

屋外広告は、東京の重要な文化です。

公益社団法人 東京屋外広告協会

副会長 滝 久 雄



2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催が決定して約3ヶ月が経ちます。私は、東京商工会議所の1号議員という立場から、当時の岡村正会頭のもと東商に設けられた上條清文氏を委員長とする招致特別委員会の活動に、微力ではありますが協力すべく、ぐるなび加盟飲食店3万店に招致告知ポスターの掲示協力を依頼し、さらに、JOCと招致委員会の要請に応じてNKBが扱う原宿駅ホーム前の大型サイン「原宿ファッションボード」17面を使ってロンドンオリンピックのゴールドメダリストが登場する招致ポスター掲示などを行ないました。1年以上の日々を、このオリンピック招致は絶対に成功してほしいと願って過ごしていたこともあり、9月の開催決定の瞬間はなんともいえない晴れやかな気持ちで迎えました。

しかし、2020年オリンピック・パラリンピックという、日本が活力を取り戻すためのプロジェクトは始まったばかりです。これからの7年間でいかに積み重ねていくかが、招致してよかった、という価値ある結果を作るのだと思います。私たちの広告業界も果たすべき役割は大きいと考えます。

1964年の東京オリンピックの際には、景観への配慮から屋外広告を一時的にはずすというケースもありました。しかし、今日の屋外広告は街の賑わいを生み出す大切な要素であり、東京の楽しさを演出するという役割も果たしています。まだこれからのことですからそうだとはいえませんが、うっかりすると屋外広告は自粛するという事にならないかと心配する気持ちがあるのも正直なところではあります。

私は想像して見るのです。香港でオリンピックが開催される。そこですべての広告看板がはずされ、ネオンサインが消される。そうなったら、海外から香港にやってきた外国人客は喜んでくれるだろうか。活力ある香港を感じさせている大きな要素であるそれらがなかったら、少なくとも私は香港を訪れる楽しさが大きく減ってしまうと思うのです。そこは香港ではないと。

東京にも同じような要素があると思います。海外からやってくる外国人客に東京のオリジナルな魅力を、成熟した広告文化を楽しんでもらいたい。3.11の被災から見事に立ち直った姿も見てもらいたい。街を彩る広告は、東京という都市がもつエネルギーそのものだと思うのです。2020年へ向けて、そのように堂々と主張できるよう東京の交通広告や屋外広告を今以上に素晴らしいものへ育てていきましょう。

(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

<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

東京屋外広告協会 平成25年度第1回理事会開催 新しい委員会体制並びに各種重要規則を承認



10月23日、東京屋外広告協会（以下：屋協）の平成25年度第1回理事会を開催しました。去る6月6日に定期総会で任期満了に伴う役員改選が行われ、新役員による初めての理事会となりました。

今理事会では公益法人移行後の屋協の運営に関わる重要な諸規則を定めることや既存の規則の一部改訂について審議が行われました。開会にあたり、石井会長から「景気は必ずしも順調というわけではないが、2020年の東京オリンピック開催が決まったことは大変めでたいことです。これからの7年間は空港への交通網などインフラ整備や、丸の内など東京都内もさらなる開発が進んでいきます。また海外からの観光客も大幅に増加すると予測されているので、これから活気付いていくのではないかと思います。」と大変期待を込めたあいさつがありました。

当日の出席者は理事18名（理事23名）、監事2名、石井会長の議事進行で会議が進められました。まず、8月29日に総務委員会にて今理事会に図るべき事項について検討され、間宮総務委員長よりその旨の報告がありました。今回の

議件の中で公益社団法人として今後の運営に関わる新たな規則、及び既存の規則の改定、そして委員会の新体制について諮られました。

新しい規則のひとつは将来の新規事業に備えて資金を積み立てる必要がある時に対応する「特定費用準備資金等取扱規則」。二つ目は公益事業を行うための費用に対応する「公益目的保有財産等取扱規則」です。その他「会計処理規程」、「委員会規程」については公益法人移行後の実務の現状に合わせた改定を行いました。「車体利用広告等デザイン審査委員会」については審査件数が年々増加傾向にあることから、審査員の増員を図ることとし、同要綱の改定が承認されました。また、役員改選後であることから、委員の交代や新委員の就任など新しい委員会体制が承認されました。（後掲）さらに新入会員（興和サイン株式会社）の入会が承認されました。

閉会にあたり高村副会長から挨拶があり第1回理事会は滞りなく終了しました。



新委員会委員について

10月23日開催の理事会において、新しい委員会の体制が決まりました。去る6月の役員改選に伴い委員会委員長、副委員長、委員の交代がありました。また、増加傾向にあるデザイン審査に対応できるように車体利用広告等デザイン審査委員会は委員を増員しました。(以下委員会名簿参照)

◎印は新

総務委員会

役職	氏名	社名	役職
委員長	間宮泰三	協立広告株式会社	会長
副委員長	小野寺忠之	株式会社春光社	会長
委員	神田橋治	株式会社TOMOE	社長
〃	長屋和男	株式会社オリコム	取締役
〃	谷恭司	株式会社日本スタジオ	会長
〃	小林末光		学識経験者
〃	仁平次雄	株式会社日交	社長
〃	中橋光	株式会社大晃	社長
〃	稲川一	株式会社文宣	社長

広報委員会

役職	氏名	社名	役職
委員長	滝久雄	株式会社NKB	会長
副委員長	石原能郎	株式会社東広	社長
〃	武藤虎之介	株式会社広正社	社長
〃	八木澤昌二	株式会社NKB	社長
委員	高橋源治	株式会社共和企画	社長
〃	望月敏弘	株式会社春光社	社長
〃◎	上津原庸介	株式会社弘亜社	常務取締役
〃◎	河野誠	東電タウンプランニング株式会社	地域渉外担当部長
〃	福山達雄	株式会社日広通信社	社長
〃	稲川一	株式会社文宣	社長
〃	小沢充	株式会社NKB	営業4部次長
編集委員長◎	稲川一	株式会社文宣	社長
委員	仲村邦弘	株式会社ベレイマージ	代表取締役
〃◎	吉田勝広	株式会社オリコム	メディア本部メディア推進室室長
〃◎	高橋和幸	長田広告株式会社	課長
〃◎	高橋雅司	株式会社春光社	営業本部メディア部ゼネラルマネージャー

広告物振興委員会

役職	氏名	社名	役職
委員長	小野寺忠之	株式会社春光社	会長
委員◎	辻宏志	株式会社昭和ネオン	取締役営業副本部長
〃	杉本公男	協立広告株式会社	社長
〃	柳館毅	株式会社電通	局長
〃◎	高橋敏弘	株式会社博報堂DYメディアパートナーズ	局長代理

事業委員会

役 職	氏 名	社 名	役 職
委員長	正 盛 和 彦	株式会社オリコム	社長
副委員長	仲 村 邦 弘	株式会社ベレイマージ	代表取締役
委員	浦 野 陽	日本広告株式会社	会長

車体利用広告等デザイン審査委員会

役 職	氏 名	社 名	役 職
委員長	廣 邊 裕 二	東京ネオン株式会社	相談役
副委員長◎	福 山 達 雄	株式会社日広通信社	社長
〃◎	橋 修	株式会社ジェイアール東日本企画	取締役交通媒体本部長
〃◎	岡 部 宏	株式会社アサツー ディ・ケイ	アウトオブホームメディア局局長
委員	今 井 澄 子	今井澄子デザイン事務所株式会社	代表取締役
〃	太 田 幸 夫	NPO法人サインセンター	理事長
〃	古 谷 勇 司	株式会社電通	プロモーション事業局 ソリューション・クリエイティブ 室 室長
〃	国 井 東	株式会社クリエイティブオリコム	プロデューサールームチーフプロ デューサー クリエイティブディ レクター
〃	高 橋 謙 二	株式会社東急エージェンシー	CRS 本部クリエイティブ局第4部 部長
〃	小 野 博 之	関東ネオン協同組合	相談役
〃	杉 山 朗 子	株式会社日本カラーデザイン研究所	景観事業部長
〃◎	高 橋 敏 弘	株式会社博報堂DYメディアパートナーズ	局長代理
〃◎	森 山 俊 建	株式会社アサツー ディ・ケイ	アウトオブホームメディア局交通 メディアチームリーダー

東京屋外広告コンクール実施委員会

役 職	氏 名	社 名	役 職
委員長◎	高 村 徹	株式会社昭和ネオン	社長
委員	滝 久 雄	株式会社NKB	会長
〃	小野寺 忠之	株式会社春光社	会長
〃	間 宮 泰 三	協立広告株式会社	会長
〃	神 田 橋 治	株式会社TOMOE	社長
〃◎	藤 田 進	東京ネオン株式会社	社長

公益社団法人東京屋外広告協会 各委員会の活動内容

(平成25年10月23日)

○総務委員会

本協会の制度、財務、組織基盤強化などに関すること。他の委員会に属さない課題等について検討する。また、理事会・総会に上程する案件について検討する。
原則年2～4回、必要に応じ開催する。

○広報委員会

本協会の広報活動に関すること。
・機関誌「TOAA REPORT」の内容充実
・ホームページの内容充実。 他
原則年2～4回、必要に応じ開催する。
*機関誌の具体的内容等の検討は主に編集小委員会が中心となり行う。

○広告物振興委員会

屋外広告関連の法規、都市の良好な景観形成のありかた、課題等に関すること。
原則年2～4回、必要に応じ開催する。

○事業委員会

屋外広告に関するセミナー、講演会および施設見学会等の実施に関すること。
同事業実施は年1回位。
委員会は原則年2～4回、必要に応じ開催する。

○車体利用広告等デザイン審査委員会

電車、バス、タクシー、広告宣伝車の車体利用広告のデザイン審査を行う。
具体的なデザイン審査は委員の中から選任した実施委員が行う。

- ◆本委員会は「東京都屋外広告物条例施行規則」にて認定された委員会。
- ◆本協会「車体利用広告等デザイン審査委員会設置要綱(230401制定)」による。
- ◆平成12年より東京都の要請に基づき設置した。

○東京屋外広告コンクール実施委員会

隔年で開催している「東京屋外広告コンクール」の実施に関すること。
原則 隔年。必要に応じ開催。

- ◆同コンクールは平成10年度より東京都主催のコンクールを継承したものの。

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

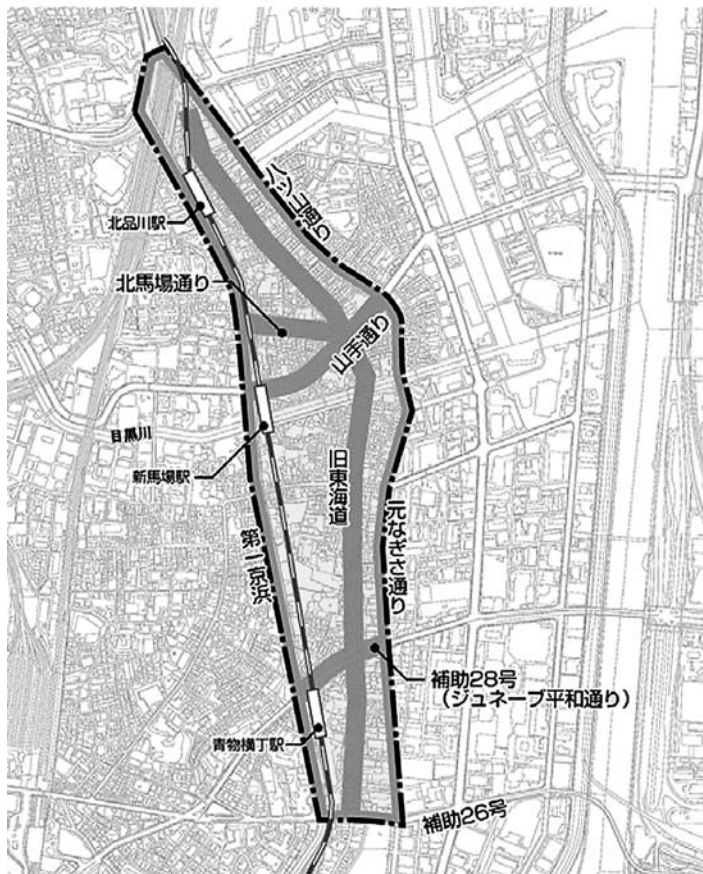
「旧東海道品川宿地区」の屋外広告物の表示・掲出に関する制限について 品川区景観計画の運用指針より（抜粋）

品川区では平成23年4月1日より品川区景観計画が運用開始されています。景観計画で、重点地区として指定した「旧東海道品川宿地区」では屋外広告物の表示について、東京都屋外広告物条例に定める一般的な基準に加えて、品川区が定める基準によります。かつての宿場町のイメージを継承する良好な景観形成を目指すものとなっています。

*なお、同制限は改定することがありますので、品川区のホームページで最新の内容をご確認ください。
品川区ホームページ

トップページ ⇒暮らし ⇒都市・道路・公園 ⇒【品川区景観計画】が運用開始されました

-  旧東海道品川宿地区：第一京浜、八つ山通り、元なぎさ通り、補助26号で囲まれている範囲
-  A地区：第一京浜、八つ山通り、元なぎさ通り、山手通り、補助28号（ジュネーブ平和通り）、補助26号に面する敷地
-  B地区：旧東海道及び、北馬場通りの道路境界から20mの範囲
-  C地区：A地区及びB地区以外の区域



◆制限の概要

	A地区	B地区	C地区
基準の適用	従来の東京都屋外広告物条例による基準が適用	従来の東京都屋外広告物条例による基準に加えて、品川区独自の基準が適用されます。	
適用の対象面積	従来の東京都屋外広告物条例による基準が適用（表示面積の合計が10㎡超が対象）	表示面積の合計が5㎡超が対象	
屋上設置の広告物	従来の東京都屋外広告物条例による基準が適用	設置しない	<ul style="list-style-type: none"> ・自家用広告物以外は設置しない。 ・光源に赤色又は黄色を使用しない。 ・光源は点滅させない。
建物壁面の広告物	従来の東京都屋外広告物条例による基準が適用	<ul style="list-style-type: none"> ・自家用広告物以外は設置しない。 ・光源に赤色又は黄色を使用しない。 ・光源は点滅させない。 	
広告物の色彩	—	独自の基準を定める。※P 38「(2)色彩の基準」参照	
制限の例外	—	旧東海道品川宿の景観形成に寄与するものについては、この基準によらないことができる。	

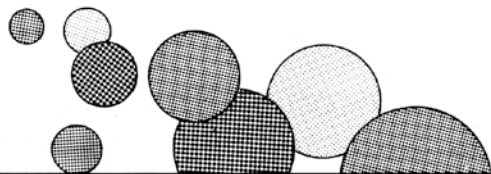
◆広告物の色彩の基準

建物の壁面を利用する自家用広告物の色彩は、旧東海道の街並みと調和した低彩度を基本とし、一つの広告物の中で、その表示面積の1/3を越えて使用できる色彩の彩度は次のとおり定める。ただし、別途定める伝統色についてはこの限りではない。

色相	彩度
0.1 R ~ 10 R	6以下
0.1 YR ~ 5 Y	7以下
5.1 Y ~ 10 G	4以下
0.1 BG ~ 10 B	4以下
0.1 PB ~ 10 RP	4以下

*「品川区景観計画の運用指針『旧東海道品川宿地区』」平成23年4月 品川区発行より抜粋。詳細は同書をご覧ください。品川区都市計画課景観担当（電話03-5742-6534）にお問合せください。

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 〒336-0963 埼玉県さいたま市緑区大門3700
Tel. 048(690)4600 FAX. 048(812)1116

新役員紹介

成長させてくれたのは人との出会い ～「東京屋外広告協会」理事就任に際し～

株式会社弘亜社
常務取締役 上津原 庸介



これまでの業界人生に於いて…

私は36年に亘り広告業界で営業に携わってまいりました。

未熟な青二才の時代から酸いも甘いも身に染込んだ現在まで、成長させてくれたのは全

て人との出会いでした。

出会えた全ての方は何かを与えて下さり、そして多くの刺激も与えてくれました。

そこに、いつの間にか屋外広告の魅力に翻弄されている自分が居ました。

振り返ると心に残っているのは、順調であった自分ではなくトラブルで窮地に立たされた自分です。窮鼠猫を噛むでは無いですが究極の選択は多くのことを教えてくれました。

業界の課題…

屋外に於ける大きな課題は二つ、一つは広告効果指標の標準化ともう一つ商取引の透明性です。

歴史のある屋外広告はその必然性からこの大きな課題を蔑ろにしてきました。

私は現在1999年9月に発足した屋外広告調査

フォーラム初期メンバーとして一つ目の大きな課題に取り組んでおります。

発足以来13年を経てやっとおぼろげながらゴールのテープが見えてきたような気がします。

当初21社でスタートし迷走を続けましたが、昨年来全国よりご理解ご参加頂き65社までの大所帯となりました。

また二つ目の課題は業界の構造的な問題を含んでおり非常にハードルの高いテーマですが、此処数年の屋外媒体低迷による自然淘汰で改善された結果となっているような気がします。

まだまだ二つの課題ともクライアントの承認を得るレベルには達していませんが、屋外業界発展の為継続的に取り組んで行くつもりです。

オフタイム…

50歳を機にテニスを卒業し、現在はコミュニケーションの重要なツールとしてゴルフを楽しんで居ります。

これも人との出会い、自然との触れ合い、そしてストレス解消（いつも出来るわけではないですが）とちょっと健康の為。

「健全な肉体に健全な精神が宿る」を継続的に目指します。

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

新役員紹介

「いい」 広告が活気を与える事例創りを

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

アウトドアメディア局 局長代理 高橋 敏 弘



（株）博報堂DYメディア
 パートナーズ アウト
 ドアメディア局 高橋
 敏弘（たかはし としひ
 ろ）と申します。この
 度は前任の岩田を引き
 継ぎ理事という大任を

仰せつかり、身が引き締まる思いです。よろしく
 お願いいたします。私は1984年（株）博報堂に入
 社し、21年間営業職の現場で飲料メーカー、不
 動産会社、情報通信会社の担当を長く務めさせ
 ていただきました。また、1993年から6年間広
 島で勤務し、地方生活の良さも体験いたしました。
 2005年からはメディアパートナーズ新聞局
 で地方の新聞社様を担当させていただき、2009
 年にアウトドアメディア局に移ってまいりました
 ので、この業界ではまだ5年目の若輩者でござ
 います。営業職時代にも、数々のお得意様の
 アウトドアメディア担当をさせていただいてお
 りましたので全くの新参者ではなかったのです
 が、現業に就いて奥の深い屋外の世界に触れ、

日々勉強を重ねる毎日です。

屋外の仕事をし、5年目になりますが、カン
 ヌをはじめとする海外の事例に多くのものを学
 ばせていただきました。屋外広告というとす
 ぐ、規制の話になりがちですが、広告により、
 街、そしてその街で暮らす生活者の意識・行動
 が活性化する事例も海外を中心に多くあり、学
 ぶべき点があると思います。広告の内容やデ
 ザインによっては害になりかねない広告もあり
 ますが、「いい」広告が生活や街に活気を与え
 る事例を、協会に加盟されている皆様とともに
 創っていけるよう頑張りたいと思います。2020
 年の東京オリンピック開催に向け、国内だけ
 なく海外からいらっしゃる多くの方に広告先進
 都市として注目されるようになるのが、大きな
 夢です。

趣味はバレーボールとJAZZ鑑賞です。60歳
 過ぎまでバレーボールが現役としてプレーでき
 るよう健康な体でいたいと思っています。ご指
 導ご鞭撻のほどよろしくお願いいたします。

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

新役員紹介

必ず現場を見て歴史を知る

株式会社アサツー ディ・ケイ
アウトオブホームメディア局局长 岡部 宏



このたび、公益社団法人東京屋外広告協会の理事を拝命いたしました(株)アサツー ディ・ケイ (ADK) 岡部でございます。諸先輩方が長年に亘り築き上げてこられた当協会の更なる発展の為に、誠心誠意取り組む所存でございます。ご指導ご鞭撻のほど宜しく御願ひ申し上げます。就任にあたり自己紹介を兼ねてご挨拶を申し上げます。

私は1978年ADK(旧第一企画)に入社し、三菱グループを担当する営業(業務局)に配属され、ニコン・三菱商事・新日本石油(三菱石油)・三菱広報委員会・東京海上の担当を皮切りに、キリンビール・三菱重工業・三菱電機担当からアドマン人生をスタートさせ以来35年が経過致しました。

私の学生時代はスポーツ新聞(早稲田スポーツ)を発行することが青春の全てでした。国立競技場でのラグビーや隅田川のレガッタ、お正月の風物詩でもある箱根駅伝の取材を通じて得たことは①「何事もライブで見ないことには本質は分からない」ということと②「どんな物にも歴史があり、歴史を知らずしてモノは語れない」ということでした。以来、広告人として心がけてきたことは「必ず現場を見て歴史を知

る」ということです。これは今でも続けていることです。普段はなるべく時間を作って現場に向かい、どんな広告が掲載されているのか、また通行している生活者がどのように接しているのかを定点観測するのが習慣になっております。またOOHの歴史についても、昭和ネオンさんの高村看板ミュージアムやTOMOEさんの100年誌から学ぶものはたくさんありました。

昨今、Webの出現によりメディアの価値に変化が見られてきておりますが、生活導線上に強制的にポジショニングされているOOHメディアの価値は相対的に高まっていくものと信じております。魅力が高まれば必然的にクリエイティブにも磨きがかかるでしょう。私は近い将来にOOHにもTVのACCのようなアドマン憧れのビッグなアワードが出現することを望んでおり、屋協もなんらかの形で支援できるようになればと願っております。

最後に私の趣味のお話して締めさせていただきます。私が最近ハマっているのはスポーツジムでエアロやファットバーニング、グループキック、ヨガのスタジオレッスンを受けることです。身体の柔軟性と耐久性を向上させることに主眼を置いております。ゴルフでホールインワンは一度経験(1995年霞が関cc東7番)しておりますが、72歳でのエイジシュートも、その先の一つの目標です。

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

《新入会員紹介》

「看板招福」がコンセプト

興和サイン株式会社 代表取締役社長 高橋芳文氏に聞く

西武新宿線の新井薬師駅から歩いて6～7分、閑静な住宅街の中に興和サイン株式会社があります。昭和48年に「看板美術」という理念を掲げ、創業した看板製作施工会社です。その2代目社長の高橋芳文さんに入会にあたってお話しをお聞きしました。

諸先輩の方々が築かれた歴史を勉強したい

東京屋外広告協会には「諸先輩の方々が築かれた屋外広告の変遷と歴史を勉強したい」との思いがあり入会を希望しました。2020年には東京オリンピックが開催されます。自分の専門スキルを生かして「より良い広告景観の創造に携わることができれば」という期待もあります。そして東京屋外広告協会の取り組みや活動に皆様と共に協力していきたいと思っています。



外のいろいろな分野の人たちの声を聞く

以前から、屋外広告業界はもとより、外のいろいろな分野の人たちの声を聞き、コラボレーションしながら都市景観における屋外広告物の在り方を考えてきました。そして、まだまだこの分野についてもっと深く学びたいと思い、今年4月から法政大学大学院の博士後期課程に入学し、都市社会学を学問の領域として、都市の広告景観論を研究をしています。

屋外広告物の勉強会や研究会を主宰

理事長を務めているNPO法人ストリートデザイン研究機構では、関西では関西屋外広告物勉強会、関東では関東広告景観研究会を定期的に開催しています。都市環境デザイン会議からは、助成を受けて、京都の三条通、姉小路、先斗町、木屋町通でストリートごとの屋外広告物の調査とガイドラインの在り方を研究しています。それぞれのエリア特性、空間スケールに合わせた屋外広告物は、どうあるべきか。屋外広告物を規制だけではなく、どのように誘導していけばいいのか、など。このようなことを大学教授、技術士、建築士、都市計画家、デザイナー、地元の協議会等、さまざまな立場の人たちとディスカッションしています。

「看板招福」というコンセプト

興和サインは、社員9人の会社です。「看板に愛を人に笑顔をまちに幸せを」そんな看板作りをモットーに全員で日々仕事に励んでいます。これからも、屋外広告物が都市ブランドのイメージ形成を補完するツールとして、地域イメージの向上、まちづくりにも役立つように、いろいろと研究をしたり、提言をしたりと、活動していきたいと思っています。（談）

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Ⅷ

ネパール カトマンズ 手合わせサイン

小野 博之

ネパールの首都カトマンズはどこも人と車で溢れかえっていた。商店も活気があり町全体がエネルギーに満ちている。

そんな街並みをウオッチングしていたら喫茶店のガラスドアに両手を合わせたイラストが描かれているのを見かけた。ウェルカムという言葉が上に添えられているところを見ると歓迎の印なのだろう。来客に対する感謝の意味もあるだろう。両手首の腕輪に民族色がうかがえる。指先のマニキュアといい、こんな時の女性の手は絵になる。その後同じマークを洋品店でも見つけたが、ほかの国では見かけたことが無い。そういえば、日本では帽子を取ってお辞儀をしているサインがある。あれは工事中のサインで

ご迷惑をお許してくださいという意味で使われている。しかし店舗では使われない。手合わせサインはこの国独特で、ネパール商人の奥ゆかしさを感じ取った。

考えてみれば、両手を合わせるという動作は人類共通の感謝と祈りの所作ではなからうか。仏教でもキリスト教でも祈りの際には手を合わせる。ネパールはヒンズー教の勢力が強いが、お寺で見ていたらやはり手を合わせて祈っていた。

でも、例外もある。イスラム教ではアラーの神にささげるお祈りで両手を上げたり下げたりしている。



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

屋外広告の売上高 平成25年は連続9か月の増加

特定サービス産業動態統計調査速報（平成25年11月11日）

去る11月11日に経済産業省の「特定サービス産業動態統計調査」9月の速報が発表されました。

屋外広告の売上高は71億2千万円で前年同月より27.6%の伸率で平成25年に入ってから連続9か月の増加となりました。

広告業全体の売上高は4,991億円で前年同月より5.1%の伸率で4月から6か月連続の増加となっています。

4媒体（新聞、雑誌、テレビ、ラジオ）の売上高は1,694億円で前年同月より3.6%増と全体としてはプラスですが、ラジオの前年割れが続き、厳しい状況です。交通広告は168億円を超え前月に続いて4.9%の伸びとなりました。

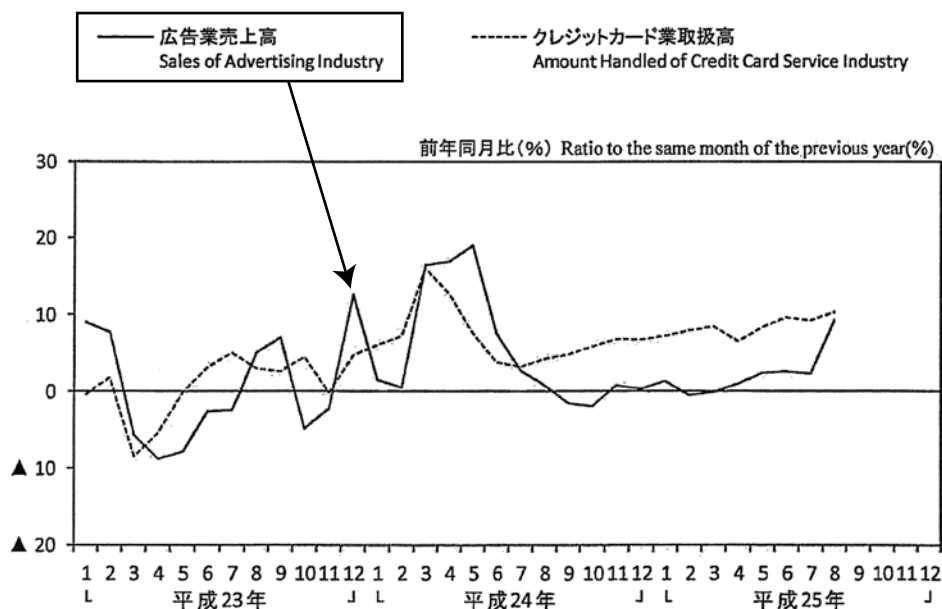
特定サービス産業動態統計調査（抜粋）

単位：百万円

区分	9月売上高	構成	前年同月比
4媒体広告合計	169,364	33.9%	103.6
屋外広告	7,120	1.4%	127.6
交通広告	16,876	3.4%	104.9
折込・ダイレクトメール	53,989	10.8%	93.7
海外広告	4,507	0.9%	94.5
SP・PR・催事企画	84,262	17.0%	109.8
インターネット広告	39,071	7.8%	115.5
その他	123,955	24.8%	106.0
合計	499,144	100.0%	105.1

経済産業省 速報「特定サービス産業動態統計調査」平成25年11月11日発表 9月分
* 4媒体は新聞、雑誌、テレビ、ラジオ

物品賃貸・専門・技術サービス等関連業種の売上高等の推移



経済産業省 特定サービス産業動態統計月報 平成25年8月分より

オリンピックが決まり審査件数に落ち着き

これまでの車体利用広告等デザイン審査の推移

年々増加をたどる審査件数

平成12年から実施している車体利用広告のデザイン審査の件数は平成24年度まで、累計3,562件となりました。平成14年頃から年々急激に件数が伸び、平成15年にタクシー・トラックが対象となり、以後毎年ほぼ300件を超えています。さらに平成23年度からは広告宣伝車が加わり、東日本大震災後、一時広告の掲出が減少したものの304件となっています。昨年度は2020年東京オリンピック・パラリンピックの招致、東京で開催する国体等があり前年度を大幅に上回る490件という審査件数となりました。

高速道路を走行するバスの後部利用の広告は

本年9月1日より、高速道路を走行するバスの後部を利用する広告が認められました。しかしながら審査件数はこれまで1件のみでした。

オリンピック招致が決まり本年度の件数は落ち着いている

9月に2020年東京オリンピック・パラリンピックの招致が決定し、11月頃から審査申請件数が落ちてきました。11月上旬現在約250件で、平成25年度は例年並みの300件超となるものと予想されます。

年度 種別	バス	モノレール	地下鉄	JR	私鉄	タクシー・ トラック	広告宣伝車	合計
平成12年度	12	-	-	-	-	-	-	12
平成13年度	86	-	-	-	-	-	-	86
平成14年度	160	9	10	25	3	-	-	207
平成15年度	141	5	10	63	19	22	-	260
平成16年度	149	10	20	132	18	5	-	334
平成17年度	128	12	17	155	21	5	-	338
平成18年度	170	11	7	106	39	7	-	340
平成19年度	179	7	9	108	37	8	-	348
平成20年度	125	7	9	100	48	10	-	299
平成21年度	132	4	8	81	53	25	-	303
平成22年度	112	6	3	76	41	3	-	241
平成23年度	136	2	1	61	47	5	52	304
平成24年度	234	3	5	82	53	14	99	490
合計	1,764	76	99	989	379	104	151	3,562

- ◆平成15年よりタクシーの車体利用広告が可能になる
- ◆平成23年10月から広告宣伝車の審査が始まる

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」

今年のプロ野球日本シリーズは、東北楽天イーグルスが球団創設9年目にして初の日本一という結果で終了しました。私を含めて巨人ファンとしては少々残念な思いがしますが、以前巨人が優勝を逃した年のときは、なにか違う感傷がありました。

シリーズが始まり、なんとなく楽天優勢の流れで進んでいく中で勝敗的には混戦模様。第5戦を終わって3勝2敗で楽天が日本一に王手をかけ地元仙台での第6戦。楽天はリーグ戦24連勝のエース田中をマウンドに上げ決めにかかりました。この時点で正直なところ巨人ファンは半ばあきらめの状態だったと思いますが、なんと打線が奮起し、田中投手に160球を投げさせ今年初めての黒星をつけてしまいました。そして迎えた第7戦。楽天のリードのまま最終回。楽天は雨降るマウンドに賛否渦巻く中、前日160球を投げた田中を登板させ何とか逃げ切っしまい、いまだ復興途上の東北が歓喜の渦に包まれました。

ただ、この結果は紛れもない事実なのですが、もしこの展開をドラマとして誰かが脚本にしたとしたら、あまりにも芝居じみたストーリーのドラマになっていたのではないのでしょうか。それだけ今回の日本シリーズは「事実は小説より奇なり」を地でいったシリーズだったのかもしれない。このシリーズは、きっと野球の神様が、復興に向けてご苦労されている東北の方々に、少しでも勇気と希望を与えようと演出したとしか思えません。巨人ファンは、第6戦で田中投手に土をつけたことで満足し「これで負けても文句を言うな」と納得させられた感があります。決着した後、なぜか悔しさよりも東北楽天イーグルスおめでとう、これで良かったのかもしれないと思ったのは過去にはないことでした。野球の神様って本当にいるんですね。負け惜しみの強い巨人ファンのひとり言でした。

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

褒章受章のお知らせ

藍綬褒章受章 株式会社昭和ネオン
社長 高村 徹 (当協会副会長)

おめでとうございます

【平成 25 年度 8 月以降の会議等開催状況】

◎総務委員会

日 時：平成25年 8 月29日 (木)
場 所：東京商工会議所「110 会議室」
議 題：理事会審議事項などについて
・委員会について
・諸規程について

◎理事会

日 時：平成25年10月23日 (水)
場 所：「東商スカイルーム」
議 題：1. 特定費用準備資金等取扱規則 (案) について
2. 公益目的保有財産等取扱規則 (案) について
3. その他諸規程の改定について
4. 委員会について
5. 会員の入会について

◎編集小委員会

日 時：平成25年11月13日 (水)
場 所：(株)文宣「会議室」
議 題：1. 機関紙「TOAA REPORT」11月号 について
2. 今後の企画内容について

【今後の予定】

◎車体利用広告等デザイン審査委員会

日 時：平成25年12月 4 日 (水)
場 所：東京商工会議所 3 階「301 特別会議室」

◎広告界合同年賀会

日 時：平成26年 1 月 8 日 (水)
場 所：帝国ホテル 本館 2 F「孔雀の間」

◎平成 25 年度第 2 回理事会

日 時：平成26年 3 月11日 (火)
場 所：「東商スカイルーム」

◎平成 26 年度第 1 回理事会

日 時：平成26年 5 月14日 (水)
場 所：「東商スカイルーム」

◎平成 26 年度第 86 回定期総会

日 時：平成26年 6 月10日 (火)
場 所：「東商スカイルーム」

【お知らせ】

『Signs』02 号 AUTUMN 号 (一社日本屋外広告業団体連合会発行) に当協会の「車体利用広告等デザイン審査」の最近の動きが紹介されました。

編集後記

今年も、冬が来てしまいました。「TOAA REPORT」の発行が遅くなり申し訳ございません。10 月 23 日に理事会が開催され、編集小委員会は新しいメンバーが加わり、内容の充実を目指して、事務局も務めてまいります。

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

伝えることが仕事です。



総合広告代理店
株式会社 日広通信社

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

〒102-0083 東京都千代田区麹町4-3-3 新麹町ビル2階 TEL.03-3263-3521 (代) FAX.03-3263-3509