

## 年頭あいさつ

公益社団法人 東京屋外広告協会

会長 井上 裕之



謹んで新年のご祝辞を申し上げます。

昨年を振り返りますと我が国を含め、世界中が激しく揺れ動いた一年でした。我が国は、東日本大震災、原発、台風等の災害と異常な円高に見舞われ、EUでは、数カ国のデフォルトの懸念から、金融、経済は極めて不安定な状況に陥り、中近東では、「アラブの春」と称される政変が各国で勃発し、タイでは、長期的な洪水により多くの日系工場が被災し、自動車、家電等の製造業に甚大な被害を与えており、生産システムの再構築を余儀

なくされております。

このような状況の中、世界の人口は70億人を超え、我が国の人口は減少し始めました。我が国の高齢化社会は現実のものとなっておりますが、その現実を踏まえ、産業立国である我が国の将来を見据えてどのような国作りをしていくのか、現政権では全く見えてこない状況であると言わざるを得ません。

現政権、各党が党利党略ではなく、我が国の国益に沿った議論を真摯に戦わせて欲しいと痛切に感じております。

昨年は、公益社団法人として初めての総会を開催し、新役員、新委員会、新定款等が承認され、一層重くなってきた社会的な責務に応じ、組織を再編いたしました。

また新たに「広告宣伝車」のデザイン自主審査をはじめました。東京都の指導のもと「車体利用広告等デザイン審査会設置要綱」を定め、「車体利用広告等デザイン審査委員会」は、唯一東京都知事が指定する車体利用広告等デザイン審査委員会となりました。その活動は都市の環境保全に大きな役割を担うものと期待しております。

屋外広告は現在、様々に進化しておりますが、生活、文化情報を人々に提供するコミュニケーションツールとしての役割は大きく、その重要性は増しており、都市の景観美を創造し、都市文化の一端を担うものであると確信しております。今年も皆様のご理解とご協力を賜り、公益社団法人として社会への健全な情報の提供、文化の促進、発展を担う組織として鋭意活動していきたいと念願しております。

末筆になりますが、この一年の皆様のご清栄を祈念いたしまして、新年のご挨拶とさせていただきます。  
(東京商工会議所特別顧問)

あなたの未来を、カタチに。



## 株式会社フジサワ・コーポレーション

藤澤工業株式会社 株式会社ローヤルカラー 株式会社サワダ  
藤澤グループ三社が合併致しました。

<http://www.fujisawa-corp.co.jp>

本社 〒171-0051 東京都豊島区長崎1丁目10番地8号  
コマース・イメージング事業部 TEL 03-3973-1641 / FAX 03-3973-2517

# 広告宣伝車デザイン審査の現状について

車体利用広告等デザイン審査委員会  
委員長 廣 邊 裕 二

平成 23 年 4 月、当協会は東京都により公益社団法人として認定されましたが同時に、東京都より車体利用広告等デザイン審査基準のガイドラインが示され、この基準に沿って車体利用広告等デザイン審査委員会は、広告宣伝車のデザイン審査基準を策定し、東京都知事の指定を受けた機関となりました。さらに平成 23 年 10 月 1 日、東京都の屋外広告物条例改正により当協会の車体利用広告等デザイン審査委員会が広告宣伝車のデザイン審査を実施することになりました。

約 3 ヶ月経過しましたが、広告宣伝車デザイン審査の現状についてご報告いたします。受付件数は、平成 23 年 12 月末日で 33 件です。デザイン審査書類を提出する企業は、屋外広告物を扱ったことがある企業と、屋外広告物を扱うのは初めてという企業があります。後者の企業においては、屋外広告物に対する基本的な法律、条例等が理解できておらず、色彩（赤、ピンク、黒等原色を多用したもの。）については、目立てば良い、と言うような感覚のものが多いのが目に付きます。また、デザイン及び文言についても忌避とすべきもの（例えば背景がマダラ模様、人の顔が切られたり、大写しになっているもの、文言が公序良俗にそぐわない等。）を使用することが見受けられ、修正をお願いすることが多かったように感じます。前者の屋外広告物の経験がある企業については、デザイン及び色彩についてある程度、法律、条例等を理解しているように思われ、修正をお願いした件数は少なかった

と思います。しかし広告主から要求されているデザイン・色彩と板ばさみになり、修正案件になったものも多少見受けられました。特に修正すべきとされたものは、広告宣伝車後部のデザインで、細かい文字を使用し、注視しなければ読めないようなものもありました。また広告宣伝車のスカート（車体より下のところ）の部分について複雑なデザインや文言を入れているものは修正をお願いいたしました。全体的に当協会のデザイン審査基準を、徐々にご理解いただいているように見受けられます。

一方、広告宣伝車の企業から、他県ナンバーや 8 ナンバー以外の広告宣伝車が、都内の繁華街を走行している（一種の営業妨害である。）現実があり、これをどのように規制していくのか、という問題提起がありました。

現在、東京都・都市整備局では、他県に同条例の改正について歩調を合わせるように要請しているようですが、浸透するまで多少時間が掛かりそうです。また当協会には、広告宣伝車の事業を主体としている企業が会員企業として一社も無く、広告宣伝車が定着してきた現在、広告宣伝車を運営している側から屋外広告物としての考え方や見方等のご意見を伺うことも必要である、と感じております。屋外広告憲章の中に、屋外広告は環境の美化に役立つものであること、との一項目がありますが、様々な方向に進歩を続ける屋外広告にあって、広告宣伝車と言えども、都市の景観美を助長するものでなければならない、と考えております。

## 広告宣伝車審査実績（平成 23 年 10 月～ 12 月）

審査月	受付件数	審査済み証発行	保留
10 月	7 件	6 件	1 件
11 月	14 件	11 件	3 件
12 月	12 件	13 件	1 件

審査回数は、受付 1 件につき 3 回以上実績のため約 100 回以上となる。

# 「広告宣伝車」車体利用広告等デザイン審査 説明会報告

当協会は、東京都都市整備局と共催で、平成23年9月20日（火）午後3時より東京商工会議所B2講堂において、「広告宣伝車」車体利用広告等デザイン審査説明会を実施した。

参加者は110社、120名であり、新聞・テレビ等の取材も多数に上った。冒頭、東京都・都市整備局・屋外広告担当課長の宮島氏より開会挨拶に続き、今回、新たに都条例の改正により取り組むこととなった「広告宣伝車」車体利用広告等デザイン審査の経緯と概要について説明があった。続いて、当協会副会長及び車体利用広告等デザイン審査委員会委員長である廣邊氏から挨拶の後、「広告宣伝車」車体利用広告等デザイン審査基準について説明があった。その後、事務局より申込み手続きと審査手順について説明があった。

すべての説明が終了後、質疑応答があり、閉会の時間まで多数の質問が寄せられた。

主な質問と答えは以下の通りである。

1. 「広告宣伝車」の登録地が東京以外の場合でも、都内を運行する場合は当協会の審査が必要なのか？

（答え）当協会のデザイン審査を受ける必要は無い。但し東京都から他の道府県へ、同様の条例改正をするように働きかけているので、今後必要になる可能性はある。

2. 9月末までに警察署や行政区から道路使用許可が出た場合でも、当協会のデザイン審査が必要なのか？

（答え）必要ない。10月1日から条例改正は施行されるので、10月1日以降に警察署や行政区に道路使用許可を申請する場合は、当協会のデザイン審査を受け、車体利用広告等デザイン審査済証が必要となる。

**新三越カード会員募集中**

三越 <sup>エム</sup> <sup>カード</sup> M CARD

三越 <sup>エム</sup> <sup>カード</sup> <sup>ゴールド</sup> M CARD GOLD



詳しくは三越各店カードカウンターへ



MITSUKOSHI

3. 広告宣伝車の場合、受注から短期間で運行することが多く、デザイン審査に1週間から10日かかるのは広告主からクレームが出る恐れがある。

(答え) 現在デザイン審査をしているラッピングバス等のデザイン審査はこの程度の時間が掛かっている。その理由は、当協会のデザイン審査委員会において審査するため、協会にデザイン審査委員が常駐している訳ではない。

但し、「広告宣伝車」の特殊事情もあると思われるので、なるべく審査期間を短縮したいと考えている。

4. 広告宣伝車デザイン審査を受ける前段階で注意するポイントはどのようなところか？

(答え) まず始めに、その広告宣伝車が陸運局の登録上で「放送宣伝車」に該当する8ナンバーでなければ受付できない。もし1ナンバー等で運行される場合は音響が利用出来ないはずで、当協会のカテゴリーではラッピングトラックになる。また審査基準の冒頭に謳われているように、公序良俗に反していないこと等が挙げられる。

## 広告宣伝車 車体利用広告等のデザイン審査基準

広告宣伝車車体利用広告等のデザインは、東京都屋外広告物条例及び施行規則ならびにその他の関係条例、規則を遵守するため、下記にある車体利用広告自主審査基準に基づきデザインを審査いたします。

### 1. 基本方針

- (1) 交通安全に配慮したデザインとすること。
- (2) 公共空間に相応しいデザインとすること。
- (3) 街区の景観に配慮したデザインとすること。
- (4) 街区の賑わいに資する洗練されたデザインとすること。
- (5) 年齢、性別に係らず人々に不快感を与えないデザインとすること。
- (6) 社会的弱者に配慮したデザイン及び広告方法とすること。

以下詳細は、当協会ホームページの「広告宣伝車自主審査基準」をご覧ください。

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

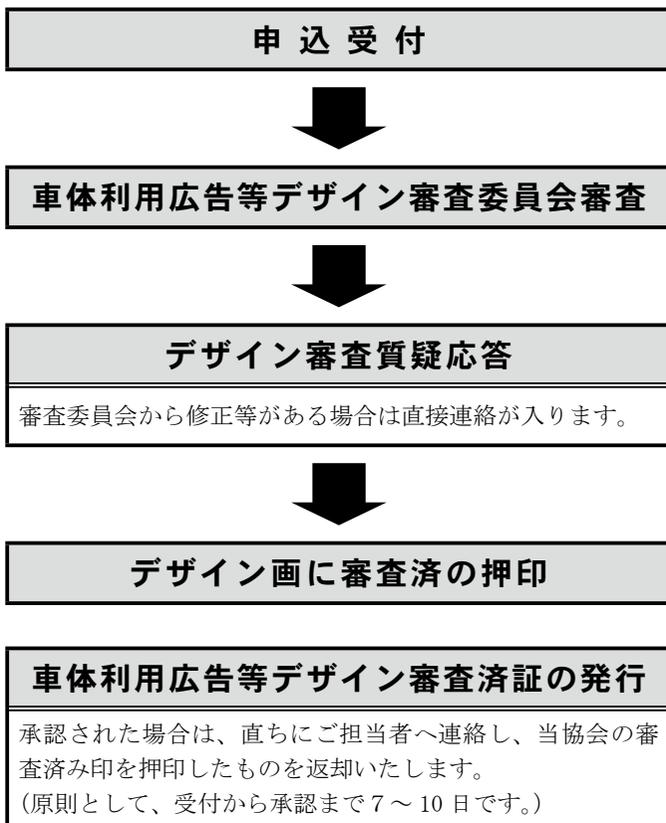
**SHUNKOSHA**

株式会社 春光社

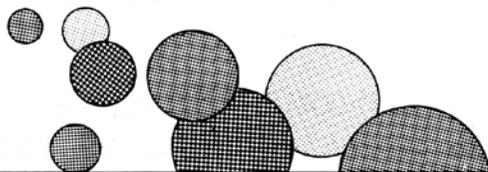
〒104-0031 東京都中央区京橋2-4-12 京橋第一生命ビル5F TEL.03-3272-1941(代) FAX.03-3272-1949

# 審査の流れについて

公益社団法人 東京屋外広告協会  
車体利用広告等デザイン審査委員会



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

# 屋外広告統一指標策定への取組状況

屋外広告調査フォーラム事務局

株式会社ビデオリサーチ

事業開発局コミュニケーション調査部

村上 義明

## ■はじめに

未曾有の被害をもたらした東北太平洋沖地震から早いもので1年が経とうとしています。復興への道のりは未だ険しいものがありますが、官民総力を挙げて懸命の努力が続けられており、一刻も早い復興を願うばかりです。

屋外メディアにおいても長らく広告の自粛が続き、特にシステム自体に電力を使用するデジタルサイネージや、ネオン広告などは一定期間火が入りませんでした。ようやく元通りになりつつあるようです。今号では誌面をお借りして、現在屋外広告調査フォーラム(\*)が中心となって進めております屋外広告統一指標策定への取組状況をお伝えしたいと思います。

\*屋外広告調査フォーラム…「業界標準の広告効果管理データ策定」を主目的とし、今後の屋外広告業界の発展に寄与するため1999年9月に設立された団体。主要屋外媒体社、広告会社など会員14社から成る。事務局はビデオリサーチ。

## ■屋外メディアデータの整備状況

ご存知の方もいらっしゃるかと存じますが、屋外メディアには以前からDEC(Daily Effective Circulations)と呼ばれる指標がありました。DECとは調査ポイントの1日当たりの通行量(平均人数)のことで、過去、屋外広告調査フォーラムにより利用の促進が提唱されてきましたが、実際には普及しているとは言いがたい状況でした。それは、①DECの基になる道路交通センサスの計測場所が必ずしも媒体の近くにない、②あくまでも通行量であり看板を見た人の数ではない、というのが主な理由です。DECは国土交通省が実施している道路交通センサスのデータを利用して作成されることが多く、作成目的が異なるため、そもそも屋外媒体に合わせた計測場所となっておりません。媒体に近くもない場所の、しかも単なる通行量ですからDECを使って屋外媒体の良さを表すのには少々無理があったようです。

つまりそれは、実質的には屋外メディアには商取引における確立された指標がなかった

あらゆるニーズに応えます。

## 都 営 交 通 廣 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

(≒指標がなくても取引できた)ということの意味します。

## ■屋外広告指標調査研究プロジェクトを立ち上げ、新指標整備開始

ところがここ数年、世界不況などを背景に、広告費のより効率的な運用を目指す広告主からのアカウントビリティ(説明責任)要請が日増しに強くなり、ROI(投資対効果)の観点から屋外メディアを客観的に評価するための「モノサシ」が必要だとの声が叫ばれるようになってきました。そしてそれは、他のメディアと横並びで屋外媒体の価値を定量的に比較可能とするものでなければならないと。効果を証明出来ないメディアは選択されなくなり、市場からの退場を命じられるのです。指標を整備することは、広告主にとっても屋外媒体がより扱いやすい媒体となり有効なコミュニケーション手段としての活用が促進されることを意味します。指標を整備することが屋外広告業界の活性化および業界の発展と地位向上にも資すると考えた屋外広告調査フォーラムが、業界に屋外広告指標調査研究プロジェクト(以下、プロジェクト)の設立を呼びかけた結果、60社超(同フォーラム会員社含む)もの企業にご賛同いただき、業界を挙げての指標整備活動へと発展しました。

## ■欧米の指標整備の現状について

欧米では先行して指標整備が行われ既に実用段階に入っていたということも、日本で屋外媒体の指標整備を後押しする刺激となりました。欧米では現在、イギリスを中心とするヨーロッパ諸国でVAI(Visibility Adjusted Impacts)という指標を、また、アメリカではEYES ONという指標を整備しており、複数の調査結果を統合することによって、ボード1枚ごとの視認率(視認者数)・リーチ・フリークエンシーなどのデータが整備され、商取引に使われています。

## ■日本でのアプローチと進行状況

欧米での指標整備アプローチを参考にしつつ、方向性をプロジェクトにて検討し、日本における屋外指標整備の第一弾としてまずは「歩行者対象の短期の屋外広告における視認者数推定システムの開発」からスタートすることに決めました。実現には以下の2つの調査データが必要です。①屋外媒体属性調査—各屋外広告(看板)の「高さ」や「面積」や「視認距離」…といった屋外媒体属性を調査員が物件を1件ずつ見て回る調査—と、②屋外広告視認率調査—調査対象屋外広告の設置場所付近の来街者をインターネット上で招集し、画像を呈示することで各屋外広告の視認率を測定するインターネット調査。今回は調査対象として選定した都内の約100基の屋外広告

# 超大型印刷

キングプリンティング株式会社

東京支社 〒105-0003 東京都港区西新橋1-5-8 西新橋一丁目川手ビル4F ☎03(3503)6700

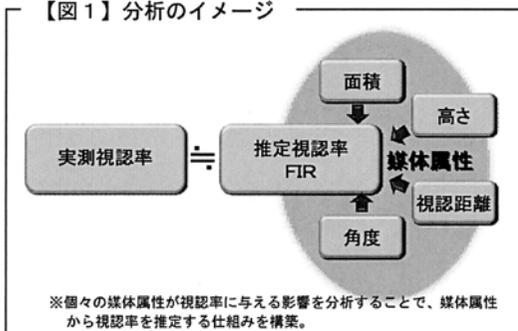
オフセット最大1.3×2m  
インクジェット最大5m幅

 **KING PRINTING**  
The Visual Communication Company

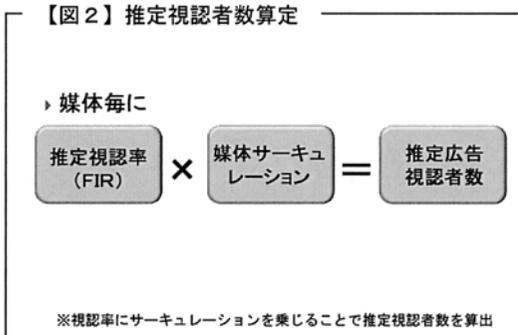
www.kingprinting.co.jp

について調査しましたが、これらそれぞれから得られた調査結果から、「高さ」や「面積」や「視認距離」…などといった個々の屋外媒体属性が屋外広告視認率にどのような影響を与えているのかを統計的な手法を使って分析することで、屋外媒体属性から屋外広告視認率を推定する仕組みの構築を目指しています。その推定視認率に来街者数(サーキュレーション)を乗じることによって、各屋外広告の推定視認者数の算出が可能となります(下記【図1・2】)。この原稿を書いている2011年12月末現在は分析作業が進行中で、1～2月にかけて結果をまとめる予定です。

【図1】分析のイメージ



【図2】推定視認者数算定



また合わせて、分析結果を搭載するシステムの開発も並行して進行中です。調査して報告書を作成して終わり、では何にもなりません。「同じデータベース」から算出された「同じアウトプット(統一指標)」を皆様を使い続け、指標が業界に根付くことこそが何より重要であり、そのためには皆様が必要であると考えました。春には分析結果と共に同システムもお披露目できると思いますのでご期待ください。

以上、屋外メディアの指標整備の現状を簡単にお伝えしました。2月中旬には東京屋外広告協会様主催のセミナーが開催され、今回記載させていただいた中間状況報告をより詳細にお話させていただく機会がございます。詳細は別途お知らせがあると思いますので皆様奮ってご来場のほどお願い申し上げます。今後も折りに触れ、皆様にご報告の機会を持ちたいと思っております。引き続き、ご理解・ご支援のほど宜しくお願い致します。

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

# 屋外広告視認率調査セミナー

公益社団法人東京屋外広告協会と屋外広告調査フォーラムは、標記のセミナーを共催し、下記のとおり開催することになりました。

ご参加を希望の方は、下記の申込書にご記入の上、FAXにてお送り下さい。

## 記

日 時 平成 24 年 2 月 22 日（水）午後 2 時～4 時（途中 10 分休憩）

場 所 東京商工会議所 B 2 講堂（定員 100 名）

テーマ 屋外広告物視認率調査報告の概要について

講 師 (株)電通アウト・オブ・ホーム・メディア局 業務管理部 部長 木村有宏氏  
(株)ビデオリサーチ 事業開発局課長 村上義明氏

なお、このセミナーは定員になり次第締切とさせていただきます。

**FAX 03-3212-3718**

## 屋外広告視認率調査セミナー参加申込書

貴社名 \_\_\_\_\_

ご住所 \_\_\_\_\_

TEL ( ) \_\_\_\_\_

FAX ( ) \_\_\_\_\_

お名前 \_\_\_\_\_

お役職 \_\_\_\_\_

お名前 \_\_\_\_\_

お役職 \_\_\_\_\_

## 当協会ホームページ リニューアルのお知らせ

昨年4月1日より、当協会は公益社団法人に移行しましたのでホームページをリニューアルいたしました。機関誌は最新のをアップし、車体利用広告等デザイン審査基準の中に、新たに「広告宣伝車」の基準及び申込手続きを追加いたしました。また会員名簿、沿革等についても最新の情報に手直しいたしました。是非ご覧下さい。

<http://www.toaa.or.jp/>



公益社団法人  
東京屋外広告協会  
The Tokyo Outdoor Advertising Association

公益社団法人 東京屋外広告協会とは  
どんな協会？

ネオン・看板広告・柱類広告・交通広告等  
広告業に係わる企業・団体等が集まって  
首都東京の風致・美観の維持向上と業界  
の健全な発展を図るための公益団体です。



TOAAレポート

東京屋外広告協会発行の機関誌

東京屋外広告コンクール

東京屋外広告コンクール入賞作品

車体利用広告等デザイン審査基準

ラッピングバス/タクシー/広告宣伝車

会長挨拶 | 協会の組織と事業 | 東京都屋外広告物条例 | 会員名簿 | 沿革 | お問い合わせ

✉ [info@toaa.or.jp](mailto:info@toaa.or.jp)

公益社団法人 東京屋外広告協会  
東京都千代田区丸の内3-2-2東京商工会議所ビル7F  
TEL 03-3213-1963 FAX 03-3212-3718

Copyright © 2003-2011 The Tokyo Outdoor Advertising Association. All rights reserved.

## 屋外広告憲章

屋外広告取扱い及び製作者は、社会倫理の基礎に立ち、近代的感覚と公正な常識とにより、関係諸法規を遵守するのほか下記各項の具体的実践を図り、以って都市の美観と公共の福祉に寄与するものとする。

1. 屋外広告は、社会道義を昂揚し、大衆の感情良俗を助長するものであること。
2. 屋外広告は、真実を語り、且つ責任を負い、消費大衆の健全なる生活を営むに役立つものであること。
3. 屋外広告は、環境の美化に役立ち、大衆に好感を与えるものであること。

昭和37年1月1日制定

# 江戸川区の「一之江境川親水公園沿線景観形成地区」の規制について

江戸川区は、旧来農村地帯であったため緑が多く、河川も江戸川、中川、荒川に囲まれており、大規模な都立公園も存在する東京の郊外であり、現在は都内有数のベッドタウンでもある。またかつては、農村地帯の特色であった用水路が随所に見受けられたが、現在は大部分が埋め立てられ区道等になっている。しかし昭和48年より、この用水路であった所に新しく水路を整備し、清流を復活させた。またその水路沿いを公園、遊歩道として復活させた「親水公園」を設置して、水と緑を融合した都市景観作りを目指してきた。昭和57年にはナイロビで開催された「国連人間環境会議」で紹介される等、国内はもとより世界各国で反響を呼んだ画期的な国内の親水公園第1号となるものである。代表的なものに「一之江境川親水公園」がある。この地域では江戸川区地区整備計画の中に、東京都屋外広告物条例のほか江戸川区による「建築物等の形態又は色彩その他意匠の制限」を設けており、屋外広告物に関しても独自のルールを設けているのでご紹介したい。

## 一之江境川親水公園沿線景観形成地区

### ●名称

一之江境川親水公園沿線景観形成地区地区計画

### ●位置

江戸川区一之江一丁目、一之江五丁目、一之江六丁目、一之江町、二之江町、西一之江三丁目、松江六丁目、松江七丁目、船堀五丁目、船堀六丁目及び船堀七丁目各地内

### ●面積

約18.7ヘクタール（方針、地区整備計画区域とも）

### ●決定年月日

平成18年12月26日 江戸川区告示第487号

## 地区計画の目標

一之江境川親水公園沿線は、親水公園を中心とした水と緑豊かな環境のもと、低層の建築物を中心とした街並みにより、空の感じられる広がりのある空間が形成されています。また、かつての本区の原因風景ともいべき農地、屋敷林、寺社などの景観資源が点在し、さらに親水公園は地域のコミュニティの場として利用されているなど、市街地のなかで魅力的な景観が多く存在している地区です。

本地区は、景観地区と併せて、このような環境のもとにある地区の特性を活かした個性ある街並みを保全するとともに、広がりのある水と緑豊かな都市景観の創出を目指して以下の街並み景観の形成を図ることを目的とします。

### ■落ち着いた自然豊かな街並み景観の形成

親水公園と一体となった連続性のある緑や圧迫感がなく開放的でゆとりのある空間の創出を図るとともに、建築物のデザイン等について、親水公園の自然と調和した景観をつくります。

### ■歩いて楽しい変化のある街並み景観の形成

個性ある多様な景観資源を保全するとともに、建築物のデザイン等を揃えることや景観の阻害要因を目立たなくすることで、一体感のある、歩いて楽しい景観をつくります。

### ■水辺のにぎわいが感じられる街並み景観の形成

生き物がたくさん生息する環境づくりや、人が集まる空間づくりを行うなど、水辺を介したコミュニティの形成とにぎわいの演出により魅力的な景観をつくります。

## 区域の整備・開発及び保全に関する方針

### ■土地利用の方針

一之江境川親水公園特有の水と緑豊かな良好な環境と一体となった土地利用を誘導するとともに、周辺の住環境に配慮した質の高い街並み景観の形成を図ります。また、利便性の高い幹線道路等の沿道においては、親水公園のゲートとして空の広がる良好な街並みを保全しつつ、周辺環境と調和したにぎわいのある土地利用を誘導し、魅力的な街並み景観の形成を図ります。

### ■建築物等の整備の方針

一之江境川親水公園沿線としての良好な街並み及び住環境を保全しつつ、魅力ある都市景観の創出を図るため、建築物の形態意匠の制限を定めます。

### ■その他の整備の方針

- 1 緑豊かな街並み景観の形成を図るため、沿道緑化及び敷地内緑化（ベランダ緑化等）を推進します。
- 2 一之江境川親水公園沿線の落ち着いた緑豊かな良好な街並み景観を保全するため、屋外広告物について設置の基準を定めます。

## 地区整備計画

### ■建築物等の形態又は色彩その他意匠の制限

- 1 建築物の屋根の形態は、切妻、寄棟、入母屋、片流れ屋根など勾配屋根の形状とします。ただし、屋上緑化し景観に配慮した場合はこの限りではありません。
- 2 建築物等の色彩は、一之江境川親水公園沿線景観地区の内容に適合したものとします。
- 3 テレビアンテナ、配管類、室外機及び屋上等に設置される機器・設備は、景観に配慮した位置や目隠し等の工夫を図ります。
- 4 景観地区で壁面の位置の制限を受けている角敷地内（道路の交差により生じる内角が120度以上の場合を除く）にある建築物については、建築物の外壁又はこれに代わる柱の面は、当該角敷地の隅を頂点とする長さ2メートル（複合街区は3メートル）の底辺となる線以上後退させるものとします。
- 5 前項の規定は、地盤面からの高さが2.5メートル以上の部分に設ける軒、庇、手すり、戸袋、床面積に算入されない出窓、出幅が0.5メートル以下の袖看板等については適用しません。
- 6 屋外広告物（以下「広告物」という。）の設置に関する基準は以下のとおりとします。
  - (1) 掲出又は設置することのできる広告物等は東京都屋外広告物条例の適用除外広告物等（自家用広告物、非営利広告物等）に限ります。
  - (2) 建築物の屋上へ取り付けできません。
  - (3) ネオン管、赤色光を使用できません。光源を点滅できません。

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

- (4) 設置できる広告物等の表示面積の合計は、15 平方メートル（複合街区は 20 平方メートル）とします。
- (5) 土地に直接設置する広告物の地盤面から広告物の上端までの高さは、5メートル以下（複合街区は10メートル以下）とします。
- (6) 広告物に使用する色彩は、一之江境川親水公園及び沿線の周辺環境と調和したものとし、刺激的な原色を避け、緑豊かな環境と調和した落ち着いた色のある色彩とします。

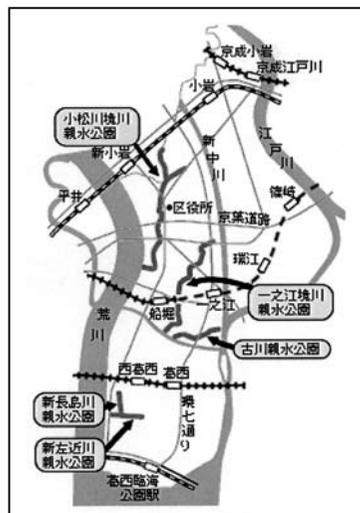
#### ■垣又は柵の構造の制限

道路に面した部分に設ける垣又はさくは、生け垣又はネットフェンス等に緑化したものとします。

## 施設の概要

区内の古川親水公園は、昭和 48 年、都会の中では回復不可能と思われていた“清流”がよみがえり、昭和 49 年 5 月には「全建賞」を受賞。また、昭和 57 年 5 月にはナイロビで開催された「国連人間環境会議」で紹介されるなど、国内はもとより、世界各国で大きな反響をよんだ画期的な国内の親水公園第 1 号です。

子どもたちの水遊びに、また、花見や散歩など四季を通じてお楽しみください。



### 江戸川区都市開発部 都市計画課（景観・地区計画係）

〒132-8501 東京都江戸川区中央一丁目4番1号  
電話 03-5662-6095（直）  
FAX 03-5607-2267



## 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

# 世界サイン紀行Ⅲ

アメリカ合衆国 ニューヨーク ウィンドウネオンの似合う街角

小野博之

ニューヨークにはひと頃ボトルマンと呼ばれる当たり屋がばっこし、うかうかと散歩することもままならなかった。しかし、最近の訪問では彼らの姿は見られず、よけいな神経を使わなくてすむ。これも、好景気の波及効果か。

ニューヨークは歩いて楽しい街だ。街区が単純で分かりやすいし、装飾豊かで個性的な高層ビル群は見飽きることがない。いたるところに広場や小公園があり、様々な現代彫刻が見られるのも嬉しい。

そして、もう一つの楽しみは趣向に富んだウィンドウネオンだ。大きなガラス面いっぱいの大胆なネオン、アイポイント的なポップなネオ

ン、インテリジェントでシックなネオンと形体もいろいろ。ニューヨークのウィンドウネオンの特徴は、ファストフード店やみやげ物屋から宝飾店や高級ブティックまで、あらゆる店舗やビルに活用されていて、どれもがよくマッチしていることである。思いがけない所に、思いがけないネオンの光を見つけて驚かされる。

一説に北米のネオントランス需要は年間120万台といわれる。日本はバブル崩壊前のピーク時でさえ57万台であった。屋外ネオンのあまり見られないアメリカでこの驚異的な数字はウィンドウネオンの幅広い浸透ぶりがあるからだろう。



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>

## 事務局だより

### ◎総務委員会

日 時：平成23年8月25日（木）午後1時30分  
 場 所：協立広告㈱ 会議室  
 出席者：間宮委員長、小野寺副委員長、廣邊副会長、小林、谷、高村、長渡、中橋、長屋各委員、事務局 沖村  
 議 題：1. 平成23年度各委員会委員長（案）の承認について  
 2. 「広告宣伝車」車体利用広告等デザイン審査基準の承認について  
 3. 東京都と共催による広告宣伝車デザイン審査説明会の開催について  
 4. 車体利用広告等デザイン審査料金の値上げについて  
 5. 平成23年度第2回理事会の開催について  
 6. その他

### ◎平成23年度第2回理事会

日 時：平成23年9月13日（火）正午  
 場 所：東商スカイルーム（東商ビル8階）  
 出席者：22名  
 議 題：1. 平成23年度各委員会委員長の承認について  
 2. 「広告宣伝車」車体利用広告等デザイン審査基準の承認について  
 3. 東京都と共催による広告宣伝車デザイン審査説明会の開催について  
 4. 車体利用広告等デザイン審査料金の値上げについて  
 5. その他

### ◎「広告宣伝車」車体利用広告等デザイン審査説明会

日 時：平成23年9月20日（火）午後3時  
 場 所：東京商工会議所 B2講堂  
 出席者：120名  
 議 題：1. 広告宣伝車車体利用広告等デザイン審査の経緯及び概要について  
           説明者 東京都都市整備局屋外広告物担当課長 宮島正次氏  
 2. 広告宣伝車車体利用広告等デザイン審査基準の概要について  
           説明者 公益社団法人東京屋外広告協会 副会長 廣邊裕二  
 3. 広告宣伝車車体利用広告等デザイン審査の申込手続き及び審査基準について  
 4. 質疑応答

### ◎車体利用広告等デザイン審査委員会

日 時：平成23年10月12日（水）正午  
 場 所：東商スカイルーム（東商ビル8階）  
 出席者：廣邊委員長、中尾、古谷、高橋、今井、杉山、太田、小野、国井各委員、事務局 沖村、三須  
 議 題：1. 「広告宣伝車」デザイン審査基準について  
 2. 審査基準のガイドラインについて意見交換  
 3. その他  
 日 時：平成23年11月28日（月）午後2時  
 場 所：東京商工会議所 110特別会議室  
 出席者：廣邊委員長、小野、今井各委員、事務局 沖村、三須  
 議 題：1. 「広告宣伝車」の審査基準について

# 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

〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-1-3 東京宝塚ビル9階  
 TEL.03-3504-2100(代) FAX.03-3504-2101

## 2. その他

## ◎広告物振興委員会

日 時：平成23年10月24日（月）午後2時  
 場 所：㈱春光社 会議室  
 出席者：小野寺委員長、高村副委員長、岩田、  
 杉本各委員、事務局 沖村  
 議 題：1. 今年度の広告物振興テーマについて  
 2. その他

## ◎事業委員会

日 時：平成23年10月25日（火）午後2時  
 場 所：㈱オリコム 会議室  
 出席者：正盛委員長、仲村副委員長、三枝、  
 浦野、澤各委員、事務局 沖村、三須  
 議 題：1. 今年度の事業等について  
 2. 施設見学会及びセミナーの開催について  
 3. その他

## ◎広告物振興委員会・事業委員会正副委員長会議

日 時：平成23年11月9日（水）午後2時  
 場 所：㈱オリコム 会議室  
 出席者：小野寺委員長、高村副委員長、正盛  
 委員長、事務局 沖村  
 議 題：1. 両委員会合同開催によるセミナー  
 の開催について  
 2. 東京屋外広告フォーラムと共催  
 のDECセミナー開催について  
 3. その他

◎「屋外広告調査フォーラム」と（公）東京屋  
 外広告協会打ち合わせ会議

日 時：平成23年12月6日（火）午前10時  
 場 所：東京商工会議所 会員懇談室  
 出席者：㈱ビデオリサーチ 小林勝己氏  
 村上義明氏  
 事務局 沖村  
 議 題：屋外メディアデータに関するセミ  
 ナーの共同開催について

## ◎広報委員会

日 時：平成23年12月19日（月）午後4時

場 所：㈱NKB 会議室（東京宝塚ビル9F）  
 出席者：滝委員長、石原副委員長、高橋、小沢  
 各委員、事務局 沖村  
 議 題：1. 機関誌「TOAA」新年号の内容  
 と割付について  
 2. 平成24年2月実施「屋外広告物  
 DECセミナー」広報対応につ  
 いて  
 3. その他

## ◎広告界合同年賀会

日 時：平成24年1月6日（金）  
 午後3時30分～5時  
 場 所：帝国ホテル 孔雀の間  
 出席者：広告関係29団体 約1500名、事務  
 局 沖村、三須

## (異動)

## ◎代表者変更

東電広告㈱  
 (新) 社長 市東 利一氏  
 (旧) 社長 古澤 英明氏

## 東電柱広告組合

(新) 組合長 市東 利一氏  
 (旧) 組合長 古澤 英明氏

## 大同工芸㈱

(新) 社長 市東 利一氏  
 (旧) 社長 古澤 英明氏

## ㈱コズモメディア

(新) 社長 高橋 三千夫氏  
 (旧) 社長 丸尾 正之氏

## ㈱ジェイエスピー

(新) 社長 渋谷 大一氏  
 (旧) 社長 渋谷 君美義氏

## ◎役職名変更

㈱日交 長渡 泰三氏（法人）  
 (新) 会長  
 (旧) 社長

<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