

## 今年こそその気概を持って ～2021年の年頭所感～



公益社団法人 東京屋外広告協会 会長 大久保 秀夫

明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2021年の新春をお迎えになられたことと謹んでお慶び申し上げます。

昨年は、世界中が新型コロナウイルス感染に翻弄された1年でした。今も世界は厳しさの只中において、わが国も、政府、自治体、医療機関、民間が一体となって感染拡大の防止、社会経済の回復を同時に進める難しい運営を続けております。今最も重要なのはワクチンや治療薬の実用化ですが、昨年末、欧米でワクチン接種が始まりました。わが国でも早々の接種に期待が高まっておりますが、これを機に、感染拡大のリスクと経済回復の相反から解放されることを切に望むところです。

加えて、コロナ禍を通じてわが国では政府・民間を含めた国全体としてのデジタル化の遅れ、過度な大都市集中のリスク、危機下における医療提供体制のあり方、中央と地方の権限分担のあり方など、多くの課題も浮き彫りとなりました。これらへの取り組みは重い課題ですが、ウィズコロナのうちに解決策を探るべきかと存じます。安心・安全な社会経済の構築が何よりも求められています。

一方、企業経営に関しては、コロナ禍の副産物として、これまで遅々としていたオンライン化が加速したこととあります。緊急事態宣言の折に多くの企業はリモートワークを導入し、新たな働き方として定着しましたし、改めてデジタル技術が生産性向上につながるの有用性に気付いた経営者も多いと思います。さらにはDX（デジタルトランスフォーメーション）への取組で企業の新たなビジネスチャンスへの期待が高まっております。

そして、屋外広告業界も、大変な1年でございましたが、未だ広告業界全体の売上高は元に戻っておりませんし、屋外広告や交通広告も前年比での減少が続いており、厳しい状況からの脱却が望まれますが、どの業界の発展も社会経済の回復があつてのことでございますので、今年こそと願うものであります。

最後に、本年開催が見込まれる東京オリンピック・パラリンピックを、復興五輪であると同時に、感染拡大防止と社会経済活動を両立させる具体的なプロジェクトとなるよう期待したいです。

2021年が皆様にとりまして、飛躍の年になりますよう心から祈念いたしまして年頭のご挨拶とさせていただきます。

(東京商工会議所副会頭・株式会社フォーバル会長)

|                                                                     |            |                                   |      |
|---------------------------------------------------------------------|------------|-----------------------------------|------|
| 滝久雄副会長が文化功労者に<br>講演会「世界最高の移動UX目指して、タクシーの挑戦」<br>～日本交通会長 川鍋一朗氏の経営を聴く～ | 2 頁<br>3 頁 | 東京都内を走行する都外ナンバーの<br>広告宣伝車へのデザイン審査 | 10 頁 |
| 特集 「渋谷未来デザイン」                                                       | 4～5 頁      | 特定サービス産業動態統計調査                    |      |
| 特集 「新型コロナ関連調査」                                                      | 6～7 頁      | 赤い羽根共同募金                          | 11 頁 |
| 理事会・委員会報告                                                           | 8 頁        | 日本のサインと空間デザイン                     | 12 頁 |
| 特集 改正「意匠法」のポイント                                                     | 9 頁        | 事務局だより                            | 12 頁 |

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

## 滝久雄副会長が文化功労者に

令和2年10月、当協会の滝久雄副会長が文化功労者に選ばれました。日本の食文化の振興と、文化芸術への長年の貢献が認められたものですが、当協会といたしましても大変榮譽ある受章を心よりお祝い申し上げます。

滝副会長が1972年に東京駅に設置したパブリックアートの第1号は、福沢一郎画伯の原画と監修によるステンドグラス作品「天地創造」(写真)でした。以来、人々が行き交い、集う、駅や空港、公園、学校などの公共空間にアートを設置することで、人の心を和ませ、元気づけ、癒しを与える空間を創出し、文化芸術が、無関心だった人にも身近なものになってほしいとの思いが滝副会長にはありました。こうして今年10月末までの48年間に、日本全国に設置したパブリックアートは545作品を数え、1年あたり約11作品になる計算です。



福沢一郎画伯の原画と監修による「天地創造」

さらに、文化芸術支援でも、今年41年目となった「国際瀧富士美術賞」があります。日本と外国の美術大学の4年生を対象とした賞で、この種の賞では最も歴史のあるものです。賞金である奨学金の給付総額は約2億3000万円超に上り、受賞者総数は800人になります。



国際瀧富士美術賞授賞式

加えて、滝副会長がいま力を注ぐのは「1%フォー・アート」の法制化です。公共工事費の一部(国によって1%~0.5%などさまざまです)をアートに割くこの制度は、欧米では長年、文化芸術振興の大きな推進力となってきました。アジアでは韓国と台湾が取り入れています。欧米では文化が重要な輸出産業となっており、韓国でも韓流ポップ文化が多くの国を席卷していますが、これは「1%フォー・アート」を抜きにしては語れません。経済第一主義・成長優先主義が行き詰る中で、日本社会の停滞を打破するのは文化芸術にあるというのが滝副会長の持論です。その際、カギと

なるのが「1%フォー・アート」で、これが文化芸術を産業として育てる力になると見えています。文化功労者に選ばれたのを機に、「1%フォー・アート」の法制化実現に力を注いでいきたいと抱負を語られました。

今後とも益々のご活躍を祈念申し上げます。

(本文は公益財団法人日本交通文化協会様が滝理事長受章の際に出された文面を編集させていただいておりますことを申し添えます)

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/>



## 講演会報告

## 「世界最高の移動 UX 目指して、タクシーの挑戦」

～日本交通会長 川鍋 一朗氏の経営を聴く～

日本広告株式会社 取締役社長 浦野 孝

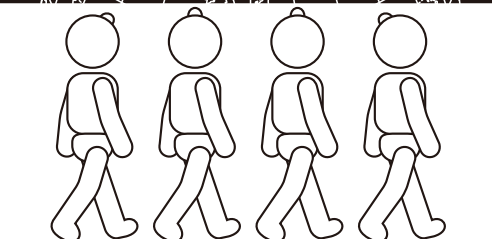
全世界で猛威を振るう新型コロナウイルスの影響を受け、東京屋外広告協会事業委員会の活動も、例年通りに運ぶことができない1年でありました。そんな中ではありますが、今年の大きな活動の一つとして、12月9日(水) 日本生命丸の内ガーデンタワー3階のAP東京丸の内「EFGルーム」において、講演会を開催いたしました。会員各社より31名の方々のご出席がありました。

事業委員会の大塚尚司委員長((株)オリコム 代表取締役社長)の開会のあいさつと講師のご紹介に続いて、日本交通株式会社 代表取締役会長 川鍋一朗様に「世界最高の移動UX目指して、タクシーの挑戦」というテーマでご講演いただきました。

UX(ユーザーエクスペリエンス)とは、『製品やサービスの利用を通じて得られる体験(experience)の総称《中略》「使いやすさ」や「使い勝手」などの要素に加えて、使い心地・感動・印象なども重視される。』(IT用語辞典BINARYより引用)という、近年、重要視されてきている概念のことです。そのUXの向上を目指した川鍋会長の取り組みを、会社の歴史やご自身の経験を交え、様々な現場の変化がわかる写真を示していただきながら、時に熱い思いを込め、時にユーモアたっぷりにお話しを進めてくださいました。特に、「タクシーは拾うから選ぶへ」を志し、お客様に選ばれるタクシーになるためにコールセンターに力を入れ、その後スマホの普及に合わせて、7人のスタッフで開発を始めた配車アプリを全国展開するまでに広め、それをさらに今年9月に提供が始まった『タクシーアプリGO』に進化させていく過程のお話は大変興味深いものでありました。また、AI(人工知能)を活用したタクシー需要予測システムの効果による運転手の若返り、24時間365日街中を走り回るタクシーの特性を生かしてドライブレコーダーの映像をリアルタイムで収集する「動く情報端末」としての活用、コロナ禍だからこそ必要とされる「出前サービス」や「お買い物代行」としてのタクシーの利用、などなど技術革新や、時代と地域社会の変容、社会情勢の推移を敏感に取り入れた数々の新しい取り組みは、非常に刺激的で、様々な面に応用でき、大変示唆に富んだものでした。大変有意義な1時間の講演会でありました。



**進化するOOH。  
メディア開発力のNKB。**



つい見てしまう。なぜか気になってしまう。

そんな広告を作りませんか？

生活者の行動を捉えるプランニング力と、

最新技術を取り入れたメディア開発力で、

御社のプロモーションを強力にサポートいたします。

INTERACTIVE COMMUNICATION  
**NKB INC.**

〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-1-3 東京宝塚ビル  
TEL.03-3504-2100(代)  
<http://www.nkb.co.jp/>

## 渋谷の持続的な発展につながるソーシャルデザインとは

一般社団法人渋谷未来デザイン 理事・事務局次長 長田 新子

「ちがいを ちからに 変える街」という未来像を掲げ、多様性に満ち個性を活かした街づくりを推進している渋谷区。その外郭団体として2018年4月に設立された一般社団法人渋谷未来デザインは、産官学民の共創モデルをもってオープンイノベーションで社会課題に向き合い、新しい価値を生み出す事業を推進・支援する組織だ。渋谷区が掲げるダイバーシティとインクルージョンを基本に、23万人の渋谷に住む人のみならず、日々渋谷を訪れる300万人以上の働く人、学ぶ人、遊ぶ人など、渋谷に集う多様な人々のアイデアや才能を、領域を越えて収集し、都市生活や地域社会の新たな可能性を国内外に向けて提示することで、渋谷区だけでなく社会全体の持続発展につながることを目指している。組織は全国でも稀にみる形で運営され、行政や企業からの出向者、大学関係者、民間出身者などジャンルを超えて構成され、多様な知見と経験値が集まっている。現在80社以上の企業や団体が参画し、約20のプロジェクトに取り組んでいる。例えば、パブリックスペース研究、スマートシティ事業、エリアマネジメント研究、子育て事業、アーバンスポーツやダイバーシティ・インクルージョン事業、そして最近メディアでも見かけるバーチャル渋谷も我々の取り組みのひとつ。コロナ禍においては小・中学生向けにオンラインスタディコンテンツの提供や文化・産業支援のためのクラウドファンディングなど、スピーディに事業を立ち上げ展開することも積極的に行っている。

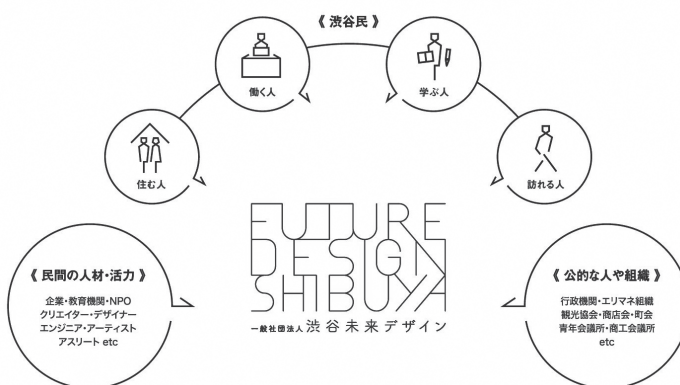
民間企業出身である私自身は、この産官学民の共創モデルに非常に大きな可能性を感じて、立ち上げ当初から組織に参加した。社会に貢献すること、社会課題を解決することにおいて、「1人」や「1社」のちからよりも、より多くの、そしてより多様なキャラクターの「集合体」として取り組むことで、大きな推進力、実現力を生むことができるのではないかとずっと思っていた。社会というのは様々な個性の集まった複雑なものであるがゆえ、そこに良い変革をもたらそうとするならば、渋谷にいるクリエイター、アーティストやアスリート、行政や教育・研究機関、NPO、あるいは商店会・商工会議所、そして市民をも巻き込んでいくことが必要だ。そんな多様な可能性をもったチームが縦割りでない形でシナジー効果を生み出せば、あたらしい価値を創り出すことができるのではないか。それがまさに今本当に必要となっていることを、このコロナ禍においてよりリアルに実感した1年であった。

さて、ここからいくつかの事例を紹介しながら、街の未来に向けた活動を紹介したい。

### SOCIAL INNOVATION WEEK SHIBUYA (SIW)

3年目となるSIWは、2020年11月7日から15日に“多様な未来を考える9日間”として開催され、無事幕を閉じた。カンファレンスや体験プログラムを軸に、国内最大級のソーシャルデザインをテーマにした東京・渋谷の都市フェスである。未来志向の起業家やクリエイターの価値観にふれ、多様な企業や新規事業コミュニティとネットワーキングし、これからの社会をリードするアイデアやソリューションを体感する。今年は予想もしていなかった状況下での開催となったが、オンラインとオフラインのハイブリッドな開催の形を加速させ、都市型イベントのあり方も追求した。計122プログラムに400人以上が登壇し、最終的にはのべ5万人以上の来場者と視聴者がその期間SIWを体感した。全てのコンテンツをオンライン化することもできたと思うが、我々は街を舞台にこのイベントを開催し、街の魅力を伝えることもミッションのひとつと考え

### これからの街づくり、これからの渋谷区。



### 「ちがいを ちからに 変える街。渋谷区」

渋谷に集まる多様な個性と共に実現するオープンイノベーションハブ

屋外広告・放送広告・交通広告・デジタルサイネージ事業

# NAGATA

長田広告株式会社 東京支社 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル6F

Network営業部 TEL.03(3278)7321 FAX.03-3278-7322 媒体開発部 TEL.03(3278)7325 FAX.03(3278)7327





ている。今年は昨年よりも多少少ないものの16箇所のオフライン会場での開催にも敢えてチャレンジした。ピリピリとした期間であったが、終わってみればSIWの本来の目的である多様な社会のあり方を枠を越えて考え、この時期だからこそ横断的な繋がりや多くの支援、そして次に向けたアクションを生み出すきっかけを実感することができたと思っている。またありがたいことに、多くの登壇者に無料アーカイブ配信の許可をいただき、現在も日々多くの方に視聴いただいている。このような活動が渋谷のみならず、全国の皆さんの活動に少しでも役に立てばと思っている。

### 渋谷区公認「バーチャル渋谷」

KDDI、渋谷未来デザイン、渋谷区観光協会を中心とした50社以上の参画企業で組成する「渋谷5Gエンターテインメントプロジェクト」は、来る5G時代を見据えて、エンターテインメント領域においてテクノロジーを駆使しながら、渋谷が常に最先端且つアクティブで、魅力的な街づくりや文化創出の拠点であり続けることを目指すプロジェクトとして発足した。このプロジェクトが運営する渋谷区公認の配信プラットフォームが「バーチャル渋谷」である。渋谷のスクランブル交差点一帯をバーチャル空間で再現し、“第2の渋谷”として24時間世界中どこからでも無料でアクセス可能で、5月のオープニングイベントには、のべ5万人が参加した。10月26日から6日間開催したハロウィーンフェスでは40万人以上が参加し、渋谷区の抱える課題解決のみならず、ニューノーマル時代のハロウィーンのあり方も提案した。バーチャル渋谷の街を回遊してもらおうと同時に、今後はバーチャルとリアル双方の渋谷で最高の体験を提供し、バーチャルを絡めた新しい形の経済活動と、街に還元できる仕組み作りを追求したい。

渋谷という街の魅力を発信し続けることは、ひいては日本の未来にもつながっていると思う。また「Society 5.0」にもあるような“デジタルツイン”の先駆的な存在として、都市のあり方を考え、そこにブランド価値や体験価値を生み出していきたい。これはまさに渋谷だからできることでもあるが、その実験的な取り組みは、必ずや社会全体に対しても意義あるものとして貢献できると信じている。

以上は渋谷未来デザインが取り組むプロジェクトのほんの一例だが、持続可能な街の未来を考えていくには、街のブランド価値を高め続けること、そして街に集う人々がシティプライドを持てる街づくりが必須である。多様性の意義を皆が理解し、お互いの「ちがいを活かしてよりよい街をつくっていかう」という強い意志や考え、それがアクションにつながる。つまりどんな環境下においても、一緒に取り組むメンバーが主体的に活動し続ける環境づくりを我々は更に推進していきたいと思っている。これがオープンイノベーションのあるべき姿だと思っている。



一般社団法人渋谷未来デザイン：<https://www.fds.or.jp>



## 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

# 新型コロナ関連調査（国土交通省、東京商工会議所から）

## コロナ禍、人はどのように行動したか！テレワークの実態は！

国土交通省は、コロナ感染の折、市民の日常的な行動や価値観の変化を把握するためのアンケート（令和2年8月）を実施し、10月に公表しました。東京商工会議所は、コロナ感染の折、テレワークの実態や課題等を把握するためアンケート（令和2年9月～10月）を実施し、11月に公表しました。それぞれのアンケートは、感染の第2波が続いた時期と秋冬に向けた対応が求められる時期に行われていますので、コロナ対策の中での行動や意向がわかる結果となっております。

国土交通省の調査結果からは、緊急事態宣言中や解除後も自宅周辺での外出頻度が増加しており、今後のリモート活動実施意向では、購買系の意向が高く、会議や飲み会などのコミュニケーション系の活動の実施意向は低い結果が出ています。東京商工会議所の調査結果からは、テレワークの実施の効果により働き方改革が進んだこと、課題は書類への押印、社内コミュニケーションの問題などでありました。

（国土交通省調査）

### 全国の都市における生活・行動の変化 — 新型コロナ生活行動調査（速報版） —

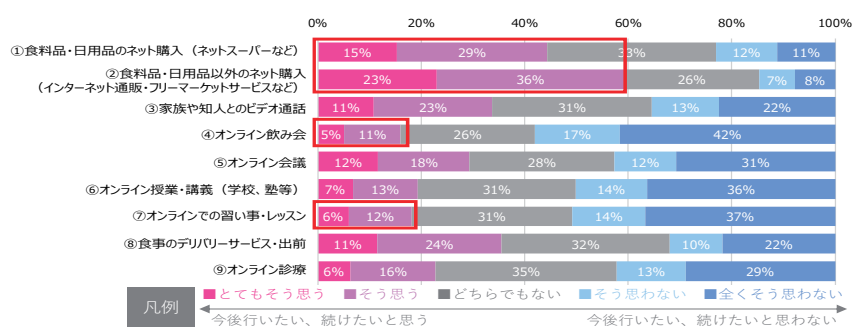
#### ① 活動別の最も頻繁に訪れた場所（新型コロナ流行前から調査時点（2020年8月）への変化）

・ いずれの地域も、③外食や④趣味・娯楽の活動場所が、c. 自宅から離れた都心・中心市街地からa. 自宅周辺にシフト

| 活動種類                       | 地域           | a 自宅周辺 | b 勤務地・学校周辺 | c 自宅から離れた都心・中心市街地 | d 自宅から離れた郊外 |
|----------------------------|--------------|--------|------------|-------------------|-------------|
| ① 食料品・日用品の買い物              | A 全国         | 1%     | 1%         | -1%               | -1%         |
|                            | B 特定警戒都道府県   | 1%     | 0%         | -1%               | -1%         |
|                            | C 東京都市圏      | 1%     | 0%         | -1%               | 0%          |
|                            | D 特定警戒都道府県以外 | 0%     | 1%         | -1%               | -1%         |
| ② 食料品・日用品以外の買い物            | A 全国         | 4%     | 1%         | -4%               | -1%         |
|                            | B 特定警戒都道府県   | 5%     | 1%         | -4%               | -2%         |
|                            | C 東京都市圏      | 5%     | 1%         | -5%               | -1%         |
|                            | D 特定警戒都道府県以外 | 2%     | 1%         | -2%               | -1%         |
| ③ 外食                       | A 全国         | 11%    | -2%        | -12%              | 2%          |
|                            | B 特定警戒都道府県   | 12%    | -2%        | -12%              | 1%          |
|                            | C 東京都市圏      | 14%    | -3%        | -13%              | 1%          |
|                            | D 特定警戒都道府県以外 | 8%     | 0%         | -11%              | 2%          |
| ④ 散歩・休憩・子どもの遊び等の軽い運動・休養・育児 | A 全国         | 5%     | 0%         | -3%               | -2%         |
|                            | B 特定警戒都道府県   | 5%     | 0%         | -4%               | -2%         |
|                            | C 東京都市圏      | 5%     | 0%         | -4%               | -2%         |
|                            | D 特定警戒都道府県以外 | 6%     | -1%        | -2%               | -3%         |
| ⑤ 映画鑑賞・コンサート・スポーツ観戦等の趣味・娯楽 | A 全国         | 11%    | 3%         | -15%              | 0%          |
|                            | B 特定警戒都道府県   | 11%    | 3%         | -16%              | 0%          |
|                            | C 東京都市圏      | 13%    | 3%         | -19%              | 1%          |
|                            | D 特定警戒都道府県以外 | 11%    | 3%         | -12%              | -3%         |

#### ② リモート活動の今後の実施意向

・ ①②ネット購入（食料品・日用品を含む商品）の実施意向は高く、④オンライン飲み会や⑥オンライン授業・講義、⑦オンラインでの習い事・レッスンの実施意向は低い



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

(東京商工会議所)

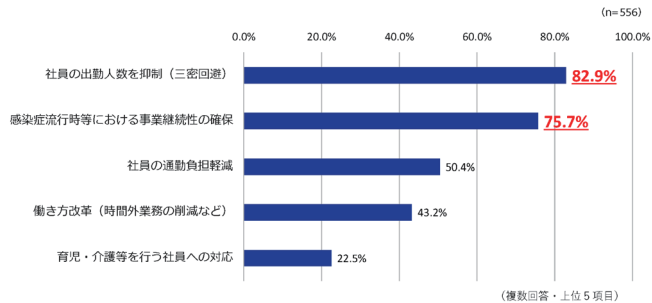
## テレワークの実施状況に関するアンケート

## 1. テレワークを継続的に実施している目的

\*テレワークを継続的に実施している目的は「社員の出勤人数を抑制（三密回避）」（82.9%）が最大であり、「感染症流行時等における事業継続性の確保」（75.7%）が続いた。

〈企業の声〉

「社員の感染防止だけでなく、通勤時間の短縮など働き方改革にも繋がっている」【発令以降から実施/建設業/300人以上】



## 2. テレワーク実施の効果

\*テレワークを実施したことによる効果は、回答者全体では「働き方改革（時間外業務の削減）が進んだ」（46.2%）が最大であった。「発令前より実施」「発令以降から実施」とともに「働き方改革が進んだ」が最大で、「業務プロセスの見直しができた」が続いた。

〈企業の声〉

「遠方の取引先であってもオンライン会議を活用することで従来よりも頻繁に、かつ出張費をかけずに打合せを出来るようになった。また人材育成の面でもオンライン研修を活用することで従業員のスキルアップにつながっている」【発令以降から実施/卸売業/30～49人】

|    | 全体 (n=556)              | 発令前より実施 (n=281)         | 発令以降から実施 (n=272)        |
|----|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1位 | 働き方改革が進んだ<br>46.2%      | 働き方改革が進んだ<br>52.7%      | 働き方改革が進んだ<br>40.1%      |
| 2位 | 業務プロセスの見直しができた<br>39.7% | 業務プロセスの見直しができた<br>45.2% | 業務プロセスの見直しができた<br>34.2% |
| 3位 | コスト削減<br>22.7%          | コスト削減<br>24.6%          | 特になし<br>22.1%           |
| 4位 | 特になし<br>17.0%           | 定型的業務の生産性が上がった<br>16.7% | コスト削減<br>20.6%          |
| 5位 | 定型的業務の生産性が上がった<br>14.3% | 特になし<br>15.7%           | 定型的業務の生産性が上がった<br>11.4% |

(複数回答・上位5項目)

## 3. テレワークを継続実施するうえでの課題

\*テレワークを継続実施するうえでの課題は、回答者全体では「社内のコミュニケーション」（57.9%）が最大であった。  
\*「発令前より実施」では「書類への押印対応」（61.6%）が最大であり、「発令以降から実施」では「社内のコミュニケーション」（57.4%）が最大であった。

〈企業の声〉

「受発注書や役所への提出書類、銀行の書類など押印が必要な書類が多いため、特に経理の押印担当者はテレワークをできていない」

【発令以降から実施/製造業/30～49人】

|    | 全体 (n=556)                | 発令前より実施 (n=281)         | 発令以降から実施 (n=272)          |
|----|---------------------------|-------------------------|---------------------------|
| 1位 | 社内のコミュニケーション<br>57.9%     | 書類への押印対応<br>61.6%       | 社内のコミュニケーション<br>57.4%     |
| 2位 | 書類への押印対応<br>56.7%         | 社内のコミュニケーション<br>58.4%   | 書類への押印対応<br>51.5%         |
| 3位 | 労務管理・マネジメント<br>51.6%      | 労務管理・マネジメント<br>54.4%    | PC等の機器やネットワークの整備<br>51.1% |
| 4位 | ペーパーレス化<br>45.0%          | ペーパーレス化<br>45.2%        | 労務管理・マネジメント<br>48.9%      |
| 5位 | PC等の機器やネットワークの整備<br>43.3% | 取引先とのコミュニケーション<br>38.4% | 情報セキュリティ体制<br>44.5%       |

(複数回答・上位5項目)

Copyright (C) The Tokyo Chamber of Commerce and Industry All right reserved.

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



## 理事会・各委員会報告

## 令和2年度第2回理事会開催

10月26日、AP丸の内東京にて令和2年度第2回理事会を開催いたしました。当日はコロナ感染拡大防止を徹底するため受付では検温、手指の消毒を行い、会場内は一人着席によるソーシャルディスタンス、換気徹底を行いました。

開会にあたり、大久保会長から「コロナ感染の中で、厳しい状況を想定しつつも社会経済を回していく形が整い始めており、誰もがコロナ対策を意識した日常を継続していくことがとても大事であります。9月には菅政権が発足しましたが、規制改革やデジタル化の推進、携帯電話料金値下げなど矢継ぎ早にスピード感をもった政策が打ち出されております。是非具体的な成果を期待したいと思います」等の挨拶がありました。

理事会は理事19名、幹事3名の出席を得て大久保会長の議事進行により会議が進められました。先ず、10月13日に開催された総務委員会で検討した理事会に図る事項について稲川総務委員長より報告の後、議事に入りました。去る6月10日の定期総会で決議された役員に専務理事の追加に伴い、当協会朝香博理事・事務局長の専務理事就任が満場一致で承認されました。

引き続き、報告事項では第12回東京屋外広告コンクール（併せて第4回東京都都市整備局長奨励賞）の実施について、高村副会長・東京屋外広告コンクール実施委員長より、コロナ下の今こそ経済活動の一翼を担う東京の屋外広告を、多くの方々に見てもらうチャンスと捉え開催を決定したとの報告がありました。

続いて、福山車体利用広告デザイン審査委員長より9月14日に開催した審査委員会の報告として、本年4月から9月までの審査件数は93件、前年は190件と新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、対前年の51.1%の減少と半減したこと、最近の審査案件の課題について説明がありました。次に大塚事業委員長より、来る12月9日AP東京丸の内日本交通株式会社社会長川鍋一郎（かわなべ・いちろう）氏の講演会をリアル開催するとの報告がありました。最後に事務局より代表理事及び業務執行理事の業務執行状況報告がなされ、滝副会長の閉会挨拶で理事会は終了しました。

## 各委員会 新型コロナウイルス感染症の嚴重な対応を取った中での開催

## 第2回理事会上程事項を審議

総務委員会（委員長：稲川 一 常任理事・文宣社長）が10月13日にAP東京丸の内、来る10月26日開催の第2回理事会にて審議する内容等について協議しました。今回は専務理事の就任、第12回東京屋外広告コンクールの実施、各委員会の活動報告など上程事項を審議しました。

## 第12回を実施

東京屋外広告コンクール実施委員会（委員長：高村 徹 副会長・昭和ネオン社長）が10月5日（月）にAP東京丸の内、新型コロナウイルス感染の状況下での実施の是非について広告関係団体の実施状況を参考にしつつ、実施の際の方法や内容を検討し、コロナ下の今こそ経済活動の一翼を担う東京の屋外広告を、多くの方々に見てもらうチャンスと捉え最終的に実施することとなりました。

## 審査案件の中で課題について意見交換

車体利用広告デザイン審査委員会（委員長：福山 達雄 常任理事・日広通信社社長）が9月14日にAP東京丸の内、審査案件の中で課題となるバスの矩形広告のデザイン、広告宣伝車の色等について意見交換を行った。また、車体利用広告デザイン審査基準のHP上でのより分かりやすい見せ方について議論を行いました。

## 講演会実施

事業委員会（委員長：大塚 尚司 常任理事・オリコム社長）は台風の影響で書面会議となり、令和2年度のセミナー、講演会の企画検討（講師、テーマの選定）を行いました。

## 新年号の企画はリモートで検討

広報委員会編集小委員会（小委員会委員長：中村 晃 理事・日交社長）は7月21日に日交会議室にて会報「TOAA REPORT」令和2年9月号内容検討及び次号以降の企画を検討しました。12月3日はリモート会議で新年号の企画を検討しました。



# 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 〒104-0032 東京都中央区八丁堀2-12-7 ユニデン八丁堀ビル1階 ☎03(5117)2025



## イノベーション創出・ブランド構築に資する「令和元年意匠法改正」のポイント

令和2年4月1日に、改正意匠法の一部が施行され、意匠制度が大きく変わりましたので、改正の柱である、「画像」「建築物」「内装」の意匠の保護の開始、関連意匠制度の拡充についてご紹介します。

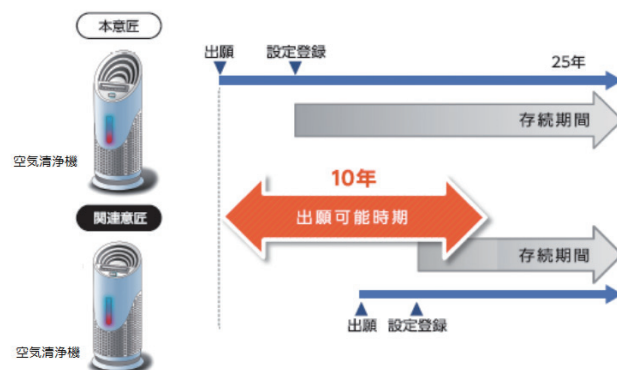
### （１）「画像」「建築物」「内装」の意匠の保護の開始

これまでの、意匠法の保護対象は「物品」に限られていましたが、物品に記録・表示されていない画像デザインや、不動産である建築物のデザインも登録ができるよう、「画像」そのものや「建築物」のデザインも新たに保護対象となりました。また、複数の物品、壁、床、天井などから構成される「内装」のデザインも新たに登録できるようになりました。

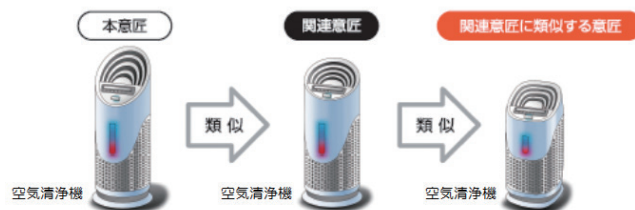


### （２）関連意匠制度の拡充

これまでの、関連意匠の出願可能期間は、本意匠の出願日から意匠公報発行日前まで（本意匠の出願日から8か月程度）でしたが、その期間を本意匠の出願日から10年が経過する日前まで、に延長しました。



また、これまでの、関連意匠を本意匠とする第二の関連意匠を登録することができませんでしたが、そのような関連意匠も、第二、第三と連鎖的に登録することが可能となりました。ただし、そのように連鎖する関連意匠の出願可能期間は、最初の本意匠（「基礎意匠」といいます。）の出願日から10年が経過する日前までとなります。



令和元年意匠法改正の詳細は、特許庁「令和元年意匠法改正特設サイト」をご覧ください。  
 （左のQRコードからアクセスできます）  
[https://www.jpo.go.jp/system/design/gaiyo/seidogaiyo/isyuu\\_kaisei\\_2019.html](https://www.jpo.go.jp/system/design/gaiyo/seidogaiyo/isyuu_kaisei_2019.html)

# 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

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

東京都では平成23年から、東京都内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、デザイン等の質を確保しています。

都内には都外ナンバーの派手な広告宣伝車が数多く走行し、苦情が出ています。

そこで、良好な街並み景観の形成を図るため、平成26年から、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ています。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きますよう御協力をお願いします。

## 1 デザイン審査申込先

公益社団法人 東京屋外広告協会 車体利用広告等デザイン審査委員会 宛

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-2-2 丸の内二重橋ビル6階

TEL 03-3213-1963 FAX 03-3212-3718

※車体利用広告デザイン審査委員会は、都内で唯一東京都知事の指定を受けた審査委員会です。

## 2 審査手順

- ① 審査申込書に所定の事項を記入の上、お申し込みください。

審査費用はデザイン1点につき10,000円です。

審査申込書は下記URLからダウンロードできます。

[http://www.toaa.or.jp/shatai/pdf/application\\_wrapping.pdf](http://www.toaa.or.jp/shatai/pdf/application_wrapping.pdf)

- ② 審査を承認したものには、審査済印を押印します。

※デザイン審査の詳細は（公社）東京屋外広告協会にお問い合わせください。

※審査後、必要な許可申請を行ってください。

## 3 許可申請及びお問合せ先

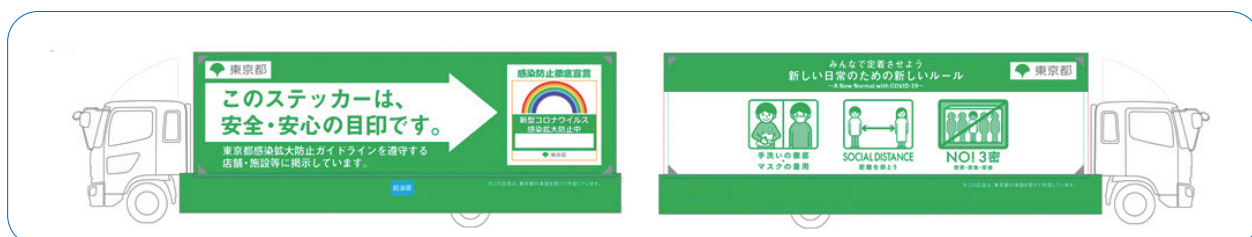
- ① 屋外広告物許可 広告宣伝車の使用の本拠の位置がある区市等

- ② 道路使用許可 許可行為に係る場所を管轄する警察署

## 4 広告宣伝車とは

自動車登録規則（昭和45年運輸省令第7号）別表第二に規定する広告宣伝用自動車として登録されたものです。

## 5 デザイン審査済み車両の例（以下に一例を図示します。）



**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**

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

ホームページ <http://www.toko-ad.co.jp>

## 新型コロナウイルスの影響か？ 広告業売上高、対前年より減

### 特定サービス産業動態統計調査9月確報より

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月の確報が発表されました。令和2年の広告業売上高は新型コロナウイルスの影響を受けてか、すべて減少となりました。9月の広告業全体の売上高は前年同月比21.3%減の約4,040億円、4媒体が16.5%減少の1,239億円、屋外広告は約40億円で22.2%減でした。また、交通広告は約101億円で41.0%減、インターネット広告も約653億円で5.9%減となりました。

(単位:百万円)

| 区分          | 9月売上高        | 構成(%)      | 前年比(%)      |
|-------------|--------------|------------|-------------|
| 4媒体広告合計     | 123,851      | 30.7       | 83.5        |
| <b>屋外広告</b> | <b>4,011</b> | <b>1.0</b> | <b>77.8</b> |
| 交通広告        | 10,147       | 2.5        | 59.0        |
| 折込・ダイレクトメール | 33,833       | 8.4        | 72.6        |
| 海外広告        | 3,784        | 0.9        | 65.9        |
| SP・PR・催事企画  | 47,377       | 11.7       | 60.1        |
| インターネット広告   | 65,272       | 16.2       | 94.1        |
| その他         | 115,711      | 28.6       | 81.4        |
| 合計          | 403,986      | 100.0      | 78.7        |

経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」9月確報(2.11.17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⇒統計表一覧)  
 ※今回は昨年と今年の1～9月分の比較をまとめました。(この部分は当協会が昨年と今年の9月確報の数字をまとめたものです。)

| 区分          | 1～9月売上高       | 構成(%)      | 前年比(%)      |
|-------------|---------------|------------|-------------|
| 4媒体広告合計     | 1,142,486     | 30.5       | 82.5        |
| <b>屋外広告</b> | <b>38,387</b> | <b>1.0</b> | <b>81.8</b> |
| 交通広告        | 121,890       | 3.3        | 80.9        |
| 折込・ダイレクトメール | 305,826       | 8.1        | 68.8        |
| 海外広告        | 21,249        | 0.6        | 71.8        |
| SP・PR・催事企画  | 381,237       | 10.2       | 71.6        |
| インターネット広告   | 567,211       | 15.1       | 93.0        |
| その他         | 1,171,346     | 31.2       | 97.1        |
| 合計          | 3,749,631     | 100.0      | 85.1        |

#### ～共同募金～「つながりをたやさない社会づくり」へ

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、本年74回目を迎えます。

皆様からのご寄付金は、誰もが住み慣れた地域で安心して暮らせるように地域共生社会の実現に向けた福祉のまちづくりのために役立てられています。

特に本年は、新型コロナウイルス感染下での新たな福祉課題への対応に努めて参ります。

#### ★在庫品寄付で社会貢献と節税を★

型落ち品、荷崩れ品などの在庫品等による物品の寄付も受け付けています。相応金額を全額損金としてお取り扱いが出来ますので、ご検討をお願いいたします。

※会社など法人の寄付金は、指定寄付金として、全額損金算入にできます。

社会福祉法人 東京都共同募金会 TEL 03-5292-3182

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

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>

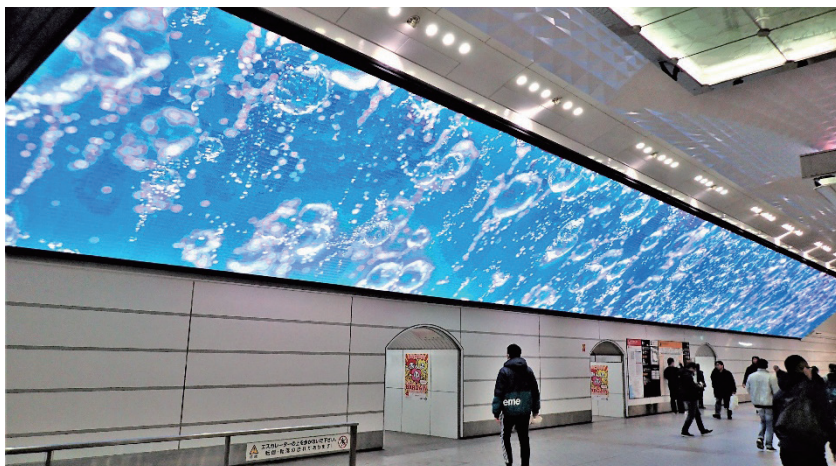


## 日本のサインと空間デザイン

### ギネス世界記録認定のサイネージ

～大阪から世界に向けて最新情報を～

第62回デジタルサイネージアワード2020のグランプリが11月に発表されました。受賞したのはOsaka Metroの「Umeda Metro Vision」。高さ4m、幅約40mの大きさで「地下におけるLEDスクリーン最大ディスプレイ」としてギネス世界記録に認定されたサイネージです。Osaka Metroは大阪から世界に向けて最新情報をお届けするという思いから制作しました。その圧倒的なインパクトだけではなく、難易度の高い駅のホーム上に設置するなどが評価されての受賞でした。



出典 月刊 Signs & Displays 2020 年 12 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

車体利用広告デザイン審査委員会  
9月14日(月) 13時15分～15時 AP 東京丸の内  
事業委員会  
9月24日(木) 13時30分～14時30分(リモート会議)  
東京屋外広告コンクール実施委員会  
10月5日(月) 14時～15時 AP 東京丸の内  
総務委員会  
10月13日(火) 14時～15時 AP 東京丸の内  
第2回理事会  
10月26日(月) 14時～15時 AP 東京丸の内  
編集小委員会(リモート会議)  
12月3日(木) 11時～12時

### ◆会議・行事等予定

講演会「世界最高の移動 UX 目指して、タクシーの挑戦」  
12月9日(水) 15時～16時 AP 東京丸の内  
車体利用広告デザイン審査委員会  
12月17日(木) 13時30分～15時30分 AP 東京丸の内  
◇会議・行事予定  
第12回東京屋外広告コンクール審査委員会  
令和3年2月9日(火) 13時30分～16時  
東京商工会議所 RoomA  
第12回東京屋外広告コンクール表彰式  
3月9日(火) 15時～17時頃の予定 AP 東京丸の内  
第3回理事会  
3月(未定)  
車体利用広告デザイン審査委員会  
3月(未定)

<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