

## 不確実性が高まる中でも

公益社団法人 東京屋外広告協会 会長 大島 博



わが国経済は、3年超にわたるコロナ禍を乗り越え、社会経済活動が正常化に向けて動き出したことで企業収益の回復とともに緩やかに改善しています。政府の経済見通しによれば、本年度は、個人消費や設備投資等の内需がけん引する形で、GDP成長率は実質で1.3%程度、名目で3.0%程度が見込まれております。民間による設備投資や賃上げの効果が浸透し、さらに総合経済対策の着実な実施により、デフレからの完全脱却、成長と分配による経済の好循環実現に向けて大きく前進することを期待したいと思っております。

一方、世界情勢については、ロシアによるウクライナ侵攻の長期化やイスラエルとハマスの紛争、中台間の緊張など地政学リスクは高い状態が続いております。先行き不透明感を背景に、貿易や投資が低迷するなど世界経済は予断を許さない状況となっております。また、世界的な選挙イヤーである本年は、既に台湾総統選、ウクライナ、ロシアの大統領選等を終えておりますが、11月には米国大統領選が控えており、その行方からも目が離せない状況です。不確実性が高まる世界情勢の中で、内政や外交の適時適切な対応が求められます。

当協会においては、本年度は隔年で開催している第14回東京屋外広告コンクールを実施いたします。景観と調和のとれた優れたデザインの作品を表彰することで美しい景観形成に寄与すべく広く周知を図ってまいります。また、車体利用広告デザイン審査事業につきましては、都外ナンバーの広告宣伝車に対する東京都の規制が適用されることから円滑な運営に取り組んでまいります。また、各委員会活動の充実を図り、会員や業界のニーズに沿った事業を展開してまいります所存です。皆様のご理解、ご支援をよろしくお願い申し上げます。

(東京商工会議所副会頭・株式会社千疋屋総本店社長)

東京屋外広告協会 会長挨拶	1 頁	第3回理事会・各委員会報告	7 頁
都市空間とパブリックアート	2～3 頁	2024年度事業計画	8～9 頁
広告宣伝車規制の概要	4 頁	2024年度予算	10～11 頁
広告宣伝車 自主審査基準	5～6 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 東京都豊島区长崎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

## 都市空間とパブリックアート

公益財団法人 日本交通文化協会

常任理事 西川 恵

東京メトロの虎ノ門ヒルズ駅。地下2階の改札を入ると、幅6メートルの大きなステンドグラスが迎えてくれます。「Our New World (Toranomom)」。

アーティストの清川あさみさんの原画を基に、「クレーレ熱海ゆがわら工房」(静岡県熱海市)が製作。昨年7月に設置されました。私が訪れた時も、何人かの人が見入っていました。



ステンドグラス「Our New World (Toranomom)」

清川さんは「誰も見たことのない新しい都市のイメージを作品に込めました」と言います。様々な色や形状のガラス3300枚超を組み合わせた斬新な作品からは、都市の華やぎや揺らぎや賑わいが立ち上がってきます。

改札の前は地下鉄駅前広場で、開放的で機能的な「駅まち一体」の空間となっています。その空気にマッチした作品は独特の存在感を放っており、虎ノ門ヒルズ駅のランドマークになっていくように思います。

公益財団法人日本交通文化協会(滝久雄理事長)がパブリックアートの普及に取り組み始めたのは1972年。まだパブリックアートという言葉はなく、環境芸術と言っていました。この年、協会はシュールリアリズムを日本に紹介した福沢一郎氏の原画によるステンドグラス「天地創造」を東京駅に設置しました。協会のパブリックアート第1号です。

以来、52年。協会は「クレーレ熱海ゆがわら工房」と協力し、陶とステンドグラスを素材にした作品を日本各地の駅、空港、公園、市役所などに設置してきました。今年4月現在558作品となります。

陶作品を協会では「陶板レリーフ」と呼んでいます。平べったいタイルではなく、三次元的な造形を施したレリーフ(浮き彫り)構造で、これは作品をよりダイナミックなものにしています。

陶とステンドグラスをパブリックアートの素材に選んだのは、ステンドグラスは当然ですが、陶も釉薬をかけた後、1300度もの高温で焼成するため表面がガラス化して、作品が半永久的に残るからです。

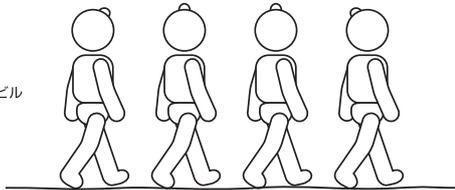
「文化による国造り」を掲げる協会が、パブリックアートの普及に取り組み理由は二つあります。一つは都市における公共空間を居心地のいい場所にする事です。人々が集い、寛ぎ、交流する場になってほしいと思っています。もう一つは、人々の中に文化芸術への愛着や親しみを醸成する事です。

進化するOOH。



メディア開発力のNKB。

〒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/>



INTERACTIVE COMMUNICATION

NKB INC.

米国の都市計画の専門家ケヴィン・リンチはその著作の中で、「都市の風景にはいろいろな役割があるが、その一つは人々に見られ、記憶され、楽しまれること」と述べていますが、これはパブリックアートの意義を端的に表現した言葉でもあります。ひとことで言うなら、優れたパブリックアートは人々に愛される素晴らしい都市のランドマークとなるということです。

美術館で個人が美術品を鑑賞するのは違って、パブリックアートは不特定多数の人に働きかけます。その結果、面白い関係がアートと人々の間には生じます。

協会は2015年、仙台空港に漫画家、大友克洋氏の原画による陶板レリーフ「金華童子風神雷神ヲ従エテ波濤ヲ越ユルノ図」を設置しました。風神雷神を引き連れた少年が波濤を越えていく構図の作品で、3.11を踏まえ、大友さんは「困難にも勇気をもって立ち向かって行ってほしい」との願いを込めました。

除幕式の後、空港に来ていた子どもたちが作品に触ったり、作品の中の子供のポーズを真似したりして遊んでいました。陶板作品は触ることもでき、これが作品をより身近なものにしていたのです。「嬉しいですね。どんどん触って遊んでほしい」と大友さんは目を細めていました。



陶板レリーフ「金華童子風神雷神ヲ従エテ波濤ヲ越ユルノ図」

※この作品は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け整備されたものです。

また立川駅では毎年秋、地域のボーイスカウトが駅員さんと一緒に、改札横の陶板レリーフ「光と緑の祀り」の清掃活動をしています。これもパブリックアートと人の面白い繋がりです。

パブリックアートの効果について、ノーベル化学賞受賞者で文化に造詣の深い野依良治氏は「パブリックアートが設置されることで、その建物の価値が20～30%は上がります」と興味深い指摘をされています。

先の虎ノ門ヒルズ駅で言うならば、ステンドグラスが付けられたことで、駅ビルの付加価値が上がったということです。作品を見に人が訪れ、SNSに作品の写真がアップされ、また雰囲気が良くなることで人々の回遊性が高まるなど、さまざまなプラスの効果が生まれるのです。

いまパブリックアートで地方興し、国造りを、というのが世界的なトレンドになっています。フランスは戦後、公共建築費の1%をアートに割く「1%フォー・アート」を最初に取り入れた国で、これを財源にパブリックアートを各地に広げてきました。いまでは欧州諸国や米国でも、この制度がパブリックアート振興の駆動力になっています。

アジアでは台湾が「1%フォー・アート」を早くから採用し、台湾各地に設置されたパブリックアートを巡るのが観光コースになっています。この制度を利用して作られた日本人アーティストの作品も台北市内などに飾られています。

日本は残念ながら「1%フォー・アート」がまだ法制化されておらず、パブリックアートは民間が担っているのが実情です。都市の魅力作り、建造物の付加価値の向上、そして内外の観光客の誘致……。パブリックアートは経済と文化の良き循環を生み出すことを知って頂ければと思います。

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/>

## 東京都 規定改正により、都内を走行する都外ナンバーの 広告宣伝車に適用される規制の概要

### (1) 都内を走行する際に許可申請手続が必要となる。

- 屋外広告物許可申請（都条例第15条第4号、第23条、第29条、都規則第1条等参照）
  - ・屋外広告物許可申請書を提出し、許可を受けなければならない。
  - ・許可申請の際、手数料を納付しなければならない。
  - ・許可申請前に、公益社団法人東京屋外広告協会によるデザイン自主審査を受けることが求められる。

### (2) 都条例に定める車体利用広告の規格の遵守が必要となる。

- 車体の外面への表示・設置が禁止される広告物（都規則別表第36（一）参照）
  - ・電光表示装置等により映像を映し出すもの（LEDビジョン等）など、運転者の注意力を著しく低下させるおそれのある広告物
  - ・運転者をげん惑させるおそれのある発光し、蛍光素材を用い、又は反射効果を有する広告物
  - ・車体の窓又はドア等のガラス部分に表示する広告物
- 広告宣伝車の規格（都規則別表第36（四）参照）
  - ・「自動車検査証に記載される車体の形状（道路運送車両法施行規則第35条の3第1項第7号に規定する車体の形状をいう。）に放送宣伝車と記載されている自動車」
  - ・消防自動車又は救急自動車と紛らわしい色の使用禁止

### (3) 屋外広告業の登録が必要となる。

- 屋外広告業の登録（都条例第39条参照）
  - ・都内において、広告物の表示又は広告物を掲出する物件の設置を行う営業を行う法人又は個人は、屋外広告業の登録を受けなければならない。営業所を都内に有していない場合であっても、都内で上記営業を行う場合には登録が必要。

### (4) 許可取消、行政措置命令や罰則の適用を受ける。

- 監督（都条例第31～第33条参照）
  - ・許可を受けた広告宣伝車が、景観若しくは風致を著しく害し、若しくは公衆に対して危害を及ぼすおそれがあると認められるに至ったときや許可申請書に虚偽の事項があったときは、許可権者は、許可を取り消し、又は当該広告物の表示者等に対して、改修、移転、除却等の措置を命ずることができる。
  - ・都条例又は都規則に違反した広告宣伝車があるときは、当該広告物の表示者等に対して表示の停止や改修、移転、除却等の措置を命ずることができる。知事は、命令を受けた広告物の表示者等が、正当な理由なく当該命令に従わなかったときは、その旨を公表することができる。
- 罰則（都条例第68～第71条参照）
  - ・広告宣伝車に広告を表示して無許可で走行した者、許可後に無許可で広告の表示内容を変更した者、措置命令に違反した者、登録を受けずに屋外広告業を営んだ者等は、30万円以下の罰金に処する。
  - ・屋外広告業の登録事項の変更の届出をしなかった者等は、20万円以下の罰金に処する。
  - ・屋外広告業の廃業等の届出を怠った者等は、5万円以下の過料に処する。



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

## 東京屋外広告協会 広告宣伝車自主審査基準

当協会では都市景観との調和や道路交通の安全への配慮の観点から、バス、電車、タクシー、広告宣伝車のラッピング広告のデザイン審査事業を行っております。

デザインの作成、申請にあたっては、下記、「広告宣伝車自主審査基準」に加え、「車体利用広告デザイン自主審査基準（車体共通）」、「申請にあたっての注意事項」も併せてご参照ください。

URL <http://www.toaa.or.jp/shatai/standard.shtml>

### 【デザイン審査基準】

広告宣伝車車体利用広告のデザインは、東京都屋外広告物条例及び施行規則ならびにその他の関係条例、規則を遵守するため、下記にある車体利用広告自主審査基準に基づきデザインを審査いたします。

#### 1. 基本方針

- (1) 交通安全に配慮したデザインとすること。
- (2) 公共空間に相応しいデザインとすること。
- (3) 街区の景観に配慮したデザインとすること。
- (4) 街区の賑わいに資する洗練されたデザインとすること。
- (5) 年齢、性別に係らず人々に不快感を与えないデザインとすること。
- (6) 社会的弱者に配慮したデザイン及び広告方法とすること。

#### 2. 広告の表示内容

##### (1) 基本的事項

- ① 公序良俗に反しないこと。
- ② 基本的人権を損なわないこと。
- ③ 消費者保護の観点から適切な内容とすること。
- ④ 児童及び青少年保護の観点から適切な内容とすること。

##### (2) 制限すべき表示内容

- ① 虚偽または誇大な表示。
- ② 根拠の無い最高、最大等の断定的表示。
- ③ 根拠の無い効果、効能の表示。

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

- ④ 根拠の無い比較広告による表示。
- ⑤ 責任所在が明確でない表示。

### 3. 広告デザインに関する基準

#### (1) 基本的事項

- ① 公序良俗に反しないこと。
- ② 公衆に対し、不安、不快の念を与えないこと。
- ③ 暴力、犯罪など反社会的行為を誘発、助長させる恐れのないこと。

#### (2) 交通安全面から特に配慮、規制すべきデザイン

- ① 信号機または道路交通標識等の効用を妨げるデザインでないこと。
- ② 人や商品等が車道に飛び出すように見えるデザインでないこと。
- ③ 自動車運転者等の距離感や平衡感覚を惑わすデザインでないこと。  
(例えば渦巻き模様、チェック柄、水玉模様など)
- ④ 自動車運転手等の注意力を散漫にさせるデザインでないこと。  
(例えばコマ割り漫画、図柄や文章が分散したレイアウトなど)
- ⑤ 過度に鮮やかな模様、色彩が使用されていないこと。
- ⑥ 文字表記が多く読ませる形式になっていないこと。
- ⑦ 絵柄や文字が過密でないこと。
- ⑧ 身体の一部(目、口、鼻等)を異常に強調していないこと。
- ⑨ 車体正面(運転者面)の広告宣伝のデザイン表示は、対向車の車両運転者や対向する歩行者の注意力を散漫にする恐れがあるので、極力抑えた表現にすること。
- ⑩ 車体後面の広告宣伝のデザイン表示は、後続する車両運転者の注意力を散漫にする恐れがあるので、極力抑えた表現にすること。

#### (3) 景観面から特に規制、配慮すべきデザイン

- ① 文字を出来るだけ少なく、絵や写真でイメージを伝えるデザインとすること。
- ② 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲(地色、図色の20%超)に使用しないこと。
- ③ 著しくどぎついデザインや、くどいデザインを使用しないこと。

#### (4) 自主規制すべき事項

- ① 広告表示面への照明は、出来るだけ明るさを抑え、点滅は禁止とする。
- ② 広告表示を目的とした走行は、人々の生活時間帯に配慮すること

**KING  
PRINTING  
CO.,LTD.**

**The Visual Communication Company**

---

□ 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

## 理事会・各委員会報告

## 2023年度第3回理事会開催

3月12日13時30分からAP東京丸の内において、2023年度第3回理事会を開催しました。

開会にあたり、大島会長から「本年は能登半島地震という自然災害での年明けとなりました。能登半島を中心に大きな揺れや津波によって広い地域で被害が発生し、現在も懸命な復旧作業が続いております。被災地の一日も早い復興を願うばかりです。首都圏においても関東大震災から100年が経過しましたが、発生が想定される首都直下型地震への備えの重要性を改めて感じております。本日は、来年度の事業計画や予算等を審議いたしますので、ご協力をよろしくお願いいたします。」との挨拶がありました。



理事会には理事17名、監事3名が出席し、定足数を満たしている旨事務局から報告後、大島会長の議事進行により会議が進められました。先ず2月21日に開催された総務委員会において、理事会で諮る事項について検討を行った旨稲川総務委員長から報告がありました。その後、議事に入り、2024年度事業計画（案）、収支予算（案）・資金調達及び設備投資の見込みについて、事務局から説明後一同に諮られたところ満場一致で決議され、また、第96回定期総会が6月17日に開催されることが決定しました。続いて、報告事項では理事の辞任（岸且哲理事・弘亜社執行役員メディアリレーション本部長・2月29日付）について事務局から、その後、車体利用広告デザイン審査委員会の活動について福山デザイン審査委員長から報告がありました。最後に事務局から代表理事及び業務執行理事の業務執行状況、今後のスケジュールについて報告がなされ、滝副会長の閉会挨拶で理事会は終了しました。

## 各委員会の報告

**TOAA レポート編集小委員会**（広報委員会編集小委員長：中村晃理事・日交社長）は、10月23日（第3回）、3月6日（第4回）に編集小委員会をオリコム会議室で開催し、特集記事、1月号及び5月号の紙面構成について検討を行いました。

**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）は、2月1日（第3回）にAP東京丸の内で開催しました。内容は、「広告宣伝車に係る都規則の改正内容」について東京都から説明を受けた後、車体利用広告デザイン自主審査基準の修正について協議を行いました。これまで同委員会で修正を検討していた項目に加え、12月26日の東京都広告物審議会答申～広告宣伝車に対する規制について～を踏まえ、①デザイン自主審査基準（車体共通）、②デザイン審査申請時の注意事項、③広告宣伝車自主審査基準、それぞれの修正案について協議を行いました。

**総務委員会**（委員長：稲川一常任理事・文宣社長）は、2月21日にAP東京丸の内で開催し、第3回理事会で審議予定の2024年度事業計画（案）、収支予算（案）等の議件並びに報告事項について審議を行いました。

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/>

## 2024年度事業計画

### 【基本的考え方】

わが国の社会経済は、3年超にわたるコロナ禍を乗り越え、正常化に向けて動き出したことで、国内景気は緩やかに改善しています。企業収益の回復に伴い、設備投資や賃上げなどの勢いが増し、成長と分配による経済の好循環につながる事が期待されます。また、インバウンドの大幅な回復により、2023年度の訪日外国人旅行消費額は5兆円を超え過去最高に達するなど、人流の増加とともに国内消費も堅調な推移が見込まれています。一方、世界経済は、金融政策の引き締め、貿易や投資などが低迷する中、長期化するロシアによるウクライナ侵攻、中東情勢など下振れリスクとなる要因も抱えております。

広告業界は、屋外広告を中心に売上げが前年を上回る水準で推移しておりますが、足元では資材高、人手不足など経営を圧迫する課題を抱えております。そのような中、裸眼3D映像やディスプレイとデジタルネットワークの活用、広告ジャック、応援広告など様々な手法が展開され屋外広告の発展に向けて取組みが行われています。

このような状況を踏まえ、当協会においては公益の観点から時宜に応じた活動を積極的に展開してまいります。事業活動として、車体利用広告デザイン審査事業におけるデザイン審査の質の向上を図るとともに、本年は隔年開催となる第14回東京屋外広告コンクールを実施いたします。特に、デザイン審査事業については、都外ナンバーの広告宣伝車に対する東京都規則の適用が開始されることから、同改正に対応すべくデザイン審査の適切な運用に向けて取組んでまいります。また、各委員会活動においても充実を図り、会員や業界のニーズに沿った事業を展開してまいります。

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14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の展示など広く周知に努めます。なお、今回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6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。

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>

## 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、経済や社会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審査事業

東京都知事が指定した「車体利用広告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。

審査件数はコロナ禍以前の水準に戻っており、さらに本年度は都外ナンバーの広告宣伝車に対して東京都の規制が適用になることから増加が見込まれます。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立ち、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」の発行（年3回）

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

東京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、会員相互の交流機会の創出及び関係機関との連携を図ります。

## 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屋外広告業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、当協会の活動を広くアピールするように努めます。

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>

2024年度収支予算

2024年4月1日～2025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	300	0	300
① 特定資産受取利息	0	0	0	0	300		300
受取入金	6,000	6,000	1,200	1,200	12,800	0	20,000
① 入会金	6,000	6,000	1,200	1,200	12,800		20,000
受取会費	2,856,000	2,856,000	571,200	571,200	6,092,800	0	9,520,000
① 法人会員受取会費	2,520,000	2,520,000	504,000	504,000	5,376,000		8,400,000
② 個人会員受取会費	120,000	120,000	24,000	24,000	256,000		400,000
③ 団体会員受取会費	216,000	216,000	43,200	43,200	460,800		720,000
④ 賛助会員受取会費	0	0	0	0	0		0
事業収入	6,270,000	6,270,000	350,000	350,000	0	0	6,620,000
① 広告料収入	665,000	665,000	0	0	0		665,000
② 行事参加費収入	75,000	75,000	350,000	350,000	0		425,000
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	1,530,000	1,530,000	0	0	0		1,530,000
⑤ 車体利用広告デザイン審査事業収入	4,000,000	4,000,000	0	0	0		4,000,000
雑収入	0	0	0	0	40	0	40
受取利息	0	0	0	0	40		40
<b>経常収益計</b>	<b>9,132,000</b>	<b>9,132,000</b>	<b>922,400</b>	<b>922,400</b>	<b>6,105,940</b>	<b>0</b>	<b>16,160,340</b>
(2) 経常費用							
事業費	9,777,665	9,777,665	706,527	706,527		0	10,484,192
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	333,200	333,200	9,300	9,300			342,500
外注費	3,550,000	3,550,000	0	0			3,550,000
会議費	1,472,000	1,472,000	563,050	563,050			2,035,050
旅費交通費	566,624	566,624	14,683	14,683			581,307
通信運搬費	499,441	499,441	33,594	33,594			533,035
消耗品費	68,400	68,400	1,500	1,500			69,900
光熱水料費	15,360	15,360	960	960			16,320
賃借料	2,028,029	2,028,029	126,752	126,752			2,154,781

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

**IGF 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

## 2024年度収支予算

2024年4月1日～2025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			
リース料	555,456	555,456	34,716	34,716			590,172
委託費	760,000	760,000	0	0			760,000
雑費	93,312	93,312	5,832	5,832			99,144
管理費					2,859,118	0	2,859,118
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					122,500		122,500
外注費					74,250		74,250
広告宣伝費					55,000		55,000
交際費					30,500		30,500
会議費					391,450		391,450
旅費交通費					197,834		197,834
通信運搬費					123,106		123,106
消耗品費					4,500		4,500
光熱水料費					2,880		2,880
賃借料					380,255		380,255
リース料					104,148		104,148
諸会費					15,000		15,000
委託費					492,600		492,600
雑費					17,495		17,495
<b>経常費用計</b>	<b>13,229,822</b>	<b>13,229,822</b>	<b>874,787</b>	<b>874,787</b>	<b>2,859,118</b>	<b>0</b>	<b>16,963,727</b>
評価損益等調整前当期経常増減額	△ 4,097,822	△ 4,097,822	47,613	47,613	3,246,822	0	△ 803,387
評価損益等計	0	0	0	0	0	0	0
当期経常増減額	△ 4,097,822	△ 4,097,822	47,613	47,613	3,246,822	0	△ 803,387
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
法人税、住民税及び事業税	0	0	0	0	0		0
当期一般正味財産増減額	△ 4,097,822	△ 4,097,822	47,613	47,613	3,246,822	0	△ 803,387

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

## 日本のサインと空間デザイン

～今ある資源を活用して装飾するリユース特化型装飾事業～

昨年11月30日から12月25日にアドベンチャーワールド（和歌山県白浜町）で実施されたクリスマス装飾「As the part of the circle」【装飾ディレクション：(株)LINO】では、コロナ禍を経て回収された再利用のできないアクリルパーテーションや、海洋プラスチックなどの資源を活用し装飾（リユース特化型装飾事業）が行われた。

これは、飛沫防止パーテーションの循環的な利用を提案するべく立ち上がったプロジェクト。



出典 月刊 Signs & Displays 2024年2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

第3回車体利用広告デザイン審査委員会 AP東京丸の内  
2024年2月1日(木)

第3回総務委員会 AP東京丸の内  
2024年2月21日(水) 13時30分～14時30分

第3回理事会 AP東京丸の内  
2024年3月12日(火) 13時30分～14時30分

#### ◆会議・行事等予定

2023年度監事会 AP東京丸の内  
2024年5月8日(水) 14時00分～15時00分

第1回総務委員会 AP東京丸の内  
2024年5月14日(火) 13時30分～14時30分

第1回理事会 AP東京丸の内  
2024年5月27日(月) 13時30分～14時30分

第96回定期総会 AP東京丸の内  
2024年6月17日(月) 15時～17時

<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

〒101-0064 東京都千代田区神田猿樂町2-7-6 TK猿樂町ビル2階 TEL.03-6772-2700(代) FAX.03-6772-2707

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