

発行所：社団法人 全国鉄道広告振興協会  
〒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@jarap.jp  
URL：<http://www.jarap.jp/>

巻頭レポート

## 2011年地上デジタル化の完了に向けた鉄道広告の展望

2011年、鉄道広告の環境は大きな転機を迎えることとなります。ひとつはTVのアナログ放送が終了し、地上デジタル放送への移行が完了すること。もうひとつは九州新幹線が全線開通し、東京駅から鹿児島中央駅まで日本の大動脈が繋がれることです。

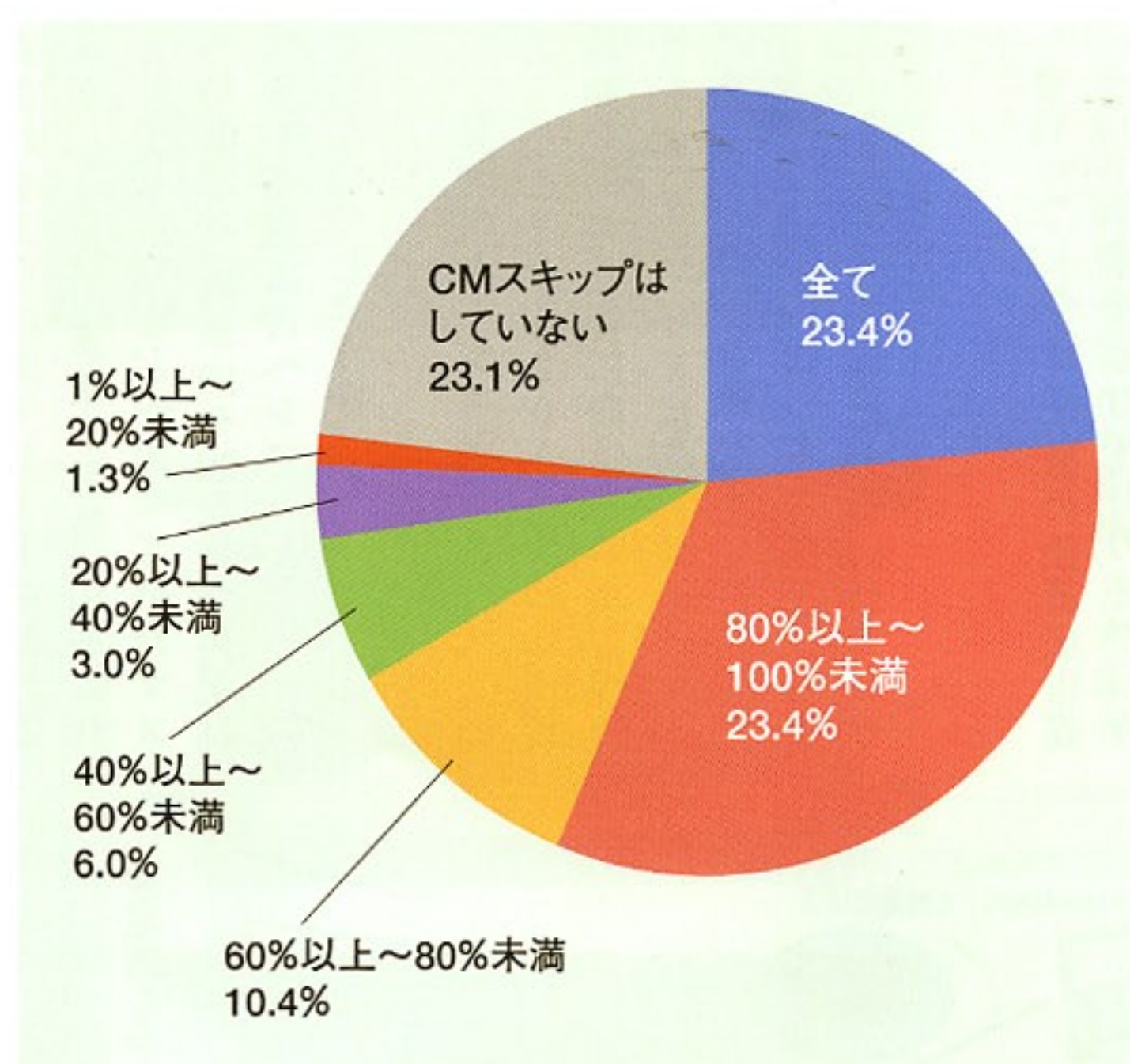
そしてこれに併せて改築される博多駅をはじめ、大阪駅、東京駅が改築開業することは、広告業界をも大きく変える出来事になると思われます。

現在、全国的にTV広告においてCMスキップが問題となっています。ハードディスクレコーダーの普及により、見たい番組を録り貯めしてCMをスキップすることが多くなりTVCMの価値が低下していることです。2005年の野村総合研究所の調査ではこれによるテレビ広告費全体における損失総額は約540億円と推計されています。

さらにハードディスクの大容量化と回線速度の向上により、ホームサー

### 「HDRユーザのテレビCMスキップ率」 N=637

2005年・野村総合研究所「HDRの利用状況に関するインターネットアンケート調査」より



### 「ホームサーバー」

家庭用デジタル家電をネットワークで繋ぎ、TV番組録画やCD録音、ビデオ、音楽、ゲームのダウンロードや、家族の写真などデータを蓄積する。

写真はバッファロー社 ホームサーバ機能搭載HS-DGLシリーズ HS-D400GL

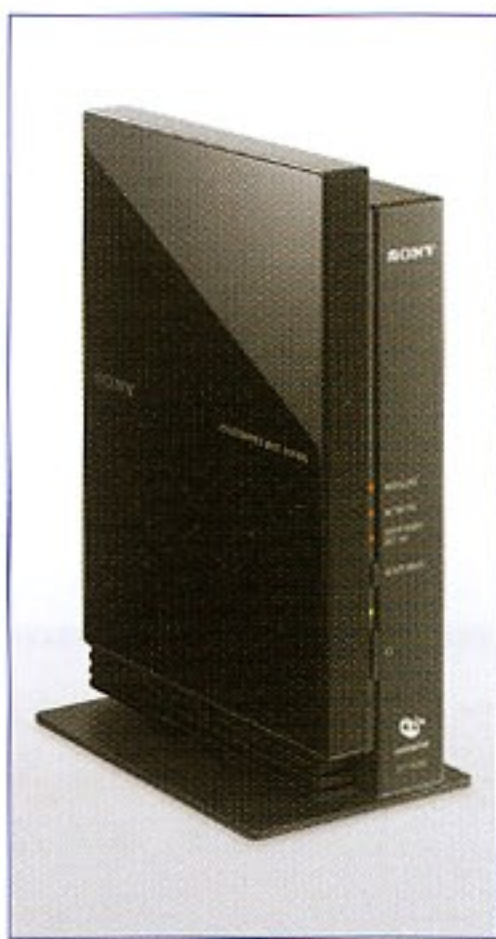
九州支部  
(株)ジェイアール九州エージェンシー  
調査研究委員会 委員  
大神 健二



バーの普及が進むことで「いつでも好きなシーンだけを選んで観る」ようになり、CMスキップがさらに増加することになります。

TV放送は2011年地上デジタル化が完了するわけですが、コンテンツがデジタル化されるため、認可がおりれば比較的容易にインターネット回線を通じてTV放送ができるようになります。

すでにロケーションフリーや、スリングボックスなどインターネット回線を通じて、どこからでもテレビ番組が視聴できるようにするための家庭用機器が発売されており、これらを活用し海外でも日本のTV番組を視聴できるサービスが人気を呼んでいます。



### ソニー「ロケーションフリー」

家庭などに設置し受信したTV番組を、インターネット回線を経由して視聴できるようにする機器。

※ソニースタイル ホームページから



### 「JFOX-TV」

個人のロケーションフリーを日本で預かり、海外へ配信する有料サービス  
<http://www.jfox.tv/>

地上デジタル化に伴い、いずれはテレビ局から直接インターネット回線を通じて放送が行われ、世界中でキー局の番組が視聴できるようになると予想しています。

つまり東京キー局から地方ローカル局で中継して放送するという放送構造が変化するという事です。これらのことから、マス広告はテレビからその他へ大きくシフトすると考えられます。

ご存知のように国内のインターネット広告はラジオをすでに抜き、本年は雑誌を超えると言われております。前述のように、テレビは今後インターネットと融合されたメディアと

なることが予想され、インターネット広告の比率はさらに増加することになるでしょう。

この増加するインターネット広告とともに、伸びる可能性を秘めているのが交通広告です。インターネット広告は検索連動やアフィリエイトに代表されるようにターゲットを絞れる反面、マスへの訴求が困難です。これまでTVCMなどが担っていたマスへの訴求は、列車内や駅などで必ず目にする交通広告へシフトしていくのではないのでしょうか。

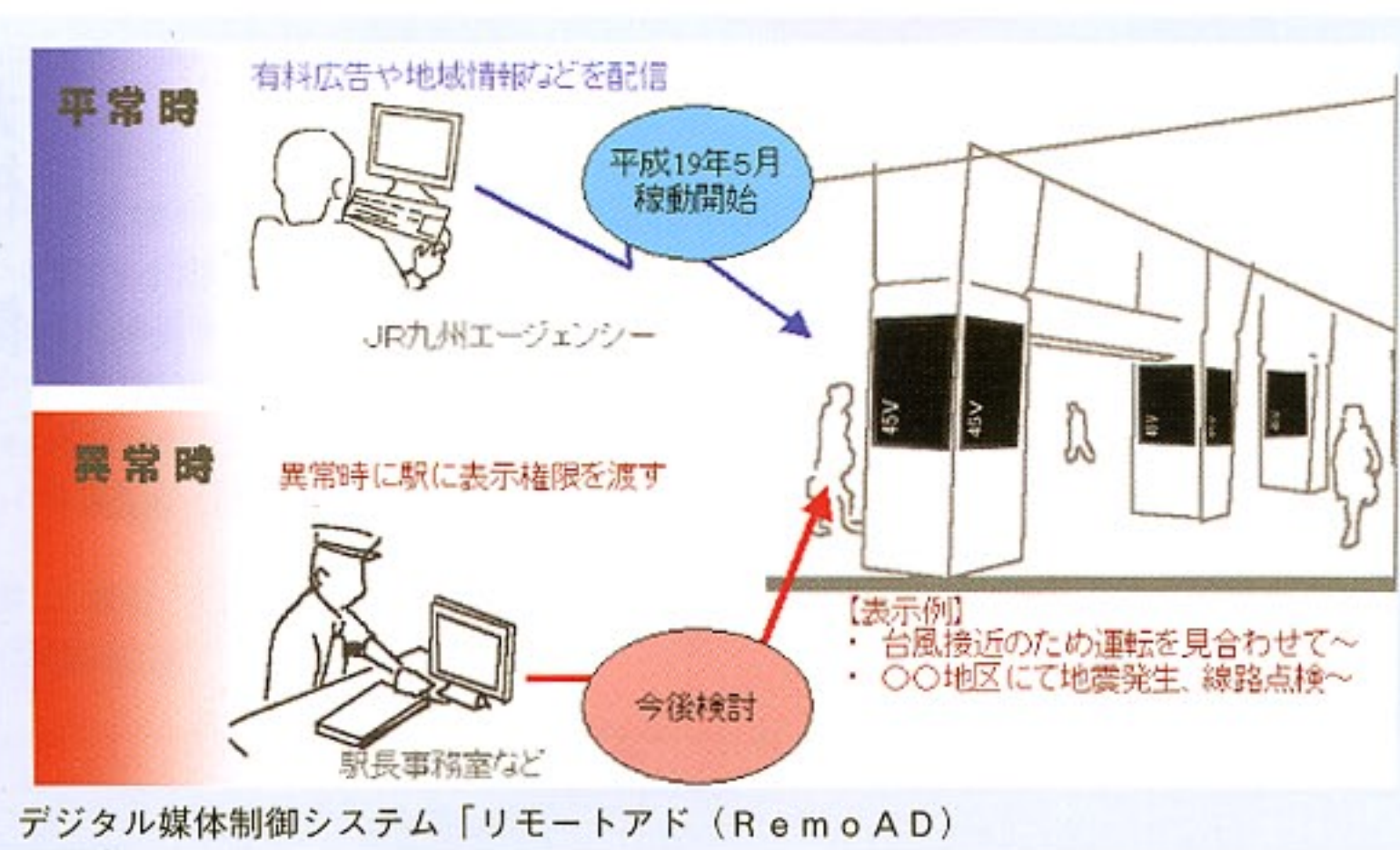
JR九州エージェンシーでは、このようなことから2011年の九州新幹線全線開業時に向けての新規媒体として、また、TV広告に替わるマス訴求の強い媒体として、交通広告のデジタル化の研究・開発に力をいれております。

今後は、他の鉄道広告媒体社と相互のノウハウを共有し、2011年に向けて協同で取り組むことができれば、鉄道広告をデジタル放送メディアとして発展させていくこともできると考えています。

### 「JR九州エージェンシー」デジタル媒体の研究開発事例

#### デジタル媒体制御システム「リモートアド(RemoAD)」(2007年4月)

インターネット光回線を使用した高速安定的なデジタル広告ネットワーク



●概要 要… デジタル媒体を遠隔制御することを目的に開発。リアルタイムなコンテンツ更新とともに、異





デジタル媒体  
「クリスタルポスター (CryPO) シリーズ」

デジタル媒体  
「クリスタルポスター  
(CryPO) シリーズ」  
(2007年1月)

常時の駅案内としての使用も目指している。



待合室デジタル媒体  
「ウェイタード (Wait AD)」



● 設置場所… JR九州 博多駅コンコース柱2面、エキサイド博多1F 1面、熊本駅コンコース1面

● 概 要… PC内臓液晶モニターを縦型に設置し、映像広告枠を販売。動画や音声も表現可能であるが、通過が激しい駅コンコースのため無音静止画で表示する。



喫煙室デジタル媒体  
「JeT (ジェット) JR electric ad for Tobacco」



待合室デジタル媒体  
「ウェイタード (Wait AD)」  
(2007年5月)

● 設置場所… JR九州 小倉駅ホーム待合室(4カ所)

● 概 要… 17インチ液晶モニターを片側2面、両側4面配置。各面を連動させた広告表現が可能。待合室という特性を活かし動画・音声広告を行っている。

喫煙室デジタル媒体  
「JeT (ジェット) JR electric ad for Tobacco」  
(2007年10月)

● 設置場所… 博多駅ホーム喫煙室

● 概 要… 喫煙室内にてタバコの広告を放映している。



## 「10年ぶりのクアラルンプール」

理事 渡辺 文雄



KLタワー

2007年8月23日：北緯3度08分：東経101度42分、ここは、マレーシアの首都クアラルンプール：10年振りに訪れたこの街は、8月31日の独立50周年記念行事へ向けてすごい熱気に包まれ、街なかではいたるところで記念式典のリハーサルが行われていました。

気が付くと凄まじい爆音が遠くの空から迫っており、見上げるとそれは大編隊のヘリコプターでした。この機体のそれぞれが、何やらかなり大きな「布」をぶら下げており、よく見上げると、それは色彩も鮮やかな「旗」で、これがマレーシア13の州の「州旗と国旗」であることが分かりました。この編隊はバックアップのヘリまで含めて16機の大編隊で、爆音とともに大変壮観な風景を味わいました。

更にまた驚かされたのは、この都市のシンボルとなった421mの高さを誇る「KLタワー」。この、そびえ立つランドマークの最上部から次々に飛び降りて来るカラフルなパラシュート軍団でした。

このタワーは宿泊したホテルのすぐそばの

ブキツナナス公園（「パイナップルの丘」を意味する）に建っており、間近な距離で眺める非日常のイベントには、独立50周年とは言え日本では全く体験できないアトラクションだったため、驚きと共に大きく圧倒されました。

そんな空気に触れ、ふと感慨させられたのはアジアの中での独立ということでした。マレーシアは、1957年にイギリスから独立：しかし、被支配の歴史は、16世紀にさかのぼりポルトガル・オランダ、そして、第二次世界大戦中の日本軍の侵攻と、続いてきただけに、国民の「独立」への喜びは、ひとしおなのかもしれません。

ここで、さらにマレーシアの豆知識：わが国の外務省のデータによりまずと、1.面積↓約33万平方キロメートル（日本の約0.9倍）、2.人口↓2664万人（2006統計局）、3.民族↓マレー系（66%）、中国系（26%）、インド系（8%）、その他（1%）、4.言語↓マレー語（国語）、中国語、タミール語、英語、5.宗教↓イスラム教（連邦の宗教）、仏教、儒教、ヒンドゥー教、キリスト教、原住民信仰。

また、政体は、立憲君主制（議会制民主主義）であり、国王は、任期5年で、各州のサルタンによる互選で選出され、現在の国王は、トレガンヌ州のサルタンで、2006年12月に就任。ミザン・ザイナル・アビディン第13代国王です。

：で、今回、何ゆえにマレーシア報告かと申し上げますと、去ること12年前の1995年9月。小社が某日系企業から、クアラルンプールにオープンする巨大SCの「グラランドオー

ブン・セレモニー」の仕事を受けることとなったのです。

その条件のひとつに「日本の無形文化財の紹介をして欲しい」という希望と要請があり、民間レベルの国際親善を行うべく、私は北九州市の無形文化財「小倉祇園太鼓」のチームを引き連れて、このマレーシア・クアラルンプールを訪れたのでした。

今回はその折りに出会えた、温かな現地の方々との懐かしい再会の喜びとともに、そこで味わった出来事をお伝え致したく、この旅日記となつてしまいました。

当時の、副国王サルタン オブ セランゴールの御前で行った力強い「太鼓パフォーマンス」。

手前味噌ではございますが、未だに、イベントホールに鳴り響いた「無法松の太鼓の音」は、大きな感動として忘れることが出来ません。マレーシアの方々にも、言葉以外のコミュニケーションとして、十分に伝わったと思っております。

「ムルデカ」：マレー語で独立の意味なのですが、老いも若きも、この言葉を口にするときは、笑顔でした。また機会があれば、行ってみたい国です。そしてまた、独立後に大きく発展を続けるアジアの国々の勢いに負けることなく、我々も新しい発展を目指してまいります。

次回は理事鈴木憲治氏の予定です、おたのしみに。



東日本支部

支部総会を開催しました

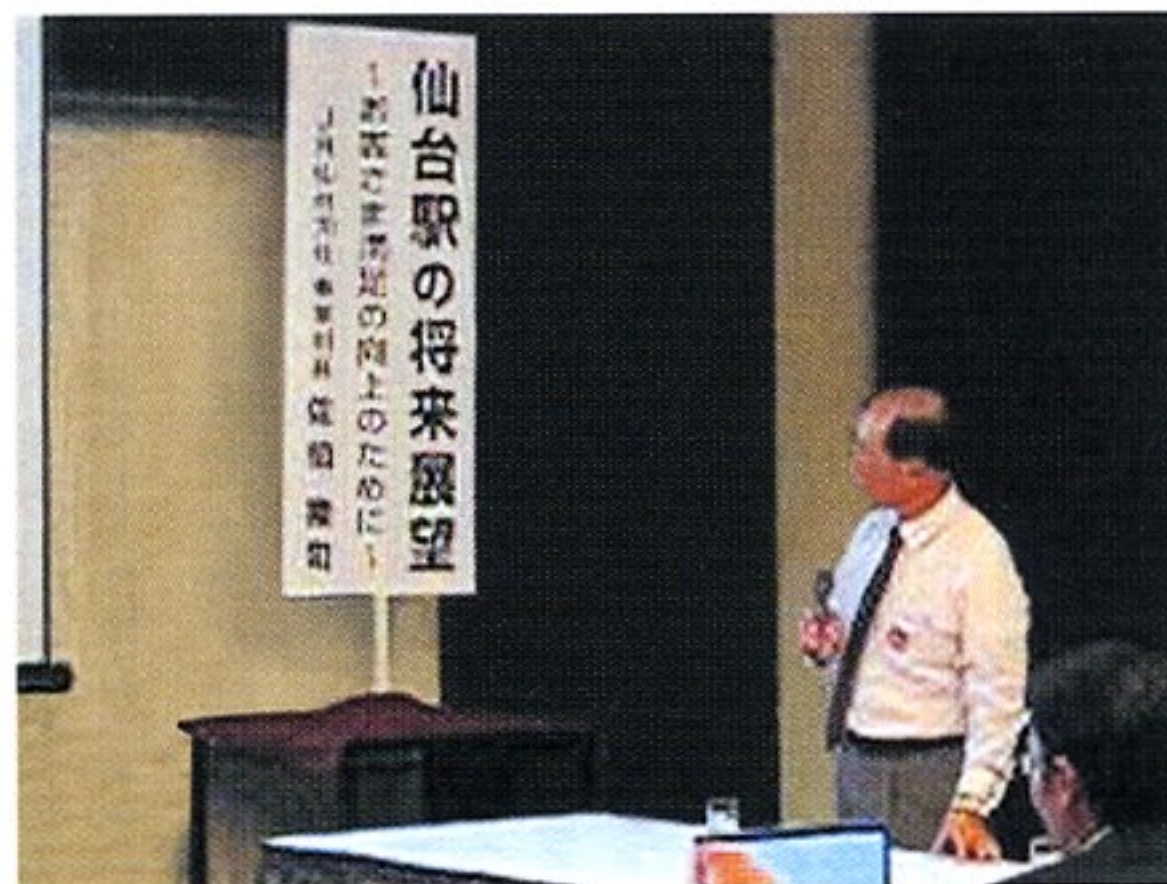
去る2007年10月29日(月)、ホテルメトロポリタン仙台3階「星雲の間」に於いて、岩崎会長・小菅事務局長をはじめ、(株)ジェイアール東日本企画秋田支店・



総会の様子

盛岡支店・仙台支店をオブザーバーとしてお迎えし、第2回目の東日本支部総会を開催いたしました。

5月に開催されたJARAP第2回定期総会、第6号議案において支部エリア変更(案)について承認されたため、新しい東日本支部として秋田県3社、福島県2社、宮城県15社合計20社の会員組織と



講演する佐伯隆司氏

なりました。残念ながら業務の都合により、秋田県・福島県会員(5社)及び宮城県会員(4社)が欠席となりましたが、半数以上の11社(13名)総勢22名と、昨年より多くの参加をいただきました。

最初に、私から本部定期総会での支部エリア変更に伴う審議経過を報告し、会員から了承され本総会が開会されました。

総会では、岩崎会長から挨拶があり、今年度の目標として、基本的には鉄道広告のコンピタンスを生かして、業界の近代化への本格的な第一歩を踏み出すことの具体的な説明があり、会員一同、非常に感銘を受けました。

また、総会終了後、特別記念講演としてJR東日本仙台支社事業部長佐伯隆司氏をお招きし、「仙台駅の将来展望」お客様さま満足向上のために」と題して、仙台駅エリアにおける「商業施設の開発」を解説していただくとともに、人口流動・商業圏の変化に伴う「屋外広告」「交通

広告」の今後の有り方について有益な情報をいただきました。約一時間の講演でしたが、聴講者は熱心にメモをとり、今後の営業方針の起爆剤として具体的に行動する心構えができた有意義な講演でした。

講演会終了後、講師の佐伯隆司氏をゲストにお迎えし、懇親会を盛大に開催いたしました。岩崎会長挨拶の後、(株)電通東日本仙台支社 黒田支社長の乾杯で開会し、大盛況の中で終了いたしましたことをご報告いたします。

最後になりますが、今回の総会の開催に際しましては岩崎会長をはじめ、事務局の皆様にはご協力を賜りありがとうございました。

また、ご参加いただきました皆さま、お忙しいところ誠にありがとうございますとさせていただきます。

東日本支部長 佐藤 俊一郎

委員会便り

技術開発委員会

平成19年9月19日、今年度第1回目と

なる委員会が開催された。今回は鈴木憲治委員長、古嶋一朗副委員長(新任)の他、12名の委員が出席し、そのうち6名が新委員という新しいメンバー構成で、最近実用化が進む「ICタグ技術とその広告展

開の可能性」をテーマに、当日の外部アドバイザーである凸版印刷によるICタグの技術面の説明、ジェイアール東日本企画山本委員による「Suip」の広告事例の説明を中心に、最新のIC技術について

の勉強会が行われた。

「凸版印刷のICタグへの取組み」

凸版印刷(株)情報コミュニケーション事業本部 柏木久雄課長、ICビジネス本部



二ノ戸健一主任より、同社のICタグビジネスへの取組みについて、主にハードの観点から解説をしていただいた。システムの概要、ICタグの特徴、ICタグとバーコードの比較、主なICタグの形状、商品管理・顧客管理・コミュニケーション強化などの利用範囲とセキュリティ対策などについての説明があり、業界別の実証実験事例、同社の導入事例なども紹介していただいた。委員からは広告展開に応用する上では価格の問題がネックになる等の意見が交わされた。

### 「Suicaポスター (Suippo)の概要」

IC技術の広告媒体への具体的活用事例として、山本孝委員からSuippoについて説明を受けた。同ポスターは現在新宿・渋谷・池袋・上野・東京・新橋のJR東日本6駅で展開されており、事前に登録を済ませたSuicaカードと携帯アドレスを活用し、駅ポスター脇のリーダーにSuica、モバイルSuicaをタッチするとサーバー経由で携帯電話にポスターの広告主の詳細な情報をメール配信、サイト誘導するというもの。広告主と生活者を結ぶインタラクティブ・コミュニケーションを促進することができ、イベントとの連動によって抽選機能や地点間誘導などのプロモーションが図れる他、広告主にはタッチ状況等のマーケティング情報提供が可能となる。今後、ユーザー、拠点を増やすことを計画している

このように、一方でIC技術の研究開発が進み、一方でICを使った広告展開が実用化されつつある現状下で、デジタルサイネージへの取組みも試行錯誤が続いて

いるが、IT時代における交通メディアの可能性について有用なヒントを得た勉強会となった。

### 調査研究委員会

平成19年9月13日に開催された第2回理事会において、調査研究委員会の委員長・副委員長の委嘱変更が承認された。

#### 新委員長に栗原圭一氏が就任

新任の委員長には(株)ムサシノ広告社の代表取締役社長栗原圭一氏(当協会常任理事)が、副委員長には新たに(株)電通のアウト・オブ・ホーム・メディア局長長杉原健太氏と(株)小田急エージェンシーの取締役媒体局長栗原俊治氏が、それぞれ就任した。

新体制による第1回の調査研究委員会は平成19年9月26日、栗原新委員長出席のもとに開催され、報告事項として当委員会および小委員会の委員長・副委員長・幹事等、委員の変更と平成19年度事業計画「メディアプランニングの研究」の実施計画、機関紙「JARAP NEWS Vol.20」への「販売(媒体活用)事例」の掲載内容が事務局から説明された。

委員の変更は、各社の人事異動に伴うものと(株)ムサシノ広告社のマーケティング・プランニング局マーケティングシニア・ディレクター森昌広氏と(株)NKBの営業本部営業局媒体渉外部部長菊田眞弘氏、(株)ネオリアリティの代表取締役会長兼グループCEO田中淳一氏がメンバ

ーに加わった。また、メディアプランニングの研究は、本年4月に開催した調査研究小委員会ですべて提案されたが、諸般の事由で再検討となった。しかし、JARAP事務局のご尽力により、人材育成委員会とのタイアップで有識者によるシンポジウムを12月18日、第3回理事会終了後にホテルメトロポリタンエドモントで開催することになった。

#### e・販促データシステムの取り扱い方を検討

審議事項では、関東交通広告協会の解散に伴う残存資産である「e・販促データシステム」の取り扱いについて協議した。本システムは、平成19年度は当協会の首都圏支部で運営・管理しているが、平成20年度以降はその機能向上を念頭に、総務・財務委員会で話し合

った結果、データの整理・プランニングシステムの検証等が前提となるため、調査研究委員会に主管を移し具体的な検討を行うのが最善であるとの結論に至った。さらに、この内容が9月13日開催の第2回理事会で承認された。これを踏まえ、調査研究委員会では、今後のe・販促データ委員会企画編集会議と委員長の諮問機関である「調査研究小委員会」が連携を密にし、運営・管理方針の早期構築を目指し議論を行うことになった。

「e・販促データシステム」は、将来的に



「新・駅ちようさん」のトップ画面

は完全WEB化と全国展開を図ることが必要とされる中、実現を図る為に内容や費用等、様々な課題を解消して行かなければならない。

また、「新・駅ちようさん」に関しては、アクセス(OS)の動作保証期限が過ぎており、早急な対応が必要である。

#### 次年度以降の対応策を検討

10月3日に開催した「第3回調査研究小委員会」では、e・販促データ委員会企画編集会議が先般行ったアンケート結果に



ついで報告を受けた。「新・駅ちようさん」は、既に全国版になっていいため、料金やサーキュレーション等のデータ検索に、一方、「中ぶりくん」は首都圏版のみであるが、路線データ・掲出路線図作成等にそれぞれ利用されていた。また、10月31日開催の同委員会では、e販促データ委員会から「新・駅ちようさん」と「中ぶりくん」のコンテンツ内容とともに、全国展開とバージョンアップを図った場合の経費が詳細に説明され、それに基づく今後の施策の検討を行った。

そして、平成21年度に向けた基本方針として、「新・駅ちようさん」をまず完全Web化、全国化へ検討を進め、「中ぶりくん」に関しては取り敢えず現行システムでの継続とすることで合意した。

今回の会議は11月末に行い、コンテンツ内容やデータ費用等、多岐にわたる事項についても協議し、次年度以降の対応策の立案をする。

(調査研究委員会事務局)

## 業務近代化委員会

### 新委員長に堀宏明氏が就任

先に名古屋で行なわれた第2回理事会において、業務近代化委員会の委員長の委嘱変更が承認され、新委員長に堀宏明氏が就任した。11月2日には、新体制となつてはじめての業務近代化委員会が開催され、堀委員長から委員会の活動として

次の5項目が示された。

- ①近代化とは何かの共通認識の確立
- ②あるべき姿・ビジョンの具体化
- ③その為の課題の抽出と整理(順位付け)
- ④関係委員会での進行中の課題の確認
- ⑤新たな課題と解決の為の活動について  
会長・理事会・事務局へ提言

### 「交通広告の近代化」とは何か?

続いて委員長から「交通広告の近代化」については幾つかのアプローチが考えられるが、会員各社の現場の声をヒヤリングし、日々の業務を遂行する上で感じる課題・要望を明らかにすることからはじめ、それらの抽出と整理によって、あるべき姿・ビジョンを導き出すことで近代化の共通認識を形成していきたいとの活動方針が示され、満場一致で賛同を得た。

具体的アクションとして、まず委員各社で日常業務を通じての問題点・改善点・要望等の現場ヒヤリングを行った上で会員全社に対してのアンケートを設計し実施することとし、現在、委員各社で現場ヒヤリングが実施されている。

## 倫理委員会

### 新委員長に清水英明氏、

### 副委員長に神田橋治氏が就任

先に名古屋で開催された第2回理事会において、倫理委員会の委員長・副委員長の委嘱変更が承認され、新委員長に(株)近宣代表取締役社長清水英明氏、副

委員長に(株)TOMOE代表取締役社長の神田橋治氏がそれぞれ就任した。

11月5日には新体制での委員会が開催され、冒頭、清水委員長より「最近企業倫理を問われるような事件が多数起きているが、広告業の中でも倫理について考えておく必要がある」との挨拶があり、神田橋副委員長からは「今まで築かれた土台の上で、具体的な実行・効果をどう進めるかが役割と認識している。皆様に教えて頂きながら委員長を支えていきたい」との挨拶があった。

今回は、もう一度原点に帰って「倫理」とは何かの共通認識を委員会でも再確認することとし、前愛知学泉大学教授の梁瀬和男氏を講師に迎え「広告倫理」についての勉強会を行なった。以下、講義の概略を紹介する。

### 「広告倫理」とは?

近年、組織による不祥事が続発しているが、法的に問題がなくなるとも、正誤の判断は社会通念でなされるものであり、そこに企業倫理の問題が問われている。最近変化のスピードも速くなっているため、昨日の常識は今日の非常識になってしまう。自ら考え、自ら判断し、自らの責任で行動することが必要。また、企業の社会的責任(CSR)とは、顧客満足だけでなく、利害関係者(ステークホルダー)すなわち従業員、株主、取引会社、地域住民、地方自治体すべての満足・信頼を獲得することであり、コンプライアンスの定義も法令順守ではなく、法令・企業倫理の遵守である。広告もこの基本理

念に則り実施されるべきであり、法令順守に加えて、公正競争規約、自主規制を順守して広告活動を実施することが必要である。これを「コンプライアンス広告活動」と呼び、この実践によって社会的責任を果たすことができる。すなわち、「広告倫理」とはコンプライアンス広告活動を展開し広告の社会的責任を果たすことによって社会の信頼を獲得する実践活動である。

梁瀬氏の講義の中では、広告倫理が問われた広告事例も豊富に紹介され、特に、「非ターゲットゾーンにも不快感を与えないこと」「媒体社にも広告に対する責任があること」などのご指摘は示唆に富み、今後のビジネスにおおいに参考になった。



講演する梁瀬和男氏



パネラー&モデレーター プロフィール

● パネラー (50音順)



田中泰行 (たなかやすゆき)

日本たばこ産業(株)パブリックコーポレーション部長

1955年京都市生まれ。京都大学農学部農林経済学科卒。1979年日本専売公社入社(広告担当)。ブランド統括マネージャー、上海・香港の現地法人マーケティング担当副社長、本社マーケティング部長、を経て2004年より現職に。全社の広告宣伝(含:メディアバイイング)、社会貢献活動、などその他コミュニケーション関係業務全般を担当。社外活動として、広告主協会 理事、電通広告賞 審査員、フジサンケイ広告賞 審査員など。

原野守弘 (はらのもりひろ)

クリエイティブ・ディレクター/ストラテジスト

1971年浜松市生まれ。早稲田大学商学部卒。1994年株式会社電通に入社。マーケティング局、海外業務局を経て、インタラクティブ・コミュニケーション局。1999年12月同社を退社、2000年1月より1年半上場メディア企業の取締役を務め、2001年11月電通に復職。2004年12月より株式会社ドリル クリエイティブ・ディレクター(電通より出向)に就任。主な仕事に、Samsung「AnyFilms」グローバル・キャンペーン、タカラトミー「LICCA WORLD TOUR」、有楽町マルイ「FASHION THERAPY」、本田技研「Honda Icon Museum」など。早稲田大学非常勤講師。



箭内道彦 (やないみちひこ)

クリエイティブディレクター

1964年郡山市生まれ。東京芸術大学美術学部デザイン科卒。博報堂を経て、2003年風とロックを設立。2005年「月刊風とロック」創刊。主な仕事に、タワーレコード「NO MUSIC, NO LIFE. キャンペーン」、資生堂「uno」、森永製菓「ハイチュウ」、フジテレビジョン「きっかけは、フジテレビ」、FUJIFILM「PHOTO IS」、東京メトロ「TOKYO HEART」など。



● モデレーター

田中里沙 (たなかりさ)

(株)宣伝会議 編集室長

広告会社を経て1993年株式会社宣伝会議入社。編集部で企業取材、海外情報などを担当の後、96年「宣伝会議」編集長。2007年現職に就任し、宣伝会議より発行のメディアを統括。行政、企業の広告賞審査員、テレビ情報番組のコメンテーターなども務める。新聞にCMコラム、テレビ評などを執筆中。JARAP理事。



シンポジウム開催のお知らせ  
人材育成委員会と調査研究委員会の事業の一環としてシンポジウムを次のとおり開催いたします。みなさまのご参加をお待ちいたしております。

事務局からのお知らせ

- 開催日: 2007年12月18日(火) 15時45分~17時15分(90分)
- 場所: ホテルメトロポリタンエドモント(飯田橋)
- 演題: 「クロスメディア時代における鉄道広告の課題と可能性」

新しく協会に入会された会員社様をご紹介いたします。よろしくお願いたします。  
賛助会員(1社)  
サカタラボステーション(株)  
東京都港区  
代表取締役社長  
田中 健一  
(敬称略)

編集後記

東京駅での待ち合わせ場所の定番といえば、「銀の鈴」ですが、この度エキナカのオープンに伴い4代目に代替わりし、お披露目されました。この鈴を作成されたのは、JARAPの理事でもある東京芸術大学学長の宮田亮平先生です。宮田先生のトレードマーク、「イルカ」が約70kgもある銀の鈴を支えています。周りはおいしそうなショップもありますから、約束の時間より早めについても退屈しなさそうです。ここなら絶対めぐり合えるという、あなたの街の待ち合わせ場所教えてください。

● メールと写真、ご意見、ご感想はこちらへどうぞ。  
information@jarap.jp

● 次号Vol.23は12月20日発行予定です。お楽しみに。



業界に朗報!  
このたび、11月3日秋の叙勲で、当協会の岩崎雄一会長が、永年運輸鉄道事業をはじめとする産業経済の発展に尽くした功績により「瑞宝中綬章」を受章いたしました。鉄道広告業界の発展を目指す我々にとってもこのうえない誇りであると存じます。心からお祝い申し上げます。心からお祝い申し上げます。心からお祝い申し上げます。心からお祝い申し上げます。

専務理事 小林末光