

「インバウンドが日本を救う」

公益社団法人 東京屋外広告協会

副会長 滝 久雄



先日出席した「インバウンド研究会 発足記念講演会」で、観光庁長官・井手憲文さんによる観光立国戦略の話をお聞きしました。それによると、観光庁は2016年までに訪日外国人旅行者を1800万人(2010年861万人、2011年622万人)、訪日外国人旅行消費額を3兆円(2009年1.2兆円)にすることを新たな目標として設定し、さまざまなインバウンド施策を行っているとのことでした。

失われた10年から続くトンネルの中に入り込んでしまったかのような日本経済にとって、インバウンドは希望の光ともいえるべき産業になると私は期待しています。日本には温泉や歴史遺産、世界のグルメファンが認める食文化など、素晴らしい観光資源が豊富にあります。同じ講演会でもう一人の講師を務めた香港理工大学のJohn Ap准教授も述べたように、日本には品質の高いもてなしもあります。それも含めた日本の魅力に触れた訪日

観光客はリピーターとして再度来日し、あるいは自ら宣伝役となって新たな訪日観光客を作ってくれることでしょう。

VISIT JAPAN 大使に任命いただいて今年で3年目。私も、震災で減った観光客をよび戻すために、海外へ向けて積極的に日本の魅力と安全性を紹介し、目標達成のお手伝いをしたいと思います。

この1年の間は震災やヨーロッパ金融危機、円高による影響等で厳しい状況を強いられてきた日本の経済ですが、この春は「渋谷ヒカリエ」、「東京スカイツリー」の開業、そして秋には「東京駅丸の内駅舎」グランドオープンという明るい話題が続きます。

渋谷の東急文化会館跡地にオープンした「渋谷ヒカリエ」は、百貨店やレストラン、オフィス・スペースの他に、アジアからの観光客を意識したミュージカル劇場も入居しています。「東京スカイツリー」は世界一高いタワー(自立式電波塔)としてギネスブックにも認定され、開業初年度には約540万人の来場者数を見込んでいるそうです。また「東京駅丸の内駅舎」は駅舎などの主要部分は保存・活用しつつ、震災で消失した屋根や駅舎3階の外壁が創建当時の姿に復元されるそうで、駅施設のほかにホテルやギャラリーも入ります。

訪日外国人旅行者に訪問地のアンケートをとると、トップ10のうち東京は8カ所もランクインします(2010年日本政府観光局JNTO調べ)。これは東京がインバウンド戦略の重要なカギを握っていることを意味しており、誕生するランドマークは、訪日外国人旅行者数1800万人実現に向けた力強いキラーコンテンツとなることでしょう。

インバウンドを拡大するための課題もいくつかあります。その一つに情報の不足があります。たとえば案内表示を見ても、日本は外国人旅行者に親切な国であるとはいえないようです。旅行者への情報提供の手段として、世界的に普及が進むスマートフォンの活用が期待されます。交通・屋外広告もスマートフォンと連携し、旅行者が初めて訪れる不慣れた土地のガイド役を果たすことでインバウンドに貢献できるのではないのでしょうか。

もちろん、その可能性はインバウンドに限らず大きく広がります。プル型メディアといえるスマートフォンに、プッシュ型メディアの代表格である交通・屋外広告が融合することによって、新しいコミュニケーション・ツールやビジネスチャンスの創造が期待できます。

新たな創意工夫で交通・屋外広告のポテンシャルをさらに高めていくことは、日本経済の活性化に大きく貢献できると信じます。ともに頑張りましょう。

(株式会社NKB・株式会社ぐるなび 会長)

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
 コマーシャル・イメージング事業部 TEL 03-3973-1641 / FAX 03-3973-2517

平成 23 年度の広告クレーム傾向について

公益社団法人日本広告審査機構（JARO）では、平成 23 年度の相談受付件数、審査処理状況、最近の問題広告の傾向について資料をまとめ、公表いたしました。苦情が多かった業種、媒体の傾向がわかり、ご参考になれば幸いです。

JARO の概要 昭和 49 年に総理府、公正取引委員会、通産省から社団法人の認可を受け、広告・表示について民間の自主規制機関。一般消費者からの広告についての苦情、問い合わせを受付け、審査し、広告に問題があれば事業者（広告主）に改善を求めるなどの業務を行っている。

* ドロップショッピングサービス事業者など 19 社に警告

*** ドロップショッピング** 一般人がネットショッピングを開設し、そこに注文が入った時点で、それをメーカーや卸売り業者（バンダー）から直接送付するネットショップの運営方法の形態である。

在庫を持たずに簡単に儲かるなどの触れ込みで一般人を勧誘し、初期費用等の名目で数十万円～数百万円を徴収する業者が複数現れている。また全額を払ってネットショップを開設し、注文があっても商品を発送しない業者もあり、悪徳商法ではないか、と問題になり始めている。

平成 23 年度（23 年 4 月～24 年 3 月）の受付総件数は 4,580 件で、「苦情」「意見」が減少したものの「照会」は増加した。業種では「小売業」「一般食品」が多く、媒体では「テレビ」「インターネット」が多かった。一般からの相談は全体の約 7 割を占め、男性からの相談割合が増加傾向にある。23 年度は 27 件の見解を発信し、ドロップショッピングなどネット通販に関するものが多かった。

1. 全体件数

当期の受付総件数は 4,580 件で、匿名でないなどの要件^{※1}を備えた「苦情」は 258 件、それ以外の「問い合わせ」は 4,322 件となった。「問い合わせ」の内訳は、「苦情」の要件を満たさないものの、内容は苦情と同様である「意見」が 2,514 件、広告制作に当たったの相談などの「照会」が 1,342 件、番組や記事などの相談である「広告以外」が 466 件であった。広義の苦情である「苦情」と「意見」を合わせた件数は 2,772 件で前年度より減少したが、「照会」は増加した。

受付総件数 4,580 件 (前年同期 5,096 件 / 前年同期比 89.9%)			
苦情 258 件 (296 件 / 87.2%)	問い合わせ 4,322 件 (4,800 件 / 90%)		
	意見 2,514 件 (3,129 件 / 80.3%)	照会 1,342 件 (1,278 件 105.0%)	広告以外 466 件 (393 件 / 118.6%)
「苦情」 + 「意見」 2,772 件 (3,425 件 / 80.9%)			

※1 「苦情」とは①相談者の氏名、連絡方法が明らかである、②事務局で広告の確認ができる、③相談者が広告に不都合ありと主張している一の 3 要件を満たすもの。「問い合わせ」はそれ以外をいう。「意見」は 3 要件を満たさないが、内容は「苦情」と同様のもの。「苦情」と「意見」を合わせたものが広義の苦情扱いとしている。

2. 業種別

「苦情」と「意見」を合わせた件数を業種別に見ると、「小売業」「一般食品」「通信」の順となった。「小売業」の内訳では通信販売 135 件と専門店 115 件が多い。増加したのは「一般食品」(158 件→216 件)「コンピュータ・通信機器」(89 件→101 件)で、22 年度末に AC ジャパンの CM への意見が急増して、22 年度 1 位だった「行政・団体」は例年並みに戻り、4 位となった。また、「一般食品」は、3 月に放送されたアイドルグループが出演する菓子の CM への意見が 79 件寄せられたため増加した。

23 年度 (全 2,772 件)	
①小売業	394
②一般食品	216
③通信	198
④行政・団体	141
⑤健康食品	106
⑥人事募集	102
⑦化粧品・石けん・洗剤等	101
コンピュータ・通信機器	101
⑨保険	99
⑩土地建物	93

22 年度 (全 3,425 件)	
①行政・団体	529
②小売業	438
③通信	276
④一般食品	158
⑤人事募集	121
⑥医薬品・医薬部外品	118
⑦保険	116
⑧健康食品	111
⑨化粧品・石けん・洗剤等	109
⑩風俗・ギャンブル	102

3. 媒体別

「苦情」と「意見」を合わせた件数を媒体別に見ると、上位は前年度同様、「テレビ」「インターネット」「折込」となった。「テレビ」は AC ジャパンの CM への意見が落ち着いたことから大幅に減少した。「テレビ」の内訳は「一般食品」「車両・乗り物」「健康食品」が、「インターネット」では「コンピュータ・通信機器」「塾・教室・講座」が、それぞれ増加した。

23 年度 (全 2,837 件) ^{※2}	
①テレビ	1,290
②インターネット	454
③折込	209
④新聞	144
⑤チラシ	110
⑥ラジオ	98
⑦雑誌	62
パンフレット等	62
⑨ミニコミ誌	58
⑩ラベル・パッケージ等	56

22 年度 (全 3,520 件)	
①テレビ	1,785
②インターネット	488
③折込	233
④新聞	150
⑤チラシ	137
⑥ラジオ	104
⑦雑誌	89
⑧店頭広告	80
⑨パンフレット等	65
⑩ミニコミ誌	60

4. 一般の相談

受付総件数の約 7 割を占める「一般」からの相談は 3,257 件で、男性 2,218 人、女性 973 人、不明 66 人^{※3}となった。男性の割合が年々高まっており、年代別では「30 代」「40 代」が多く、近年増加傾向にあった「60 代」「70 代以上」が減少した。

近年は、特定のテレビ CM に集中的に意見等が寄せられる事例がある。ブログなどで「JARO に意

見を言おう」という書き込みが契機になっていることが多い。

相談者内訳	全体	
一般	3,257	
消費者団体	1	
消費生活センター	96	
行政機関	21	
広告主	(会員)	216
	(非会員)	290
広告業	(会員)	358
	(非会員)	127
媒体	(会員)	169
	(非会員)	24
関係団体等	21	
合計	4,580	

「一般」の年代・性別

年 代	件 数			不明
	男性	女性		
10代	17	15	2	0
20代	235	150	85	0
30代	585	387	198	0
40代	667	465	202	0
50代	441	296	145	0
60代	272	188	84	0
70代以上	107	83	23	1
不明	933	634	234	65
合計	3,257	2,218	973	66

※3 「不明」とは、匿名の郵便など性別・年代が判らない相談

5. 照会

事業者などからの広告制作や広告受付に係る相談である「照会」は1,342件で、前年度1,278件から増加した。業種別では「小売業」143件、「行政・団体」112件、「医療機関」94件、媒体別では「折込」348件、「テレビ」124件、「インターネット」109件が多かった。

23年度は放射性物質関連の相談が寄せられ、上半期には放射性物質が除去できるとうたう浄水器や放射線測定器など、下半期はこれに加え、放射線検知サービスや除染サービスなどが見られた。また、ポイントモールなどインターネットを利用した新たな商法に関する相談など、内容が複雑化している。JAROを積極的に活用する会員社も多く、相談は薬事法、医療法、あはき法（あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律）に関するものが目立った。

6. 見解

JAROでは業務委員会で審議し、広告主などにその見解を発信して広告の適正化を促しているが、23年度は警告19件、要望5件、提言3件*4の計27件の見解を出した。ネット通販に関する事例が多く、ドロップシッピングに関する事例では複数の事業者が関わっているなど、全容を把握するのに時間を

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

要したケースもあった（⑦⑧⑨の事例）。

警告 19 件の事例は次の通り（括弧内は媒体）。

①「コミコミ価格 110 万円→決算特価 105 万円」などと不適切な二重価格表示をした中古自動車（折込）、②「ウイルスの感染を防止し死滅させる対策液」と表示した室内噴霧液（ウェブサイト）、③「放射性物質、驚異の 97%除去」と表示した浄水器（折込）、④「商品代金を全額お返しいたします」と表示しているが、条件が表示されていない健康茶（テレビ）、⑤医薬部外品であるにもかかわらず「発毛率 85%」とうたう育毛剤（ウェブサイト）、⑥広告に書かれた「3 t 車 25,000 円」より、依頼した 2 t 車の方が高かった引越（ウェブサイト）、⑦⑧⑨「肌の奥に存在する組織を破壊し、メラニンの生成を呼ぼう」とうたった薬用化粧品（ウェブサイト）、⑩実年齢 50 歳の女性の肌年齢が 35 歳になったという薬用化粧品（テレビ）、⑪⑫⑬「液晶テレビ〇〇円。台数限定なし」とあるが、どの店舗でも商品がなかった家電量販店（折込）、⑭「モニターの 85%の脳年齢が若返った」とうたう健康食品（雑誌）、⑮⑯「あの有名女優をたった 10 日間で -9 kg 強制減量」とうたうサプリメント（ウェブサイト）、⑰「酵素で大そうじ、〇〇健康法」とうたう健康飲料（新聞）、⑱「美容エキスがものすごく濃いんです。1 万%」とうたう化粧品（カタログ）

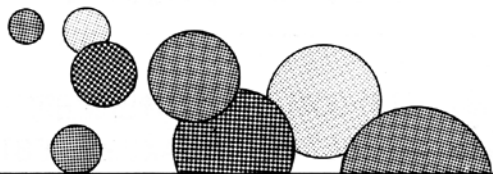
（⑦⑧⑨は同じ商品を販売していたドロップ SHIPPING サービス事業者 1 社と通販会社 2 社にそれぞれ警告を行った案件、⑪⑫⑬は同じ商品の表示に 3 件（同じ事業者の 3 店舗）の苦情が寄せられた事例、⑮⑯は同じ商品を扱っていた通販会社 2 社にそれぞれ警告を行った事例）

※4 [警告] 広告および表示事項が関係法令に抵触することから、当該広告の即時排除もしくは当該表示の撤回が必要と認められるもの。

[要望] 広告および表示事項が消費者に誤認を与える恐れのあるもの、または関係法令に抵触する恐れがあり、当該表示の修正を求めることが必要と認められるもの。

[提言] 広告および表示事項の一部が消費者に誤認を与える恐れがあるため、検討を求めることが必要と認められるもの。

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

平成 23 年度第 3 回理事会開催

平成 23 年度 第 3 回 理事会が開催され、平成 24 年度の事業計画・収支予算(案)について承認された。この事業計画・収支予算(案)は、公益法人として、事業年度終了前に監督官庁である東京都に提出する必要があり、3 月末日に当協会の監事・会計顧問である堀井公認会計士より東京都へ提出された。

日 時	平成 24 年 3 月 14 日 (水) 午後 1 時 30 分～3 時
場 所	東京商工会議所ビル 110 特別会議室
議 題	第 1 号議案 平成 24 年度事業計画(案)について 第 2 号議案 平成 24 年度収支予算(案)について

報告事項

1. 公益社団法人東京屋外広告協会・行事スケジュール
2. 「屋外広告視認率調査セミナー」実施報告と概要について

平成 24 年度事業計画(案)

我が国は、昨年大きな災害に見舞われ、その処理には長い年月が掛かると懸念されている。世界を見渡すと、EC 諸国、アラブ諸国、アジア諸国で激動の時代に入った感があるが、経済力・国力において欧米諸国が相対的な地位の低下傾向にあるのは否めない。台頭してきているのは中国を始めとする以前の中進国、後進国であった国々である。技術力、資本力を携え安価な労働力と豊富な資源を最大の武器としている。

一方、我が国は昨年、戦後初めて人口が減少傾向になった。出生率 1.37% 平均寿命 86 歳というデータからすれば、まさに本格的に高齢化社会に突入したと言えるであろう。数十年後、総人口は一億人を大きく割り込み、四人に一人は高齢者となる。産業立国日本の将来は、非常に厳しい状況にある。

このような環境の中、屋外広告業界は、産業界の最も川下に位置する業界であるため、非常に厳しい

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

経営環境に晒されている、と言わざるを得ない。

しかしデジタルサイネージ等の新しい技術とノウハウを駆使して、更に進化し拡大する可能性は残されている。屋外広告は、都市の美しい景観との調和を図りつつ、親しみも感じられる広告物を制作・提供するという、都市文化の創造と社会的責任を担い、かつ経済の活性化に少なからず貢献している。

当協会は昨年、公益社団法人となり、車体利用広告等デザイン審査委員会は東京都知事の指定するところとなった。社会的な責務は一層重くなったと言える。屋外広告憲章に基づき都市環境の改善・向上に努めるとともに、電車・バス・広告宣伝車等、車体利用広告の健全かつ適正な自主審査をはじめ、以下の諸事業を、行政および関係団体と連携しながら、積極的に展開して行く。

記

1. 車体利用広告等デザインの審査事業

電車・バス・トラック・タクシー・広告宣伝車等の車体利用広告等のデザイン審査を、良好な景観の保持ならびに交通の安全、危害の防止という観点に立脚して、厳正・中立の立場から迅速に審査業務を遂行する。

昨年度から広告宣伝車の広告デザインの自主審査を実施しているが、件数は徐々に増加傾向にあり、審査体制の改善強化と短期化を図る。

2. 屋外広告に関するセミナー・施設見学会の開催

屋外広告の質的向上と発展を目指し、屋外広告に関する正しい知識や最新の情報を、一般都民にも広く啓発、提供する目的から、セミナーや見学会を開催する。

3. 屋外広告に関する情報の収集・調査・研究及び普及・啓発事業

東京都の広告物審議会等で決定された事項や施策のあらまし等、屋外広告に関する最新の情報を収集し、広報誌やホームページを通じて広く情報を提供する。

また、屋外広告の効果測定を将来実施する準備として、調査方法や分析の手法等、様々な角度から検討を行う研究会に代表委員を派遣し、将来に備える。

その他、美しく優れたデザインに関する解説、各自治体における施策の内容、経営に役立つ各種情

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

報等を網羅する広報誌を発行するほか、インターネットのホームページ上に公開し一般都民にも情報を提供する。

このほか、東京都主導による都内各地域における放置看板、はり紙等の共同除却活動等にも積極的に協力する。

4. 会員相互のコミュニケーション・交流の促進

当協会の組織を維持し、諸々の活動を円滑に行うため、会員のコミュニケーションや交流を促進することを目的として、会員交流会等の事業を行う。

5. 「東京都屋外広告コンクール」の隔年開催

首都東京の優良な都市環境を育成し、屋外広告の更なる進化、発展を意として東京都と共催し、東京都屋外広告コンクールを開催する。優良作品を表彰し、その作品を一定期間公共の場に展示し、広く都民に紹介する。

6. その他委員会活動の強化

昨年度改組した各委員会の活動をさらに活性化し、当協会の振興を図ると同時に、都市環境の美化を目的とする当協会の活動を、広く都民にアピールする。

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

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

平成24年度 予算書(案) (平成24年4月1日～平成25年3月31日)

(単位:円)

科目	公益目的事業会計				収益事業等会計			法人会計	内部取引消去	合計	
	審査事業	コンクール事業	セミナー事業	普及・啓発	共通	小計	会員相互				共通
I 一般正味財産増減の部											
1. 経常増減の部											
(1) 経常収益											
特定資産運用益	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2,000
① 特定資産受取利息											2,000
受取入金金	0	0	0	0	10,000	10,000	0	0	0	0	20,000
① 入金金											20,000
受取会費	0	0	0	0	4,315,000	4,315,000	0	0	0	0	8,630,000
① 法人会員受取会費											7,360,000
② 個人会員受取会費											520,000
③ 団体会員受取会費											750,000
④ 賛助会員受取会費											0
事業収入	1,650,000	1,440,000	0	668,000	100,000	3,858,000	625,000	0	625,000	0	4,483,000
① 広告料収入				668,000		668,000					668,000
② 行事参加費収入					100,000	100,000	625,000		625,000		725,000
③ 講習会費等収入			0			0			0		0
④ 屋外広告コンクール事業収入		1,440,000				1,440,000			0		1,440,000
⑤ 車体利用広告デザイン権	1,650,000					1,650,000			0		1,650,000
雑収入	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,000	1,000
受取利息										1,000	1,000
経常収益計	1,650,000	1,440,000	0	668,000	4,425,000	8,183,000	625,000	0	625,000	0	13,136,000

科目	公益目的事業会計					収益事業等会計			法人会計	内部取引消去	合計
	審査事業	コンクール事業	セミナー事業	普及・啓発	共通	小計	会員相互	共通			
(2) 経常費用											
事業費											
役員報酬	613,800	376,200	376,200	376,200		1,742,400	39,600		39,600		11,233,920
給料手当	604,500	292,500	156,000	292,500		1,345,500	39,000		39,000		1,782,000
退職給付費用	0	0	0	0		0	0		0		1,984,500
法定福利費	127,100	62,700	36,100	62,700		288,600	8,200		8,200		296,800
会議費	260,000	585,000	40,000			885,000	725,000		725,000		1,610,000
旅費交通費	114,700	64,700	54,900	64,700		299,000	7,400		7,400		306,400
通信費	122,000	30,000	10,000	15,000	150,000	327,000	10,000	25,000	35,000		362,000
消耗品費	50,000	14,000	10,000	55,000	180,000	309,000	3,000	30,000	33,000		342,000
外注費		1,300,000		1,034,400		2,334,400			0		2,334,400
荷造運賃		0		52,000		52,000			0		52,000
水道光熱費					16,200	16,200	2,700		2,700		18,900
賃借料		0	0		1,344,000	1,344,000	224,000		224,000		1,568,000
リース料					225,360	225,360	37,560		37,560		262,920
支払報酬料	380,000	190,000	50,000	40,000		660,000			0		660,000
支払負担金		0	0	100,000		100,000			0		100,000
雑費	0	50,000			84,000	134,000	20,000		20,000		154,000
管理費											
役員報酬						0			0	198,000	198,000
給料手当						0			0	565,500	565,500
退職給付費用						0			0	0	0
法定福利費						0			0	113,200	113,200
広告宣伝費										63,000	63,000
交際費										50,000	50,000
会議費						0			0	300,000	300,000
旅費交通費						0			0	103,600	103,600
通信費						0			0	145,000	145,000
消耗品費						0			0	90,000	90,000
外注費						0			0	80,000	80,000
水道光熱費						0			0	8,100	8,100

科目	公益目的事業会計						収益事業等会計			内部取引消去	合計	
	審査事業	コンクール事業	セミナー事業	普及・啓発	共通	小計	会員相互	収益事業等会計				
								共通	小計			
賃借料						0			0	672,000		672,000
リース料										112,680		112,680
支払報酬料						0			0	220,000		220,000
支払負担金						0			0	15,000		15,000
雑費						0			0	96,000		96,000
経常費用計	2,272,100	2,965,100	733,200	2,092,500	1,999,560	10,062,460	1,116,460	55,000	1,171,460	2,832,080	0	14,086,000
評価損益等調整前当期経常増減額	-622,100	-1,525,100	-733,200	-1,424,500	2,425,440	-1,879,460	-491,460	-55,000	-546,460	1,495,920	0	-930,000
当期経常増減額	-622,100	-1,525,100	-733,200	-1,424,500	2,425,440	-1,879,460	-491,460	-55,000	-546,460	1,495,920	0	-930,000
2. 経常外増減の部												0
(1) 経常外収益												0
経常外収益計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(2) 経常外費用												0
経常外費用計	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
当期経常外増減額	-622,100	-1,525,100	-733,200	-1,424,500	2,425,440	-1,879,460	-491,460	-55,000	-546,460	1,495,920	0 x	0
他会計振替額												
法人税、住民税及び事業税										70,000		70,000
当期一般正味財産増減額	-622,100	-1,525,100	-733,200	-1,424,500	2,425,440	-1,879,460	-491,460	-55,000	-546,460	1,495,920	0	0
一般正味財産期首残高												
一般正味財産期末残高												
Ⅱ 正味財産期末残高												-1,000,000

報告事項①

公益社団法人東京屋外広告協会・行事スケジュール

2月22日（水）	屋外広告物認識率調査報告セミナー（実施済み）
2月下旬	事業計画・予算の策定
3月2日（金）	総務委員会 開催（開催済み）
3月14日（水）	理事会 開催（事業計画・予算の承認） 開催日は井上会長のスケジュールに合わせる。 事業年度開始前（3月中に）東京都に提出する。
4月中旬	事業報告・決算の作成
4月下旬	幹事会 監事による事業報告・決算の監査
5月初旬	総務委員会 開催 理事会 開催（事業報告・決算の承認） 開催日は井上会長のスケジュールに合わせる。 事業報告・決算等の書類は事務局に備え置き、会員に開示するため二週間以上の期間が必要とされる。
5月中旬	総会の日程を井上会長の日程に合わせる。開催通知発送
6月6日	総会開催 平成23年度事業報告・決算の承認 平成24年度事業計画・予算の承認

公益社団法人化により、総会の日程は、上記日程でコンクリートされます。また、事業年度終了前（3月末）までに、次年度の事業計画・予算書を東京都に提出することが必要です。さらに総会と理事会は、井上会長のスケジュールに合わせて開催することとなります。（いずれも会長が招集することになり、会長が不在の場合は、出席者全員の署名捺印が必要となる。）

以上、当協会の幹事であり顧問公認会計士である堀井先生の指導によります。

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

報告事項②

「屋外広告物認識率調査報告セミナー」実施報告

共催	公益社団法人東京屋外広告協会 屋外広告調査フォーラム
日時	平成24年2月22日（水）午後2～4時
場所	東京商工会議所 B2 講堂
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 局長 村上義明氏
オブザーバー	(株)ビデオリサーチ 事業開発局 局長付局長 小林勝巳氏
主催者挨拶	公益社団法人東京屋外広告協会 副会長 廣邊裕二氏
参加者	77名

[セミナー概要]

屋外広告の効果指標策定に向けて、経過報告と分析結果及び今後の活動テーマと課題について、以下の分野において詳細な説明があった。

1. なぜ今、屋外広告の効果指標が必要なのか？
2. 欧米の屋外広告指標
3. 動き出した屋外広告指標調査プロジェクト
4. 調査の概要とその結果について
5. これからの活動について

セミナー終了後、複数の参加者より今後の屋外広告物調査フォーラムの活動と、本件の正式な報告書の発刊の時期等について質問があった。

また、当協会と屋外広告物調査フォーラムは、正式な報告書が発刊された時期（平成24年4月以降）に、改めてセミナーを開催することを合意した。




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

クロアチア ドブロヴニク アドリア海の真珠

小野 博之

クロアチアの代表的な旅行社「アトラス」の大型バスはボディ中央にこの国の明媚な観光スポットを大きくあしらっていて、すがすがしくも印象的である。われわれの乗った車体には、紺碧の海に囲まれたオレンジ色の瓦屋根と白壁でピッシリと埋め尽くされたドブロヴニクの遠望がラッピングされていた。

“アドリア海の真珠”と称えられるそのままに、歴史ある城砦都市は素晴らしい景観を見せて息づいていた。しかし、この都市の過去は生易しいものではない。

大地震の被害にもあっているが、ほんの10年と少し前の内戦では、このかけがえのない人類

の遺産にも海と山から容赦ない砲撃が加えられたのだ。2,000発の砲弾が街の7割を破壊し、172人の人命を奪ったという。美しい街並みはそれ以降、人々の涙ぐましい努力によって見事に再建されたものだった。「この建物の左半分は古く、右半分は内戦以降建て直されたものです」などとガイド氏から説明を受けて初めてその痕跡に気がつくほど再生は見事で徹底したものだ。

40℃に近い炎天下、汗にまみれながら家並みと海を分かち城壁を一周したとき、一層この都市の素晴らしさを痛感した。



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>

「閑話休題」

一部フリー百科事典「ウィキペディア」より抜粋

最近、インターネットを利用した広告の中で、個人的な情報発信手段（ブログ、ツイッター、ユーチューブ等）を装った「広告ではない広告」が氾濫しているらしい。以前から雑誌や新聞記事、テレビ等に意図的に取り上げてもらうパブリシティはあった。古くは十返舎一九の「東海道中膝栗毛」にもパブリシティはあったらしい。しかし個人的な情報発信やデータの中に「広告ではない広告」が潜んでいるとしたら、広告の定義は揺らいでくる。

広告とは何かと考えた場合うかぶのは、アメリカマーケティング協会や多くの研究者の定義を踏まえて広告を定義づけたものがある。

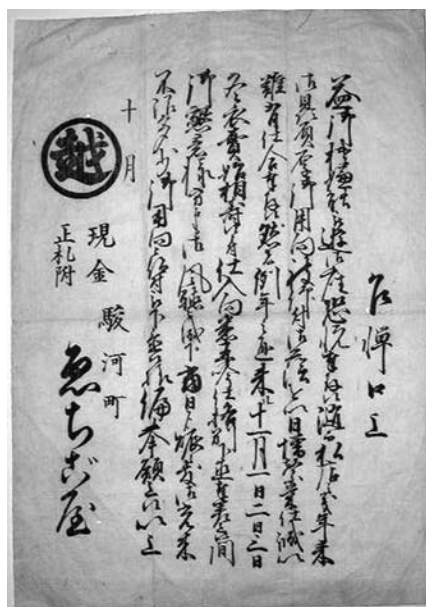
広告とは、『非人間的メッセージの中に明示された広告主が、所定の人々を対象にし、広告目的を達成するために行う商品・サービスさらにはアイデア（考え方、方針、意見、などを意味する）についての情報伝播活動であり、その情報は広告主の管理可能な広告媒体を通じて、広告市場に流されるものである。広告には企業の広告目的の遂行はもとより、消費者または利用者の満足化、さらには社会的・経済的福祉の増大化などの機能を伴うことになるのは言うまでもない。企業のほかに、非営利機関、個人などが広告主となる場合もある。』というものである。

また、広告のカテゴリとなる3条件は、次の通りである。

1. 管理可能な広告媒体（記事やテレビのパブリシティと区別するため。）
2. 非人間的なメッセージ
3. 明示された広告主が行う。

時代の進化とともに文化は変化し、大衆の概念やマーケティングの在り方も変化してくる。その文化を時代と共に創造していく役目を担う「広告」は、やはり「管理可能な広告媒体」を使用することが必然ではないだろうか。

読めますか？



明治初期の越後屋（後の三越百貨店）のチラシ

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

事務局だより

◎平成 23 年度第 3 回理事会

日 時：平成24年 3月14日（水）午後 1 時30分

場 所：東商ビル 110 会議室

議 題： 1. 平成24年度事業計画について
2. 平成24年度収支予算について

報告事項： 1. 第84回定期総会スケジュールについて
2. 「屋外広告視認率調査セミナー」概要について

◎平成 23 年度第 4 回理事会

日 時：平成24年 5月22日（火）午後 1 時30分

場 所：東商ビル 特別会議室 B

議 題： 1. 平成23年度事業報告について
2. 平成23年度収支決算について
3. 共栄基金を公益事業積立金とする件について
4. 平成24年度の業務執行について
5. 会長・副会長・常任理事・理事の選任と退任について
6. 会員の入会について

報告事項： 1. 第84回定期総会について
2. 会員退会について

◎監事による業務・会計監査

日 時：平成24年 5月 8日（火）午後 1 時

場 所：東商スカイルーム（東商ビル 8階）

内 容：平成23年度事業報告・収支決算における監査

◎委員会 総務委員会

日 時：平成24年 3月 2日（金）

場 所：協立広告㈱ 会議室

議 題： 1. 平成24年度事業計画について
2. 平成24年度収支予算について

◎委員会 総務委員会

日 時：平成24年 5月 9日（水）午後 1 時30分

場 所：協立広告㈱ 会議室

議 題： 1. 平成23年度事業報告について
2. 平成23年度収支決算について
3. 役員交代と退任について
4. 会員の入会について

◎車体利用広告等デザイン審査委員会

日 時：平成24年 2月27日（月）

場 所：東商スカイルーム（東商ビル 8階）

議 題： 広告宣伝車デザイン審査の現況について

◎セミナー

日 時：平成24年 2月22日（水）午後 2 時

場 所：東商ビル B 2 講堂

内 容：「屋外広告視認率調査」の概要について

<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