



# 東広会ニュース

## 3月号

2014年(平成26年)

Vol.117

発行所 東京都渋谷区恵比寿南1-5-5  
JR恵比寿ビル10F

東日本鉄道東京広告会

電話 03(5447)7928

E-MAIL info@tokokai.jp

## 「J企」感謝の夕べ2014」開催

J企主催の「感謝の夕べ2014」が、日(火)17時30分から盛大に開催された。

「感謝の夕べ」は、この1年間J企の交通媒体の販売に尽力していただいたことに感謝を込めて、J企が契約する広告会社を招待し毎年開催されている。

会に先立ち、小暮和之J企社長は「今日は年度末のご多用中の所を『感謝の夕べ2014』にお越しいただきましてありがとうございます。日頃は弊社の様々な施策に御協力いただきまして誠にありがとうございます。今日は3月11日ということで私も2時46分に、黙とうをさせていただきますが、そういう日に皆様と共に楽しい宴をしていいものだろうか若干後ろめたい思いもありますが、震災の復興・支援は、これはこれでしっかりやる。楽しむときは楽しみ、感謝申し上げます。今日は感謝申し上げます」とのこと



挨拶する小暮和之J企東日本企画代表取締役社長



挨拶する橋修取締役交通媒体本部長

す。来年度は南武線にも導入され首都圏で8線区、25,000面を超える「トレインチャンネル」を展開することになります。また既存媒体についても全面的、計画的にリニューアルを行っていくということで着手している所でございます。デジタルサイネージということで、首都圏に比べ地方の展開が少し遅れておりましたが、地方版のローコストの地方のニーズにあったデジタルサイネージを計画的に展開していきたいと思っております。またコンテンツについても視認性を高めるようなお客様にとって見る価値のあるコンテンツを提供し、広告との運動効果を高めてまいりたいと思っております。いろいろと新たなプロジェクトの立ち上げも含めて計画を練っている所でございます。来年、皆様との場でお会いする時には、一段と違った姿をお見せできるのかなと内心楽しみにしている所でございます。今日は限られた時間ではございますが、今年は少し趣向を変えましたアトラクションもございますので、ぜひ最後までお楽しみいただければと思います。」と挨拶した。

挨拶の後、新年度に向けたJ企の計画「交通広告Re-DESIGN計画」のプレゼンテーションが行われた。閉会の挨拶では、橋修取締役交通媒体本部長より、2013年度の概況と2014年の目標についての説明が行われた。

懇談会では、昨年と趣向を変えた抽選会が行われ、会場は大いに盛り上がり、親睦と交流がはかられた。

## トレインチャンネルで花粉情報コンテンツを放映!

トレインチャンネルで花粉指数情報  
が放映された。

広告主は大正製薬で、「パブロン鼻  
炎カプセルS」の商品告知が行われ  
た。

今回の展開は、一般財団法人日本  
気象協会発表の花粉情報を商品情報  
とともに地図形式で表示し、直後に  
商品CMが放映されるもので、山手  
線等で電車利用者の注目を浴びた。  
展開期間は2月17日(月)から3月2  
日(日)まで。



トレインチャンネル「花粉情報コンテンツ」

## 山手線10編成において車体広告展開を実施!

山手線10編成を使用した車体広告  
の展開が実施された。

広告主は、楽天カードである。

今回の展開は、1編成の車体を1  
つの広告主でジャック展開できる車  
体広告を山手線で10編成実施したも  
ので、このインパクトのある展開は  
山手線利用者の注目を浴びた。

この山手線10編成の車体広告が行  
われた期間は2月15日(土)から3月19  
日(水)まで。



山手線車体広告

## 山手線他5路線で中づりジャック展開を実施!

山手線、中央線快速、中央総武線  
各駅停車、埼京線・りんかい線、京浜  
東北線・根岸線で中づりジャック展開  
が実施された。

広告主はJ-KK東京(東京都住宅供  
給公社)で、「春の賃貸キャンペーン」  
のPRが行われた。

今回の展開は、山手線他5路線に  
おいて1編成全ての中づりをジャッ  
クするというインパクトあるものと  
なっており、各路線利用者の注目を  
浴びた。

展開期間は2月18日(火)から3月2  
日(日)まで。



中づりジャック展開

## 女性専用車中づりジャック展開を実施!

中央線快速、中央総武線各駅停車、  
埼京線・りんかい線、京浜東北線・根  
岸線、常磐線各駅停車、青梅線・五日  
市線、つくばエクスプレスの女性専  
用車両で中づりジャック展開が実施  
された。

広告主は生活協同連合会で、「パル  
システム」のPRが行われた。

女性専用車両というターゲットが  
明確な車内の中づりすべて同一の広  
告主でジャックすることができると展  
開は、女性専用車両利用者の関心を  
集めた。

展開期間は3月3日(月)から3月9  
日(日)まで。



女性専用車中づりジャック

## 交通広告共通指標策定調査結果から「交通広告効果」を発表！

「公益社団法人日本鉄道広告協会」

「一般社団法人日本広告業協会」及び

「関東交通広告協会」の3団体は、交

通広告アカウンタビリティ向上を目的に、2013年5月に「交通広告共

通指標推進プロジェクト」を立ち上げ、交通広告効果の共通指標整備を

開始しているが、今年度は「車両広告

媒体」に関する調査を実施しており、

その調査結果から得られた「交通広告

効果」の知見について以下のような報

告が発表された。

◇「交通広告は購買行動のすぐそばに

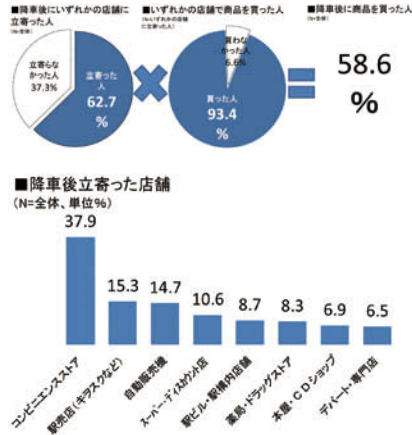
ある協力的なメディアである」

電車の降車後に、実際にどこかの

店舗で立ち寄った人は全体の6割以上を占めており、そのうちいずれかの

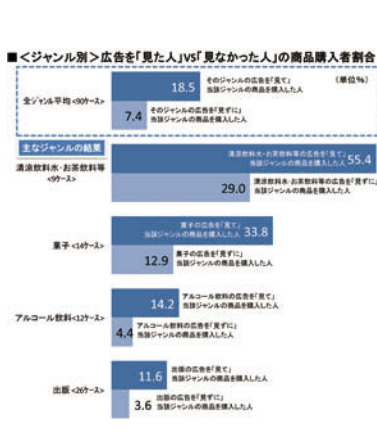
店舗で商品を買った人は9割を超え、約6割の人が電車を降りた後で

商品を購入していることになる。



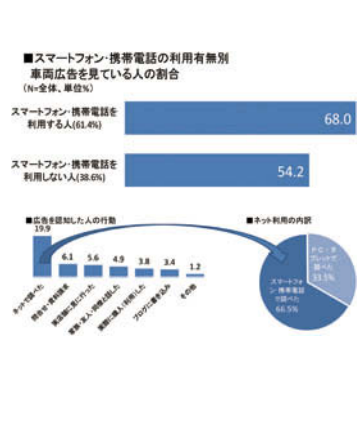
◇「車両広告は購買を喚起する媒体である」

車両広告を見た人と見なかった人で同じジャンルの商品を購入した割合を比較したところ、いずれのジャンルにおいても「車両広告を見た人」のほうが「車両広告を見なかった人」を大幅に上回っていることがわかった。



◇「車両広告はスマートフォン・携帯電話と親和性の高い媒体である」

乗車中にスマートフォン・携帯電話を利用する人のおよそ7割が、車両広告も同時に見ていることがわかった。



東京中央通路電照デジタルシートセット

東京中央通路電照デジタルシートセットを展覧！

東京中央通路電照デジタルシートセットを使った広告展開が実施された。

広告主はミズノで、「MIUZUNO CROSS TIE 2014 Spring & Summer Collection」のPRが行われた。

今回の展開は、東京駅中央通路において、J・ADビジョン14面とシート広告14面を同時に活用して集中展開するインパクトのある展開が行われ、東京駅利用者の関心を集めた。

展開期間は2月24日(月)から3月2日(日)まで。



新橋駅地下通路電照デジタルシートセット

新橋駅地下通路電照デジタルシートセットを展覧！

新橋駅地下通路電照デジタルシートセットを使った広告展開が実施された。

広告主は日本経済新聞社で、「日本経済新聞電子版」のPRが行われた。

新橋駅地下通路電照デジタルシートセットは、新橋駅汐留口改札外地下通路においてJ・ADビジョン10面とシート広告10面を同時に展開できるインパクトの高い広告訴求が可能なメディアであり、新橋駅利用者の関心を集めた。

展開期間は3月3日(月)から3月9日(日)まで。

