東日本鉄道東京広告会

東広会ニュース

4月号
2020年（令和二年）
Vol.190

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

第17回定期総会について

東日本鉄道東京広告会「第17回定期総会」を4月17日(金)に予定しておりましたが、3月23日に開催した臨時理事会にて検討した結果、昨今の新型コロナウイルスの影響に鑑み、会員各社様の健康と安全を優先し、第17回定期総会の開催を中止した。

なお、定期総会における議案審議は、書面投票制度を適用し、各種議案の議決権行使書（葉書）による議決投票により、加盟会社136社のうち91社の投票により審議が成立し、全て賛成多数により承認された。

総会にあたり、原口会長より『平素は東日本鉄道東京広告会へ格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。またJR東日本をはじめとする交通広告の販売、価値向上にご尽力賜りあらためて御礼申し上げます。

未曾有の世界的な新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、政府、自治体の自粛要請の拡大・強化が続き、会員社の皆様ならびにご家族の健康を脅かす事態が続いていることから、第17回定期総会ならびに懇親会の開催を中止する苦渋の判断をいたしました。また、本来ならば定期総会の場で、会員社の皆様に決議いただく議案に関して、投票制度を適用し議決権行使書による投票を余儀なくされたことも併せてお詫び申し上げます。

２０１９年度交通広告は、厳しいながらも上期は健闘したものの、10月以降は増税等の影響により5か月連続して対前年に届かず、3月においても新型コロナウイルスの影響を受け、年間累計としては対前年を下回る結果となりました。

一方、２０２０年度交通広告に目を向けると、第１四半期において新型コロナウイルスの影響が本格化してきているのが現状です。そして、7月から予定されていた世界的ビッグイベントが延期されることが決定するなど類例のない事態が発生しており、様々な計画を見直さなければならない状況となっております。

しかしながら、当広告会は、過去においてもリーマンショックや東日本大震災などの困難な状況を、会員社の皆様と結束して、乗り越えて参りました。今回の状況も、今まで培ってきた会員社の皆様の企業推進力や継続する力をもとに、知恵とアイデアを集結し、一致団結することで必ずや乗り越えることができると信じております。当広告会は、この苦境をしっかり受け止め、今、すべきことを会員社の皆様と一緒に考え、難局を乗り越えるべく邁進することをお約束いたします。

現段階では、新型コロナウイルスの収束が見えない状況ではありますが、会員社の皆様とご家族のご健勝をお祈り申し上げます』との挨拶文が掲示された。

２０１９年度事業報告では、世界情勢の不安定さや、日本における消費増税もあり、日本経済は足踏み感があり、近年同様に厳しい情勢でありました。また、交通広告需要においても、インターネット広告の継続的な成長などコミュニケーション環境の変化の中で、下期を中心に厳しい状況が続いた一年でありました。特に、消費増税等による影響により、下期に入り5か月間連続して対前年を下回るなど底冷え感が顕著に伺える状況でありました。さらには、1月下旬から新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、国内外での生活や経済が危ぶまれる状況となりました。

交通広告のトピックスとしては、広告会社向け交通広告デジタルサイネージ入稿データ共有プラットホーム「ＴＡＤＳＳ（タッズ）」が、新たに4月より全国12社が加わり、すでに導入されている首都圏11社局と合わせて全国23社局へ導入が拡大されました。また、デジタルサイネージでは、「Ｊ・ＡＤビジョン新宿駅南口改札内48」が開発され広告放映が開始されるなど、広告業界のデジタルシフトへの対応を着実に進めた一年となりました。との報告があった。

２０２０年度については、今なお影を落としている新型コロナウイルスの影響により、日本を含めた世界経済が混沌としている状況が長く続くのではないかと容易に推測される状況です。また日本にとっても、7月に予定されていた世界的ビッグイベントが延期されるなど類例のない事態となっていることから、期待されていた国内外ならびにインバウンド需要をみなおさなければならない状況下に置かれています。広告需要も同様な状況でありますが、交通広告の優位性や必要性をアピールするなどして、広告需要の掘り起こしを地道に推進するとともに、さらなる媒体価値向上のための取り組みを加速させなければならないと考えます。交通広告のハードとしては、山手線全編成Ｅ２３５系の導入が完了となり、車両デジタルサイネージが大きく前進することとなります。また、大型駅改良が進む中、原宿駅、新宿駅、新橋駅での新たな媒体開発や、ＪＲ横浜タワーの開業などに代表される駅に直結した開発が進むことにより、交通広告の更なるラインナップの充実や価値向上が見込まれます。この状況を踏まえ各委員会ならびに分科会において、㈱ジェイアール東日本企画と連携を密にして販売施策等を協議し、交通広告の価値向上と発展に寄与することを目標とする。との報告があった。

J企交通媒体本部「2019年度年間売上」まとまる

J企交通媒体本部の2019年度の年間売上は410億46百万円で、対前年99.0％となった。メディア別では、車両メディアは対前年99.3％で1億80百万円減、駅メディアは対前年98.5％で2億42百万円減となった。

■車両メディア（実績246億09百万円、対前年99.3％）

『3線群中づり』『3線群まど上』『ドア横新B』は、大口出稿が減少したこと等により上半期・下半期ともに前年度を下回った。

『ステッカー』は、上半期は前年度を上回ったが、下半期は前年度を下回り、全体では前年度を下回った。

『ADトレイン・車体広告』は、積極的な販売により上半期・下半期ともに前年度を上回った。

『車内デジタルサイネージ』は、企画商品等の積極的な販売や「まど上チャンネル」の出稿増等により上・下半期ともに前年度を上回った。コンテンツと広告を組み合わせた「紫外線情報」等の指数連動広告や「トレインチャンネルおすすめNEWS」の展開、「日、英、中、韓の4言語による多言語写真ニュース」の放映等が行われた。また山手線では「まど上チャンネル」「サイドチャンネル」を搭載したE235系新型車両の導入が2020年1月に完了した。

■駅メディア（実績162億29百万円、対前年98.5％）

『駅ポスター』は、上半期・下半期ともに前年度を下回った。商品別では「セット商品」「一般ポスター」ともに前年度を下回った。

『SPメディア』は、上半期は前年度を上回ったが、下半期は前年度を下回り、全体では前年度を下回った。商品別では「SPボード等」が前年度を上回り、「自動改札ステッカー」「イベント」「集中貼り」が前年度を下回った。

『サインボード』は、川崎駅、日暮里駅等で計画開発が行われ、前年度に引き続き「予約販売」等に努めたが、工事支障等の影響により上半期・下半期ともに前年度を下回った。

『駅デジタルサイネージ』は、大型出稿が増加したことや企画商品の積極的販売等により上半期・下半期ともに前年度を上回った。J・ADビジョンでは「モヤっと指数」の準リアルタイム放映や「花粉情報」の指数連動型広告等の展開が行われた。また2019年7月より新宿駅南口改札内で48面、12月よりJR横浜タワーアトリウムで12面、2020年3月より高輪ゲートウェイ駅改札内で4面のJ・ADビジョンの放映が開始された。

<2019年度 媒体別売上実績>

（単位：百万円）

媒体		上半期				下半期				年間			
		2019年度	2018年度	前年比	増減	2019年度	2018年度	前年比	増減	2019年度	2018年度	前年比	増減
車両メディア	3線群 中づり	1,898	2,062	92.0%	-165	1,826	2,075	88.0%	-249	3,723	4,137	90.0%	-414
	3線群 まど上	1,504	1,625	92.6%	-120	1,562	1,760	88.7%	-199	3,066	3,385	90.6%	-319
	ドア横新B	1,739	1,764	98.6%	-25	1,642	1,754	93.6%	-112	3,380	3,517	96.1%	-137
	ステッカー	1,330	1,381	96.4%	-50	1,332	1,364	97.6%	-33	2,662	2,745	97.0%	-83
	ADトレイン・車体広告	674	590	114.3%	84	801	799	100.2%	2	1,475	1,389	106.2%	86
	新幹線・ローカル・他社線	234	194	120.9%	41	182	207	88.2%	-24	417	401	104.0%	16
	車内デジタルサイネージ	4,390	4,097	107.2%	293	5,496	5,119	107.4%	377	9,886	9,215	107.3%	671
	計	11,770	11,711	100.5%	58	12,839	13,077	98.2%	-238	24,609	24,789	99.3%	-180
駅メディア	駅ポスター	951	978	97.2%	-27	1,085	1,167	92.9%	-82	2,036	2,145	94.9%	-110
	SPメディア	1,491	1,358	109.7%	132	1,695	1,878	90.3%	-183	3,186	3,236	98.4%	-51
	サインボード	3,661	3,798	96.4%	-136	3,703	3,776	98.1%	-73	7,364	7,573	97.2%	-210
	フリーペーパーラック 店舗ラッピング	259	274	94.5%	-15	250	270	92.6%	-20	509	544	93.6%	-35
	駅デジタルサイネージ	1,488	1,415	105.2%	73	1,647	1,557	105.7%	89	3,135	2,973	105.5%	162
	計	7,850	7,822	100.3%	27	8,380	8,649	96.9%	-269	16,229	16,472	98.5%	-242
メディア計		19,619	19,534	100.4%	85	21,219	21,727	97.7%	-507	40,838	41,260	99.0%	-422
その他（工事 他）		33	31	109.3%	3	174	171	101.7%	3	208	202	102.9%	6
総計		19,653	19,564	100.5%	88	21,393	21,898	97.7%	-505	41,046	41,462	99.0%	-416

原宿駅新駅舎がオープン

2020年3月21日(土)に原宿駅の新駅舎がオープンした。

原宿駅新駅舎は、線路をまたぐ2階建てで、これまで年始の期間に使用されていた臨時ホームが山手線外回りホームとして使用されている。

新駅舎の建物やコンコースの壁にはガラスが使用され、光が差し込むようになっているとともに、これまでよりコンコースや改札前通路が広くなっており、原宿駅利用者が快適に利用できるようになっている。

原宿駅新駅舎

「車両メディア・駅メディア共通指標推定モデル」を更新

「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「関東交通広告協議会」の3団体で立ち上げた「交通広告共通指標推進プロジェクト」では、交通広告効果の共通指標整備を行い、2019年度に実施した調査結果のデータを加えて分析を実施し、2019年度版の「車両メディア・駅メディア共通指標推定モデル」を発表した。

◇2019年度版「車両メディア・駅メディア共通指標推定モデル」について

「車両メディア」では、調査素材数が少ない「中づり（出版）」以外の5パターンにおいて、直近5年間の調査結果データのみを使用して分析を行い、2019年度版「車両メディア共通指標推定モデル」を更新した。

また「駅メディア（駅ポスター）」では、2013から2019年度に実施した調査結果データをもとに分析を行い、2019年度版「駅メディア（駅ポスター）共通指標推進モデル」を更新した。

この「交通広告共通指標推定モデル」は、複数の説明変数により構成され、各カテゴリーの条件を選定すれは「推定広告到達率」が算出されるものとなっている。

この「共通指標推定モデル」により各ユニットの推定広告到達率を求めることができ、推定広告到達率と当該路線利用人数や当該スポット通過人数の推定値から各ユニットの「推定広告到達人数」を割り出すことが可能となる。

さらに今回の発表に合わせて、「交通広告共通指標調査（2019年度）」からわかった『交通広告とブランド好感度の親和性の高さ』についての報告も行われた。

駅ポスター　平均値 69.5%

1. 分析広告数 131 素材（調査広告数 191）
2. 説明変数「サイズ」「掲出形態」「掲出期間」「TVCM 出稿（直近 1 ヵ月）」「業種」

※業種
・消費財系［趣味レジャー・スポーツ用品］［食品］［飲料・嗜好品］［化粧品・トイレタリー］
・その他：［家電・AV 機器］［エネルギー・原材料・建材］［出版］［金融・保険・証券］

	カテゴリー	カテゴリースコア
サイズ	B2×1	-3.7
	B1×1	-2.2
	B0×1	-1.5
	B0×2-4未満	+0.4
	B0×4-10	+0.7
	B0×12以上	+1.6
掲出形態	一箇所	-0.4
	複数箇所	+1.8
掲出期間	1週間	-1.8
	2週間	+3.4
	2週間以上	+4.3
TVCM出稿	有	+1.9
	無	-0.6
業種※	消費財系	+2.9
	官庁・教育・通信・サービス	+0.2
	不動産・交通	+0.6
	観光・娯楽・放送	-1.2
	流通・通販	-1.9
	その他	+1.9
決定係数		0.45

［ケース7］　平均値 69.5%

<サイズ>	B2×1	-3.7
<掲出形態>	複数箇所	+1.8
<掲出期間>	2週間	+3.4
<TVCM出稿>	有	+1.9
<業種>	流通・通販	-1.9
ケース7の推定広告到達率		71.0%

中づり〔一般〕　平均値 43.1%

1. 分析広告数 154 素材（調査広告数 219）
2. 説明変数「サイズ」「掲出期間」「他鉄道への出稿」「TVCM 出稿（直近 1 ヵ月）」「業種」

※業種
・消費財系：［趣味レジャー・スポーツ用品］［医薬・衛生用品］［化粧品・トイレタリー］［食品］［ファッション・アクセサリー］
・その他：［家電・AV 機器］［自動車・輸送用機器］［業務用機器・事務用品］［エネルギー・原材料・建材］［金融・保険・証券］

	カテゴリー	カテゴリースコア
サイズ	シングル	-2.3
	ワイド	+3.1
掲出期間	2~3日	-3.4
	4~5日	-2.4
	7日	+1.0
	8日以上	+4.1
他鉄道出稿	有	+0.4
	無	-0.4
TVCM出稿	有	+2.6
	無	-1.1
業種※	飲料・嗜好品	+0.3
	消費財系	-0.7
	官庁・教育・通信・サービス	-0.4
	観光・娯楽・外食	+0.1
	不動産・交通・放送	+2.3
	流通・小売業・商社	-0.5
	その他	-0.4
決定係数		0.60

まど上　平均値 42.9%

1. 分析広告数 185 素材（調査広告数 270）
2. 説明変数「サイズ」「掲出期間」「他鉄道への出稿」「TVCM 出稿（直近 1 ヵ月）」「業種」

※業種
・その他：［家電・AV 機器］［業務用機器・事務用品］［エネルギー・原材料・建材］［医薬・衛生用品］［化粧品・トイレタリー］［食品］［出版］［流通・小売業・商社］

	カテゴリー	カテゴリースコア
サイズ	シングル	-1.3
	ワイド	+1.9
	ワイド2面	+4.0
掲出期間	1週間	-4.1
	2週間	-0.6
	1ヵ月	+0.8
	1ヵ月以上	+1.3
他鉄道出稿	有	+0.9
	無	-1.4
TVCM出稿	有	+3.4
	無	-1.7
業種※	飲料・嗜好品	+2.0
	学校・教育	-4.9
	通信・サービス	+3.5
	観光・娯楽・外食	-3.5
	不動産・交通	+3.5
	金融・保険・証券	+4.4
	その他	-2.2
決定係数		0.54

ドア横　平均値 43.7%

1. 分析広告数 87 素材（調査広告数 125）
2. 説明変数「面数」「掲出期間」「他鉄道への出稿」「TVCM 出稿（直近 1 ヵ月）」「業種」

※業種
・消費財系：［趣味レジャー・スポーツ用品］［医薬・衛生用品］［化粧品・トイレタリー］［食品］［飲料・嗜好品］［ファッション・アクセサリー］
・その他：［家電・AV 機器］［業務用機器・事務用品］［エネルギー・原材料・建材］［金融・保険・証券］［流通・小売業・商社］

	カテゴリー	カテゴリースコア
面数	1面	-0.7
	2面	+0.0
	3面以上	+2.7
掲出期間	1週間	-5.6
	1ヵ月	-0.1
	NEW 1ヵ月以上	+4.6
他鉄道出稿	有	+2.9
	無	-3.1
TVCM出稿	有	+1.5
	無	-0.6
業種※	消費財系	+4.3
	学校・教育	-1.6
	官庁・通信・サービス	-0.3
	不動産・観光・娯楽	-2.7
	その他	+1.9
決定係数		0.52

車内ビジョン　平均値 39.0%

1. 分析広告数 129 素材（調査広告数 182）
2. 説明変数「ロール分数」「掲出期間」「TVCM 出稿（直近 1 ヵ月）」「業種」

※業種
・消費財系：［医薬・衛生用品］［食品］
・その他：［家電・AV 機器］［自動車・輸送用機器］［カメラ・時計・精密機器］［業務用機器・事務用品］［住宅設備機器・用品］［エネルギー・原材料・建材］［金融・保険・証券］［流通・小売業・商社］

	カテゴリー	カテゴリースコア
ロール分数	12分未満	+5.0
	12分以上	-3.8
掲出期間	1週間	-0.5
	1ヵ月	+1.0
TVCM出稿	有	+3.0
	無	-3.5
業種※	NEW 飲料・嗜好品	+1.7
	化粧品・トイレタリー	-1.8
	消費財系	-3.4
	官庁・通信・サービス	+3.5
	不動産・交通・観光・娯楽	+4.9
	その他	-3.1
決定係数		0.57

◇主なユニットの『交通広告共通指標推定モデル』
（個人全体：男女 15－59 歳）

品川駅、上野駅、池袋駅、有楽町駅、田町駅でホームドアシートの展開を実施

品川駅、上野駅、池袋駅、有楽町駅、田町駅の山手線ホームにおいてホームドアシートの展開が実施された。

広告主は株式会社リクルート住まいカンパニーで、「スーモ」のPRが行われた。

ホームドアシートは駅のホームドアに広告掲出されるインパクトのあるメディアであり、今回の展開は品川駅等5駅利用者の関心を集めた。

展開期間は2月1日(土)から2月14日(金)まで。

有楽町駅ホームドアシート

「自動改札ステッカー」の展開を実施

山手線36駅、その他東京エリア、横浜エリア、八王子エリア、大宮エリア、高崎エリア、水戸エリア、千葉エリアにおいて「自動改札ステッカー」が展開された。

広告主はブレーンバンク株式会社で、「四谷学院」のPRを行なった。

「自動改札ステッカー」は、駅利用者の大半が通過する自動改札機を1クライアントの広告でジャックできるメディアであり、今回の展開は当該駅利用者の関心を集めた。

展開期間は2月8日(土)から3月20日(金)まで。

自動改札ステッカー

駅ポスターセット「単貼セット 中央ライン／総武ライン」の展開を実施

駅ポスターセット「単貼セット中央ライン／総武ライン」の展開が実施された。

広告主は株式会社スガテックである。

「単貼セット 中央ライン／総武ライン」は、中央線快速・中央総武線各駅停車が停車する主要駅に掲出できる駅ポスターセットで今回の展開は、「単貼セット 中央ライン／総武ライン」掲出駅利用者の関心を集めた。

展開期間は3月9日(月)から3月22日(日)まで。

東京駅単貼セット 中央ライン／総武ライン

2020年度東広会役員名簿

第17回定期総会において承認された理事、監事による臨時理事会により役員の役職、担当が以下のように承認された。

役職	氏名	社名	担当
会長	原口　宰	(株)ジェイアール東日本企画	
副会長	滝　久雄	(株)ＮＫＢ	総括
副会長	栗原　圭一	(株)ムサシノ広告社	広報
副会長	大塚　尚司	(株)オリコム	財務・総務全般
副会長	宮澤　由毅	(株)電通	媒体全般
専務理事	星野　雅央	(株)ジェイアール東日本企画	
理事	神田橋　治	(株)ＴＯＭＯＥ	総務担当
理事	細野　文隆	(株)ユーシン広告社	総務担当
理事	杉本　公男	協立広告(株)	車両メディア担当
理事	古野　浩樹	(株)ＪＴＢコミュニケーションデザイン	車両メディア担当
理事	大村寿一郎	(株)弘亜社	車両メディア担当
理事	田草川　滋	(株)ニューアド社	駅メディア担当
理事	水野　勝太	(株)博報堂ＤＹメディアパートナーズ	駅メディア担当
理事	中村　晃	(株)日交	駅メディア担当
理事	望月　敏弘	(株)春光社	駅メディア担当
理事	稲川　一	(株)文宣	サインボード・安全担当
理事	中橋　光	(株)大晃	サインボード・安全担当
理事	関　学	(株)星広告	サインボード・安全担当
理事	高橋　源治	(株)共和企画	サインボード・安全担当
監事	石原　能郎	(株)東広	総務担当
監事	塩入　純夫	(株)日本スタデオ	車両メディア担当

第5回理事会を開催

2019年度第5回理事会を4月8日(水)J企会議室で開催した。

議案として

第1号議案　2019年度収支実績報告(案)の件

第2号議案　2020年度収支予算(案)の件

第3号議案　第17回定期総会に提出する議案資料(案)の件

第4号議案　臨時理事会資料(案)の件

が審議され承認された。

報告事項では

①2020年度会員社数について

2019年4月1日年度初　138社

2020年4月1日現在　136社

②③今後の主な会議・行事予定

が報告され了承された。

会員名簿変更

・代表者役職変更

協立広告㈱　代表取締役会長　（3月16日付）　杉本　公男　氏

・代表者変更

㈱ケイエムアドシステム　代表取締役社長　（3月17日付）　橋本　芳明　氏

㈱日本経済社　常務取締役　（3月25日付）　内田　豊　氏

㈱電通アドギア　代表取締役社長　（3月26日付）　遠藤　弘暢　氏

㈱皆成　代表取締役社長　（4月1日付）　福井　満治　氏

・退会

㈱ビカレン　代表者　（3月31日付）　諏訪部　光一　氏

事務局からのお知らせ

※2020年度東広会ニュースの発行月を（4、7、8、10、12、1月）の計6回に変更することとした。

※5月22日(金)開催予定の東広会主催の「ゴルフ大会」は新型コロナウイルス感染症の情勢を鑑み、中止とさせていただきます。

また毎年6月に開催しておりました「ボウリング大会」は開催時期を10月に変更させていただきます。