

## 新年ご挨拶

公益社団法人 東京屋外広告協会

会長 石井卓爾



明けましておめでとうございます。昨年の暮れに京都大学の山中教授がノーベル生理学・医学賞を受賞されました。教授が開発されたIPS細胞により今まで不可能であった難病の治療など、医学・医療分野はより一層進捗するものと期待されております。我が国では過去多数のノーベル賞受賞者を輩出しておりますが、いずれにせよ我が国の科学研究分野は世界の最先端にある、と言えましょう。心強い限りです。

また一方、米国ではオイルシェール及びシェールガスが廉価に採掘できる技術が開発されました。米国は世界一の石油輸入国ですが、これによりシェールガスの輸出国になるとさえ言われております。また世界中のオイルシェールの埋蔵量は膨大な量になりますので、今後、石油価格等のエネルギーコストが逡減してくる可能性があります。我が国が世界中から原材料とエネルギー資源を輸入し、加工し輸出するという産業立国のスタイルは、今後とも変わることは無いと考えます。エネルギー資源の供給が安定し、エネルギーコストが削減できれば、あらゆる企業の経営基盤強化につながります。特に電力等エネルギーコストとの関連が深い屋外広告業界にとっては喜ばしいことです。

もう一つ昨年の明るい話題として、ロンドンオリンピックでの日本選手の活躍があらうかと思っております。今年が2020年の開催地決定の年でもありますので、東京にオリンピックが招致できることを期待したいと思います。

我が国では、ここ数年来、国の舵取りともいべき政治が混迷し、どの方向にこの国を進めていくのか、明確な像がわからない状況にありました。幸いにして我が国の企業、産業界の基礎体力は、他国と比してかなり強いものがあり、国内が経済的に大混乱する事態は避けられております。しかしこのような状況は好ましいものではありません。これから政治に望むのは、我が国の進路を明確に示し、腰の据わった舵取りを実行し、そしてアジア諸国及び米国、ヨーロッパ等、世界の国々からより一層信頼される国家を築くこと、と考えます。これが産業立国日本の今後とも進むべき方向と確信しております。

末筆になりましたが、皆様のご多幸とご繁栄を祈念いたしまして、年頭のご挨拶とさせていただきます。

(三和電気工業株式会社 社長)

あなたの未来を、カタチに。

FUJISAWA

## 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

<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 24 年度第 1 回理事会議事録

日 時 平成24年10月31日（水）  
（午後 1：30～3：00）  
場 所 東京商工会議所ビル特A会議室

## 1. 開 会

廣邊裕二副会長から、石井卓爾新会長を紹介の後、事務局の案内により、石井会長の就任と開会の挨拶があった。

## 2. 定足数

事務局から本理事会定足数の説明があった。理事定員25名（欠員1名）、監事定員3名のうち、本人の出席者は理事20名、監事2名であり、定足数を満たしている旨報告があった。また議決権を持たない代理出席は3名であった。

## 3. 議事録署名人

議長から本理事会の議事録署名人は、定款により議長・石井卓爾氏と出席した監事・高橋源治氏・中橋光氏になる旨説明があり、一同これを了承した。

## 4. 1号議案 東京屋外広告コンクールの開催について

廣邊コンクール実施委員長から、第8回東京屋外広告コンクールについて、実施要項および作品募集要項について詳細な説明があったのち、質疑応答を諮った。

高村徹常任理事から、今年度は、東日本大震災の影響で第1部及び第2部

の屋外広告物の新規作成が減少しており、作品募集はかなり困難を伴うので応募作品の減少は避けられない旨発言があった。一同これを了承し屋外広告物については強力にプロモーションしていくことで一致した。

また審査委員の選定について質問があったが、事務局よりすでに10月中旬に予定されている審査委員の就任承諾書をいただいている旨、説明があった。

以上をもって、1号議案は、全員異議なく承認された。

## 5. 2号議案 特別会費及び協力金の徴収実施について

廣邊コンクール実施委員長から、第8回東京屋外広告コンクールのための特別会費及び協力金の徴収について詳細な説明があった。一同に諮ったところ、2号議案は全員異議なく了承された。

- ① 105件の団体・法人会員に対し、10,000円の特別会費の拠出をお願いする。
- ② 下記の団体に協力金の拠出を依頼する。

東日本鉄道東京広告会（90,000円）東京地下鉄広告会（50,000円）  
関東ネオン業協同組合（100,000円）都営交通広告会（50,000円）  
東京商工会議所（100,000円）

## 6. 3号議案 新入会員の認証について

事務局から2件の新入会員について詳細な説明があった。

（新入会員）

- ① ㈱ベストクルーズ 社長 高橋 豊  
主な事業 羽田空港内の広告取扱
- ② ㈱アイビーム デザイン室長 土屋めぐみ  
主な事業 バス等の車体内外の広告取扱

（退会会員）

- ① 佐藤弘祐
- ② ㈱弘告社

- ③ 小野商事(株)
- ④ 橋本谷弘司

以上の新入会員について一同に諮ったところ、3号議案は、全員異議なく了承された。

## 7. 報告事項 (1)新東京駅デジタルサイネージ見学会の実施について

上記の件につき栗本周二常任理事から詳細な説明があった。

11月28日（水）及び11月29日（木）の両日に実施することになり、集合時間、集合場所、員数等の詳細については今後(株)ジェイアール東日本企画と協議し決定することになったことを一同了承した。

## 8. 閉 会

滝久雄副会長から、閉会の挨拶と石井会長に対する御礼の辞があり、全ての議件及び報告事項を終了した。

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3-7-5 京橋スクエア TEL.03-3538-9320(代) FAX.03-3538-9220

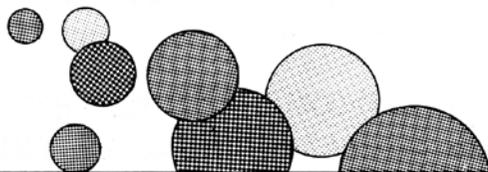
## 1 号議案

## 第 8 回東京屋外広告コンクール実施要綱

公益社団法人東京屋外広告協会

1. 名 称 第 8 回東京屋外広告コンクール
2. 実施年度 平成24年度
3. 募集作品 第 1 部 建物の屋上に設置された広告物  
第 2 部 第 1 部以外の屋外広告物  
(壁面、突き出し、建植、柱類、交通広告 [車内を除く] 等)  
第 3 部 街並みを構成する屋外広告物  
第 4 部 車体利用広告  
※但し、作品は都内に平成23年 1 月 1 日から平成24年12月31日迄に  
設置されたもの
4. 応募資格 (1) 広告主の自薦  
(2) 媒体社、代理店、制作会社の推薦  
(3) その他
5. 募集期間 平成24年12月17日 (月) ~平成25年 1 月18日 (金)
6. 審査員 8~10名  
東京都広告物審議会委員、東京都、東京商工会議所、広告関連業界  
代表、有識者
7. 後援、協賛、協力等の依頼先  
(1) 後援：東京都、東京商工会議所  
(2) 協賛：東京屋外広告美術協同組合、関東ネオン業協同組合、一  
般社団法人東京バス協会、関東交通広告協議会  
(3) 協力：広告関連団体、業界紙等
8. 表 彰 (1) 東京都知事賞  
(2) 東京商工会議所会頭賞  
(3) 公益社団法人東京屋外広告協会会長賞
9. 経 費 会員及び関連団体等からの協力金、協賛金等を仰ぐ

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号議案

# 特別会費の徴収について

1. 東京屋外広告コンクールの実施に伴い、下半期の会費請求と同時に各会員に特別会費（10,000円）を徴収する。

2. 従来と同様に、協賛金もしくは協力金を下記の各団体に依頼する。

- |              |            |
|--------------|------------|
| ① 東日本鉄道東京広告会 | (90,000円)  |
| ② 東京地下鉄広告会   | (50,000円)  |
| ③ 関東ネオン業協同組合 | (100,000円) |
| ④ 都営交通広告会    | (50,000円)  |
| ⑤ 東京商工会議所    | (100,000円) |

合計390,000円

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3-7-5 京橋スクエア  
株式会社 春光社内

TEL 03-3538-9320(代) FAX 03-3538-9220

### 3号議案

## 新入会員の認証と退会会員について

(定款第6条2項に、会員の入会については、理事会が認証し、その後、会長が本人に通知するとなっている。)

#### (新入会員)

1. ㈱ベストクルーズ 社長 高橋 豊  
住所・千代田区外神田5-1-2  
Tel 03-6806-0801 Fax 03-6806-0808  
事業内容・主として羽田空港内の広告取扱
2. ㈱アイビーム デザイン室部長 土屋めぐみ  
住所・青梅市天ヶ瀬町1061-1  
Tel 0428-24-2192 Fax 0428-24-0213  
事業内容・主としてバス等の車体内外の広告取扱

#### (退会会員)

1. 佐藤 弘祐 (個人会員)
2. ㈱弘告社
3. 小野商事㈱
4. 橋本谷弘司 (個人会員)

# 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](http://www.kingprinting.co.jp)

# 健康・美容に関する広告で警告が目立つ

(公益社団法人日本広告審査機構の機関誌より抜粋)

公益社団法人日本広告審査機構（JARO）は、平成24年度上半期の審査処理状況について資料をまとめ、審査の処理状況、相談受付件数、最近の問題広告の傾向などについてのデータを公表した。

平成24年度上半期の受付件数は2,640件で、前年同期に比べ15.4%増加した。そのうち、事業者からの広告制作・審査時の相談は1,123件で81.4%増加した。見解発信事例のうち法違反に当たる「警告」は10件で、健康や美容に関する事例が目立ち、7件は薬事法に抵触するものであった。

## 1. 全体件数

当期の受付総件数は2,640件で15.4%増加した。「苦情」※1は、114件と減少したが、それ以外の「問い合わせ」は2,526件と17.9%増加した。「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1,169件、広告制作に当たっての相談などの「照会」が1,123件、番組や記事などの相談である「広告以外」が234件となり、広義の苦情に当たる「苦情」と「意見」を合わせた件数は1,283件となった。平成16年から「問い合わせ」を「意見」「照会」「広告以外」に分類して以降、「照会」は受付総件数の25～30%程度の構成比だったが、今期初めて4割を超えた。

受付総件数 2,640件 (前年同期2,287件/前年同期比115.4%)			
苦情 114件 (145件/78.6%)	問い合わせ 2,526件 (2,142件/117.9%)		
	意見 1,169件 (1,280件/91.3%)	照会 1,123件 (619件181.4%)	広告以外 234件 (243件/96.3%)
「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

業種別に多かったものを「苦情」と「意見」を合わせた件数（広義の苦情）で見ると、「通信」「小売業」「一般食品」の順となった。「通信」は128件のうち62件が携帯電話、そのうち43件はテレビCMに関するものだった。「通信」は大幅に増加したが、「小売業」「行政・団体」が減少した。近年、男性からの相談が増加傾向にあるが、「通信」の8割、「小売業」の7割は男性からの相談が占めた。

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

24年度上半期（全1,283件）	
①通信	128
②小売業	121
③一般食品	92
④健康食品	62
⑤人事募集	57
⑥化粧品・石けん・洗剤等	49
⑦土地・建物	40
⑧行政・団体	38
⑨車両・乗り物	37
風俗・ギャンブル	37

23年度上半期（全1,425件）	
①小売業	207
②行政・団体	112
③一般食品	82
④通信	78
⑤健康食品	61
⑥コンピューター・通信機器	60
⑦人事募集	59
⑧保険	54
⑨医薬品・医薬部外品	51
⑩化粧品・石けん・洗剤等	50

### 3. 媒体別

「苦情」と「意見」を合わせた件数（広義の苦情）を媒体別に見ると、1～6位が前年同様となった。それぞれの媒体を業種別に見ると、1位「テレビ」では「通信」（66件）、「一般食品」（61件）が多かったほか、「健康食品」「車両・乗り物」などがあった。2位「インターネット」では「通信」（35件）、「小売業」（24件）のほか、「コンピューター・通信機器」「医療機関」などがあった。

24年度上半期（全1,318件）※2	
①テレビ	564
②インターネット	261
③折込	82
④新聞	67
⑤チラシ	54
⑥ラジオ	48
⑦雑誌	30
⑧パンフレット等	26
⑨ミニコミ誌	22
⑩屋外広告	19

23年度上半期（全1,425件）	
①テレビ	651
②インターネット	238
③折込	104
④新聞	80
⑤チラシ	62
⑥ラジオ	48
⑦ラベル・パッケージ等	32
パンフレット等	32
ミニコミ誌	32
⑩屋外広告	31

※2 複数の媒体にまたがる案件があるため、「苦情」と「意見」を合わせた相談件数と一致しない。

### 4. 一般の相談

相談者の属性別では、一般からの相談は1,526件で前年同期より171件減少したが、消費生活センターや会員広告主、会員媒体社からの相談は増加した。

一般の内訳をみると男性1,042件、女性461件、不明23件※3で、年代別では「40代」のみ増加した。男性の相談では「通信」「小売業」の割合が高く、女性は「一般食品」「化粧品」「小売業」が高かった。「60代」「70代以上」からの相談は、業種では「小売業」「保険」が多く、媒体では「テレビ」が他の年代より高く、約半数（49.2%）を占めている（一般全体では37.0%）。

地域別では「関東・甲信越」からの相談が589件で、地域が「不明」の254件を除くと46.3%となって例年並みだった。前年同期は震災後だったため「東北」からの相談が126件と増加したが、今期は72件となった。

相談者内訳	全体	
一般	1,526(1,697)	
消費者団体	5(0)	
消費生活センター	78(48)	
行政機関	17(17)	
広告主	(会員)	585(75)
	(非会員)	130(143)
広告業	(会員)	77(171)
	(非会員)	72(53)
媒体	(会員)	119(64)
	(非会員)	25(13)
関係団体等	10(6)	
合計	2,640(2,287)	

「一般」の年代・性別 ( )は前年同期

年代	件数			
	男性	女性	不明	
10代	1(9)	0(8)	1(1)	0(0)
20代	75(119)	57(81)	18(38)	0(0)
30代	245(285)	170(201)	75(84)	0(0)
40代	395(328)	268(226)	127(102)	0(0)
50代	213(241)	142(166)	71(75)	0(0)
60代	127(157)	91(109)	36(48)	0(0)
70代以上	49(58)	36(46)	13(12)	0(0)
不明	421(500)	278(344)	120(121)	23(25)
合計	1,526(1,697)	1,042(1,181)	461(481)	23(25)

※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時や広告受付時の相談である「照会」は1,123件で、前年同期より81.4%増加した。特に会員社からの相談が増加しており、近年入会した企業を中心に、JAROを積極的に活用していただいている。業種別では「医療機関」162件、「化粧品・石けん・洗剤等」82件、「一般食品」74件の順となった。増加が目立ったのは前年同期の4.5倍に上った「医療機関」のほか、「塾・教室・講座」「エステティック」「相談業務」（弁護士・司法書士事務所など）が増えている。「医療機関」の内訳をみると、例年、そのほとんどが「医療・病院」に関する相談が占めるが、今回は「医院・病院」79件、カイロプラクティックや整体などの「民間療法」81件と後者の増加が目立った。媒体別では「チラシ」491件、「折込」113件、「テレビ」75件の順となり、主に増加したのは「チラシ」「ラベル・パッケージ等」「ミニコミ誌」などだった。

## 6. 見解事例

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、今回は警告10件（前年同期5件）、要望1件（同2件）、提言5件（同3件）※4の計16件（同10件）の見解を出した。健康・美容に関する内容のものが目立った。

警告10件の事例は次の通り（かっこ内は媒体）。

①広告に「50%OFF」と描いてあったが、分量が通常の半分のサイズだった薬用化粧品（DM）、②通販業者のサイトに利用者の伝聞調で「便秘対策」「免疫サポート」などと書かれたハーブティー（ウェブサイト）、③「病気や老化の原因となる酸化に立ち向かう驚異の電解水素水」とうたう電解水素水生成器（ウェブサイト）、④「活性水素はさまざまな治療への可能性が信じられています」とうたって糖尿病などの疾病名を表示した医療用電解還元水生成器（ウェブサイト）、⑤「粉がふくほど困っていたのに今では全然気にならない」とうたったスキンケアセット（DM）、⑥「未使用車59.8万円」とあるがメンテナンスパック（8万円余り）を同時購入しなければならなかった中古自動車（折込）、⑦「マスクをしても曇らないレンズ」とうたった花粉対策用眼鏡（ウェブサイト）、⑧「達成率99%続出」「10キロ減量リバウンドなし」とうたう耳ツボダイエットサロン（ウェブサイト）、⑨条件があるのに「100円モニターを募集します!!」とだけ表示し、「肌年齢が19歳も変わった!!」など医薬的な効能効果をうたった石けん（広告メール/ウェブサイト）、⑩「高純度な超軟水が腎臓病予防をサポートします」とうたうペット用飲料水（チラシ）

※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。

# 「新・東京駅デジタルサイネージ見学会」 実施報告

広告物振興委員会（委員長・小野寺忠之氏）と事業委員会（委員長・正盛和彦氏）は合同で、新・東京駅デジタルサイネージの見学会を、平成24年11月28日（水）午後1時30分より、及び29日（木）午前10時30分より、の両日開催した。

この企画は、㈱ジェイアール東日本企画よりご提案いただいたものであり、見学会には同社から説明係員が3名ずつ随行、また当協会理事である栗本周二氏にも両日ご同行いただいた。

参加者は（28日が27名、29日が17名）両

日で合計44名であった。なお、28日の初日には石井会長及び小野寺広告物振興委員長と正盛事業委員長も参加され、質疑応答もあり活発な見学会となった。

リニューアルされた東京駅は、平日にもかかわらず観光客等で大変な混雑であり、当初スムーズに見学できるか不安があったが、予定された場所のデジタルサイネージ等の見学、説明は順調に進み、約一時間の所要時間ですべてを終了した。なお、大変な数の観光客であったため、見学会終了後は現地自由解散とした。



## 第8回 東京屋外広告コンクール作品募集中

### まだ、間に合います！

平成25年1月18日(金)まで応募作品を募集しております。応募要領等詳しくは、当協会のホームページでご確認ください。

公益社団法人東京屋外広告協会 <http://www.toaa.or.jp/>

## 公益社団法人東京屋外広告協会は新規会員募集中です

皆様のお取引先、あるいはご関係先で、当協会に未加入の企業がございましたら、ぜひ当協会へのご加入をお奨め下さい。

公益社団法人として都市の景観促進活動を始め、車体利用広告では東京都知事の指定を受けたデザイン審査機関として、広範な活動を実施しております。これらの活動実績は会員の皆様はもとより、広く都民に公開しております。セミナーや見学会等の研修事業のほか、会員相互のコミュニケーションを図るために委員会活動等を活性化していきます。

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

# 世界サイン紀行V

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みられないアメリカでの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。



東京の“ど真ん中”に情報発信

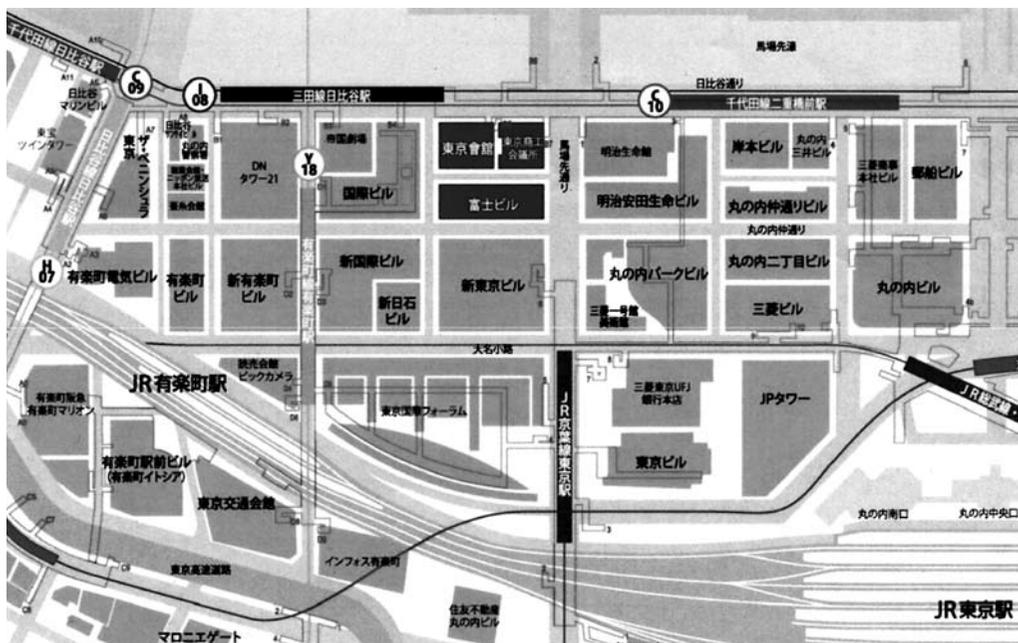
東京地下鉄広告会

【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

# 東京商工会議所ビル建て替え工事について

東京商工会議所は、ビルを老朽化に伴い、平成 26 年 11 月に解体工事着工、平成 29 年度中に竣工予定の計画で建て替え工事を決定した。

なお、この事業は東京商工会議所ビル単独ではなく、同一街区の「富士ビル」、「東京会館ビル」の三棟を含めた共同ビルを開発するもので、三菱地所㈱、㈱東京会館と共に、共同ビルを開発する計画である。現在、東商ビルに入居している当協会を始め、各テナントとの移転準備交渉が、今年度より本格化するが、東京商工会議所及び各テナントが、同一ビルに一時移転できるのかは不明である。平成 25 年度中に解体準備が始まる予定なので、当協会においても一時的に移転するための行動計画を明確にする必要がある。また東京商工会議所のビル建て替え担当から、現在入居している各テナントは、新しいビルへの入居が可能である、との説明があったが、家賃は若干高くなる恐れがある。



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」

昨年(2012年)の11月末、当協会の広告物振興委員会と事業委員会の共同イベントとして、新東京駅のデジタルサイネージ見学会が、二日間にわたって実施された。石井会長、両委員会の小野寺、正盛委員長も参加され、ジェイアール東日本企画の役員と社員の方々に随行していただき、質疑応答も活発で有意義な催しとなった。広大な東京駅構内を利用した最新のデジタルサイネージには興味津々であったが、当日、目を見張ったのは、平日の昼間にもかかわらず、大変な数の観光客が東京駅を跋扈していたことである。圧倒的に中高年のご婦人方が多い。デジタルカメラを片手に、駅構内外をグループで見学し、シャッターを押しまくっている。土産品店や飲食店は、ご婦人方で大変な混雑である。彼方此方の方言が耳に入り、全国から押し寄せていることが良くわかる。東京スカイツリーも同様であるという。

日本は超高齢化社会に入ったが、男女の平均寿命はご婦人のほうが7歳以上長い。ご批判を承知で言えば、女性は男性よりも7歳も老化が遅いのだ。昨今のご婦人方の元気の良さや好奇心の強さ、購買意欲は実に逞しいものがある。

日本は、大震災やアジア諸国での様々な災害、中国や韓国との紛争勃発により、経済活動は大きなダメージを受け、そのうえ国内経済はデフレ状態にあり、景気回復は遅れていると言われている。しかし、ここ新東京駅では大勢の観光客で賑わい、その影を微塵も感じることができない。

かなり以前から家、車、家具、電気製品等々、購入の主導権を持つのは主婦であると言われてきた。様々な広告で女性をターゲットにしたものが目に付くが、女性の感性に訴える工夫が隔々にある。男性、女性とも人間である限り脳の基本的なつくりは同一のはずであるが、感性は少し異なるようだ。感性と言うのはかなり曖昧な言葉であるが、外部刺激における脳の捉え方でも言おうか。よく言われるのは、男性は商品を主として機能で選択し、女性はデザインと雰囲気を選ぶと言われている。屋外広告は男女の感性の違いを十分考慮しているのだろうか。

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

## ◎東京屋外広告コンクール委員会

日 時：平成24年9月5日（水）  
午後10時～12時

場 所：㈱NK B 8 F 会議室

- 議 題：1. 東京屋外広告コンクール開催について  
2. 同コンクール予算について  
3. 特別会費・協賛金の請求について  
4. 同コンクール審査委員の選任について  
5. 同コンクールスケジュールについて  
6. パンフレット、チラシ等の配布について  
7. 入選作品の表彰について

## ◎広告物振興・事業合同委員会

日 時：平成24年10月18日（木）  
午後3時～4時

- 議 題：1. 共同事業について  
2. 新・東京駅デジタルサイネージ見学会の実施について

## ◎平成24年度第1回理事会

日 時：平成24年10月31日（水）  
午後1時～3時

場 所：東商ビル4 F 特別会議室A

- 議 題：1. 1号議案 東京屋外広告コンクールの開催について  
2. 2号議案 特別会費及び協力金

の徴収実施について

3. 3号議案 新入会員の認証について

報告事項：

1. 新東京駅デジタルサイネージ見学会の実施について  
2. その他

## ◎新・東京駅デジタルサイネージ見学会

日 時：平成24年11月28日（水）  
午後1時30分より

場 所：東京駅構内外

参加者：27名

日 時：平成24年11月29日（木）  
午前10時30分より

参加者：17名

## ◎広報委員会

日 時：平成24年12月19日（木）  
午前11時より

場 所：㈱NK B 8 F 会議室

- 議 題：1. 機関紙「TOAA」新年号の内容について  
2. 平成26年東商ビル解体に伴う移転等について  
3. その他

## ◎広告界合同年賀会

日 時：平成25年1月8日（火）  
午後3時30分～5時

場 所：帝国ホテル 孔雀の間

<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