

発行所：公益社団法人 日本鉄道広告協会

〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1丁目5番5号 JR恵比寿ビル10階

TEL：03-5791-1808 FAX：03-3443-1616 メールアドレス：information@jafra.jp

URL：<http://jafra.jp/>

## 巻頭レポート

# 交通広告の歴史にみる大震災とその影響

まず、今回の震災に遭われた方々へのお  
くやみとお見舞いを申し上げます。

やはり日本は地震国であった。

平成23(2011)年3月11日、マグニ  
チュード9.0という大地震による東日本  
大震災は、東北地方を中心に大きな被害  
をもたらした。鉄道は特に仙台エリアの  
全ての線区が津波により、JR線のみな  
らず、仙台空港アクセス鉄道、仙台市営  
地下鉄にも大きな被害があった。4月5  
日のJR東日本の発表によれば、津波を  
受けた7線区で、駅舎流失23駅、橋げた  
流失等101箇所など計1680箇所  
の被害を受けたという。東北新幹線も計  
1200箇所の被害を受けたが、4月29  
日に全線開通を果たした。

ほとんどの鉄道が1〜2日のうちに復  
旧した首都圏でも交通広告への影響が起き  
た。そのひとつは「広告出稿自粛」であり、も  
うひとつは節電による「電飾看板消灯」だ。  
TVでも広告出稿自粛でACの広告が繰  
り返し放送され視聴者からの苦情が相次い  
だ。交通広告では、首都圏の鉄道各社は「既

に申し込みを行なっている広告に関しても  
キャンセル可、キャンセル料も不要」との方  
針を示した。広告主には理解を得られたが、  
広告会社は売上を失うこととなり、大きな  
影響を受けた。

加えて、福島原発事故による電力不足が  
発生、計画停電及び節電対策  
が実施され、電車運行本数減、  
駅の照明、エスカレータの運  
行停止、さらに駅の電飾看板  
の照明も消えた。このため、電  
飾看板の広告性は大きく低  
下、看板関係を主軸にしてい  
る会社は苦境に立たされた。  
また急速に展開されているデ  
ジタルサインネージ関連も節電  
により放映が不可能となった。

4月下旬よりJR等一部電  
鉄の電飾看板が時間を限って  
点灯を再開するも、消灯され  
たままのものもあり、さらに  
夏場に想定される電力不足の  
影響など今後の懸念も業界の  
大きな課題となる。

明治11(1878)年に始まったわが国  
の交通広告の歴史の中で、今回の震災に匹  
敵するような影響を受けた例としては、関  
東大震災、太平洋戦争、第一次オイルショッ  
クそして阪神淡路大震災などがあげられ  
る。



仙台駅

JAFRA 人材育成委員会  
ビジネス概論編集委員  
熊野 卓司 たかし



本塩釜駅



野蒜駅

## 関東大震災と太平洋戦争

大正12(1923)年9月1日、首都圏を襲ったマグニチュード7.9の関東大震災の被害は、津波や火災で死者9万1344人、建物の全壊焼失46万4909戸。東京横浜は潰滅状態、交通機関も大被害を受けたが、交通広告の詳細な記録が見あたらない。この当時、広告は主として駅や待合室に掲出されており、総理大臣の年俸が1千円の時代、国鉄の有料広告の収入は4万円と、まだ社会的認知が低かったからかもしれない。

翌年8月、国鉄は「依託広告物掲出規程」を制定、「業務掲示の場所確保」を理由に有料広告を中止する。大震災の影響かどうかは不明。その後、有料広告は昭和2(1927)年に再開される。

しかし、日本は軍国化へと歩み始め、13年4月には「国家総動員法」が発令され、商業広告への規制が強化される。15年9月、東京鉄道局は「有料広告取扱制限に関する件」という通達を出し広告を制限。「停車場、鉄道沿線等における不急の広告を廃止すること」とし、広告の掲出は「原則公共公益性を有するもの並びに国民生活刷新に背馳せざるものに限る」と、ほとんどの商業目的の広告を禁止にした。街からネオンサインが消え、さらに、「贅沢は敵だ」などの広告敵納運動が起こり、言論統制時代が始まる。

に有料広告を中止する。大震災の影響かどうかは不明。その後、有料広告は昭和2(1927)年に再開される。

しかし、日本は軍国化へと歩み始め、13年4月には「国家総動員法」が発令され、商業広告への規制が強化される。15年9月、東京鉄道局は「有料広告取扱制限に関する件」という通達を出し広告を制限。「停車場、鉄道沿線等における不急の広告を廃止すること」とし、広告の掲出は「原則公共公益性を有するもの並びに国民生活刷新に背馳せざるものに限る」と、ほとんどの商業目的の広告を禁止にした。街からネオンサインが消え、さらに、「贅沢は敵だ」などの広告敵納運動が起こり、言論統制時代が始まる。

18年2月、陸軍省は決戦標語「撃ちてしまむ」のポスターを5万枚配布、当時最も公共性の強い広告として、駅に掲出されたであろう。こうした中19年3月、全国の新聞の夕刊が廃止となり、11月には朝刊が2頁となるなどマスコミ統制が強まる。

終戦直前の7月に今の交通広告の常連、第1回宝くじが発売される。くじ1枚10円、1等賞金は10万円と副賞純綿キヤラコ2反だった。この時代上野―青森間の運賃は20円、しかし戦争直後急激な物価高騰が起こり、運賃も一挙に300倍以上になったという。

20年8月15日、終戦。10月、戦後第1作映画「そよかぜ」(松竹封切、主題歌「りんごの歌」唄並木路子)が大流行。世の中は急速に明るさを取り戻していく。

この年の11月、国勢調査を実施、総人口7199万8104人、女性が男性より420万人も多いことが判明する。21年11月、資生堂が当時人気随一の女優原節子をモデルに戦後初のカラーポスターを制作、これも間違いなく駅に掲出されたであろう。

## 石油ショック

国鉄の広告に戻ろう。戦争終了後、従来の規程は廃止され、21年から新しい取扱規程が施行され国鉄有料広告が復活。10月には業界団体「鉄道広告事業組合」が結成され、交通広告は再び前進を始める。戦後の物資不足の中ポスターの紙の調達などの苦労はあったが、物価高を反映し、媒体料は平均3倍となったというのを見て交通広告の需要は高かったようだ。

22年5月、日本国憲法施行、各地で新憲法施行の祭典が行われ、東京では8年ぶりに花電車が登場。その2日後には、省線電車中央線・京浜線に婦人子供専用車が連結された。

時代は下り昭和48年10月、OPEC(石油輸出国機構)が原油生産削減を決定、石油ショックが発生する。政府は石油電力の供給制限を打ち出し、東京電力は国鉄に広告の使用電力10%カットを要請。街のネオンは消え、駅広告の点灯時間も短縮となる。雑誌や新聞が減頁、車内ポスターや駅ポスターの用紙確保も困難に。

こうした中ではあるが、広告業界はついに1兆円産業になった。

翌年1月、政府は電気事業法に基づく「電気使用制限規則」を公布、広告電灯の制限を打ち出す。これに対し、当時の東鉄広告協同組合は国鉄はじめ通産省(現経産省)や資源エネルギー庁、国会議員などに対して陳情を行っている。



## 阪神淡路大震災

平成7年1月17日、阪神淡路大震災。M7.2 死者6432人、負傷者3万6000人の大惨事となる。

交通機関も被害を受け、大阪と神戸を結ぶJR神戸線、阪急電鉄神戸線、阪神電鉄本線の3線が不通に。当初、復旧まで長期間を要すると予想されていたが、JR在来線が4月1日に開通となるなど8月までには全ての鉄道が復旧した。

### 広場

## 「いま、私たち出来る事」

常任理事 柳館 毅 (株式会社 電通)



れ、その被害はより大きなものとなって行く。被災後一カ月時点では死者、行方不明者あわせて

原稿の依頼をお受けした。「内容はご自由」との事である。毎日の仕事の事、趣味であるスポーツの事、ファンクラブ会員でもあるザンオールスターズの事、誰もが興味のあるゴルフの事、その他諸々。色々考えたが、現在の心境としては3・11の震災の事を避けては語れない。

あの日、私は会社のオフィスに居た。「いつもより大きいな」とは思ったが、まさかこのような事態に至るとは思いもよらなかった。後に9.0と修正されたマグニチュードの大地震は、津波という悪魔を巻き起こし、東日本に未曾有の被害をもたらした。日が経つに連

この震災による交通広告への影響も、被害の状況により電鉄各社で異なっていた。近鉄、京阪、南海などは被害が少なく、交通広告への影響もほとんどなかった。一方、JR西日本や阪神、神戸地下鉄などは不通になる路線もあり、広告掲出まで半月から一カ月を要し、JRでポスター媒体が完全復旧したのは4月1日であった。

今回の震災において交通広告の業界は、原子力発電所の被災(事故)に伴う電力不足

や不安という先行きの見えない大きな問題に直面、成長著しい期待の媒体であるデジタルサイネージ関連への影響等、これまでにない新たな試練に迫られている。寺田寅彦の言葉といわれている「天災は忘れた頃にやってくる」は、永遠の警告。過去の歴史に学びつつ、常に備えを怠るなど、受け止めたい。

2万7000人を上回る。避難者数は15万人を超える。私のオフィスでも未だに親、兄弟が行方不明だという仲間もいる。胸が締め付けられる思いである。

地震当日は、会社での宿泊を余儀なくされた。会社での宿泊者は1000人を超えたようである。オフィスに段ボールを敷き、会社支給の毛布1枚で土曜日の朝を迎えた。その後も帰宅できない日が数日発生した。

日頃は、時刻表通りに通勤し、仕事をこなし、選り好みで昼食へ。外出もタクシーや電車を利用して、計算通りに目的地へ。仕事後の一杯を常として家族のもとへ帰宅。こんな当たり前の1日が、如何に幸せであったのか。如何に恵まれた日常を過ごしていたのかを思い知らされた。たった数日の予定外の外泊と、たった数日の計画停電を経験しただけなのに、被災直後から今でも寝食で苦労されている方々を想うと情けない話である。

参考文献  
「日本広告発達史」内川芳美 電通  
「日本イベント年表」熊野卓司  
現在JAFRAでは「ビジネス概論」の改訂作業を進めており、その準備中に今回の震災は発生した。本稿は「交通広告の変遷」という題で執筆を依頼している元オリコムの熊野氏に相談し、「鉄道の広告の歴史」という視点からこれまで幾多の困難に直面し、それを乗り越えてきた鉄道広告の歴史をここに語ってもらったものである。

一方メディアでは「過度の自粛も日本復興の妨げ」とのトーンとなってきた。その通りであると思う。それぞれがそれぞれの持ち場で貢献できる事を考える段階になったのではない。政府にしか出来ない事。自衛隊にしか出来ない事。医療にしか出来ない事、エンターテインメントでしか出来ない事、同様に我々は広告で復興のお役に立つという志を胸に前を向いて歩んでいきたい。

被災者の方々へのお見舞いを申し上げると共に、国家規模でのダメージを受けた現状からの日本復興は、当たり前だと思っていた日々の生活を送れている私たちが担った大仕事であると感じている。頑張ろう日本!

次回もお楽しみに。

# 平成22年度第2回理事会を開催しました

平成23年3月16日(水) ジェイアール東日本企画13A会議室において24名の理事が出席し開催した。

## 第1号議案・I

### 平成23年度事業計画基本方針について

平成23年度正会員会費(除く旧特別会員)については、ひきつづく深刻な経済情勢に鑑み、昨年度に引き続き減免措置(15%)を講じることとする。

そのための資金捻出策として、減免処置によるJAFFRAの減収分については、各支出について厳しく内容を精査し、当面1年を限り下記の事項を実施する。

### 1. 固定費の削減

- ① 会長および専務の報酬をカット(平成22年度より継続)。
- ② 事務所賃料の減免継続を要請(平成22年度より継続)。

### 2. 刊行物の発行停止等

- ① JAFFRA NEWS  
平成22年度同様、隔月発行とし、外部に委託していた編集関連費用を全て内製化する。
- ② 各種刊行物  
平成22年度同様、これまで冊子として発行していた「料金表」をホームページ掲

載のみとする他、各種刊行物の発行の見直しを行い、費用圧縮を図る。

### 3. 会議関係費用の削減

- ① 総会  
開催場所の変更、懇親会の見直し等費用圧縮を図る(平成22年度同様)。
- ② 理事会  
理事会等の開催場所の変更による節減(平成22年度同様)。
- ③ 支部費用  
減額を継続し、配賦金額については平成22年度と同額とする。

### 4. 事業活動の一部実施先送りによる削減

マナーキャンペーン展開規模の拡大延期。  
当該キャンペーンについては平成22年度においては東阪名の3エリアのみのトライアル展開を実施し平成23年度においては展開規模を拡大する計画・準備をしてきたが費用の捻出が困難なため、展開規模拡大を延期する。

## 第1号議案・II

### 平成23年度事業計画について

景気はやや回復の傾向をみせているものの、政治の混迷もあってデフレスパイラルを脱することができず、広告業界においても厳しい情勢が続いている。

この状況にかんがみ当協会としては23年度の会費について15%の減額を行なう緊急措置を講じることとした。この結果生ずる協会会費収入の減少については諸経費の縮減や一部事業計画の見直し、繰り延べなどにより対処し、年度の収支バランスについては堅持することとしている。

しかしながら23年度の協会運営がかなりタイトとなることは避けられずこの点について会員各位のご理解・協力をお願いしたい。

第2としては、22年8月に念願の公益社団法人への移行が認定され直ちに設立登記を行ない、公益社団法人として新定款に基づき事業運営を行うこととなった。その方向性、内容については既に22年度事業計画案に織り込み済みであり、新法人になったといっても、元々が旧法の公益法人であったために事業計画自体がそれ程大幅に変わるわけではない。

第3としては23年度はデジタルサイネージが鉄道広告の主流として本格的な普及の段階に入ることである。そのことを踏まえ種々の課題、例えば、ネットワーク化、美観風致との協調、価格設定、媒体サイズ、アカウンタビリティ(とくに視認率)、鉄道交通量の把握等についての標準化を図ることが将来のために喫緊のことと思われる。

既に紙ポスターと媒体枠を基本とした現行体制は大きく変化しつつある。個々ばらばらな普及により将来に禍根を残すことのないよう今から先見性をもってこのことに取組みたい。

### 平成23年度事業計画(案)

#### 1. 各委員会の主な活動目標

##### 総務財務委員会

- 新規会員への入会促進(公益社団法人として募集キャンペーンを展開)
- 公益社団法人としての協会運営のあり方についての検討
- 公益法人会計基準の導入
- 支部活動活性化支援
- 年次報告書の作成
- 他広告団体との交流

##### 倫理委員会

- 倫理綱領、掲出基準に基づく広告審査実態の継続的把握
- 鉄道広告倫理綱領及び掲出基準の適用に関する教育研修の実施

- マナーキャンペーン継続実施
- 広告倫理に関する事例研究会の実施
- 日本広告審査機構、日本雑誌協会等との意見交換

### 美観風致委員会

- 環境委員会と共同による第5回地球温暖化防止キャンペーンの実施
- 美観対策事例の収集と紹介
- 美観事例集の刊行へむけての準備
- 美観風致に関する教育研修・訓練の実施

### 安全委員会

- 「絵で見る安全作業マニュアル」(改訂版)の発行
- 作業手順マニュアル及びチェック集の素案作成
- 安全管理体制に関する調査研究の推進
- 安全作業に関する教育研修の実施
- 安全作業に関する実設訓練の検討

### 環境委員会

- JAFRA環境方針の策定
- 環境に関する手引書及びポスターの制作と配布
- 環境に関するセミナー開催
- 第5回地球温暖化防止ポスターキャンペーンの実施

### 標準化委員会

- 2011年度版「全国鉄道広告料金金表」の協会ホームページへの収録、公開
- 各標準化プロジェクトの推進
- ① 業務近代化委員会・調査研究委員会と共同によるアカウンタビリティ拡充・データ整備を図る
- ② 携帯マナーに関する表記の標準化の検討、デジタルサイネージ化に関する各種標準化の検討

### 人材育成委員会

- 「交通広告ビジネス概論」(改訂版)の発行
- 鉄道広告実務者研修の実施
- セミナー、シンポジウムの実施

### 技術開発委員会

- デジタルサイネージに関する情報の共有化と具体的導入の促進
- 鉄道広告のアカウンタビリティに向けた技術開発の促進(標準化委員会・調査研究委員会との共同による取組み)
- その他鉄道広告に応用可能な先端技術情報の収集と共有化

### 調査研究委員会

- 効率的なメディアプランニングに関する研究の促進

- e・販促データシステムの改修を基盤としたインフラとしてのJAFRAシステムの検討
- (広告料金、利用者数、輸送人員等のマーケティングデータ提供)
- 媒体活用事例の調査と紹介
- マーケティング講座の開設

### 業務近代化委員会

- 標準化委員会・調査研究委員会と共同によるアカウンタビリティ拡充・データ整備を図る
- 優先的な業務近代化の課題提言
- デジタルサイネージ導入による近代化目標の検討

### PR委員会

- 「JAFRA NEWS」の自前編集と隔月発行の継続
- ホームページの充実
- ① 公益社団法人としての各種情報の提供
- ② 「地球温暖化防止キャンペーン」等に合わせた専用ページの開設
- ③ 公益社団法人としての協会PR

## 2. 各支部の主な活動目標

### 北海道支部

- 支部幹事会の開催(4月)

- 支部総会の開催(4月)
- 媒体会議の開催(年4回)
- 研修会の開催(24年1月)
- 新規会員の入会懇話
- 地球温暖化防止キャンペーンの実施

### 東北支部

- 支部総会の開催
- 支部セミナーの開催
- 関東・関西地区媒体開発事例の東日本支部への導入の検討
- 新規会員の入会懇話
- 地球温暖化防止キャンペーンの実施

### 首都圏支部

- 支部幹事会の開催(7月)
- 支部セミナーの開催(10月、12月、24年2月の3回を予定)
- 鉄道広告実務研修の開催(9月)
- 支部総会の開催(24年2月)
- 関東交通広告協議会(11社会)との連携強化
- 地域間交流の促進
- 新規会員の入会懇話
- 地球温暖化防止キャンペーンの実施
- マナーキャンペーンの実施

### 中部支部

- 支部総会の開催(6月予定)
- 支部セミナー・実務者研修の開催
- 他地区の媒体視察・情報交換会の実施



(秋頃予定)

- 地球温暖化防止キャンペーンの実施(8月予定)
- マナーキャンペーンの実施

### 近畿・中国・北陸支部

- 幹事会の開催  
7月11日(月)、24年2月
- 支部通常総会・懇親会の開催  
7月11日(月)
- 支部セミナーの開催  
7月11日(月)
- 交通広告実務研修会(支部会員の社員対象)  
9月9日(金) 予定

- 地球温暖化防止全国キャンペーン実施に向けての推進(エキからエコ)
- マナーキャンペーン実施に向けての推進
- デジタルサイネージ化・ネットワーク化等に伴い、視察及び情報の共有化
- 大型プロジェクト開発・開発効果の活用と(鉄道・流通)の情報収集

- 業界諸団体との連携強化(各媒体社広告会等の団体・O A A A・関西交通広告協議会等々)
- 本部各委員会との情報共有化と連携強化
- 新規会員の入会拡大(正会員、賛助会員)

### 四国支部

- 支部総会の開催(6月)
- 地球温暖化防止キャンペーンの実施(8月)

月)

- 支部会員交流会の開催(12月)
- 研修会の開催(24年2月)
- 企画・提案のできる人材の育成
- 新規会員の入会促進

### 九州支部

- 支部総会の開催(12月)
- 支部セミナーの開催(12月)
- 支部運営会議の開催(4月、11月、24年3月)
- 支部運営小会議の開催(4月、7月、10月、24年2月)
- 九州支部会員の拡大
- 地球温暖化防止キャンペーンの実施
- J A F R A N E W Sへの掲載及び各委員会との連携強化

### 第2号議案

平成22年度収支決算(見込) および  
平成23年度概算収支予算について

河田専務理事から、法人改革に伴い、2010年4月1日から8月9日までの旧社団法人(J A R A P)期間の決算は昨年10月29日に決算総会を開き議決済みだが本議案はその分も含め年間としてとりまとめ、審議いただくことにしていると説明があり、本議案は満場一致で議決された。

### 第3号議案

e・販促データシステムの更新について  
(当面取組むべきこと)

1. 標題のe・販促データシステムについては、更新・取替の時期が到来しているが、投資額が大きいこともあり、調査研究委員会において存廃を含め検討を行なっている。その間、聞き取り調査の結果、同種機能を自ら保有する大規模会員社を除き、少なからぬ会員社がシステムの機能をレベルアップの上、存続を希望していることが判明している。

2. こうした状況に鑑み本問題については次のような考え方で対処することが適当と思われる。

- (1) 早急に「期待される新システムの機能」を画定する。
- (2) それに基づき本年9月末までの間に利用希望者の実需を把握する。
- (3) 並行して開発会社とともに、全ての会員社にとって使い易く効率的なシステムの開発を進める。
- (4) 同時にシステム使用料金体系の検討を行なう。(更新費用分を含む)以上の4項目については平成23年9月末までに結論を得ることとする。
- (5) ひきつづき投資所用資金の見込額及びその調達方について検討する。

### 報告事項

平成23年度総会の案内について  
今後の協会行事計画

- 定期総会6月30日(木)  
ホテルメトロポリタンエンドモント(飯田橋) 万里の間
- セミナー 〃 悠久の間  
懇親会 〃 万里の間  
(1名10,000円)
- 理事会  
第1回 6月30日(木)  
会場… ホテルメトロポリタンエンドモント(飯田橋) 波光の間
- 第2回 11月 会場… 未定
- 第3回 24年3月 会場… 未定

15時30分、以上を以て第2回理事会は滞りなく終了した。

# 交通広告の進化はこれからである

日本という国は、4つの大陸プレートが闘ぎあう上に存在し、これまでに何度となく各地で地震による大災害に遭遇して参りました。3月に発生した東日本大震災は大災害である事は言を待つ迄もなく、それ以上に我々の生活の豊かさは、ある程度原子力発電に依存していたものであり、その豊かさを謳歌した結果、強大な自然現象の脅威を忘れがちであったことを心より自戒しています。

## ●交通広告と画像作りの経過

今回の震災では、地震・津波による被害のみならず、原子力発電所の停止による電力供給量の低下による節電対策が今夏へ向けての大きな問題となつてきております。ターミナル駅には電照による大型交通広告が数多く設置されており、その光源がなくなることは、駅自体が暗くなることでありますし、首都圏ではその事態が起ころりました。

同じことが昭和47年暮れのオイルショックによりひき起されました。当時も電照用広告とネオン看板は点灯禁止となり、電照なしでも広告価値が低下しない方式があればと考えて、当時より消灯時にも使用できる素材と、それを印刷するための機械にも着手いたしました。

今はどこでも当たり前のように目にする、この大型写真による交通広告の始まりは、昭和39年新幹線の開通と時を同じく、



看板点灯時



看板消灯時



河合楽器

4m×6mの遊園地の写真が大阪梅田に登場した時のことでした。

## ●パーフェクトB&Fフィルムの開発

当社では以前より電照用広告も手掛けておりますが、日本各地の空港や、百貨店を始めとして画像プリントを使用する店頭ウィンドウが増加してきました。その広告を外光の反射で鑑賞広告する場合も、電照による場合も、当時使用されていたカラーフィルムやカラーペーパー及び印刷ポスターでは、この点灯時と消灯時という異なる2つの状況下で、同じカラーフィルム画像を両方に使用することは、同様のデイトール、同様の画像の濃度で表現するのに無理がありました。そのため、外光の反射(フロントライト)でも、電照使用時(バックライト)でもデイトールや濃度に殆んど変化のないフィルムを作成する必要があったのです。そのパーフェクトB&Fフィルムを使用した例が、左の画像であり、今回の節電対策においても、広告の明るさを損なわないよう開発されております。

## ●不燃GF(グラ スファイバー) クロス製作 経緯と不燃(ト ランスGF) フィルムの開 発

現在ではパブリックスペースの広告において不燃性の素材を使用することを求められることが多々ありますが、不燃性のもので大きな面積のものを作成することにも困難が生じます。当社が作成した最大のもは、1985年に開催されたつくば万博の政府テーマ館に納めたもので、故栗津潔先生作、高さ16.5m×巾110m、約1800㎡の大画像でした。



つくばエクスプレス 新浅草駅  
高さ3.3m×全長216m



つくば万国博 日本政府テーマ館  
高さ16.5m×巾110m 約1800㎡

解決すべき問題は、天井高による館内の温度差、プリント画像各素材巾の張り合わせのずれを完全に無くす事、万博オープン時3月の寒さから盛夏を越えても面積が変化しない事等々が山積みでした。その後

この技術は日本全国の博物館に利用され、大宮の鉄道博物館やつくばエキスポプレスを新浅草駅にも10000mに渡り現在もごらんいただけます。

このフィルムは現在、空港・地下鉄・地下街等に使用されております。昨今の街の膨張に加え、量販店、大型店舗など進出による集客増加は、同時に災害時の被害の防止策を考えずには避けられないことを再認識させられました。



新大坂駅風防

そういった来客の安全確保に対する要求も確実に目を重ねて強くなっており、現在使用されている従来通りの可燃性の素材では、なんらかの方策の考慮なくしては継続使用が難しい時期にあるように思いますし、加えてその素材は、環境に負荷をかけないものであることも現在は必要不可欠な要素となっております。

今回の震災による電力不足は広告業界にとって、死活問題となっております。故に、点灯時にも消灯時にも独特の色と濃度調整のプリントにより、点灯時のカラーフィルムと同等で、時によればそれ以上の表現可能と信じるものであります。前面からの照灯は勿論、透過光用として十分配慮致しております。

## ●DIGI・AD 3DDの新開発

現在、交通広告がデジタルサイネージ時

代を迎え、表示方式の簡略化と全駅ネット広告の時代が到来したと思えます。

公共交通機関を利用されるお客様

に、忙しい中寸時でも立ち止まって広告サイネージを認識して戴くために、コンテンツの一種でたやすく立体表示出来る方法を開発しました。レンチキュラーレンズもメガネも、又、グリッドバリア方式でもない、左右の目の交互の画像変化もなく全く裸眼で見る新しい3D方式です。これにより、交通広告に更に一層アイキャッチな表現が可能となっております。

私が、日本で初めて大型3Dプリントを開始して23年目の春となりました。そして、美しいこの国に起こった大難にも小企業乍ら前進開発に努めたいと思っております。



株式会社フォトクラフト社  
代表取締役社長 松本 巖



女性が画面から浮き上がって見える3D画像となっている

## 事務局からのお知らせ

定期総会を開催します。

日時：6月30日(木)

会場：ホテルメトロポリタンエドモント

(飯田橋)

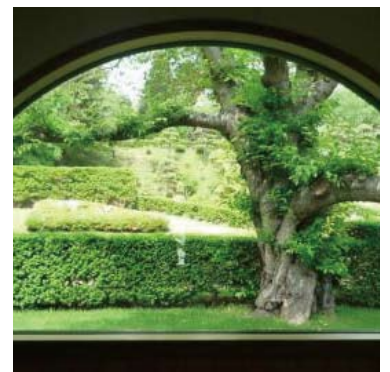
理事会、懇親会も予定しておりますので、皆様のご出席をお待ちいたしております。  
なお、開催通知は6月初旬にお手元に届く予定となっておりますので、ご了承下さい。

●社員の代表者が変更になった場合など、変更届はホームページ (<http://j-jafra.jp>) の「各種届出書類」に用意してございますので、ご記入の上、事務局宛にお送り下さい。ご協力をお願いします。

## 編集後記

今年の夏も暑くなるという予報が出ていますが、電力供給量の低下による節電対策は進んでいませんか。  
とりえず扇風機を購入してみました。よしずやうちわも売れているらしいですが、「おしゃれステテコ」または「見せるステテコ」が人気だそうで、近所ならそれで出歩いてもOKという話ですが。経済のために、国内の涼しいところへ出かける計画を立てています。  
みなさまの暑さ対策教えて下さい。

●メールと写真、ご意見、ご感想はこちらへどうぞ。 [information@j-jafra.jp](mailto:information@j-jafra.jp)



●次号 Vol.7 は 2011 年 8 月 1 日発行予定です。お楽しみに。