



混沌とする社会経済の中でも

公益社団法人 東京屋外広告協会 会長 大久保 秀夫

令和4年度の社会経済は混沌の中にあります。その最大の原因は、本年2月から続くロシアによるウクライナへの侵攻と言えるでしょう。戦禍は日に日に悪化し、ウクライナ民間人の死亡が激増する報道がされるたびに、早期の停戦を望むばかりですが、停戦交渉は行われるものの合意の目途は未だ立っておりません。影響の長期化が心配されています。そして、世界は経済面で多大な影響が出て来ております。ロシアとウクライナは、資源や食糧大国ですから世界経済にインフレリスクをもたらす要素となり、今後の社会経済への影響は計り知れません。

一方、わが国の経済社会は、コロナウイルス感染拡大の「第6波」までを経験し、その都度、経済活動と感染防止の両立を見据えた対策を取ってきましたが、予断を許さない状況が続きます。今わが国は、経済社会の長期的な停滞感を払拭し、持続的な成長への道筋をつける正念場を迎えています。混沌とする経済社会ならばこそ、政府が掲げる成長と分配の好循環による「新しい資本主義」の具体的な展開に期待したいと思えます。

このような状況の中でも、当協会としては、より時宜に応じた積極的な活動を推進する所存です。事業活動においては、隔年開催の第13回東京屋外広告コンクールを実施いたします。この2年間、屋外広告物自体が量的にはコロナ禍の影響を大きく受けており、作品の応募が心配されるところですが、車体利用広告デザイン審査事業とコンクールが一体となって事業の周知・理解を高めていく所存です。また、今後もコロナ禍を想定しつつも、各委員会活動の充実を図るべく、会員や業界のニーズに沿った事業を、リアル、リモートで展開し公益社団としての活動を広く都民への周知を図る等、活動にメリハリを利かせたいと存じます。皆様のご支援を心よりお願い申し上げます。

(東京商工会議所副会頭・株式会社フォーバル会長)

| | | | |
|---------------|------|----------------------|-------|
| 国土交通省 | 2～3頁 | 令和4年度事業計画 | 7～8頁 |
| 特集 | 4～5頁 | 令和4年度収支予算 | 9～10頁 |
| 第3回理事会・各委員会報告 | 6頁 | 東京屋外広告ディスプレイ健康保険組合 | 11頁 |
| | | 日本のサインと空間デザイン・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

道路の移動等円滑化に関するガイドラインを作成 ～ユニバーサルデザインによる道路空間の実現に向けて～

国土交通省道路局

今日のわが国では、他の先進諸国に例を見ない急速な高齢化が進んでおり、高齢者の自立と社会参加による、健全で活力ある社会の実現が求められています。また、障害の有無にかかわらず、女性も男性も、高齢者も若者も、すべての人がお互いの人権や尊厳を大切に、支え合い、誰もが生き生きとした人生を享受することのできる「共生社会」の実現が求められています。

このような中、平成18年に公布・施行された「障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律」（バリアフリー法）により、高齢者や障害者の移動や施設の利用の利便性や安全性の向上を促進することとされました。特に道路については特定道路の新設又は改築にあたっては、道路移動等円滑化基準に適合させることが求められています。バリアフリー法は近年では平成30年と令和2年に改正され、『「障害」は個人の心身機能の障害と社会的障壁の相互作用によって創り出されているものであり、社会的障壁を取り除くのは社会の責務である』とする「障害の社会モデル」を理念規定として位置付けたほか、「旅客特定車両停留施設」が新たに基準適合の対象に追加されました。これを受けて、国土交通省令（移動等円滑化のために必要な道路の構造に関する基準を定める省令）で定められている道路移動等円滑化基準が改正され、旅客特定車両停留施設に関する基準が規定されました。

国土交通省道路局では、このような流れを受け、道路管理者が、道路施設等を新設、改築及び管理する際に、バリアフリー法や道路移動等円滑化基準に加えて、高齢者、障害者等をはじめとした全ての人が利用しやすいユニバーサルデザインによる道路空間のあり方を具体的に示すため「道路の移動等円滑化に関するガイドライン」を令和4年3月に作成しました。本ガイドラインは、「道路のユニバーサルデザインを考える懇談会」及び「懇談会WG」において検討し、参加する高齢者・障害者等の関係団体や有識者からのご意見・ご要望のほか、新たな知見や最新の事例などを情報提供いただき作成したものとなっています。

ガイドラインは2部構成となっており、第1部ではガイドラインの活用と基本的な考え方として、対象となる施設や対象者を示すとともに、道路計画策定にあたっての考え方や当事者参加の考え方を示しています。また、バリアフリー整備を継続的に推進するため、スパイラルアップ（PDCA）の取組みを行うことが重要であるとしています。

第2部では、具体的な道路の構造として、歩道や立体横断施設、バス停、路面電車停留所等の各整備箇所について、整備にあたって利用者のニーズや課題を踏まえた整備にあたっての考え方を示したうえで、

道路移動等円滑化基準に基づく整備内容：道路移動等円滑化基準に基づく、最低限の円滑な移動を実現するための内容

標準的な整備内容：整備内容のうち現地で既に汎用的に実施されているもの

望ましい整備内容：利用者の利便性・快適性への配慮を行った整備内容のうち、実績が少なく標準的に実施することが困難なもの

を具体的に示しています。加えて、ガイドライン本文の内容を補足する参考資料やガイドライン本文の内容を実施している具体的な事例、ガイドライン本文に位置付けられていないものの配慮すべき観点をコラムとして記載するなど、ユニバーサルデザインによる道路空間整備にあたって、具体的に必要となる内容の充実を図っています。

今後、特定道路や旅客特定車両停留施設の整備にあたって、本ガイドラインが積極的に活用されることで、すべての道路利用者にとって安全で快適な道路空間の整備が促進されることが期待されています。

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/>

『道路の移動等円滑化に関するガイドライン』の読み方

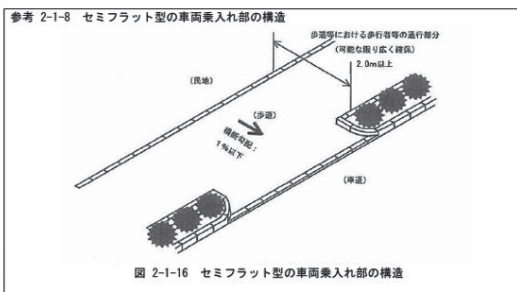
1章 歩道等及び自転車歩行者専用道路等

⑦ 車両乗入れ部

| | |
|-----|---|
| 考え方 | 歩道等においては、常に車椅子使用者がすれ違うことが可能な有効幅員を連続して確保しなければならないが、車両乗入れ部を設ける場合は、歩道の高さによっては歩道等の高さを切り下げる必要が生じ、この結果、当該切り下げ部分に勾配が生じることによって、車椅子の安全かつ円滑な通行に著しく支障をきたす恐れが生じる。 したがって、当該勾配部分を除いた部分の幅員を、車椅子使用者のすれ違いが可能となるよう2m以上確保しなければならない。 |
|-----|---|

| 道路移動等円滑化基準 | |
|------------|--|
| (車両乗入れ部) | 第十条 第四条の規定にかかわらず、車両乗入れ部のうち第六条第二項の規定による基準を満たす部分の有効幅員は、二メートル以上とするものとする。 |
| (経過措置) | 6 地形の状況その他の特別の理由によりやむを得ない場合においては、第十条の規定の運用については、当分の間、同条中「二メートル」とあるのは、「一メートル」とする。 |

| ガイドライン | |
|--|---|
| ◎：道路移動等円滑化基準に基づく整備内容、○：標準的な整備内容、◇：望ましい整備内容 | |
| 車両乗入れ部 | ◎車両乗入れ部のうち横断勾配の規定による基準を満たす部分の有効幅員は、2m以上とする。 ○歩道面には、車椅子使用者等の安全な通行を考慮して、原則として有効幅員1m以上の平坦部分を連続して設ける。 ○当該平坦部分には、道路標識その他の路上施設又は電柱その他の道路の占用物は、やむを得ず設置される場合を除き原則として設けない。 |
| 経過措置 | ◎地形の状況、その他の特別の理由によりやむを得ない場合は、1m以上とする。 |



事例 2-7-2 視覚障害者誘導用ブロックの輝度比を確保している事例

ブロックの色を黄色色すると、ブロックと舗装材の輝度比が確保しにくい場合、ブロック両側の舗装材の色を濃くするなど工夫をする方法がある。



写真 2-7-3 周辺の舗装材を変更した視覚障害者誘導用ブロック

← 該当する章

← 考え方

利用者のニーズや課題を踏まえた整備にあたっての考え方

← 道路移動等円滑化基準

対象施設等において遵守が義務となる基準の内容

← ガイドライン

- ◎ 道路移動等円滑化基準に基づく整備内容
- 標準的な整備内容
- ◇ 望ましい整備内容

具体化するにあたって考慮すべき整備内容

← 参考や事例

ガイドライン本文の内容を補足する資料や具体的な実施事例

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

JAODAQ 成果報酬型広告媒体料金算出システムの開発 ～屋外広告の考察から導き出した変動料金体系～

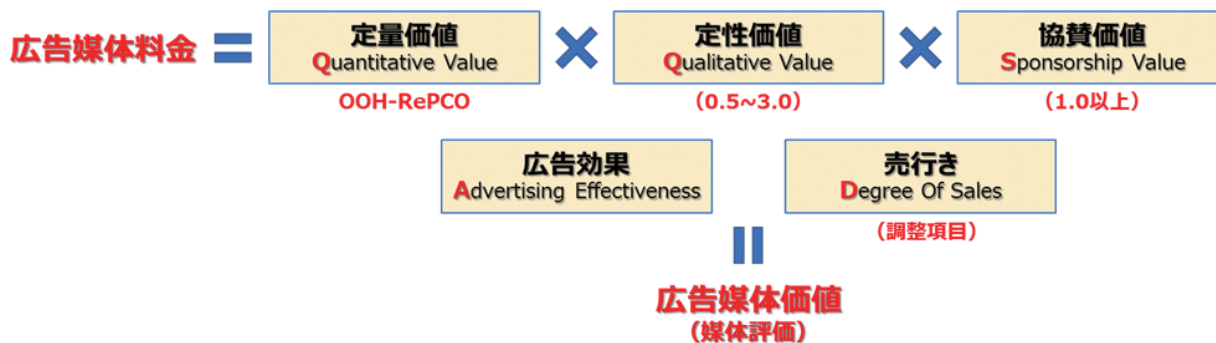
株式会社 ジャオダック 代表取締役社長 川崎 日郎

屋外広告媒体を営業する中で障害となるのは「そこに必要十分な人はいるのか?」ということ。新宿・渋谷・池袋・梅田などの大都市繁華街においては問題にならないが、そのほかのエリア・フィールドにおいて、広告会社は懸命にその媒体価値を提案するが、広告主の同意・共感を得ることに苦慮する局面に遭遇します。さらに、コロナ禍において人流が大幅に減少・変動し、エリア・フィールドによらず広告媒体事業は困難な局面に至っています。その中で、いままで曖昧であった広告媒体の価値とは何をもって測るのか?ということが求められています。一方で、インターネット広告では、広告価値の明示が現在の隆盛の基盤の一つとなっています。

そもそも、「広告媒体の価値」とは何をさすのか?これまで様々な取り組みが行われていますが、それらの取り組みを俯瞰して屋外広告の評価の要素を分解すると、

- ① 定量価値 (Quantitative Value) 接触可能人数とメディアの面積による価値で、日本の現代社会状況においては、全国统一基準が成立する。
- ② 定性価値 (Qualitative Value) 媒体機能・性能やエリア・設置環境などの評価であり数値化が困難。見立て領域と考える。(任意の定性係数)
- ③ 広告効果 (Advertising Effectiveness) 求められるターゲットへの到達性能を意味し、媒体選択要素・領域であると考える。
- ④ 売行き (Degree of Sales) 広告市場における実績と評価、実績や類似例から引用される。
- ⑤ 協賛価値 (Sponsorship Value) 広告主の満足度や社会貢献へのシMBOL的価値、広告主の意思と要望により評価される。

の5つに整理されると考えます。これらを「5つの媒体価値メジャー Q2ADS」としてジャオダックでは提供しています。



それらの評価の中で、定量価値について2018年8月、全国3万点の屋外・交通広告のデータベースを独自に構築し統計処理を行うことにより、「屋外・交通広告基準料金算出システム (OOH-RePCO)」を構築。「接触可能人数」と「媒体面積」「媒体の種類」の3要素により実勢媒体価格の中央値を見出し、不動産の路線価格に相当する「屋



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

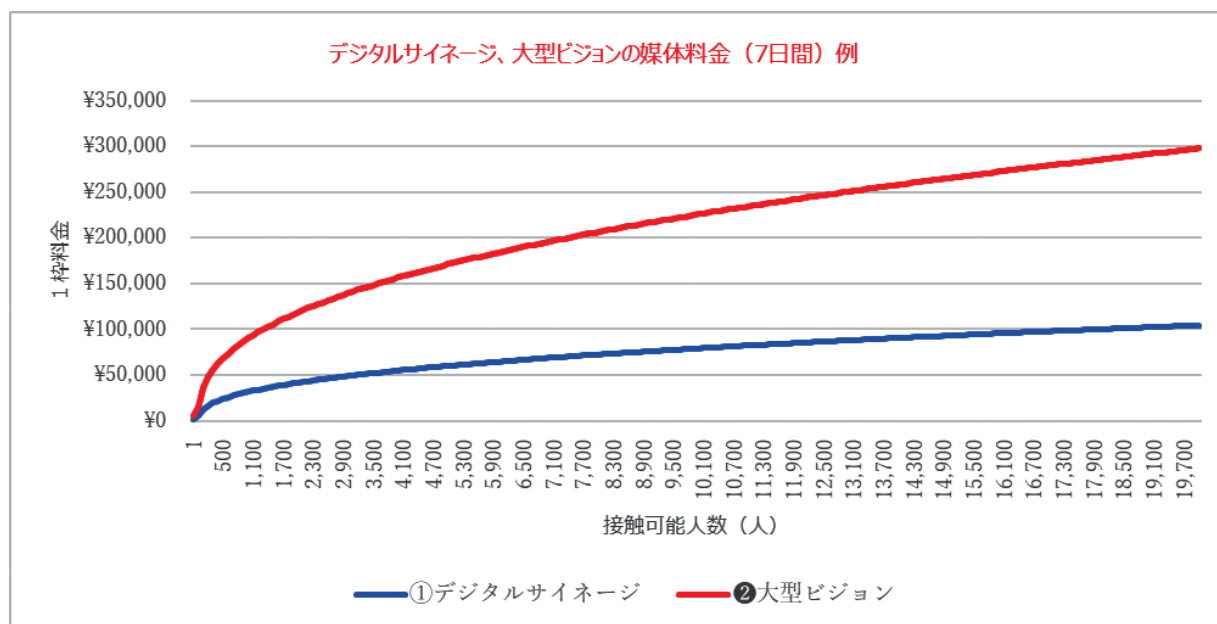
「外広告基準価格」の提供を始めています。これにより、それまで比較・対象・経験則、もしくは独自の計算式による媒体価値の創出を、全国の屋外・交通広告の実勢価格に基づく計算式により定量価値として提供することが可能となりました。(特許第6129803号)

一方で、当初よりアフィリエイト広告が主流を占めており、さまざまな広告評価により成果報酬型広告とその市場は整備されているインターネット広告は、1 to 1マーケティングを基盤としており、屋外広告の1 to Nとは全く異なるマーケティングフィールドに属するほか、その用語と仕組みは一般的には理解しがたいものが少なくなく、屋外広告にその仕組みをそのまま適用することは困難であると言わざるを得ません。

上記の考察より、「定量価値=接触可能人数」の変動を基盤とする、屋外・交通広告の実勢料金に基づく成果報酬型広告料金の構築が可能であるとの認識に至り、成果報酬型広告（アフィリエイト広告）算出システムを開発、2022年3月に発表しました。

これは、現在においては、さまざまなセンシング技術の構築により、街や施設における人の数を計測することは容易になってきており、それを活かした広告媒体を見ることができるとされる人数である「接触可能人数」を基に屋外広告成果報酬算出システムで算出し、料金を変動させるものです。

この仕組みは、デジタルサイネージはもとより、大型ビジョン、ポスター、大型ボード、アドビラー、フロア広告、フラッグ広告、看板類などすべての屋外・交通広告に適用することが可能。電車やバス、駅・ターミナル、空港、施設、スタジアムなど様々な屋外・交通広告のフィールドでも活用が期待され、現在、媒体開発の現場ではこの数式を用いた広告媒体商品開発が進んでいます。



屋外広告媒体のメリットは「強制視認性」であり、現在においても街へ繰り出す人々に PUSH 型で訴える力をもっています。売り方、企画・営業推進方法を工夫することにより屋外広告の事業領域はまだまだ成長することは可能であると考えます。ジャオダックは今後も屋外広告市場の益々の隆盛に寄与できるよう考察・開発を続けてまいります。

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

理事会・委員会報告

令和3年度第3回理事会開催

3月16日、AP丸の内東京にて東京屋外広告協会令和3年度第3回理事会をハイブリットにて開催しました。今回も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、リモートによる参加等の徹底を行いました。

開会にあたり、大久保会長から「オミクロン株感染の猛威が続き、2月には突然ロシアのウクライナ侵攻で世界の社会経済は大打撃を受けております。内外で明るさが見通せない中ですが、我々国民の1人1人が、これからも感染拡大防止と社会経済活動の両立を「粘り強く」「油断なく」続けていきましょう。当協会としては、活動の活発化をさらに図りたいと存じます。引き続き、当協会の役員の皆様のご支援、ご協力を心よりお願い申し上げます。」等の挨拶がありました。

理事会は理事20名、監事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、3月8日に開催された総務委員会では、理事会に諮る事項についての検討結果を稲川総務委員長より報告の後、議事に入りました。その結果、令和4年度事業計画(案)、収支予算(案)が諮られ満場一致で決議され、令和4年度定期総会の6月14日開催が決定しました。続いて各委員会委員長よりそれぞれの活動の報告があり、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。



各委員会はコロナ禍で適宜・適切に開催

◆第3回総務委員会（委員長：稲川一 常任理事・文宣社長）

令和4年3月8日リモートで開催し、来る3月16日開催の第3回理事会にて審議する内容等について協議しました。令和4年度事業計画(案)、収支予算(案)など上程事項を審議しました。

◆事業委員会（委員長：大塚尚司 常任理事・オリコム社長）

主催で令和4年2月4日に開催しました。明治大学総合数理学部の宮下芳明教授による「味覚ディスプレイの技術開発」と題する講演会に56名が参加しました。甘味、酸味、苦み、塩味、うま味を分析したうえで電気信号に変換し、舌に当て味を感じる仕組みについてわかりやすく映像で解説していただきました。

◆第2回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）

令和3年11月29日にAP東京丸の内で開催しました。委員による懇談会では、東京の街を走る「車体利用ラッピング広告」としてまとめ、翌年1月以降会員や全国自治体など広く配布しました。

◆第3回車体利用広告デザイン審査委員会

令和4年2月14日にリモートにて開催し、最近の案件について意見交換をしました。

◆広告物振興委員会（委員長：石原能郎 常任理事・東広社長）

令和4年2月21日にリモートにて開催し、今後の取組みについて意見交換をしました。

◆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）

令和3年12月7日にオリコム会議室にて会報「TOAA REPORT」令和4年新年号及び次号以降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 〒107-0052 東京都港区赤坂八丁目5番6号 IPIAS Aoyama 204 ☎03(5413)7758

令和4年度事業計画

【基本的考え方】

令和4年度の社会経済は、世界に目を向けると新型コロナウイルス感染拡大への不安は払拭されていませんし、中国、ロシア等の権威主義国家の動向も心配です。そのロシアが突然2月にウクライナへ侵攻したことから、今後の社会経済への影響は計り知れません。戦争の終結を望むばかりです。わが国社会経済は、これまでのコロナウイルス感染拡大において「第6波」を経験し、その都度厳しい状況におかれてきました。経済活動と感染防止を如何に両立させるか、これからも有効な対策を継続して講ずることに変わりはありませんし、この状況下の中でも、わが国は経済社会が長期的な停滞感を脱して持続的な成長への道筋をつけなければなりません。豊かさを実感できる経済社会を築いていくために、成長と分配の好循環による「新しい資本主義」によって成長産業の育成に期待したいと思います。一方、広告業界は、この2年間は過去最大落込みからの回復、そして本年は国内景気回復への期待により、総広告費は昨年に続いて増加傾向との予測ですが、まだまだ予断を許しません。

このようなわが国の経済状況や広告業界等の動向を踏まえ、当協会としては、より時宜に応じた積極的な活動を推進する所存です。事業活動においては、隔年開催の第13回東京屋外広告コンクールを実施いたしますが、車体利用広告デザイン審査事業とコンクールが一体となって事業の周知・理解を高めていく所存です。また、コロナ禍を想定しつつも、各委員会活動の充実を図るべく、会員や業界のニーズに沿った事業をリアル、リモートで展開し、公益社団としての活動を広く都民への周知を図る等、活動にメリハリを利かせたいと存じます。

以上の基本的考え方に沿って下記により事業活動を展開してまいります。

記

【公益目的事業】

1. 「第13回東京屋外広告コンクール」の実施

- (1) 所定期間内に都内に掲出された屋外広告物を募集し、その中から優良作品を4部門に分け、東京都知事賞、東京商工会議所会頭賞、公益社団法人東京屋外広告協会会長賞として表彰します。運営については、前回の課題を踏まえ改善を図るとともに、受賞作品は、業界紙による紹介や公共の場で展示など広く周知に努めます。本件は今年も東京都及び東京商工会議所の後援を受けるとともに関係団体の協力を得て実施します。
- (2) 上記に併せて、「第5回東京都都市整備局長奨励賞」を実施します。これまでと同様に東京屋外広告コンクールと同時に審査・表彰を行います。同賞は車体利用広告デザイン審査案件の中から優れたデザインを東京都と当協会を選出し、広告主や制作者に広く周知することで車体利用広告全体のデザイン向上を図ります。

**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
NKBINC.**

〒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/>

2. 屋外広告に関するセミナー・施設見学会等の実施

屋外広告に関わる最新の状況、経営の参考となる知識や情報はもとより、経済社会現象など時宜に応じたテーマを中心に実施し、対象となる会員企業の経営や人材育成に資するとともに、関係団体や広く都民へも提供します。

3. 車体利用広告デザイン自主審査事業

東京都知事が指定した「車体利用広告のデザイン審査委員会」では、電車、バス、タクシー、広告宣伝車のデザインを当協会の自主審査基準に基づいて行います。審査件数は通常年間約400件前後ですが、令和2年度よりコロナ禍で件数が激減しています。本年の件数はコロナ感染の状況次第ですが、良好な景観の保持並びに交通の安全等という基本的な観点に沿い、関係機関との連携を図りつつ、よりスムーズな審査の実施を目指します。

4. 屋外広告に関する情報の収集・調査・研究及び普及啓発事業

(1) 機関誌「TOAA REPORT」を年3回発行します。

当協会の活動の他、行政による屋外広告関係の施策や各方面の取り組み等、役立つ情報を掲載し、会員のみならず広く都民に提供します。

(2) ホームページによる情報発信

屋外広告コンクールや車体利用広告デザイン審査などの事業を分かり易く掲載するとともに、機関誌「TOAA REPORT」のほか、行政や関係機関の屋外広告に関する取り組みや活動など広く情報提供します。

(3) 違反屋外広告物共同除却への協力

東京都が主導する都内各地における違法な放置看板、貼り紙等の共同除却作業に協力します。

[その他の事業]

5. 会員相互のコミュニケーション・交流の促進

組織基盤の強化につながる様々な活動を行いつつ、特に会員相互のコミュニケーション及び関係機関との交流を円滑に展開します。


6. 委員会活動、広報活動の強化

各委員会では行政等の情報や専門家による屋外広告に係るテーマを取り上げ、説明会や講演会の開催に努めます。その成果は、当協会の取り組みや活動として、機関誌「TOAA REPORT」や、ホームページに掲載するとともに、業界紙等の外部メディアを積極的に活用し会員や関係者のみならず広く都民等に周知し、当協会の活動を幅広くアピールするように努めます。

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 コンフビル5階
Tel.03(3546)1050(代) Fax.03(3546)1060

ホームページ <http://www.toko-ad.co.jp>

令和4年度収支予算

令和4年4月1日～令和5年3月31日

(単位:円)

| 科 目 | 公益目的事業会計 | | 収益事業等会計 | | 法人会計 | 内部取引消去 | 合計 |
|--------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|------------------|------------------|----------|-------------------|
| | 公1 普及啓発 | 小計 | 他1 相互コミュニ ケーション | 小計 | | | |
| I 一般正味財産増減の部 | | | | | | | |
| 1. 経常増減の部 | | | | | | | |
| (1) 経常収益 | | | | | | | |
| 特定資産運用益 | 0 | 0 | 0 | 0 | 330 | 0 | 330 |
| ① 特定資産受取利息 | 0 | 0 | 0 | 0 | 330 | | 330 |
| 受取入会金 | 15,000 | 15,000 | 0 | 0 | 15,000 | 0 | 30,000 |
| ① 入会金 | 15,000 | 15,000 | 0 | 0 | 15,000 | | 30,000 |
| 受取会費 | 6,561,900 | 6,561,900 | 570,600 | 570,600 | 2,377,500 | 0 | 9,510,000 |
| ① 法人会員受取会費 | 5,740,800 | 5,740,800 | 499,200 | 499,200 | 2,080,000 | | 8,320,000 |
| ② 個人会員受取会費 | 303,600 | 303,600 | 26,400 | 26,400 | 110,000 | | 440,000 |
| ③ 団体会員受取会費 | 517,500 | 517,500 | 45,000 | 45,000 | 187,500 | | 750,000 |
| ④ 賛助会員受取会費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| 事業収入 | 5,954,536 | 5,954,536 | 635,000 | 635,000 | 0 | 0 | 6,589,536 |
| ① 広告料収入 | 665,000 | 665,000 | 0 | 0 | 0 | | 665,000 |
| ② 行事参加費収入 | 135,000 | 135,000 | 635,000 | 635,000 | 0 | | 770,000 |
| ③ 講習会費等収入 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| ④ 屋外広告コンクール事業収入 | 2,854,536 | 2,854,536 | 0 | 0 | 0 | | 2,854,536 |
| ⑤ 車体利用広告デザイン審査事業収入 | 2,300,000 | 2,300,000 | 0 | 0 | 0 | | 2,300,000 |
| ⑥ 70周年記念事業収入 | | | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| 雑収入 | 0 | 0 | 0 | 0 | 70 | 0 | 70 |
| 受取利息 | 0 | 0 | 0 | 0 | 70 | | 70 |
| 経常収益計 | 12,531,436 | 12,531,436 | 1,205,600 | 1,205,600 | 2,392,900 | 0 | 16,129,936 |
| (2) 経常費用 | | | | | | | |
| 事業費 | 12,669,863 | 12,669,863 | 835,411 | 835,411 | | 0 | 13,505,274 |
| 役員報酬 | 1,742,400 | 1,742,400 | 39,600 | 39,600 | | | 1,782,000 |
| 給料手当 | 1,449,000 | 1,449,000 | 42,000 | 42,000 | | | 1,491,000 |
| 退職給付費用 | 96,600 | 96,600 | 2,800 | 2,800 | | | 99,400 |
| 福利厚生費 | 389,000 | 389,000 | 11,000 | 11,000 | | | 400,000 |
| 外注費 | 2,841,000 | 2,841,000 | 0 | 0 | | | 2,841,000 |
| 会議費 | 1,965,900 | 1,965,900 | 556,000 | 556,000 | | | 2,521,900 |
| 旅費交通費 | 582,443 | 582,443 | 15,041 | 15,041 | | | 597,484 |
| 通信運搬費 | 350,800 | 350,800 | 16,300 | 16,300 | | | 367,100 |
| 消耗品費 | 66,000 | 66,000 | 1,000 | 1,000 | | | 67,000 |

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

| | | | | | | | |
|-----------------|-------------------|-------------------|----------------|----------------|------------------|----------|-------------------|
| 光熱水料費 | 19,200 | 19,200 | 1,200 | 1,200 | | | 20,400 |
| 賃借料 | 1,920,000 | 1,920,000 | 120,000 | 120,000 | | | 2,040,000 |
| リース料 | 424,000 | 424,000 | 26,500 | 26,500 | | | 450,500 |
| 委託料 | 760,000 | 760,000 | 0 | 0 | | | 760,000 |
| 雑費 | 63,520 | 63,520 | 3,970 | 3,970 | | | 67,490 |
| 管理費 | | | | | 2,903,876 | 0 | 2,903,876 |
| 役員報酬 | | | | | 198,000 | | 198,000 |
| 給料手当 | | | | | 609,000 | | 609,000 |
| 退職給付費用 | | | | | 40,600 | | 40,600 |
| 福利厚生費 | | | | | 150,000 | | 150,000 |
| 外注費 | | | | | 82,500 | | 82,500 |
| 広告宣伝費 | | | | | 55,000 | | 55,000 |
| 交際費 | | | | | 26,000 | | 26,000 |
| 会議費 | | | | | 482,490 | | 482,490 |
| 旅費交通費 | | | | | 184,576 | | 184,576 |
| 通信運搬費 | | | | | 102,900 | | 102,900 |
| 消耗品費 | | | | | 3,000 | | 3,000 |
| 光熱水料費 | | | | | 3,600 | | 3,600 |
| 賃借料 | | | | | 360,000 | | 360,000 |
| リース料 | | | | | 79,500 | | 79,500 |
| 諸会費 | | | | | 15,000 | | 15,000 |
| 委託料 | | | | | 486,600 | | 486,600 |
| 雑費 | | | | | 25,110 | | 25,110 |
| 経常費用計 | 12,669,863 | 12,669,863 | 835,411 | 835,411 | 2,903,876 | 0 | 16,409,150 |
| 評価損益等調整前当期経常増減額 | △ 138,427 | △ 138,427 | 370,189 | 370,189 | △ 510,976 | 0 | △ 279,214 |
| 評価損益等計 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 当期経常増減額 | △ 138,427 | △ 138,427 | 370,189 | 370,189 | △ 510,976 | 0 | △ 279,214 |
| 2. 経常外増減の部 | | | | | | | |
| (1) 経常外収益 | | | | | | | |
| 経常外収益計 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| (2) 経常外費用 | | | | | | | |
| 経常外費用計 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 当期経常外増減額 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 他会計振替額 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 法人税、住民税及び事業税 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 当期一般正味財産増減額 | △ 138,427 | △ 138,427 | 370,189 | 370,189 | △ 510,976 | 0 | △ 279,214 |

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

健康保険組合加入のご案内

東京屋外広告ディスプレイ健康保険組合
常務理事 葦田 俊雄

当健康保険組合は、東京屋外広告協会様の他2団体が母体となって、昭和47年5月1日に設立された総合健康保険組合です。設立時は、加入者（227社）約6,000名でしたが、令和4年3月末時点で、加入者は（1,114社）5万人を超えました。貴協会の多くの企業の皆さまにも加入いただいております。本年設立50周年の節目を迎えるにあたり、貴協会を始め、母体団体、関連団体、加入企業の皆さまに心より御礼申し上げます。

現在、健康保険組合を取り巻く環境は、高齢化や医療の高度化に伴う医療費の増加で大変厳しくなっております。当組合は、「被保険者満足度NO1の健康保険」を目指し、業務の効率化や経営基盤の安定のための新規企業の編入（加入）促進に取り組んでいるところです。

そこでこの紙面をお借りしまして、協会けんぽ加入企業の健保ご担当の皆さまに、健康保険組合加入のご案内をさせていただきます。加入のメリットは、法定給付に加えプラスアルファの医療給付や人間ドック健康診断等の補助金制度など、従業員の皆さまの福利厚生を充実させ、健康増進を図ることが可能なことです。具体的には下記の通りとなります。

現在協会けんぽに加入の企業のご担当の皆さまにおかれては、この機会に加入を検討いただければ幸いです。下記照会先まで気軽にご相談ください。

【健康保険組合加入のメリット】

1. 医療給付による自己負担額大幅軽減

（例）病気で10日間入院し、窓口負担（3割）が30万円だった場合

| 標準報酬月額 | 自己負担額 | | 軽減額 |
|-----------|----------|---------|----------|
| | 協会けんぽ | 当健康保険組合 | |
| 83万円以上 | 254,180円 | 50,000円 | 204,180円 |
| 53万円～79万円 | 171,820円 | | 121,820円 |
| 28万円～50万円 | 87,430円 | | 37,430円 |
| 26万円以下 | 57,600円 | | 7,600円 |

2. 各種補助金による健診自己負担額軽減

| | 協会けんぽ | 当健康保険組合 | 軽減額 |
|-----------|-----------------------|---------------------|---------------|
| 人間ドック | 補助金なし・実費 （約4～5万円） | 12,000円～ 22,800円 | 2万円～3万円 程度 |
| 生活習慣病予防健診 | およそ7,000円 | 3,000円 | 約4千円 |
| 婦人健診 | 8,200円～9,900円 | 3,000円 | 約5～6千円 |
| インフルエンザ接種 | 補助金なし・実費 （約4,000円） | 2,000円 | 約2千円 |

3. 保養施設補助金

契約ホテル等で、1泊3,000円～4,000円の補助金

照会先：東京屋外広告ディスプレイ健康保険組合（坂爪）

電話番号：03 3576 3511 ④

mail:h.sakazume@sign-ad-displaykenpo.or.jp

日本のサインと空間デザイン

国内の野球スタジアム最大規模の ～フルカラーLED 大型メインビジョン～

東京ドームに大型ビジョン単体の面積としては、国内の野球スタジアム最大規模となるフルカラーLED大型メインビジョンが誕生しました。

横幅約 125.6 m、面積約 1,050 m² です。

画質の面においてもメインビジョンとしては国内野球スタジアムで最高のレベルとなり、高精細映像を使った迫力ある映像演出が展開されています。



出典 月刊 Signs & Displays 2022 年 3 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

講演会 リモート開催

令和 4 年 2 月 4 日 (金) 13 時 30 分～14 時 30 分

第 3 回車体利用広告デザイン審査委員会 リモート会議

令和 4 年 2 月 14 日 (月) 13 時 30 分～14 時 30 分

広告物振興委員会 リモート会議

令和 4 年 2 月 21 日 (月) 14 時 30 分～15 時 30 分

第 3 回総務委員会 リモート会議

令和 4 年 3 月 8 日 (火) 13 時 30 分～14 時 30 分

第 3 回理事会 ハイブリット会議 AP 東京丸の内

令和 4 年 3 月 16 日 (水) 14 時～15 時

令和 4 年度広報委員会第 1 回編集小委員会 AP 東京丸の内

令和 4 年 4 月 7 日 (木) 13 時 30 分～14 時 30 分

◆会議・行事等予定

監事会 AP 東京丸の内

令和 4 年 5 月 10 日 (火) 13 時 30 分～14 時 30 分

令和 4 年度第 1 回総務委員会 AP 東京丸の内

令和 4 年 5 月 16 日 (月) 13 時 30 分～14 時 30 分

令和 4 年度第 1 回理事会 AP 東京丸の内

令和 4 年 5 月 26 日 (木) 13 時 30 分～14 時 30 分

令和 4 年度第 94 回定期総会 AP 東京丸の内

令和 4 年 6 月 14 日 (火) 13 時 30 分～14 時 30 分

※懇親会未定

<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