

〒514-0009
津市羽所町 545番地
TEL 059-225-4735
FAX 059-229-8174



2003年 9月 1日
はがき会報 第45号
発行 第一部会
情報文化委員会

屋外広告業界の課題 (その3)

前回「その2」において述べた屋外広告業

の分割化と、法的身分の認知について触れてみたい。

屋外広告業は、いう迄もなく建設業における領域に分類され、その業種は様々な職種(塗装・鳶職・畳・建具・ふすま・大工・屋根・土工・電気等)によって形成されており、各々業種の身分の保証は国の制度によって認知されているが屋外広告業としては法的に認知されていない。

本来、技術・技能を伴う加工業、或いは製作業に位置する業種が、はり紙、はり札等の広告物と、同じ扱いというのは些か疑問である。果たして、その理由に何があるというのか、例えば、屋外広告物の内面である製作工程は、外面の広告行為に比べて、その認識度が低く「黒子」的要素が強いため、その存在的価値が認められなかった結果において、置き去りになったのかそれとも、他に何らかの理由によるものかは定かではない、そのため多くの皆さんの議論をまつところである。

さて、屋外広告物を取扱うものに広告代理店がある。彼らはマス媒体から屋外広告物、或いはイベントに至るすべてを取扱っているが、製作については第三者に依存しており広告行為における区分は、前回「屋外広告業の分割化」で述べた第1種屋外広告業としてなら納得のいくところである。

最近では異業種からの参入が増えつつあり、特に印刷関連等からの参入が多いと云われているが、取扱いという観点からは前者と同じ区分である。また、広告物を製作していたがその営業過程において自社の屋外広告媒体を所有するに至った広告代理店もある。

これらは前者とは異なり、内面的要素が強く広告物製作者として、第2種屋外広告業の区分に認知するべき事業所である。何れにしても、営業活動が優先の屋外広告物取扱い事業者や広告代理店の下支えをしているのが、熟練した技能を必要とする屋外広告物製作者の方である。この他にも様々なかたちで屋外広告物業に取組んでおられる事業所もある。

単に屋外広告業といえども掘り下げてその内容を検証するといくつかの営業形態であることを認識することができる。今更と言う感もないではないが、屋外広告業の法的身分の認知と屋外広告業の「分割化」を強く望むものである。

その業種に対して身分の保証をすることによって解決するものに、指名入札時の業種の区分があげられる。

現行法では建設業種における雑工事であると同時に、指名入札においては、物販業種扱いであるため常に他業種との競争を余儀無くさせられている。元来屋外広告業は地域密着型の少量・多品種・受注生産型であり、製作を必要とする業種である。既製品のように右から左へ販売するものとは些か異なる。設置を伴う広告物は高度な知識や技能を必要とする。

確かに大量に生産されているものもあるが、そうした広告物等を受注する場合は例外として、屋外広告業者でない他の業種との競合は、避けることができない。それらは、制度に起因するものである。

また、元請からの二次的受注に甘んじなければならない現実がある。確かにプランから施工に至る総合計画によるものが多く、一概に分離発注と言う訳にはいかないが、少なくとも自治体の受注については、できるかぎり発注の形態を直接のものになる環境整備をするべきである。

なお、我々の業種は、あらゆる大型の屋外広告物から名札にいたる小さなものまで、全ての業界において社会的、かつ産業に多大な貢献をしてきた。今後においてもその社会的使命は変わることなく続くものと思われるが、その業種に身分の認知がされていないことはいかにも不思議でならない。

誠に遺憾と言わざるを得ない国の認識不足か、はたまた業界が国に働きかけなかった怠慢か、或いは他に起因するものか、それを認識するには、半世紀に及ぶ業界の歴史をひも解いて見るに値するものかどうか疑問である。

しかし、屋外広告業界の今後を占う上で、業種の認知と屋外広告業の分割化は重要なキーワードである。何れにしても業界の発展と繁栄を願う者にとって、制度の改革が地位の向上と社会への貢献につながるならばと思うのも必然ではないだろうか。

第45回サイン&ディスプレイショウ開催

8/28~30

東京ビックサイト 東京国際展示場 西3・4ホールにおいて第45回サイン&ディスプレイショウ・東京都(共催)・日広連・関東地区連(後援)が開催された。

此の日は4階会議室において、日広連・情報化推進専門委員会が開催され sign-biz・ブランドの物販について、コンソーシアムの設置について、日広連認定制度とその基準について協議した。特に物販については、100品目を販売目標に将来への本格的なネット販売の基礎を確立することを目指して事業の推進を図っており、事業厚生委員会との調整を残すのみとなっている。