



# 東広会ニュース

## 1月号

2015年(平成27年)

Vol.127

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

## 新春を祝う「賀詞交歓会」開催

新年恒例の東広会主催「平成27年新年賀詞交歓会」を1月6日(火)18時から飯田橋のホテルメトロポリタンエドモントで開催した。

交歓会には、東日本旅客鉄道(株)常務取締役事業創造本部長一ノ瀬俊郎様、同執行役員事業創造本部副本部長 日野正夫様、同事業創造本部事業推進部門部長 平山惣一郎様、(株)ジェイアール東日本企画常務取締役交通媒体本部長 橋 修様、(株)東京メディア・サービス代表取締役社長 佐々亭様、公益社団法人日本鉄道広告協会会長 今木甚一郎様はじめ多数のご来賓をお迎えし、総勢約300名の参加者が懇親を深め、新年に相応しい賑わいで盛大な交歓会となった。

会場では、壇上での挨拶に代え一ノ瀬俊郎JR東日本常務取締役、小暮和之東広会会長の「新年のごあいさつ」が配られた。(挨拶文掲載)



新春を祝い、乾杯の音頭をとる  
JR東日本 一ノ瀬常務取締役

東日本旅客鉄道(株)常務取締役  
事業創造本部長  
**一ノ瀬俊郎様のごあいさつ**

新年にあたりまして、年頭のご挨拶を申し上げます。

旧年中は格別の御高配を賜り有難うございました。また、日頃よりJR東日本ならびに弊社交通広告をご利用いただきまして、誠にありがとうございました。心から御礼申し上げます。

弊社の昨年を振り返りますと、4月以降は消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動が見られましたが、安全・安定輸送の確保とお客さま満足の上を目指るとともに、新幹線・在来線ネットワークの利用促進策の展開やインバウンドのお客さまの増加もあって、鉄道運輸収入は好調に推移しました。

交通広告においては消費増税の先送りや実質GDPのマイナス成長などの社会情勢もあり、先行き不透明な状況が続きました。

弊社としては、昨年2月には横浜線、10月には南武線にE233系新型車両を導入しまして、トレインチャンネルの導入拡大を進めてまいりました。本年3月からは北陸新幹線金沢開業ならびに上野東京ライン開業により、鉄道ネットワークの利便性を高めていくことで、より一層交通広告の媒体価値を高めていきたいと考えております。

弊社は、経営構想「グループ経営構想V」限りなき前進」を策定し3年目となります。信頼される生活サービス創造グループを目指して、究極の安全・サービス品質の改革・地域との連携強化といった「変わらぬ使命」を果たし続けます。また、技術革新・グローバル化を推進することでグループの「無限の可能性」を追求し続けます。

今後も、本日お集まりいただいている皆様に引き続きご愛顧いただける商品企画や次世代の広告媒体の開発に、なお一層邁進していくことをお誓い申し上げます。本年も何卒ご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

皆様のご健康と各社様の益々のご発展を心より祈念し、新年のご挨拶とさせていただきます。

東日本鉄道東京広告会会長  
小暮和之あつち

2015年の年頭にあたり、一言ご挨拶を申し上げます。  
旧年中は東日本鉄道東京広告会の活動に格別のご高配を賜り、誠にありがとうございました。

昨年1年間の経済状況を振り返りますと、3月までの景況が4月の増税を境に一変し、5月以降の戻り基調も夏場以降一進一退の様相となり、薄氷を踏む思いのまま年末を迎えたというのが実感であったように思います。



中締めをする東広会 小暮会長

そのような中で、昨年は引き続きデジタルサイネージの設置拡大や既存媒体の価値向上、各種販売施策の拡大などに力を注いでまいりました。

具体的には、J・A・Dビジョンを船橋駅、桜木町駅などに新設し、その結果トータルでは51駅418面まで拡大しました。また、トレインチャネルも横浜線、南武線への導入を行い、すでに導入している山手線、中央線快速、京浜東北線・根岸線、成田エクスプレス、京葉線、埼京線・川越線と併せて8路線24,000面を展開するに至りました。各種商品設定や料金の見直し、ドリームセールなどの販売促進にも各社様の絶大なご協力をいただきながら取り組みました。

また、新たにホームドアシート広告の販売や地方におけるデジタルサイネージの計画的展開、マレーシアにおけるデジタルサイネージの共同展開なども開始いたしました。

本年も鉄道にとつては大きなイベントのある年であり、引き続きクライアント様へ選好されるべく交通広告の価値向上に全力を挙げてまいります。

皆様には本年も何卒ご支援、ご協力のほどお願い申し上げます。皆様のご健勝と各社様の益々のご繁栄を祈念して、新年のご挨拶いたします。

商品パッケージを活用した  
立体的な特殊ステッカーが登場

乗客の視線に入りやすい位置に掲出ができる戸袋ステッカーで、商品パッケージを活用した立体的な特殊ステッカーが展開されている。

広告主はライオンで、「ストップパ下痢止めEX」の商品告知を実施した。戸袋ステッカーに本物の商品パッケージを貼り付けたような立体的なデザインでインパクトのある展開となっており、山手線等の電車利用者の注目を浴びた。  
展開期間は1月1日(木)から1月31日(土)まで。



特殊ステッカー

山手線13編成で  
アドストラップを実施

山手線13編成において、つり革部分に広告展開するアドストラップが実施された。

広告主は明治で、「明治ヨーグルトR・1」のPRが行われた。  
山手線アドストラップは、車内のつり革部分の大半を1つの広告主の広告でジャック展開できるアイキャッチ効果の高いメディアであり、山手線利用者の注目を浴びた。  
実施期間は12月25日(木)から2月14日(土)まで。



山手線アドストラップ

<2014年度 第3四半期 媒体別売上実績>

(単位:百万円)

媒体	第3四半期			4月~12月累計			
	2014年度	前年比	増減	2014年度	前年比	増減	
車両メディア	3線群 中ぶり	1,375	92.9%	-105	4,181	93.6%	-286
	3線群 まど上	1,040	92.3%	-86	3,214	94.5%	-187
	ドア横新B	971	99.4%	-6	3,018	96.0%	-126
	ステッカー	638	93.8%	-42	1,912	98.3%	-32
	東海道/宇都宮・高崎線、 地方線、新幹線 他	299	98.1%	-6	890	99.6%	-4
	ADトレイン等	202	104.1%	8	545	123.2%	103
	車体広告	149	165.7%	59	371	126.4%	77
	トレインチャンネル	1,908	107.3%	130	5,048	104.3%	207
計	6,581	99.3%	-49	19,180	98.7%	-248	
駅メディア	駅ポスター	643	99.4%	-4	1,852	94.8%	-102
	SPメディア	723	115.2%	96	1,939	100.5%	10
	サインボード	1,980	99.1%	-17	5,991	98.9%	-66
	フリーペーパーラック 店舗ラッピング	168	101.9%	3	504	103.1%	15
	J・ADビジョン	415	106.6%	26	1,230	116.6%	176
	デジタルサイネージ	54	99.0%	-1	146	90.1%	-16
計	3,983	102.7%	103	11,661	100.1%	17	
その他(工事 他)	21	62.7%	-13	60	77.0%	-18	
総計	10,586	100.4%	41	30,901	99.2%	-249	

J企「2014年度第3四半期売上」まとまる

J企交通媒体本部の2014年度第3四半期売上は、105億86百万円、対前年100.4%となった。メディア別では、車両メディアは対前年99.3%で、駅メディアは対前年102.7%となった。2014年4月から12月累計では309億1百万円となり、対前年99.2%となった。

■車両メディア(第3四半期実績 65億81百万円、対前年99.3%)

「3線群中ぶり」は出版社の出稿減等により、「3線群まど上」はシングルサイズの出稿減等により、前年度を下回った。「ドア横新B」「ステッカー」は、前年度を下回った。一方で「ADトレイン等」「車体広告」は、山手線への出稿が増加したこと等により、前年度を上回った。

「トレインチャンネル」は、11月下旬から12月中旬にかけての出稿が好調で売上は順調に推移した。10月より南武線の新型車両(E233系)でトレインチャンネル放映が開始された。

■駅メディア(第3四半期実績 39億83百万円、対前年102.7%)

「駅ポスター」は、「一般ポスター」が前年度を下回り、全体では前年度を下回った。

「SPメディア」は、「集中貼り」「SPボード」が前年度を上回り、全体では前年度を上回った。

「サインボード」は、神田・東京駅等で新規計画開発を行った。

「J・ADビジョン」は、販売が堅調に推移しており前年度を上回った。10月から水戸駅で4面、11月から稲毛駅で2面、12月より盛岡駅で4面、新たに設置された。



東京駅丸の内地下通路アドピラー

東京駅丸の内地下改札外でアドピラー広告展開を実施

東京駅丸の内地下中央通路、丸の内地下南口の柱を活用した「アドピラー」のSP広告展開が行われた。

広告主は丸の内商店会丸の内オアゾ商店会で、「丸の内SALE」のPRが実施された。

東京駅丸の内地下通路の柱を1つの広告主で集中的に展開されたSP広告は、東京駅利用者の関心を集めた。あわせて「東京駅集中貼り」の展開も行われた。

展開期間は「アドピラー」集中貼り」とも1月2日(金)から1月8日(木)まで。

