

## 2016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。

2015年を振り返りますと日本の成長戦略の重要な柱のひとつTPPの大筋合意なされ、第3次安倍内閣は「強い経済」の実現なくして、「夢を紡ぐ子育て支援」「安心につながる社会保障」の達成は望めないという新しい3本の矢を打ち出しました。さらに急速に進む人口減少・超高齢化、それに伴い深刻化する人手不足など様々な問題に取り組むために「1億総活躍担当大臣」が創設され、国を挙げて取り組むという大きな方針が示されました。

一方で皆様ご承知のとおり“爆買い”、“インバウンド”という言葉が流行語になるほど、多くの外国人観光客が日本を訪れ、その数は1,600万人を超え、目標の2,000万人に近づく勢いとなっております。今後、2019年のラグビーワールドカップ、2020年の東京オリンピック・パラリンピックなどビッグイベントの開催を控え、ますます都市東京は世界中の注目を浴びることとなります。これからは日本の良さを再認識し、文化、生活など地域の魅力の発信に努めることが私たちの役割の一つとして大変重要になってくるのではないかと思います。

このように日本を取り巻く環境が大きく変化する中で新しい年を迎え、わが東京屋外広告協会は都市の文化を表す重要な要素である屋外広告に携わるものとして、首都東京の景観と一体となった街なみの素晴らしさを演出することなど、2016年が新しい魅力創出の機会となることを願い、様々な場面で活動して参りたいと存じます。

2016年が皆様にとりまして、良き飛躍の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>

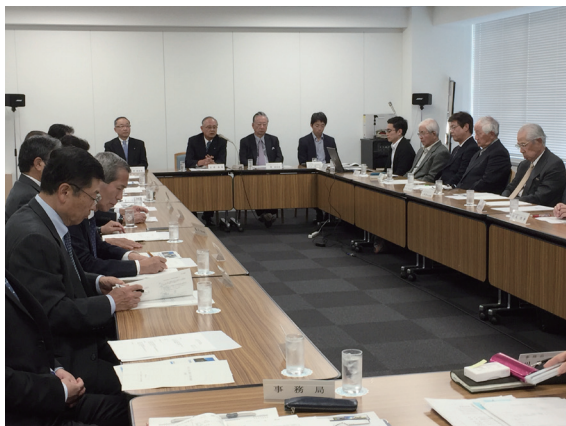
本社 〒171-0051 東京都豊島区長崎1丁目10番地8号

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

## 平成27年度第2回理事会開催

## 国土交通省

## 「日本らしく美しい景観づくりに関する懇談会」報告について聞く



10月27日、丸の内二丁目ビルにて東京屋外広告協会（以下：屋協）の平成27年度第2回理事会が開催されました。今理事会では7月に発表された「日本らしく美しい景観づくりに関する懇談会」報告書について国土交通省の担当者の説明を聞きました。

開会にあたり、石井会長から TPPは大筋の合意がなされ、今後、グローバルな視点に立って事業展開する上で、大きな効果がもたらされること、第3次安倍内閣では「1億総活躍担当大臣」が創設され、国全体を挙げて対策に取り組む姿勢が示されたことに期待したいなどの挨拶がありました。

「日本らしく美しい景観づくりに関する懇談会」報告書について、国土交通省都市局公園緑地・景観課景観・歴史文化環境整備室室長中井淳一氏から同報告書は景観法制定から10年が経過し、これまでの取り組みの成果とその評価を踏まえ、これからの良好な景観形成を進める上で基本的な考え方にに基づき、①広域景観の形成②創造的な景観協議のあり方③景観を資産として捉えることによる地域価値の向上④新たな課題に対する景観マネジメントの4つの論点で日本的で美しいと感じる景観のための必要な方策を議論しまとめたもの。特に第4の論点の中では東京都における第三者機関による広告物の審査・誘導の事例として当協会の車体利用広告デザイン審査委員会を取り上げているなどの説明がありました。＊報告については国土交通省ホームページ参照

終了後、石井会長の議事進行により理事20名（理事数25名）、監事3名の出席を得て会議が進められ、まず10月15日に総務委員会で検討した理事会に回る事項について間宮総務委員長より報告がありました。今回は『車体利用広告等デザイン審査委員会』の委員会名の変更について、橘同委員会副委員長より説明があり委員会規程と車体利用広告等デザイン審査委員会設置要綱の改定が承認されました。今後同委員会の名称は”等”を取り「車体利用広告デザイン審査委員会」となり、東京都への変更申請を行うこととなりました。続いて、新入会員として2社（紹介後掲）が承認され、当協会会員は119件となりました。報告事項として、11月9日に開催する講演会について大塚事業委員会委員長から報告があり了承されました。最後に事務局から業務執行状況報告がなされ、閉会には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/>



## 「景観から考える屋外広告」～講演会開催～



堀繁先生

人に迫る勢いです。2019年にはワールドカップラグビー、2020年には東京オリンピック・パラリンピックなど次々とビッグイベントの開催が予定され、今後、首都東京はその姿、景観がますます世界の注目を浴びることとなります。当協会ではこの機会に改めて都市東京における屋外広告を景観という視点から考えてみようとする事業委員会（委員長：大塚尚司・株式会社オリコム社長）の主催で本講演会を実施しました。

まず、大塚事業委員会委員長の開会あいさつがあり講演会となりました。堀先生はスクリーンで様々な事例を写真で紹介しながら、終始、参加者に質問を投げかけて話を進め、参加者は次第に興味膨らみ話に引き込まれていくような講演会となりました。人は見たいものを見る。中



でも「ホスピタリティ表示」は人によって評価が分かれず「人に対する配慮やその配慮の丁寧さ」がありプラスに評価される。景観の重要な評価の基準であるということなど景観工学の視点からわかり易く解説されました。また、人間の視野のメカニズムの説明では、参加者が手を使って縦の視野角を測り、60度であること実感することができました。さらに言葉に頼らずそぞろ落とすことが重要という広告宣伝にとって新鮮な話もあり、90分があつという間に過ぎ終了となりました。

受講者からは景観の色や香港の景観などについて質問があったほか、「もっと続きを聞きたい」、「大変勉強になりました」、「内容が新鮮」、「これから業務に活かしたい」などの声が寄せられ、好評の内に終了しました。

東京屋外広告協会は11月9日に丸の内二丁目ビル（千代田区丸の内）で、東京大学 アジア生物資源環境研究センター長・教授の堀繁先生をお招きし「景観から考える屋外広告」と題し講演会を開催しました。堀先生は景観デザイン、景観工学などが専門で、国や各地の地方自治体等で景観、観光、既存資源を活用した地域活性化や賑わいのまちづくりの計画設計に取り組むなど活躍されている方です。

参加者は東京屋外広告協会会員を始め、広告関係の企業の経営者、自治体、団体、クリエイティブな分野に関わる方々、業界紙関係者など約70名が受講しました。

現在、多くの外国人が日本を訪れ、その数は目標の2000万人に迫る勢いです。



大塚事業委員長

でも「ホスピタリティ表示」は人によって評価が分かれず「人に対する配慮やその配慮の丁寧さ」がありプラスに評価される。景観の重要な評価の基準であるということなど景観工学の視点からわかり易く解説されました。また、人間の視野のメカニズムの説明では、参加者が手を使って縦の視野角を測り、60度であること実感することができました。さらに言葉に頼らずそぞろ落とすことが重要という広告宣伝にとって新鮮な話もあり、90分があつという間に過ぎ終了となりました。



**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  
**東 広**

広告代理店

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>

# COOL TOKYO ～これからの「街並み」仮説～

株式会社電通 第4CR プランニング局  
クリエイティブ・ディレクター 古谷 勇 司

近頃、東京で多くの外国人旅行者を見かけます。しかも、銀座や浅草寺、スカイツリーといった観光スポットだけでなく、居酒屋さんや銭湯など私たちが普通に暮らしている場所にも訪れているようです。また、2020年にはオリンピックが開催されますので、ますます東京が注目されるでしょう。ですから、観光のインフラとなる「街並み」を、建物だけでなく看板・車体広告類やイベントなどを含めて捉え、リデザインしていくことが今後更に重要になります。

しかし、どこに行っても簡素な看板と四角いビルが立ち並んだ画一化された街があるだけでは、楽しくないですね。息が詰まってしまうようです。そうではなくて、それぞれの「街」に元々ある個性を延ばして行くことができれば素敵なんじゃないかなと思いました。そこで、外国人の観光と言う視点で、東京の「街並み」のデザインを3つのカテゴリーに分けて考察してみました。

## <其の壱：トラディショナルジャパン街>

江戸の粋や日本的なデザインは未来へ継承していくべき魅力的な文化です。例えば、浅草伝法院通りは、建物の高さを低層に抑え、街灯や看板を和風に統一しているため、どこか懐かしい気分させられます。ごちゃごちゃした店の雰囲気と直線ではない路地、電球色の明かりの暖かさが人を誘引します。安全性とメンテナンスの問題はありますが、木・布・和紙といった本物の素材をもっと大切にすると良いと思います。



## <其の貳：モダンデザイン街>

大きなビルが沢山建ち並ぶオフィス街+ショッピング街の丸の内。しかし、建物はレンガ・タイル・自然石を多く使用し、道路は石畳で植栽の緑が豊なので、息苦しい感じがしません。また、突起した工作物やそで看板がなく、ビル1階の店舗看板はデザインがシンプルですっきりとしています。おしゃれな街ですが、わざと迷子になってしばらくの間裏通りを探検するというような深みはありません。路地や坂や曲がった道など、その先に行ってみたいと思わせる要素が存在しないか

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





らです。せめて、中庭が沢山あるととっても楽しいと思うのですが。それでも、大正や明治期の東京やヨーロッパを彷彿とする街並み、他の地域にも増えて欲しいですね。

### ＜其の参：サイバーパンク街＞

サイバーパンクとは「ブレードランナー」と言う1982年に公開されたSF映画に代表される世界観です。科学は発達しているけれど、街はコンビナート群と極彩色のネオン街を足したような不思議な雰囲気になっている。これがカッコ良くある種の美しさがあったため、若者に大変人気になりました。この世界観は今でも継承され、SF映画では頻繁に使われています。このような街は、ずっと住むことを考えると鬱になりそうですが、たまに遊びに訪れて楽しむには最高ですね。渋谷はこの世界観に近い活気ある繁華街です。駅前のスクランブル交差点は東京らしい場所として、新しい観光スポットとなっています。大勢の人たちが、お互いぶつかることもなく四方から渡って行くのが壮観なのだそうです。また、10月末のハロウィーンでは、外国からわざわざこの日のために来日する人がいるなど、大変な賑わいを見せました。もっと魅力的な街にするには、デジタルサイネージはもちろん、街頭ビジョンや広告宣伝車にもインタラクティブな要素や仮想現実の技術を用いるとおもしろいと思います。また、スマートフォンやウェアラブルコンピュータとの連動も欠かせません。なにより、渋谷のような街は先進性を重要し、安全性が許すかぎり屋外広告関係の規制を緩めても良いのかもしれない。言わば「にぎわい特区」をつくるのです。



以上は東京の「街並み」をリデザインしていくための仮説の一つですが、方法論は他にもいくらかもあるでしょう。東京はもっともっと魅力的な街になれる大きな可能性を秘めています。私たちの仕事が、少しでもその一助となれば良いですね。

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

## 各委員会が開催される

総務委員会（間宮泰三委員長 理事・協立広告会長）が10月15日に協立広告株式会社会議室にて開催されました。間宮委員長の開会挨拶の後、10月27日開催の第2回理事にて審議する内容等について協議しました。今回は車体利用広告等デザイン審査委員会の名称変更、2件の会員入会の承認などの他、国土交通省が7月に発表した「日本らしく美しい景観づくりに関する懇談会」報告書について担当者から説明を聞くことについても了承されました。

事業委員会（大塚尚司委員長 理事・オリコム社長）が去る8月19日に株式会社オリコム会議室にて開催されました。今回は東京屋外広告協会主催のセミナー、講演会などの実施について検討しました。まず、大塚尚司委員長より新委員長として挨拶があり、各委員の自己紹介の後、事務局よりこれまでの実施状況と本年度の企画案の説明があり協議にはいりました。オリンピックなどのビッグイベントを控え、オリンピックに関連したことや、最近急激に増加した外国人観光客に関わるインバウンドなどをテーマに講演会などの開催を検討することとなり、この議論を踏まえ、事務局で講師、日時等詳細を委員長に相談し、実施することとなりました。なお、将来は視察会などの企画も視野に入れることとなり、委員会は終了しました。



事業委員会風景

車体利用広告等デザイン審査委員会（福山達雄委員長 理事・日広通信社社長）が7月7日に丸の内二丁目ビル会議室で開催されました。福山委員長の挨拶の後、杉本副委員長、濱委員より新任の挨拶があり、協議に入りました。委員会名を「車体利用広告等デザイン審査委員会」の“等”をとった「車体利用広告デザイン審査委員会」とするよう理事会に提案することが了承され（10月27日の理事会で承認）、その他日頃のデザイン審査に関する問題点などの協議が行われました。

INTERACTIVE COMMUNICATION

**NKB INC.**

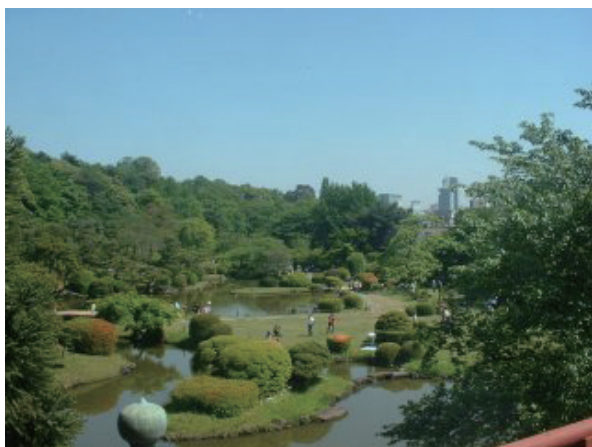
人と情報は動くもの、  
だから交通広告&インターネット。

**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



## 小石川植物園周辺が「文化財庭園等景観形成特別地区」に 屋外広告物の掲出に制限 28年1月1日より



小石川植物園 庭園

東京都は国指定名勝及び史跡となっている小石川植物園（東京都文京区）周辺からの眺望景観を確保するため東京都の都市計画の一部変更を行い平成28年1月1日より施行します。同園周辺は「文化財庭園等景観形成特別地区」に追加されます。

これは文京区が景観計画の改定を進めており、同園周辺を「文化財庭園等景観形成特別地区」に指定し、屋外広告物の規制をすることとなります。東京都はこれに連動したものです。

表示を制限する範囲は景観形成特別地区区域内で、（下記参照）地盤面から20m以上の部分では

壁面広告などに光源を使用できないこととなっています。

一方で規制範囲内であっても自家用広告（自社名、ビル名、店名、商標の表示等）、公共公益目的の広告物、非営利目的の広告物は、定める基準により表示することは出来ますが、色彩について庭園景観との調和、表示面積の1/3を超えて使用できる色彩の彩度が定められています。また、建物の背後なり、庭園から見えない広告は表示できることになっています。

### （対象地域）

白山二丁目12～19番・21番（一部）・32～37番、白山四丁目1～10番、千石二丁目1番・2番・（一部）10番・11番・41番、大塚三丁目31～37番、小石川四丁目11～15番、小石川五丁目25～41番

※詳細は下記をご参照

○文京区ホームページ ○東京都都市整備局ホームページ

○お問合せ先 文京区役所 都市計画部 住環境課景観担当  
電話 03-5803-1240 FAX 03-5803-1376

土木部管理課道路占用係（屋外広告物）

電話 03-5803-1242 FAX 03-5803-1359

### 小石川植物園概要

小石川植物園は植物学の研究や教育を目的とする東京大学大学院理学系研究科の附属施設です。前身は1684年に徳川幕府が設けた「小石川御薬園」で、明治に入り東京大学設立直後に附属植物園となりました。このころから一般に公開しており、多くの人達が訪れて四季折々の木々や花々を見ながら散策を楽しんでいます。敷地面積は161,588㎡（48,880坪）に様々な植物が配置されています。（参考：小石川植物園HP）

# 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

# 史上最強のモックアップを使ったプロモーション ～見直されるリアルなアナログ広告～

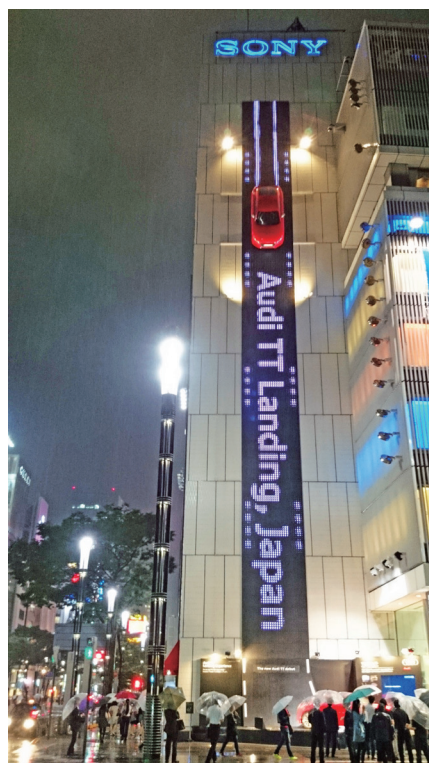
株式会社オリコム シニアディレクター

デジタルサイネージコンソーシアム 理事 吉田 勝 広

## ソニービルの壁面にアウディ

アウディ ジャパンは、2015年9月9日から5日間、東京・銀座のソニービルで大胆な屋外広告展開をした。「宇宙から飛来したAudi TTが地球に着陸する」というCMの世界観を再現したもので、ビルの壁面に約30mのLEDビジョンの滑走路を建築。その上に車を取り付けたのである。夜には、「The new Audi TT Landing, Japan」の文字が表示され、新型アウディが“光の道”を疾走し、宇宙から銀座の街へ着陸する様子を表現した。(写真1) ソニービルは、立体造形の広告物を訴求したり、空中ファッションショーを実施するなど、パフォーマンス系媒体として業界関係者には有名だが、そこにアナログなモックとデジタルなLEDビジョンを同時に付けたのは初めてだろう。迫力の展開となったのは言うまでもない。詳細は「アウディ ソニービル」で検索して、YouTubeを見て欲しい。

媒体担当者によると、車はFRPで作られたモックアップで、金具を仕込みボルトで壁面に固定したそうだ。広告面は100㎡以内と屋外広告物条例をクリア、銀座デザイン協議会のルールや、テナントのレストランからの眺望を妨げない配慮なども行ったとのこと。ここでしか出来ないノウハウもあるので、様々な企画を歓迎しているそうだ。



(写真1) ソニービルの壁面にLEDビジョンと車のモックを設置。新型アウディが“光の道”を疾走し、銀座の街へ着陸する様子を表現した。

## 駅にリアルな巨大な野菜や猫

8月31日から1週間、JAグループは、東京メトロ新宿駅の地下通路の柱を2m以上の大根、さつまいも、とうもろこしなどの巨大野菜に変えた。この日は「野菜の日」で、野菜の摂取が少ない若年層を中心にもっと国産野菜に関心を持って欲しいというので企画したそうだ。さつまいもやきゅうりには不規則な凹凸やトゲトゲがあり、大根にはきちんと「ひげ根」が生えている。特にとうもろこしの粒は、原型を型取りし、発泡ウレタンで成型し塗装。皮は、すじの入った生地塗装。ヒ

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





(写真2) JAの巨大な野菜の柱巻き広告。リアルな形状に触る者が続出した。(一部合成)

てみちゃいました。トウモロコシがとてもリアルな作りですが、実はクッション素材で触ってみるとむにゅ〜って♡なんか幸せな気持ちになるかも」と触った感想を述べる人も多くいた。

テレビは10番組、新聞は5紙、Webは200件以上取り上げられるなど、PR的にも大成功だ。OOHメディアの使い方としては非常に上手いやり方だろう。野菜の栄養面などの機能的価値ではなく、見た目やさわった感触など情緒的な価値を前面に押し出して興味を喚起し、成功している。

同じ場所に9月28日からは、巨大な黒い猫が登場した。ヤマト運輸の宅急便コンパクトのCMに出ている「クロネコ」で、長さ6m、高さ2m以上もあった。ふさふさとした艶のある毛並みや、独特な目や鼻も立体的に再現した。こちらにも触りたくなる、撮影したくなる広告である点は同じだ。鼻の部分を押すとクロネコの口が開き、宅急便コンパクトの箱に入ったグッズがプレゼントされ、多くの人が列を作った。(写真3)

このように、2015年の8月から9月に相次いで行われたアナログなモックアップ（立体模型）を使ったプロモーションは、インパクトある形でブランドの世界観を伝えている。同時に、マスやWebメディア、SNSへの拡散もあった。他のメディアでは難しい触覚にも訴える体験型



(写真3) ヤマト運輸の巨大クロネコの口から宅急便コンパクトの箱に入ったグッズがプレゼントされ、多くの人が列を作った。

広告にもなった例もある。デジタルな時代、ここまで振り切ったリアルなアナログ広告も、逆に新鮮で効果抜群だ。参考にしてみてもはどうだろうか。



東京メトロ



**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

**東京の“ど真ん中”に情報発信**

## 屋外広告の売上高 平成27年7-9月は前年より減少 特定サービス産業動態統計調査速報9月号(平成27年11月17日)

平成27年11月17日に経済産業省から「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。平成27年度7月から9月の3ヶ月の対前年の同時期に対して、広告業全体として対前年2.3%増、屋外広告5.1%減、その他折込・ダイレクトメールなどを除き増加となっています。9月の広告業全体は2か月連続で2.2%増、交通広告やインターネット広告が増となっています。「屋外広告」の売上高は8月にプラスに転じたものの、9月は約55億円で、前年同月比13.4%の減少となり、金融、保険業、医薬品、自動車関連品、鉄道関係などの出稿が減少したのが響いたようです。

平成27年9月特定サービス産業動態統計調査(抜粋)

| 区分          | 27年9月売上高     | 構成          | 前年比         |
|-------------|--------------|-------------|-------------|
| 4媒体広告合計     | 163,525      | 31.7%       | 97.9        |
| <b>屋外広告</b> | <b>5,533</b> | <b>1.1%</b> | <b>86.6</b> |
| 交通広告        | 16,848       | 3.3%        | 101.9       |
| 折込・ダイレクトメール | 54,523       | 10.6%       | 99.6        |
| 海外広告        | 4,878        | 0.9%        | 92.8        |
| SP・PR・催事企画  | 81,431       | 15.8%       | 97.8        |
| インターネット広告   | 49,496       | 9.5%        | 120.8       |
| その他         | 139,750      | 27.1%       | 107.0       |
| 合計          | 515,984      | 100.0%      | 102.2       |

平成27年7-9月特定サービス産業動態統計調査(抜粋)

| 区分          | 27年7-9月売上高    | 構成          | 前年比         |
|-------------|---------------|-------------|-------------|
| 4媒体広告合計     | 484,083       | 34.1%       | 99.1        |
| <b>屋外広告</b> | <b>15,074</b> | <b>1.1%</b> | <b>94.9</b> |
| 交通広告        | 48,921        | 3.4%        | 105.4       |
| 折込・ダイレクトメール | 161,145       | 11.4%       | 98.7        |
| 海外広告        | 16,755        | 1.2%        | 156.6       |
| SP・PR・催事企画  | 204,890       | 14.4%       | 104.5       |
| インターネット広告   | 130,561       | 9.2%        | 116.3       |
| その他         | 357,327       | 25.2%       | 101.1       |
| 合計          | 1,418,756     | 100.0%      | 102.3       |

経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」9月速報(27.11.17)より

\*4媒体は新聞、雑誌、テレビ、ラジオ

\*数字は調整されています。

(詳細はホームページ：経済産業省⇒統計)

### ～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69回目を迎えます。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

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>



## 新会員紹介

## 9路線179駅の広告ネットワークで都心部を網羅 ～東京メトロでの広告展開を核に事業拡大中!～

### 株式会社メトロアドエージェンシー

弊社は、2007年に東京メトログループ広告事業のさらなる拡大を目指して設立された、東京メトロ100%出資のグループ会社です。以来、東京メトロの広告メディアの管理運営を取り扱う媒体社としての業務と、総合広告会社としての業務を一元化し、クライアントニーズに最大限応えられるように広告事業を行っています。

東京メトロの強みは首都圏の都心部を網羅する9路線179駅のネットワークと、それを利用する1日673万人にのぼる輸送人員です。広告メディアとしても、ビジネス、通学、ショッピングなど様々な生活シーンで反復的に接触が可能で、確実にリーチが稼げる強みがあります。中ぶり、まど上、駅ばり、大型ボードなどの主力メディアに加えて、昨今はデジタルサイネージの開発にも力を注ぎ、車内に、駅コンコースに新たな広告ネットワークを拡げています。

さて、地下鉄という一見屋外広告とは無縁の印象を受けるかもしれませんが、車体広告は銀座線渋谷～表参道駅間、東西線西葛西駅以东など地上部も走っています。また、最近では東京メトログループが開発する不動産物件の屋外広告展開も手掛けています。2020年のオリンピック・パラリンピック開催に向け、インフラの整備、インパウンドの拡大、コミュニケーション技術の革新など、東京も加速度的に変化していくことが予想されます。是非、世界に誇れる屋外広告を東京から発信していけますよう、皆さまとともに手を携えていきたいです。どうぞご指導、ご支援賜りますようお願い申し上げます。



東京メトロ創立10周年記念ラッピング車両

## 新会員紹介

## ストリートファニチャと呼ばれる

## PPP（パブリック・プライベート・パートナーシップ）/PFI事業を中心に全国展開

### エムシードウコー株式会社

エムシードウコー株式会社は、フランスの屋外広告会社ジェーシードウコー社と三菱商事との合弁会社として2000年に設立されました。

弊社は広告料収入を原資として、自治体や市民の負担なしに、道路上のインフラや交通サービスを提供するストリートファニチャと呼ばれるPPP（パブリック・プライベート・パートナーシップ）/PFI事業を中心に全国展開をしている会社です。

ストリートファニチャ事業の代表的なものとしては、B-Stop®（広告付きバス停留所上屋）事業があげられます。これは、自治体、バス事業者、市民の負担無しに、バス停に付けられた広告からの収入によりバス停上屋の製造設置、その後の維持管理を行う事業です。現在、全国39都市で、69（7公営交通局含む）のバス事業者と1,726基のB-Stop®を設置しております。



B-Stop®（広告付きバス停留所上屋）

また、富山市では2010年より日本初となるコミュニティサイクルの本格導入を開始しました。300m毎に設置された任意のステーションで自転車をレンタルし、市内に設置されたステーションであれば、どこでも自由に返却することが出来ます。現在、自転車数は180台、累計利用回数は27万回以上となりました。

そしてこれらストリートファニチャ事業の他にも、セブン&アイグループ、イオングループと提携し、全国163店舗のモールの内外に広告パネルを設置するモールスケープ事業を展開しております。これから2020年に東京五輪を控え、東京の屋外広告事業の可能性はますます広がっていくものと感じております。その中で、弊社もこの度、これまで長年に渡り東京の屋外広告の活性化に尽力されてきた御協会の一員とさせて頂ける事となりました。

今後、これを機にさらなる努力を重ねてまいりますので、何卒御指導と御支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

## 日本のサインと空間デザイン

“インタラクティブ4D ビジョン”「Crystal Universe」～作品と来場者が連動～

写真はチームラボ独自の“インタラクティブ4D ビジョン”を使ったインスタレーション作品「Crystal Universe」です。

LEDを使って宇宙空間における光の動きを表現しています。来場者はスマートフォンでこの宇宙（クリスタルユニバース）を創り出すことができ、幻想的な光の空間の中を歩き回ることができます。作品と来場者が連動し一体となるのです。



出典 月刊 Signs & Displays 2015.9月号（マスコミ文化協会発行）より

2015年8月21日～9月27日間にポーラミュージアム アネックスで開催された個展「teamLab Exhibition, Walk Through the Crystal Universe」で発表されました。

### 事務局だより

#### 【事務局だより】

#### ◆会議・行事等報告

##### 事業委員会

8月19日（水） 13時30分～14時30分  
オリコム役員会議室

##### 第2回総務委員会

10月15日（木） 13時30分～14時30分  
協立広告会議室

##### 第2回理事会

10月27日（火） 14時～15時  
丸の内二丁目ビル会議室 A

##### 講演会

11月9日（月） 13時30分～15時  
丸の内二丁目ビル会議室 D

##### 編集小委員会

11月27日（金） 13時30分～14時30分  
春光社会議室

##### 車体利用広告デザイン審査委員会

12月3日（木） 13時30分～15時  
丸の内二丁目ビル会議室 A

#### ◆今後の予定

広告界合同年賀会 1月6日（水） 15時30分～17時  
帝国ホテル2階「孔雀の間」

第3回理事会 3月23日（水） 14時～15時  
丸の内二丁目ビル会議室 A

##### 総務委員会

2～3月  
車体利用広告デザイン審査委員会 3月  
広報委員会、広告物振興委員会 2～3月

#### お知らせ

◇『第11回クリエイティブトップナウ展』に第9回東京屋外広告コンクルの都知事賞が紹介されます。

期間：12月3日（木）～2016年1月16日（土）、場所：アドミュージアム東京（入場無料）

[http://admt.jp/exhibition/program/2015\\_crtopnow.html](http://admt.jp/exhibition/program/2015_crtopnow.html)

<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