



東広会ニュース

1月号

2016年(平成28年)

Vol.139

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28年「賀詞交歓会」を1月5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 新井健一郎様、(株)ジェイアール東日本企画代表取締役副社長 原口幸様、同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290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。

昨年がたく心から御礼申し上げます。

昨年の世界情勢は、新興国での景気減速や、パリでの同時多発テロ事件発生など、不安定な情勢が続いております。日本国内では訪日外国人のお客さまが過去最高を記録する見込みなど、明るい要素はあるものの、以前として厳しい経済状況が続いております。

弊社の昨年を振り返りますと、北陸新幹線の開業効果やインバウンド需要の積極的な取り込み等により、鉄道運輸収入は好調に推移しているものの、山手線神田・秋葉原間での電化柱の倒壊や京浜東北線・根岸線での架線切断など、お客さまに多大なご迷惑と心配をおかけしており、このような

事態を二度と発生させぬよう全力で対策に取り組んでいるところです。

また、山手線の新型車両E235系につきましては、ご迷惑とご心配をおかけし、大変申し訳ございません。改めてお詫び申し上げます。原因を究明し対策を打って、お客さまが安心できる状態を一日も早く営業運転に再投入したいと考えております。

交通広告においては、2015年度上半期の実質GDPは、前期比でマイナス成長からプラス成長に転じたものの、下期も先行きが明るいと見えない状況です。

弊社としては、3月には北海道新幹線の新函館北斗開業により、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。

経営構想「グループ経営構想V」限りなき前進」を策定し4年目となり、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」を果たすとともに、技術革新・グローバル化の推進を通じたグループの「無限の可能性」の追求のため日々挑戦を続けております。

さらに、今後の重点取組事項として、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて、様々な施策に取り組みます。

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 小暮和之あいさつ

2016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年間の交通広告の状況を振り返りますと、年初は低調だったものの3月は昨年の増税直前の駆け込み需要を上回る活況でした。しかし4月は一転反動増もそこそこで、以後一進一退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。

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



中締めをする東広会小暮会長

存媒体の価値向上、新規媒体の開発などに力を注いでまいりました。

具体的には、J・A Dビジョンのディスプレイ大型化を東京駅中央通路、品川駅自由通路（44面）で実施いたしました。また、トレインチャネルを南武線、常磐緩行線に導入し、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、横浜線と併せて9路線27,000面を展開するに至りました。

また、トレインチャネルのニュース画面下部を活用した新たな広告展開を試行実施いたしました。

各種商品設定や料金の見直しなどによる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、ホームドアシート広告を池袋駅、有楽町駅、田町駅など7駅で展開しました。

本年も鉄道にとつては北海道新幹線新函館北斗開業などエポックメイキングな年であり、引き続きクライアント様に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。

東京駅でデジタルサイネージと 駅ポスターセットの集中展開を実施

東京駅において、デジタルサイネージ「東京中央通路電照デジタルシートセット」と駅ポスターセット「東京ブライトピラー」を活用した集中展開が4週間にわたり実施された。広告主はラクスで「楽楽精算」のPRが行われた。

東京駅中央通路において、J・A Dビジョン14面とシート広告14面が同時展開できる「東京中央通路電照デジタルシートセット」と、東京駅八重洲中央改札から中央通路へつながる駅構内通路の柱にB0サイズで

38面のジャック展開が可能な「東京ブライトピラー」において、同一クライアントによる集中展開が同時期に行われた。

東京駅のメインストリートである中央通路をジャックしたインパクトのある今回の展開は、東京駅利用者の関心を集めた。

展開期間は「東京中央通路電照デジタルシートセット」「東京ブライトピラー」とともに、1月4日(月)から1月31日(日)まで。



東京ブライトピラー



東京中央通路電照デジタルシートセット

<2015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		
		2015年度	前年比	増減	2015年度	前年比	増減
車両メディア	3線群 中づり	1,286	93.5%	-89	3,790	90.6%	-392
	3線群 まど上	896	86.2%	-144	2,985	92.9%	-229
	ドア横新B	892	91.9%	-79	2,913	96.5%	-106
	ステッカー	606	95.0%	-32	1,854	97.0%	-58
	東海道 / 宇都宮・高崎線、 地方線、新幹線 他	289	96.7%	-10	858	96.4%	-32
	ADトレイン等	140	69.3%	-62	440	80.8%	-105
	車体広告	117	78.9%	-31	460	124.0%	89
	トレインチャンネル	2,201	115.4%	293	5,714	113.2%	665
計		6,428	97.7%	-154	19,013	99.1%	-167
駅メディア	駅ポスター	636	99.0%	-7	1,848	99.8%	-3
	SPメディア	745	103.0%	22	2,009	103.6%	70
	サインボード	1,936	97.8%	-44	5,882	98.2%	-109
	フリーペーパーラック 店舗ラッピング	173	103.0%	5	527	104.5%	23
	J・ADビジョン	488	117.5%	73	1,338	108.8%	108
	デジタルサイネージ	52	96.5%	-2	143	97.9%	-3
計		4,030	101.2%	46	11,747	100.7%	86
その他（工事 他）		16	72.6%	-6	59	98.8%	-1
総計		10,473	98.9%	-113	30,819	99.7%	-82

J企「2015年度第3四半期売上」まとまる

J企交通媒体本部の2015年度第3四半期売上は、104億73百万円、対前年98.9%となった。メディア別では、車両メディアは対前年97.7%で、駅メディアは対前年101.2%となった。2015年4月から12月累計では、308億19百万円となり、対前年99.7%となった。

■車両メディア(第3四半期実績
64億28百万円、対前年97.7%)

「3線群中づり」「3線群まど上」は、大口出稿の減少等により前年度を下回った。

「ドア横新B」「ステッカー」は、割引販売等により前年度を下回った。

「ADトレイン等」「車体広告」は、前年度を下回った。

「トレインチャンネル」は、企画商品の積極的な販売等により前年度を上回った。12月には南武線、常磐線各駅停車でトレインチャンネルの導入が完了した。

■駅メディア(第3四半期実績
40億30百万円、対前年101.2%)

「駅ポスター」は、「一般ポスター」「セット商品」ともに前年度を下回った。

「SPメディア」は、「SPボード等」「イベント」が前年度を下回ったものの、「集中貼り」「自動改札ステッカー」は前年度を上回り、全体では前年度を上回った。

「サインボード」は、茅ヶ崎駅等で新規計画開発を行い、前年度に引き続き「予約販売」等が実施された。「J・ADビジョン」は、企画商品の積極的な販売等により、前年度を上回った。

上野駅で大型フラッグの
展開を実施

上野駅中央改札外において、大型フラッグが展開された。

広告主はサントリースピリッツ(株)で「角ハイボール缶」のPRが行われた。

上野駅の玄関口である中央改札外の駅空間をジャックしたインパクトのある今回の展開は、上野駅利用者の関心を集めた。
展開期間は12月14日(月)から1月3日(日)まで。



上野駅大型フラッグ

