総合報道
発行所
株式会社総合報道
本社(郵便番号111-0034)
東京都台東区雷門2-19-17
電話(03)3842-8267
(発行日 5・15・25日)

KOSHI DENKEN
甲子電研
電子応用機器 電子点滅器
東京都千代田区神田松永町16
TEL03・3251・3368
FAX03・3251・8597
KOSHI DENKEN

サイン・ディスプレイ専門紙
総合報道
ホームページ
www.sogohodo.co.jp
メールアドレスが変わりました
sogo@sogohodo.co.jp

液晶広告車両の認知率、8割
「電車の利用」アンケート実施
マイボイスコム

ネット調査や広告評価を行うマイボイスコム㈱（本社東京、高井和久社長）は、このほど「電車の利用」に関するアンケートの調査結果を発表した。

同社は、98年から毎月、自主企画のアンケートを実施・公表しており、今回も同社のインターネットコミュニティ「MyVoice」の登録メンバーを対象に、Web形式のアンケート調査を8月1日から5日まで実施、回答数は1万3869名だった。性別は男性6380名、女性7489名。年代のシェアでは30代、40代、50代以上で約8割が占める。

調査結果をみると、「電車の利用頻度」は、週に1回以上利用している人が4割で、約87%が電車を利用している。

電車を利用する目的（複数回答）の設問では、「買い物」が最も多く43%、以下「レジャー」（37・5%）、「通勤」（34・5%）、「人に会いにいく」（32・8%）の順。

また、電車の中でどのような事をしているのかの設問では、「窓の外の景色などを眺める」（47・0%）、「寝る」（42・6%）、「携帯電話でメール」（35・6%）が上位項目。

車内広告（中づりや窓上、ドア近辺のポスターなど）をどのように見ているのかの設問では、「他にすることがない時に暇つぶしに見ている」が最も多い42・2%、「興味をひかれる広告があれば見ている」が26・4%、「ほとんど乗る度に見ている」は22・8%だった。

さらに、液晶車内広告（液晶画面を使った広告＝CM等）の認知の設問では、「実際に見たことがある」人（導入している車両を利用した）は78割程度で、「乗ったことはないが、あることは知っている」を合わせると、液晶車内広告の認知率は8割近くに達した。

このほか、電車に対しての不満や、電車・鉄道会社のサービスへの要望も調査している。

同社では、公開している調査結果をより詳細に分析した「MyVoice レポート（パーソナル版）」も販売。レポートは集計結果などの資料編（A4判、120～150頁）と、CD-ROM（調査レポートの電子ファイル一式）付きで価格は3万6750円（送料、税込み）。

【問い合わせ】マイボイスコム㈱ 企画営業チーム（☎03・5217・1911）

サイネージ広告媒体協議会が設立
優良媒体の育成へ

デジタルサイネージ事業に携わる広告事業者が業界団体「サイネージ広告媒体協議会（SIGNAGE ADVERTISING MEDIA ASSOCIATION、略称・sama）を設立した。

設立の目的は、デジタルサイネージの広告市場全体の拡大を目指し、その広告に携わる各媒体会社が連携を図り、デジタルサイネージ広告媒体の継続的かつ安定的な販売が可能となる体制・市場の確立を目指すことで、運営事務局はSP企画の㈱アクシコ（本社東京、高橋健吉社長）が行う。

同協議会では電気機器メーカーや電鉄系の広告会社はメンバーに入れず、現在デジタルサイネージ事業を行っている媒体社をメンバーに、会費等を設らずに運営している。広告の販売だけでなく、サイネージをSP広告の一つと考え、サンプリングや折込みチラシとのメディアミックスなどを視野に入れている。

実施するのは、①サイネージ広告に関する共通指標の策定・維持管理②共通媒体資料の作成・維持③サイネージ広告全体のプロモーション・広報活動④複数媒体を絡めた共同提案活動⑤デジタルサイネージ広告媒体の調査・研究。

当面の活動としては、①既存アンシャルサイネージからの優良媒体育成②メディアデータの統一とセールスシステム構築③出稿業務ガイドラインの作成④協議会会員メディアの検証と商材研究⑤戦略的観点に基づく新規デジタルサイネージ提案を実施する。

参加企業は、㈱栗山（フィットネスクラブメディア）、㈱システムズ（医療機関メディア）、日本カーライフアシスト㈱（自動車教習所メディア）、日本デジタルサイネージ㈱（ホテル・空港メディア）、㈱メディアコンテンツファクトリー（医療機関メディア）、㈱リレーション（流通メディア）、㈱オックスプランニング（流通メディア）の各社。

組織は、議長にメディアコンテンツファクトリーの毛塚牧人氏、副議長には日本カーライフアシストの白井忠之氏、事務局長にはアクシコの阿部恭久氏が就任した。事務局長の阿部氏は、

「デジタルサイネージはSP手法の一つ。だからアイデアや工夫が大切。ただ、映像で直接訴求できるのがサイネージの特徴、業界が手を組んで情報発信していきたい。その役割をアクシコが担っていく」と話している。

【問い合わせ】サイネージ広告媒体協議会 事務局（☎03・5282・1902）

静岡県、屋外広告物講習会開催

11月9日

静岡県並びに㈳静岡県屋外広告協会は、「平成21年度屋外広告物講習会」を11月9日㈪（午前9時～午後5時）、静岡市葵区の静岡県産業経済会館（3階大会議室）で開催する。

この講習会は、新たに屋外広告物業を営もうとする人などが対象。講習会の修了者は屋外広告業登録制度における屋外広告業の業務主任者になる。講習内容は、屋外広告物に関する法令、表示または設置の方法及び施工に関する課程。

申込み受付は10月1日㈭から14日㈬まで。申込み用紙（受講申請書）は静岡県のホームページからダウンロード可能なほか、各土木事務所都市計画課の窓口まで。受講申請書に必要事項を記入の上、申請者の住所地を管轄する県土木事務所に申込む。手数料は県の収入証紙（3000円分）を受講申請書に貼り付けて納入する。定員は140名（先着順）。

当日は屋外広告物関係法令集の持参を義務づけているが、会場でも法令集を販売する（1部あたり1300円）。

なお、建築士や電気工事士、電気主任技術者、技能検定合格者の資格などを持つ者は「屋外広告物の施工」課程が免除される（手数料は2600円）。

【問い合わせ】静岡県建設部 都市計画室（☎054・221・3490）、㈳静岡県屋外広告協会（☎054・252・5222）

経産省まとめ 特定サービス調査

7月

4媒体広告は前年同月比16・7%減。「テレビ広告」は約52億円、同18・1%減だった。

媒体別では、デジタルメディアが同116・3

10月分定期トレーニング決まる

ローランドDGグループ ディー・アカデミーは、10月分定期トレーニングの日程を発表した。

10月の講習科目は、RVW基礎トレーニング（1万500円、以下①）、イラストレータCS3初級トレーニング（無料、以下②）、フォトショップCS3を使ったデザインデータ作成体験会（同、以下③）、LEC-300携帯電話デコレーション体験会（同、以下④）、オリジナルエコバッグ作成体験会（同、以下⑤）。

トレーニングスケジュールは左記の通り（【場所】実施日＝科目／定員の順）。

【東京】20日㈫＝②③、21日㈬＝①④／6名

【名古屋】▽22⑤、23日㈭＝①④

【大阪】27日㈫＝①④／6

28日㈬＝①④／6

なお、3D製図のトレーニングは8日、名古屋15で開催する予定だ。

詳細は左記まで。

http://www.ndg.co.jp/ay/index.html

国際シンポジウムを韓国で開催

10月11日

アジア景観デザイン学会などが主催する「国際シンポジウム」（SDAほか後援）が、「都市のパブリックデザイン」のテーマで、10月11日㈰午後2時から韓国・釜山のBEXCO（釜慶会）で開催される。

講演するのは、佐藤優（九州大学）「都市のパブリックデザインと課題」、宮沢功K設計）「ストリートファニチュアとまちづくり」、金ミンスン（金ミンスン大学校）「釜都市景観計画」のか。終了後には開催される。

【問い合わせ】E-mail:mayani.gate01.c

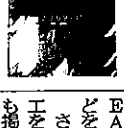
サイン素材ディレクトリー刊行

SDA

㈳日本サインデザイン協会（SDA、横田保生会長）は、多種多様なサイン素材を一覧にし、日常業務の中で簡単に調べることができるようにした資料集『SDAサイン素材ディレクトリー2009-10』をこのほど、刊行した。

内容は、素材の特性を生かしたデザインとしての役割をアクシコが担っていく」と話している。

【問い合わせ】サイネージ広告媒体協議会 事務局（☎03・5282・1902）



「東京ミッドタウンサイン計画」「上海環球金融中心」「熊本下通アーケード照明計画」などの素材やメーカー、施工方法を詳細に説明。

また、サイン素材と加工法の紹介として中川ケミカルの「TROMIZU」「TETSUSABI」、ジェスコの「TRITERASU」「JPOP」シリーズ、ダイカンの「ミニレター」シリーズ、日本サインの「蛍光灯型LEDランプ『REAL TUBE』」などを紹介している。

さらに、素材製作や加工を行うメーカーリストも掲載している。写真などの資料を豊富に収め、創作のヒントが得られるように分かりやすい誌面構成になっている。

編集は、SDA調査研究委員会（武山良三委員長）、特別協賛は㈳全日本屋外広告業団体連合会。

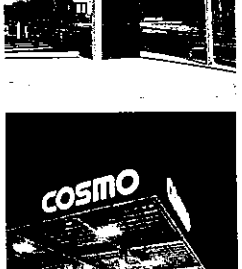
体裁はA4判、頁、価格2000込み）。

【問い合わせ】（☎03・3881-5537）

コスモ石油
SS照明へLED採用
四街道に実験店舗オープン

コスモ石油は、サインポールやキャノピーサインを含むSS（サービスステーション）の全照明にLEDを採用した実験店舗を4日、千葉県四街道市にオープンした。

中でもキャノピーサインは、同社の意見を取り入れてシャープがSS向けに開発したもので、他にも屋外の照明など、店舗内のすべての照明にLEDを試験的に導入している。全照明のLED化によって、電気使用量の削減に伴うCO₂排出量の削減、長寿命であることから、廃棄物の削減にも繋がる。



実験店舗のサインポール(上)、シャープがSS向けに開発したキャノピーサイン(下)

今回の実験店舗に設置しているサインポール、キャノピーサインは、LED化によって従来比で8割の電気使用量削減効果が見込まれ、それ以外の照明は従来より約4割の電気量とCO₂が削減されるという。

同社では、「地球との調和と共生」をエネルギーと社会の調和と共生」を経営理念に第3次中期環境計画グループ全体の環境を強化し、さらなる向上、地球温暖化への対応と環境最小化に取り組む。

今回の実証実験に、今後も環境にやさしいSSづくりを目指していく。

話題のOOH（208）
恵比寿スカイウォークジャック
au 全長300m巨大広告

恵比寿スカイウォーク（渡り廊下）を丸ごと使ったau（KDDI）の広告が、9月1日から1年間の予定で展開されている。

広告は、渡り廊下の壁面（全長300m）と天井（全長100m）に相当するクルメ（6㌔×1年間でホットケーキ6枚分等）を並べ、参加意欲をかきたてた。ベース色は白で、カロリーの数字やレーンの線はキャンペーン開始後、フロアごとに後追いで貼り付けた。

ベース色が白のフロア広告ということで汚れが懸念されたが、掲出前のテストを一回でクリアするなど、スムーズな施工だった。

243RWに出力後、フロアごとに後追いで貼り付けた。

ベース色が白のフロア広告ということで汚れが懸念されたが、掲出前のテストを一回でクリアするなど、スムーズな施工だった。