 全日本ネオン協会
技術委員会

今回「ネオンとLEDの比較共同研究」について掲載できることは、共同研究の成果を広く知っていただくためにも誠に有意義なことと感謝しております。

近年サイン用光源としてLEDが多く使用されるようになり、既存の光源との比較が問題になるものの屋外サインの代名詞であるネオンサインとの公正で明確な比較データがなく業界のニーズが高まっていました。

今回LED照明推進協議会（以下JLEDSと表記する）と全日本ネオン協会（以下全ネ協と表記する）が共同でかつ公平な条件で比較したデータが得られたことは、これまでにない非常に貴重なもので、ネオンサインもLEDと同じ省エネ光源のひとつであることが検証できたものと認識しております。

以下頁数も限られますが、共同研究の一端をご紹介します。詳細内容は、JLEDS及び全ネ協のHPに掲載されていますので、そちらも併せてご覧いただきたいと存じます。

1. 全体概要

(1) 研究期間

研究期間は、2007年6月から2008年5月までの第一次共同研究（平成19年度）と2008年10月から2009年9月までの第二次共同研究（平成20年度）の2回にわたって実施した。

(2) 目的

「本当にLEDが省エネなのか」「ネオンに対し見え方はどうか」などの課題に関して両者共同研究による知見をもって、各業界に都合のよいデータではない真実のデータを取得し、対外発信することを目的とした。

(3) 物理特性の測定

公正さを保つため、同一形状で、極力近い輝度で、同一場所・同一測定機器・同一人による測定を実施した。

平成19年度では、白色光源による大型（H700×W1600の長方形）・中型（H600×W800のN型）・小型（H300×W400のN型）及び光源露出式と内照式サインをそれぞれ製作し、測定した。（写真1）

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

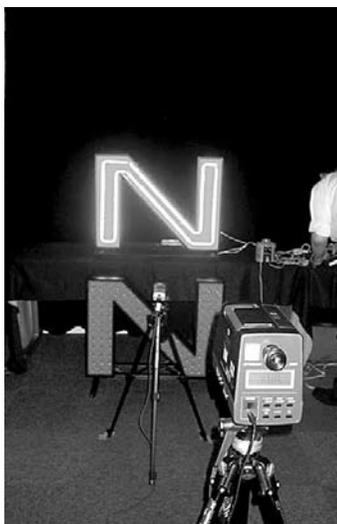
〒104-0031 東京都中央区京橋2-4-12 京橋第一生命ビル5F TEL.03-3272-1941(代) FAX.03-3272-1949



(写真 1)

平成 20 年度ではカラー光源（赤・緑・青）による前回の中型露出光源式で測定した。

基本測定は、パナソニック電工㈱東京本社 2 F 照明実験室にて測定した。(写真 2)



(写真 2)

(4) 視認性確認実験

サインは、人が見るものなので、アンケート方式として調査することとした。

平成 19 年度は、東芝ライテック㈱横須賀事業所で 5 評価項目（明るさ感、鮮明さ、やわらかさ、斬新さ、好感度）と 5 段階評価で、各団体 15 名計 30 名で評価した。

(写真 3)



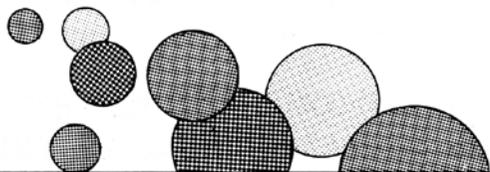
(写真 3)

平成 20 年度は、㈱昭和化成福生工場内で 3 評価項目（明るさ、違和感、好感度）と 5 段階評価で全ネ協 10 名、JLED S 5 名計 15 名で評価した。(写真 4)



(写真 4)

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

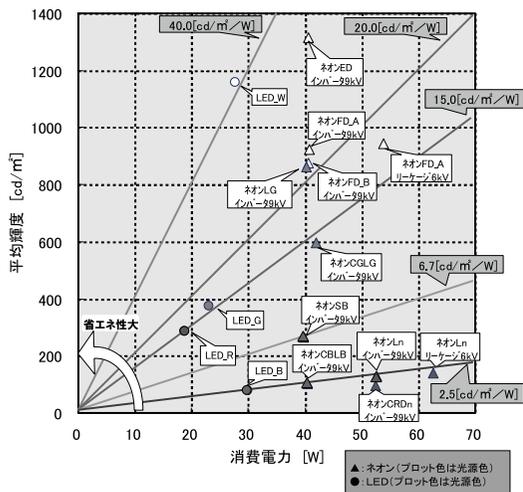
株式会社
広告代理店 **東 広**

本 社 〒104-0045 東京都中央区築地1-12-22 コソビル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

2. 物理特性測定結果のまとめ (平成19・20年度)



(消費電力ー平均輝度ー散布図)

図の見方は、横軸に消費電力、縦軸に平均輝度 (cd / m²) をとったものである。

消費電力が少なく、平均輝度が高いものが効率が良い、言いかえると省エネであることになる。従って、グラフにすると角度が高い方が省エネであることになる。この見方で以下考察する。

大別すると、15 cd / m² / W 以上のグループと 6.7 cd / m² / W 以下のグループに分かれる。

省エネ性の高いグループは、白色LED・白色ネオン (ED管・FD管)・緑色ネオンと緑色・赤色LEDで、省エネ性の低いグルー

プは、青色LED・青色ネオン・赤色ネオンとなった。

中でも省エネ性の高いのが白色LEDと白色ED管 (三波長タイプ) となった。

カラーについては、色により傾向が分かれた。赤では、LEDが圧倒的に効率が良い。

緑色では、ネオンはLEDと同等以上の省エネ性を有しており、ネオンの蛍光管タイプ (LG) はLEDを上回っている。青色については、全体に省エネ性が低いLEDとネオン着色管タイプ (CBLB) が同等の省エネ性で、ネオンの蛍光管タイプ (SB) が一段と高い省エネ性を有している。

上記の結果から、省エネ性だけで見ると一部カラー光源が若干劣る結果となったが、一般的な屋外サインでは、白色ベースでカラーは装飾色として使用される場合が多い。サインとしては、白色とカラーの組み合わせは必要不可欠といってよい。また、サインは省エネ性だけで語られるものではなく、アイキャッチ効果や視認性などその他の評価項目も多い。

従って、明るさと消費電力のバランスを考慮すべきで、今回の結果は光源設定のあくまでも目安と考えるべきである。

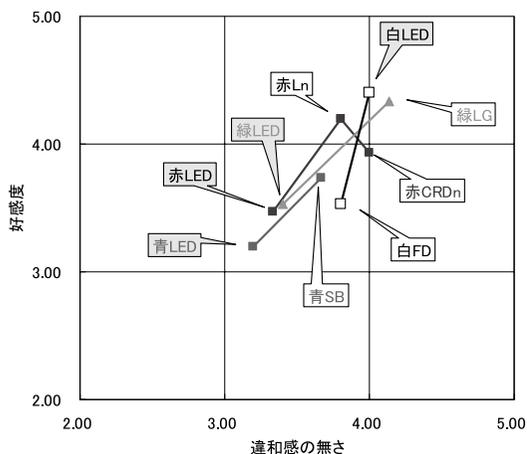
あらゆるニーズに応えます。

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

3. 視認性試験実験結果のまとめ



白色について、現地実測では露出LEDの輝度が一番高いにも関わらず視認性実験では、露出ネオンが一番明るく感じるという結果となった。これは、ネオンが三波長タイプだったことから明るさ感が高い評価となったと思われる。

また、中型パネルLEDは、パネルタイプでは現地実測で輝度が高かったにも関わらず視認性実験では最も暗く感じるという結果となった。これは色温度が他の光源と比べ低かったため暖色系に見えたためと推定される。カラーでは、緑色と青色では、「明るさ」が高いほど「好感度」も上がる傾向があり、明るいサインほど好ましく、違和感が少ない傾向となった。

ただ赤色だけは明るいサンプルの「好感度」「違和感」において逆の傾向となった。赤色については、明るすぎない適切な明るさにする必要があるといえる。

4. 全体のまとめ

今回の共同研究で得られた知見を生かし、実際の具体的な使用についてはネオンとLEDのそれぞれの長所を生かし、最適な組み合わせを模索すべきである。

ネオンについては、チャンネルを使わないチューブオンリーネオンや独特のノスタルジックな雰囲気などネオンしかできないサインもあり、微妙な色のバリエーションも豊富である。

一方LEDについては、工場の大量生産であるため品質面のバラツキを少なくできる。また細かな映像表現はLEDの独壇場である。しかしコスト面ではまだ割高であることも事実である。

以上のことから両者の特徴を生かしたハイブリッドサインを誕生させることも一つの方向性といえる。

以上

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

エフ アイ ピー 株式会社

〒141-0031 品川区西五反田3-6-30
富士フィルム五反田ビル
tel:03-5745-2280 fax:03-5487-0280

平成22年3月に株式会社 日発アイ・ピーは社名変更致しました。

台東区屋外広告物の規制について

屋外広告物とは

(屋外広告物法第2条)

「屋外広告物」とは、常時又は一定の期間継続し屋外で公衆に表示されるものであって、看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれに類するものをいいます。

このように屋外広告物とは、建物の屋上や外壁に設置されている会社名等の商業広告だけでなく、常時又は一定の期間継続して屋外で公衆に表示されるものであれば、たとえ文字で表示されなくても（絵、商標、シンボルマーク等）屋外広告物ということになります。

「屋外広告物」に該当するものの例

- ・建物の外壁、塀等にかかれた文字、絵、イラスト等
- ・電光ニュース板
- ・目的地への案内誘導標識

「屋外広告物」に該当しないものの例

- ・建物又は自動車の窓ガラス等の内側から表示されるもの
- ・サーチライトなど単に光を発するもの
- ・野球場、遊園地等の施設内に表示し、その構内に入る客など特定の者を対象とするもの

広告物を表示する場合に受ける規制

第一種・第二種低層住居専用地域、第一種・第二種中高層住居専用地域、風致地区、寺社、教会などの境域内、都や区が管理する公園・運動場・動物園など、学校・病院・図書館などの敷地内又は官公署の敷地内、都市高速道路、鉄道等の沿線等

広告物を表示することができない物件

橋（歩道橋をふくむ）、高架道路、街路樹、郵便ポスト、公衆電話ボックス等

規制の適用が一部除外される広告物

(条例第13条)

社会生活上必要な最低限の広告物について、広告物の掲出目的、掲出面積などが一定基準に適合するものに限って、地域的規制、物件的規制、手続き上の規制が適用除外されます。

自家用広告物の適用除外についてはホームページを参照

許可を受けずに禁止区域、禁止物件を表示できる広告物

1. 選挙ポスターなど他の法令の規定で表示するもの
2. 国や都区などが公共目的で表示するもの
3. 公益を目的とした行事や催事のために表示するもの、講演会、展覧会、音楽会などのために表示するもの
4. 自家用広告物（自己の氏名、店名、商標、営業内容などを表示するもの）で『自家用広告物として認められる適用除外基準表』に適合するもの
5. 祭りのちょうちん、葬式の花輪など

屋外広告物の表示には許可が必要です。

(東京都屋外広告物条例「以下条例という」第8条)

台東区内で屋外広告物（適用除外を除き）を表示する場合は、台東区長の許可を受けてください。

許可を受けるときの手続き

(東京都屋外広告物条例施行規則「以下規則という」第1条)

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

1. 新規の場合

屋外広告物許可申請書に次の図面を添付し、二部提出してください。

★掲出場所の案内図、付近図

★建物の立体図、取付位置図

★広告物の仕様、設計図、デザイン図（着色のもの）、建築確認証（工作物）が必要な場合は必ず添付する。

★建物や土地の使用承認書、手続き等の委任状

★総量規制を受けるものは全壁面と既設の広告物の状況を知りうるもの

★屋外広告物管理者届 ※広告板及び広告塔は大きさによって必要です。

なお、取付完了後は、直ちに取付完了届及び写真（カラーサービス版）を提出すること。

2. 継続の場合

屋外広告物許可申請（継続）書に次の書類を添付の上、期間満了前に手続きしてください。なお、継続期間満了前に通知いたしますので、速やかに提出してください。

★屋外広告物継続許可申請書、掲出場所の案内図、3ヵ月以内に撮影した広告物の写真（カラーサービス版）

★屋外広告物自己点検報告書

★建物や土地の使用承認書、手続き等の委任状

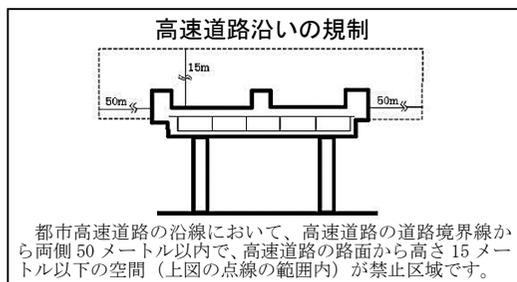
3. 変更の場合

広告物の広告主の住所や氏名に変更があった時、屋外広告物広告主変更届を提出してください。

広告物の管理者の住所や氏名に変更があった時、屋外広告物管理者変更届を提出してください。

広告物の種類や大きさに変更があった場合は、新規の取扱いとなります。

書類の提出先はいずれの場合も台東区都市づくり部道路交通課占用担当（TEL 03-5246-1307）になります。



東京都景観計画に基づく規制

文化財庭園等景観形成特別地区が定められています。

他の法令等による規制

屋外広告物の許可の他に、次のような場合はそれぞれが決められた手続きが必要です。

① 広告物を道路上（上空も含まれます）に掲出する場合

● 道路法に基づく道路占用の許可が必要となります。

区道：台東区役所道路交通課 03 (5246) 1303

都道：東京都第六建設事務所 03 (3882) 1232

国道：東京国道亀有出張所 03 (3600) 5541

● 道路交通法に基づく道路使用の許可が必要になります。

各所轄警察署交通規制担当

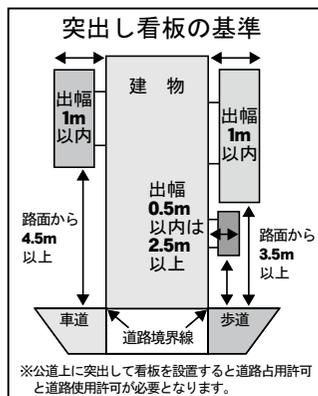
② 広告塔・広告板などの高さが4メートルを超える場合

● 建築基準法に基づく、工作物の確認が必要となります。

台東区都市づくり部建築課建築担当

③ 景観まちづくり条例に基づき、事前の協議を受ける必要があります。

台東区都市づくり部まちづくり推進課



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

法律相談コーナー

「経営合理化に関連する労働問題」〔第1回〕

回答者 弁護士 片上 誠之

Q) 経営合理化に関連する労働問題について解説して下さい。

A)

1. はじめに

昨今の経済情勢のもとでは業績を維持することは厳しく、費用をぎりぎりまで切り詰めることで厳しい時期を乗り切らざるを得ないことも少なくありません。費用削減といっても日常業務に使用する経費の節減から、事業所の統廃合、取引先の見直しなど様々なケースがあります。できれば、人件費には手をつけられない形での費用削減によって、厳しい情勢に対応できれば望ましいことは言うまでもありませんが、事情によっては、どうしても人件費を削減せざるを得ないこともあります。

人件費を削減する方法にも様々な対応策があり、やむにやまれぬ最終的な手段として整理解雇が位置づけられます。人件費の削減策を講じるに当たっては、労働法規に反しないよう十分に留意する必要がありますので、今回からは数回に分けて経営合理化に関連する労働問題についてお話をいたします。

2. 人件費削減のための方策と法的な注意点

(1) 賞与の削減、定昇停止

人件費削減のための初歩の方策として

は、賞与削減や定昇の停止があります。

賞与の支給や定昇は法律上義務付けられているものではありません。そこで、就業規則や労働協約により義務付けがされていない限り、使用者の裁量で、賞与の削減、定昇停止を実施することが可能です。ただし、就業規則や労働協約で義務付けられている場合には、これらの変更のための手続をとる必要があります、使用者が一方的に実施することは出来ません。

(2) 時間外労働の停止

次に考えられるのは、時間外労働をやめることです。時間外労働は、使用者の業務命令で労働者が行うものですから、使用者が業務命令を行わなければ、時間外労働は停止されることとなります。受注が減少し、業務が減少している場合などは、時間外労働を停止させることが有益です。時間外労働を行わせた場合、通常25%増しの単価（午後10時以降の労働には50%増し）にて賃金を支払う必要がありますので、時間外労働を停止することは人件費の抑制に一定の効果があります。

【次号に続く】

(第二東京弁護士会・丸の内富士ビル石井法律事務所所属)

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

東京マラソンに伴う浅草・雷門周辺における共同除却活動報告

台東区役所の呼び掛けにより、東京マラソン開催に伴う「捨て看板等の共同除却キャンペーン」が去る2月19日実施され、当協会からは下記の2社にご参加いただきました。ご協力、まことに有難うございました。

株式会社東広

日本広告株式会社（台東区）

『文の京 都市景観賞』作品募集について

文京区は良好な都市景観を保全するため、文京区内の優れた景観について顕彰する標記事業を毎年、実施している。賞の種類は次の4部門。

- ・景観創造賞
建築物・道路・公園など文京区のまち並みにふさわしい景観を新たに創造しているものを表彰
- ・ふるさと景観賞
身近に親しまれ「心のふるさと」として景観形成に貢献しているものを表彰
- ・景観づくり活動賞
美しいまちづくりに貢献している住民、団体の活動を表彰
- ・景観広告賞（昨年から新設された賞）
周辺景観に配慮し、及び調和している優れた屋外広告物を表彰

八重垣煎餅（第9回文の京 受賞事例）

「味のある書体と人の目にやさしいデザインは、のれんや瓦の小庇などの店のしつらえとともに、地域に親しまれる広告として、文の京の景観づくりに貢献しています。」

推薦者 中村暢子さん



第10回文の京 都市景観賞 募集期間（予定）

平成22年7月1日～8月31日

【お問い合わせ先 文京区都市計画部計画調整課 TEL 03-5803-1240】

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

東京都からのお知らせ

省エネルギー設備等の取得を税制面から支援するため、法人事業税・個人事業税を減免します！

『中小企業向け省エネ促進税制』

東京都では、中小企業者が地球温暖化対策の一環として行う省エネルギー設備等の取得を税制面から支援するため、都内の中小規模事業所において、特定の省エネルギー設備等を取得した場合に、事業税を減免します。

【対象者】

「地球温暖化対策報告書」等を提出した中小企業者

【対象設備】

次の要件を満たすもの

- ① 温室効果ガス総量削減義務対象外の事業所において取得されたもの
- ② 省エネルギー設備※1 及び再生可能エネルギー設備（減価償却資産）で、環境局が導入推奨機器として指定したもの
 - ※1 空調設備、照明設備、小型ボイラー設備

(注) 貸付又は住宅の用に供する設備、取得時に既に事業又は住宅の用に供されていた設備（中古設備等）を除きます。

次の制度については、環境局ホームページでご確認ください。

- ・ 温室効果ガス総量削減義務と排出量取引制度
(<http://www2.kankyo.metro.tokyo.jp/sgw/jorei-kaisei20080625.htm>)
- ・ 導入推奨機器
(<http://www2.kankyo.metro.tokyo.jp/sgw/gennzei/list.htm>)

【減免額】

設備の取得価額（上限 2,000 万円）の 2 分の 1 を、取得年度の事業税額から減免

ただし、当期事業税額の 2 分の 1 が限度

減免しきれなかった額は、翌年度の事業税から減免可

【対象期間】

次の期間に設備を取得し、事業の用に供した場合に適用

(法人) 平成 22 年 3 月 31 日から平成 27 年 3 月 30 日までの間に終了する各事業年度

(個人) 平成 22 年 1 月 1 日から平成 26 年 12 月 31 日までの間

【減免手続】

減免を受けるためには、事業税の納期限までに、必要書類を添付して減免申請書を提出することが必要です。

【お問い合わせ先】

- ・ 所管の都税事務所
- ・ 主税局課税部 法人課税指導課・課税指導課
(法人事業税について) TEL 03-5388-2963
(個人事業税について) TEL 03-5388-2969

主税局ホームページ

<http://www.tax.metro.tokyo.jp/kazei/info/kangen-tokyo.html>

中小企業を支援するため、低廉な価格での設備リースや低利融資を行っています！

『中小企業向け設備リース事業・融資制度』

《中小企業設備リース》

中小企業の皆様に地球温暖化防止に有効な設備を低廉な価格でリースします。

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

- 【対象者】 中小企業基本法に規定する中小企業者等（創業予定者を含む。）
 【対象設備】 環境局が導入推奨機器として指定した省エネ機器、日本政策金融公庫「環境・エネルギー対策貸付」の省エネ設備など
 【利用限度額】 100万円～1億円
 【リース期間】 3年～7年
 【お問い合わせ先】
 財団法人東京都中小企業振興公社 総合支援部 設備リース課
 TEL 03-5822-9031 FAX 03-5822-9032
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/josei/setsubi.html>

《中小企業向け融資制度》

○環境配慮取組支援融資

中小企業の環境に配慮した取組の評価に応じて金利を優遇し、環境負荷の低減に資する設備の導入資金を提供します。

【お問い合わせ先 産業労働局金融部金融課 TEL 03-5320-4876】

○都制度融資「産業力強化融資（略称：チャレンジ）」

都の指定する省エネルギーに関する診断に基づき設備投資を行う場合などに、最優遇金利で資金を提供します。

【お問い合わせ先 産業労働局金融部金融課（相談窓口） TEL 03-5320-4877】
 金融課ホームページ

<http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/kinyu/youushi/index.html>

東京都内の全ての中小規模事業所が取り組める新しい制度が始まります！

『地球温暖化対策報告書制度』

都内の全ての中小規模事業所において、簡単にCO₂の排出量を把握でき、具体的な省エネ対策に取り組むことができるよう、事業所等ごとのエネルギー使用量や省エネ対策等の実施状況を任意に東京都へ報告することができる「地球温暖化対策報告書制度」が創設されました。
 （同一事業者の事業所等のエネルギー使用量を合算して3,000k1以上になると、報告が義務となります。）

《報告書制度活用のメリット》

- ・省エネ対策メニューの実行により光熱水費が削減できます。
- ・積極的な省エネの取組が公表されることで企業としてのイメージアップが図れます。
- ・環境局指定の導入推奨機器の取得と報告書の提出を要件として事業税減免の対象となります。
- ・報告書の提出は、都の排出量取引制度への参加条件の一つです。

～平成21年4月1日施行、報告書の提出は平成22年度から開始されます～

〒163-8001 東京都新宿区西新宿2-8-1

東京都庁第二本庁舎8階（中央）

東京都環境局都市地球環境部計画調整課 TEL 03-5388-3443

【E-mail】 s0000727@section.metro.tokyo.jp（制度に関する質問は電子メールでお寄せください。）

地球温暖化対策報告書制度の詳細は、環境局ホームページをご覧ください。

<http://www8.kankyo.metro.tokyo.jp/ondanka/index.html>



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4回)

昭和時代のビジネスモデルで稼げるBOP?

株式会社商業界 出版教育事業第1部
部長 工藤 澄人

「BOPビジネス」という言葉が人口に膾炙しつつある今日この頃である――。

などというもっともらしい出だし。これぞ“知ったかぶり”の極致。

何を隠そうこのわたくし、BOPなる言葉を知ったのは先週の月曜日のことである。

BOPとはBase Of the Pyramidの略で、早い話がアジア、アフリカといった地域の低所得者層を対象にしたビジネスのこと。ピラミッドの底辺、すなわち金持ちピラミッドの底辺ということでやや露骨なネーミングに気も引けるが、とにもかくにもこれら地域のインフラは終戦直後の日本みたいなもので、かつて日本がそうであったようにこれから高度経済成長を遂げる可能性が残っている。

すなわち、あの「モノをつくって売場に並べればどンドン売れていった」昭和時代のビジネスモデルがそのまま使えるというわけである。

すっかり成熟化してなかなかモノを買わなくなった日本人相手より、貧しい国々でこれまで通りのビジネスモデルを展開した方が頭を使わなくていいし、成功する可能性も高い。

そういえば、とあるセミナーで「日本の消費を上げるなんて簡単。ミサイルが飛んで来て終戦直後みたいに焼け野原になっちゃうことです」などと物騒なことをお話しされていたコンサルタントの方もいらっしまった。

もちろんそのコンサル氏、「そんなことは絶対に起こしちゃいけませんけど」と付け加えていたが、そりゃ確かにそうなのである。また道路をつくってダムをつくっての繰り返し。

で、このBOP、世界資源研究所と国際金融

公社が2007年発表した定義によると年間所得30万円未満の方々と、全世界に約40億人程度と推測されるという。

40億人といえば日本40国分。そりゃでかい。さあ、みんなでレッツBOP!というわけだが、この話、国内に店を構えて四苦八苦している小売業者にとっては、「じゃあ、どうするか?」となると、はたと足が止まってしまう。

先週の月曜日にも証券アナリストの方が、「みなさん、これからはBOPにも目を向けて下さい」とおっしゃるのだが、それを聞いていた某有名ファッション店チェーン、総合スーパーチェーンの方々は、「ほう〜」という程度で話が止まり、あんまり盛り上がりなかった。

なぜなら、彼らは非常に洗練され、消費感度がこれ以上ないほどに高度になった日本人相手に戦っているからである。そして、少しずつでも今までとは違うビジネスモデルを編み出そうと七転八倒の真っ最中だからである。

これまで散々使ってきたビジネスモデルで手堅く稼ぐということの大事さもよくわかる。しかし、これまでのような売り方から進化して、日本人相手に新しい買い物文化を創造するようなビジネスモデルも出てくる可能性はある、と私は思う。

その最中、いきなりBOPを追いかけるのか、それとも面倒でも国内の消費者の変化と進化に対応した新しいビジネスモデルを作り出すことに傾注するのか。

ある意味人物判定にもってこいの設問である。あなたならどっち?

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、お客様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 デフレ・万博・エコ他自由題

- 失業のお蔭で脚は強くなり
就活は老壮青が入り乱れ
金持ちを諦め今は時間持ち (吉原 晃)
- ポイントを諦めさせる複雑さ
愛犬を膝に抱えてエコ暖房 (東 比呂志)
- 「e」マーク優しく抱く手は誰の手か
「エネ」と「エコ」どちらも求める人のエゴ (山下 勝)
- デフレスパイラル恐れながらも価格コム (尾崎 樹)
- 綺麗ごとエコの押し売りエゴイズム (金谷 達男)
- 気をつけろエコとエゴの差大きいぞ (陸 舟)
- これさえもエコになるのか所得税 (宙)

- 次号の題 海、星、つぶやき、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 22 年 5 月 31 日(月)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

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

◎総務委員会

日 時：平成22年2月22日（月）午後1時30分
 場 所：協立広告㈱ 会議室
 出席者：間宮委員長、廣邊副会長、小野寺副委員長、稲川、小林、高村、谷、長屋、中橋各委員、事務局 片上、三須
 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 ほか

◎広報委員会

日 時：平成22年3月4日（木）午後4時
 場 所：㈱春光社 会議室
 出席者：石原委員長、佐々木、仲村、山下各委員、事務局 片上、三須
 議 題：1. 「TOAA REPORT」5月号の編集について

◎平成21年度第5回理事会

日 時：平成22年3月10日（水）午後1時30分
 場 所：東商スカイルーム
 出席者：22名
 議 題：1. 予備費の流用について
 2. 平成22年度事業計画（案）について ほか

◎第80回定期総会

日 時：平成22年3月10日（水）午後3時30分
 場 所：東商スカイルーム
 出席者：97名
 議 題：1. 平成22年度事業計画（案）について
 2. 平成22年度予算（案）について ほか

◎車体利用広告審査・審査実施・合同委員会

日 時：平成22年3月17日（水）午前11時
 場 所：さがみ（東商ビル8階）
 出席者：廣邊委員長、近藤副委員長、今井、太田、平林各委員、古谷、国井、高橋、福里各審査実施委員、事務局 片上、三須
 議 題：1. 車体利用広告デザイン審査報告

2. 今後の車体利用広告について（意見交換）

(異動)

◎社名変更

(新) エフ アイ ピー㈱
 (旧) ㈱日発アイ・ピー

◎代表者変更

㈱電通 アウト・オブ・ホーム・メディア局
 (新) 局長 柳館 毅氏
 (旧) 局長 堀 宏明氏

◎役職名変更

㈱春光社
 望月 敏弘氏 (新) 副社長 (旧) 専務

 ㈱ベレイマージ
 仲村 邦弘氏 (新) 会長 (旧) 社長

◎住所変更

キングプリンティング㈱東京支社
 〒105-0003 港区西新橋1-5-8
 西新橋一丁目川手ビル4F
 TEL 03-3503-6700
 FAX 03-3503-6705

◎入 会

㈱エーजी 社長 山本 孝一氏 (法人)
 ㈱ピコテック 社長 石井 一二氏 (法人)

◎退 会

㈱キョーシン 社長 今井 徹氏 (法人)
 ㈱日高ネオン 社長 梅根 憲生氏 (法人)
 交通広告㈱ 社長 東 五郎氏 (法人)
 ㈱日本広告 社長 山根 幸一氏 (法人)

第81回定期総会及び
会員懇親会のご案内

日 時：平成22年6月11日（金）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)
 会員懇親会は定期総会終了後、引き続き開催致します。

<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