

## 2015年 年頭所感



公益社団法人 東京屋外広告協会

会長 石井卓爾



新年あけましておめでとうございます。

皆様におかれましてはつつがなく新しい年をお迎えのこととお慶び申し上げます。

2014年を振り返りますと新たな経済政策”アベノミクス”が打ち出されてから、政府はデフレ脱却と経済再生に向けて様々な対策を進めてこられました。昨年の消費増税に伴って消費が落ち込みましたが、景気は緩やかに持ち直す兆しが見え隠れしているようです。このような折、昨年末には解散総選挙が行われ、装いも新たに内閣がスタートしました。2015年は信任を受けた第三次安倍内閣が内容のある経済対策を推し進められ、日本経済が上向きになることを願ってやみません。

一方、世界経済に目を向けますと、新興国通貨安・原油安の影響は幅広く、順調な発展に水を差すことになりはしないかと懸念しております。

また、昨年は「青色ダイオード」の発明者の方々がノーベル物理学賞を受賞し、「和紙」が無形文化遺産に登録されるという、日本の技術が脚光を浴びた年でもありました。さらに富士山に続き富岡製糸場が世界文化遺産に登録され、日本の様々な歴史的な地域、自然そして文化が高い評価を受けました。しかも海外から日本を訪れる外国人は一昨年より1千万人を大きく超えており、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催が近づくにつれ、私たち一人ひとりが日本の良さを再認識しつつあるだけでなく、日本の各地で地域の魅力の発信に取り組む地域がますます増えていくのではないのでしょうか。

それは屋外広告業界にとりまして新たな屋外広告の魅力創出の機会となるのではないかと思います。これからの都市東京の景観は看板や広告などの屋外広告と一体に個々の街なみの素晴らしさの演出を進めて行くことがますます求められてくるのではないかと思います。当協会としては様々な場面でその役割を担っていければと思っております。

2015年という新しい年が皆様にとりまして、より良き年でありますよう心から祈念いたしまして、私からの新年のご挨拶とさせていただきます。

(東京商工会議所副会頭・三和電気工業株式会社社長)

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  
コマーシャル・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26年度第2回理事会開催 第9回東京屋外広告コンクールの実施などを審議

10月8日、東商スカイルームにて東京屋外広告協会（以下：屋協）の平成26年度第2回理事会が開催されました。今理事会では主に第9回東京屋外広告コンクールに関する事項の他、常任理事の選任などについて審議が行われました。

開会にあたり、石井会長からこの9月には第2次安倍改造内閣が発足し、人口急減・超高齢社会への対策を強化するため成長戦略として地方創生、女性が輝く社会を目指すことに力をいれるなど、アベノミクスの成功に向けての動きが加速され、期待したいとの挨拶がありました。

当日の出席者は理事18名（理事24名）、監事2名で、石井会長の議事進行により会議が進められました。まず、10月2日に総務委員会にて今理事会に回るべき事項について検討されたことについて、間宮総務委員長より報告がありました。

最初の議題「第9回東京屋外広告コンクールの実施」については、東京屋外広告コンクール実施委員会委員長の高村副会長より9月9日に開催された同委員会にて実施要綱等について検討した旨の報告がありました。続いて、事務局より今回は同コンクールに併せて東京都より提案のあった車体利用広告等デザイン審査に申請されたデザインの中から優れたものに対して“東京都都市整備局長奨励賞”の表彰を同時に行うことも含めて詳細な説明がなされました。審議の結果、コンクールにおいてはできるだけ多くの作品の応募があるようにPRを図ること等確認し、



承認されました。次に「第9回東京屋外広告コンクール実施に伴う特別会費及び協力金の依頼」について諮られました。これまで同様会員から1万円の特別会費の徴収を行うこと、そして関係団体より協力金のお願いすることが併せて承認されました。さらに6月の総会の理事の交代に伴う、常任理事の選任が行われ、橋修氏、阿部晋治氏の2名が選任され、常任委員は8名となりました。その他「会計処理規程の一部改定」及び10月21日に開催する「屋外広告に関わる説明会の開催」について審議がなされ承認されました。

引き続き4月からの業務執行状況について報告がなされた他、公益社団法人移行後に予定されていた東京都による立ち入り検査の結果、事業やガバナンスについて改善点が口頭で伝えられたこと、すでに対応済みであることが事務局より報告されました。

閉会にあたり滝副会長から挨拶があり第2回理事会は滞りなく終了しました。

人が通う。心が、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 TEL:03-3538-9320 (代) <http://www.shunkosha.co.jp/>

## 2つのテーマで屋外広告に関する説明会

～東京都より「広告宣伝車（都外車）へのデザイン自主審査に関して」



屋外広告調査フォーラムより「『新効果指標』について」～

東京屋外広告協会は10月21日に東京商工会議所「国際会議場」（千代田区丸の内）において「屋外広告に関する説明会」を開催しました。まず当協会事業委員会の正盛和彦委員長（当協会理事・㈱オリコム社長）より開会の挨拶があり、説明会を開始しました。参加者は屋外広告関係企業、関係団体、学生の方など約100名近くに上りメモを取りながら熱心に聞き入っていました。

### 「都内を走行する広告宣伝車（都外車）へのデザイン自主審査に関する説明」

講師 東京都都市整備局都市づくり政策部 緑地景観課屋外広告物担当課長 田村 清美氏

前半は東京都の屋外広告物担当課長の田村清美氏より、12月から実施する都内を走行する広告宣伝車（都外車）へのデザイン自主審査に関する説明がなされました。現在、東京都条例に基づき車体利用広告の申請には「車体利用広告等デザイン審査」を受けなければなりません。広告宣伝車も同様で、現在多くの広告宣伝車が都内を走行し、その多くは都外登録車も含まれ、東京都の調査「東京の緑・景観・屋外広告物に関する世論調査」（生活文化局 平成24年10月調査）によると、広告宣伝車の印象は「悪い、どちらかといえば悪い」が半数以上となっています。今後より良質なデザインを確保していくためにも都外ナンバーの広告宣伝車にも自主審査制度を導入していくこととしました。（詳細は次ページ参照）

また、自主デザイン審査を受けた車体利用広告の中から、東京都都市整備局長奨励賞を選定し表彰することとなりました。（詳細は次ページご参照）



### 「屋外広告調査フォーラムによる『新効果指標』について」

講師 屋外広告調査フォーラム事務局 新川 三郎氏（株式会社ビデオリサーチ）

後半は屋外広告調査フォーラム事務局の新川三郎氏（㈱ビデオリサーチ）より映像を交えたお話がありました。

「屋外広告調査フォーラム」は1999年に設立。屋外広告に関する調査方法、データ活用方法等について研究し、業界標準化の推進を目的とした団体です。このたびまとめられた新効果指標は2つです。1つ目は歩行者用繁華街ボード用の屋外広告推定視認率算定表（2014年度版）が2011年度版よりもデータを増やし精度の高い指標となっていることです。2つ目はロードサイド（ドライバー用）のサーキュレーションデータとして首都高と首都圏主要一般道の「通過台数」と「推定視認可能人数」のデータを整備したことです。これらにより広告効果をこれまでも増して精緻に算出できるようになっているなどの説明がありました。

最後に視線の研究として視線が当たる確率「アイトラッキング調査」について、今後取り入れたい要素として実際の歩行者やドライバーのアイトラッキング映像を紹介。屋外調査フォーラムは今後も関係団体に貢献できる調査研究などに取り組む姿勢であることを述べ、説明会を終了しました。



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 コンワビル5階  
Tel.03(3546)1050(代) Fax.03(3546)1060

町田支社 〒194-0013 東京都町田市原町田3-8-12 網倉ビル3階  
Tel.042(728)1235(代) Fax.042(722)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(代) Fax.048(812)1116

ホームページ <http://www.toko-ad.co.jp>

## 東京都内を走行する“都外ナンバー”の 広告宣伝車へのデザイン審査ご協力をお願い

平成23年10月より、東京都ナンバーの広告宣伝車について、表示内容やデザイン等に関する自主審査制度を導入し、デザイン等の質の確保をしています。しかし、都内には都外ナンバーの広告宣伝車が数多く走行しています。

そこで、良好な街並みの景観の形成を図るため、平成26年12月より、都外ナンバーの広告宣伝車にもデザイン審査を受けていただけるようにしました。都民の皆様が、「まちの景観へ良い影響を与えている」と感じられる広告となるよう、都外ナンバーの広告宣伝車にも、積極的に審査を受けていただくようご協力をお願いします。(東京都都市整備局パンフレットより)

**デザイン審査申込先** 公益社団法人東京屋外広告協会

〒100-0005 東京都千代田区丸の内2-5-1 丸の内二丁目ビル5階

電話03(3213)1963 FAX03(3212)3718

\*審査申込について詳細は東京屋外広告協会のホームページをご覧ください。

**お問合せ** 東京都都市整備局 都市づくり政策部緑地景観課 屋外広告物担当

電話03(5388)3335(直通) FAX03(5388)1351

### 東京都都市整備局長奨励賞の実施のお知らせ

東京屋外広告協会は東京都の協力により平成26年度より車体利用広告審査デザインの中から優れたデザインを表彰する「東京都都市整備局長奨励賞」を下記のとおり実施することとなりました。

現在、東京都内を走行する路線バス、観光バス、タクシー、電車、広告宣伝車は「東京都屋外広告物条例」において届け出が義務付けられ、ラッピングデザインは東京屋外広告協会にて審査を行っております。これまで多くの広告が掲出され、より質の向上と周知を目指して実施するものです。

○実施時期 隔年

○対象 当協会の車体利用広告等デザイン審査委員会の審査を受けたデザイン。

\*応募制ではありません。入選者にご連絡いたします。

○対象期間 東京屋外広告コンクールと同時期。今回は平成25年1月～平成26年12月

○表彰内容 (1)表彰分野 ①「バス・タクシー、広告宣伝車」②「JR・私鉄・モノレール」

\*原則各分野1件ずつ表彰。

(2)表彰対象 作品毎に広告主、デザイナー、制作者。(コンクールと同様)

\*表彰状を授与。表彰式は東京屋外広告コンクールにおいて。(今回は3月10日)

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

### 東京が国際都市としてより活性化していくタイミングで理事職に

株式会社電通 アウト・オブ・ホーム・メディア局局长 阿部 晋治



この度理事を拝命致しました電通OOH局の阿部と申します。2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向け、東京が国際都市としてより活性化していくタイミングで理事職に就かせていただき、大変光栄に存じます。

既に各所で始まっている街の再開発や社会全体のICT化の推進、インバウンド2000万人時代に向けたサインの多言語対応などは、屋外広告業界にとっても大きなビジネスチャンスになると考えております。協会の一員としてこうした動きを捉え、業界の更なる発展に貢献できるよう邁進する所存です。

この夏に会社の行事で20数年ぶりに富士登山をしました。新入社員と一緒に登ったのですが、登る前の「まだまだ若い者には負けん！」という思いは呆気なく粉碎され、空前絶後の筋肉痛がお土産となりました。せめて仕事の面では自分より若い者には負けられないようにしたいと意地を張っております。ご指導の程、宜しくお願い申し上げます。

### 交通広告を発展させていきたい

株式会社ジェイアール東日本企画 常務取締役・交通媒体本部長 橋 修

(株)ジェイアール東日本企画の橋でございます。このたび、公益社団法人東京屋外広告協会の理事の仲間入りをさせていただきました。若輩者ではありますが、当協会発展のために尽力する覚悟でございますので、ご指導ご鞭撻の程よろしく申し上げます。一言、ご挨拶を申し上げます。

私は、1978年に当時の国鉄に入社しその後分割民営化によりJR東日本に変わりましたが、一貫して鉄道事業の営業・総務の仕事に携わり、2008年から2012年までの4年間を東京支社営業部長として勤務して、同年6月に(株)ジェイアール東日本企画に入社しました。



現在、ジェイアール東日本企画で交通媒体本部を担当させていただいております。ご存知のとおり、JR東日本の交通媒体を販売するセクションですが、媒体は車内及び駅のデジタル系媒体からサインボード・ポスターまで多岐に渡り、全ての媒体を一括して販売から管理までを行っています。JR東日本の交通広告は首都圏の交通広告全体の約50%強のシェアがあり、首都圏交通広告全体の責任の重さを感じています。交通広告は、他の媒体との厳しい競争をしておりますが、広告会社様及び広告主様にその媒体価値を理解していただくために更なる取り組みを行い発展させていきたいと考えています。

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

## 新役員紹介

## 4 媒体とインターネット広告に対して屋外メディアは何ができるか

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 池田 剛氏に聞く



この上なく鉄道を愛し、特にローカル線の車窓からその土地への思いを巡らすのが何よりも好き、でも今はなかなか時間が取れないとおっしゃる博報堂DYメディアパートナーズの池田局長にお忙しい中お話を伺いました。

広告主企業にとって、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌にインターネットを加えた5媒体と比べて、屋外メディアを活用することに対するハードルが存在すると感じています。それは広告効果が分かりにくいことも理由の一つだと見ています。そうした中で屋外広告調査フォーラムの活動が本格稼働し、また交通広告も共通指標の推進プロジェクトが動いており、広告主企業に客観的な効果の推計数字を提示できるようになれば、屋外広告の価値をもっと知ってもらうことに繋がると思います。

2020年に東京オリンピック・パラリンピック、2019年はアジアで初のラグビーワールドカップと、2つの世界大会が日本で開催されます。これは屋外広告の価値を高めていく絶好の機会であり、マス4媒体とインターネット広告に対して屋外メディアは何ができるのか、今はそれを考える大事なタイミングではないでしょうか。

このたび東京屋外広告協会の理事を拝命し、同協会としてはこのような時代だからこそ屋外広告の魅力アップや価値向上を目指して、業界を挙げた気運作りに貢献出来ればと考えています。(談)

## 新会員紹介

アイデアを活かして新しいビジネス展開に繋げたい  
～パネル取り付け型電子看板模索中～

株式会社エバークローリー 代表取締役 蔡 洋氏に聞く

2010年に日本でパッケージの製作会社として創業。上海市や深川市のオフィスや廣東省東莞市の工場と行き来する大変ご多忙の中、代表取締役の蔡洋さんにお話しをお聞きました。

## ◆大きな市場を期待～低価格でデジタルサイネージ～

屋内の小さな電子POPも手掛けていますが、これからは屋外広告のデジタルサイネージを活用した看板を手掛けていきたいと考えています。しかし多くの企業が既に参入しています。同じような商売では太刀打ちできませんので、既存の看板（イラスト参照）にデジタルサイネージのパネルを取り付けるという新しいアイデアを模索中です。新規のデジタルサイネージ用看板の製作はコストが掛ります。今使用している看板にパネルを取り付けるだけなので大きさ等の個別対応ができ、しかも低コストで今後大きな市場になると期待しています。

## ◆他社とコラボを

このビジネスは他の会社とコラボレーションして進めたいと思っています。そんな時、東京屋外広告協会に入会しました。これから様々な企業の方々と会いコミュニケーションを深め、交流しビジネス拡大を探っていきたいと思っています。(談) (株)エバークローリー 詳細はホームページにて

The Visual Communication  
Company

キングプリンティング株式会社  
www.kingprinting.co.jp

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

## 中核市移行に向け「八王子市屋外広告物条例」制定へ

八王子市は来年4月に中核市に移行します。そのことにより東京都から屋外広告物に関する事務権限が移譲され、事務手続や許可などの基準について定めた「八王子市屋外広告物条例」を制定しました。中核市移行後は、八王子市景観計画と連携し、まちなみと調和した八王子市独自の屋外広告物規制の取り組みを推進することになります。よってこれまでの「捨て看板防止条例」は、本条例に発展的に統合するため廃止されます。

《中核市になるとどうなる?》 現在、東京都が行っている福祉・都市計画・環境分野などの事務権限の一部が市に移り、事務の効率化やスピードアップが図られます。また、さまざまな独自ルールづくりや各種審議会の設置が可能となり、市民参加の機会が拡大します。市民の皆様の意見を伺いながら、きめ細かな市民サービスの提供を実現します。(八王子市ホームページより)

※詳細は「八王子市ホームページ」をご覧ください。

※中核市とは人口が30万人以上。地方自治法第252条22項により指定を受けた都市。

＜お問い合わせ＞ 屋外広告物条例…まちなみ整備部 まちなみ景観課 電話 042-620-7267

### ～皆様と福祉をつなぐ赤い羽根共同募金～

昭和22年に国民総たすけあい運動として始まった「赤い羽根共同募金運動」は、皆様のご協力に支えられ、おかげをもちまして今年で68回目を迎えました。皆様のお気持ちが、福祉サービスを必要としている人々に確実に届くよう、共同募金会は活動しています。

#### ★寄付が出来る赤い羽根自動販売機★

飲み物を購入すると自動的に寄付が出来る自動販売機の設置を進めています。社会貢献の一環として休憩室などへの設置をご検討ください。

※会社などの法人の寄付金は、指定寄付金として、全額損金に算入できます。

社会福祉法人東京都共同募金会 TEL03-5292-3182

HP <http://www.tokyo-akaihane.or.jp>



赤い羽根共同募金

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 東京支社 交通事業部

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町7-2 古賀オールビル6F Tel.03-5643-9330 Fax.03-5643-9331

# シリーズ「商業サインを考える」—2

NPO法人サインセンター理事長・太田幸夫デザインアソシエイツ代表

太田幸夫

## 1 サインのデザイン

コミュニケーション環境の形成はサインの目的である。人々と環境の対話が豊かになるアメニティの高い環境のことだ。アメニティとは、快適性、安全性、審美性、機能性、文化性など、人々が環境に求める評価の総称と言ってよい。

環境を7種類、図表の中で環境に関わる人々の目的に商業サインが整合する度合いの大きい順に並べてみた。商環境では商業サインの役割が大きいのでその規模、数量、情報、デザインを見直して、その役割を十分に発揮させる必要がある。矩形のサイン表示面に掲出される商業サイン情報の場合、直角を伴う矩形が商業サインのデザインを制約・制限している例が少なくない。フレームをなくして情報を伸びやかに生き生きと表現するフレームレスサインを考えてみてはどうか。プロジェクションマッピングはそうした新しい効果と可能性を示している。

商環境を個別店舗サインの単なる集合体とするだけでは、個別サインが相殺され、環境全体の相乗効果も期待できない。商環境全体と個別商業施設の関係、つまり全体と部分の情報とデザインの相乗効果を新たにデザインする余地は大きく残されている。

フレームレスサインの優れた事例は、江戸の看板だ。文字の読めない人が多かった江戸時代にあって、筆、かつら、キセル、のこぎり、ろうそく、鍵など、取り扱う商品の形を板材に彫り出し店頭に取り付けた。フレームはない。控えめの文字との協調関係も絶妙で、訴求効果も大きく、商環境が絵画的に楽しく見られる町並みになった。

商環境における商業サイン情報はそれ故、イメージ情報の割合が多くてもよい。イメージ情報は、祭りを知らせる提灯や御幣など、伝統的に優れた事例がある。

業務環境での商業サインは街の個性を損なう例が少なくない。CIサインが、中心市街地を独占する例が多いからだ。コンビニファサードサインの強い色調が街の民意によって無彩色に変えられた事例は、東京広尾のように日本でも見られるようになった。六本木ミッドタウン超高層街にまで及んでいる。

飲食店などは業務環境にも不可欠な商業施設だ。韓国で普及した小型ネオンのデザインは、今ならLEDで作れる。昼も夜もオフィス街を彩る魅力的な商業サインに成長するかもしれない。住環境にあっても、一服するコーヒー店に適したデザインは可能だ。

## 2 コミュニケーション環境の主体

より良いコミュニケーション環境形成の主体について考えてみよう。建物が建つ場合、お金を出すオーナーの好みは反映する。

建築基準法に照らして高さや建ぺい率が決められる。これらの主体は施主であり、行政であり、安全性



### 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

など監理運営主体も介在する。

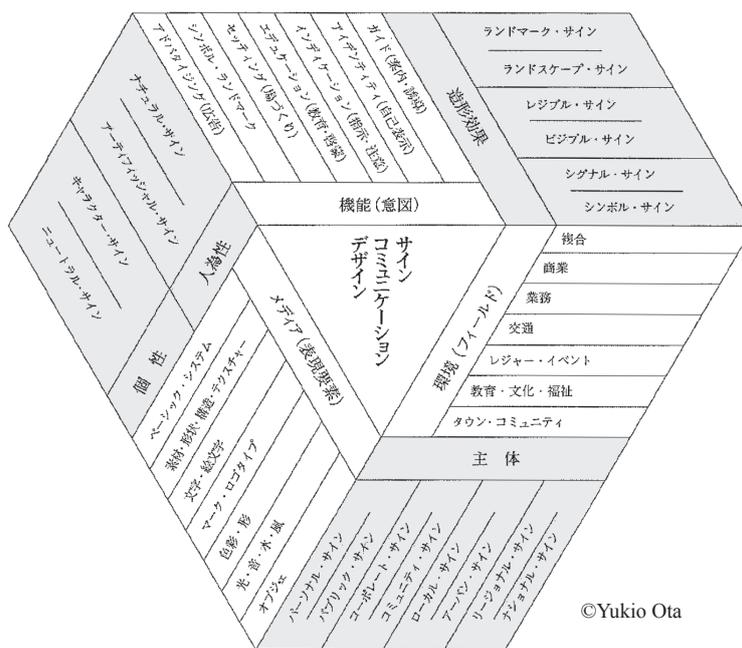
厄介なのが、建築設計者の自己表現欲であり、設計者主体である。両隣の建築との関係でより良い景観を創る努力は多くの場合見られない。だから通りや街区の景観が向上しない。

ここで重きをおくべきは、利用者主体という物差しである。商業サインの場合、その環境に身を置く人々を基準に建物や各種サインを整えるならば、その環境はより良いコミュニケーション環境に近づく。商環境の利用者とは顧客にほかならないからだ。お客の感性やニーズを基準にして整えられるコミュニケーション環境であれば、満足と評価を得る。

交通環境や複合環境の場合、交通機関を安全かつスムーズに利用したいと願うニーズでは、全ての利用者に共通している。それ故、複雑な交通機関を利用者の立場で分かりやすく使いやすくする公共サインが不可欠となる。商業サインはその場合、待ち合いの合間などに享受される。プラットホームで直角と並行のサインに大別し、前者を公共サイン、後者を商業サインに使い分けた大阪の星光（現日本サイン）の見識は高く評価されてよい。

複合環境の場合、住居、事務所、店舗の割合がほぼ3割を占める東京代官山ヒルサイドテラスの評価は高い。8棟の建物を40年以上かけて建ててきたヒルサイドテラスのサイン計画に、筆者は30年以上関わっている。

TOAA REPORT2006年9月号にその報告文を掲載したように、公共サインと商業サインの機能を兼ね合わせたサインを整えてきた。環境とサイン機能とサインデザイン要素を7種類の表組みにした図表をここに示す。この表で世界の優れたサインコミュニケーションデザインの事例数百点を紹介し解析した国際出版『サインコミュニケーション1・2』1989・1993年柏書房刊の紹介は、別の機会に譲ろう。



サイン・コミュニケーション・デザインの分類ダイアグラム

©Yukio Ota

# 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

## 進化する渋谷や新宿にある街ナカの デジタルサイネージ ～スマホと街頭ビジョンが連動～

株式会社オリコム シニアディレクター

デジタルサイネージコンソーシアム 理事 吉田 勝広

ここ1～2年、渋谷や新宿にある街ナカのデジタルサイネージ＝街頭ビジョンが続々とリニューアルや新設が行なわれている。それを契機に新たな広告展開、特にスマートフォンと連動した試みが実施されている点に注目した。

森永乳業は、渋谷のスクランブル交差点にある2カ所のビジョンでCM映像が流れる際に、カカオジャパンのアプリ「Stac」を起動すると「音声」をキャッチして「スタンプ」が受信出来るプロモーションをしている。そのスタンプを指定された場所で提示すると実際のマウントレーニアコーヒーを1本もらえるという流れだった。

カシオ計算機は、「可視光通信技術」を利用したスマホ向けアプリ「ピカピカメラ」を使った体験イベントを新宿の街頭ビジョンで行っている。ダウンロードしたアプリを起動してビジョンに映し出された青・赤・緑の点滅を読み取ると、人気の「スタンプ」が受信出来た。その他、画像やメッセージの受信、指定のWebページへアクセス等がその場でできるというものだ。

ソニー・ピクチャーズエンタテインメントは、映画「アメイジング・スパイダーマン2」のプロモーションで、ビジョンに映し出される「QRコード」をスマホで読み込むと、スパイダーマンの放つクモの糸（ウェブシューター）を敵に当てて点数を稼ぐことが出来る楽しいゲームイベントを実施している。

東急電鉄はハチ公口交差点前「QFRONT」の大型ビジョンのリニューアルを記念したイベント「渋谷デジタル花火大会」を行なった。スマホの画面に指を滑らせると、大型ビジョンにデジタルな花火が打ち上がるというものだ。事前申し込み制だったが、当選者は、時間の指定を受けスタンバイ。参加時間になったら、打ち上げ画面にログインして楽しんだ。参加者の中には「自分で操作しているという感触を得られる仕組みになっているので、いま私がこの大画面に花火を打ち上げているのだ！という実感で興奮するし、高精細かつ国内最大級の画面だからこそそのダイナミズムと感動が

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>

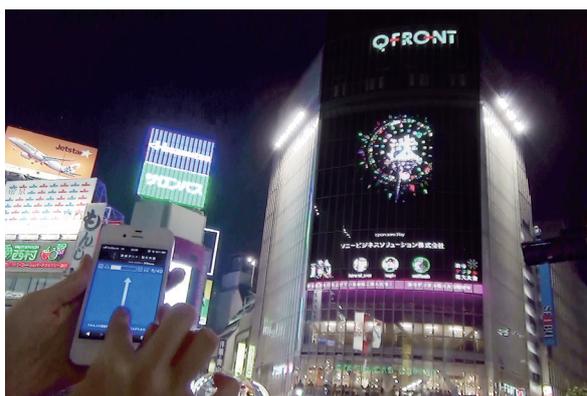
ありました」という感想を持つ者もいた。実際、操作と同期が取れており、驚くことに破裂時の音も画像と一致していた。7日間で3,700もの人が参加。打ち上げられた花火は8万6000発にもなった。

これらの展開に共通しているのは、音や光による短距離無線通信技術を使ったにしてもインターネットサイト経由にしても、スマートフォンと連動させ、その機能を使っていることだ。街ナカのデジタルサイネージ=街頭ビジョンは、新たな魅力、付加価値を持って進化している。デジタルサイネージが単なる看板ではなく、視認者とのコミュニケーションツールとなっている点に注目した。これらの事例以外にも WiFi、NFC、GPS、Bluetooth など、スマホと連動させる手段は多い。

また、感動や共感などこれらを通して人々の「体験（経験）価値の創造」をしたと言えるのではないだろうか。所有率が伸びている中、屋外広告と連動したプロモーションは今後も増えていくに違いない。もう一つ、実施した結果、ニュースとして多くのメディアに取り上げられたこと、利用者がソーシャルメディアに情報を拡散させたが、これも忘れてはならない。PR効果も狙うことが可能だ。参考にしてみてもいいだろうか。



アルタビジョンに映る右下のマーカ部分の点滅に合わせると、スタンプが取得できた。カシオがスマホで実現した次世代通信技術「可視光通信」を利用した。



スマホの画面に指を滑らせると、渋谷の大型ビジョンにデジタルな花火が打ち上がった。体験には興奮と感動があった。

(写真提供：ヒビノ株式会社)

<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

〒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

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

## 日本のサインと空間デザイン

東南アジア最大の仏教寺院が1000台のライン状LED照明で壮麗な雰囲気

今号より『日本のサインと空間デザイン』シリーズが始まります。日本国内と海外でも日本と関わりのあるサインや空間デザインの写真を(株)マスコミ文化協会のご協力により掲載します。

写真はベトナムのバイディン寺の「仏殿」のライトアップで、壮麗な雰囲気を作り出しています。このLED照明はオスラム社によるものです。

2014年のノーベル物理学賞は青色LEDを発明した3人の日本人物理学者が受賞しました。LEDは照明やディスプレイなどに広く使われ、年末年始に街を照らすイルミネーションのほとんどはLED照明になっています。



出典 Signs & Displays 2014.9月号  
(マスコミ文化協会発行)より

### 事務局だより

#### 【会議・行事等報告】

##### ◆第2回編集小委員会

平成26年12月12日(金) 13時半～14時半  
(株)春光社「会議室」

##### ◆広告界合同年賀会

平成27年1月7日(水) 15時半～17時  
帝国ホテル本館2階「孔雀」

#### 【今後の予定】

##### ◆第9回東京屋外広告コンクール審査委員会

平成27年2月3日(火) 12時～17時  
丸の内二丁目ビル5階「会議室 A,C」

##### ◆第3回理事会

平成27年3月10日(火) 14時～15時  
学士會館2階「203」

##### ◆第9回東京屋外広告コンクール

平成27年3月10日(火) 学士會館2階  
表彰式 15時～16時 「202」  
懇親会 16時～17時 「201」



#### 事務局移転のお知らせ

平成27年1月5日～  
〒100-0005 千代田区丸の内2-5-1  
丸の内二丁目ビル5階  
TEL 03-3213-1963 FAX 03-3212-3718  
※電話番号は変更なし

#### 【主な交通アクセス】

千代田線二重橋前駅徒歩2分(4番出口)  
丸の内線東京駅徒歩3分(4b出口)  
JR東京駅丸の内南口徒歩3分  
JR有楽町駅徒歩8分