



東広会ニュース

1月号

2005年(平成17年)

Vol.7

発行所 東京都渋谷区恵比寿南
1-5-5JR恵比寿ビル10F

東日本鉄道東京広告会

電話 03(5447)7855

E-MAIL info@tokokai.jp

新春を祝う「賀詞交歓会」開催

新春を祝う東広会主催の第二回「賀詞交歓会」が、1月7日(金)17時30分からホテルメトロポリタンエドモントで開催された。夏目誠JRR東日本副社長、小島紀久雄J企社長、岩崎雄一鉄広連会長をはじめとする多数の来賓の方々を迎え新年に相応しい盛大な交歓会となった。また、瀧会長が開会のあいさつをした後、昨年10月鉄広連の会長となった岩崎雄一氏を紹介。岩崎氏は席上「先端情報の収集、ビジネスチャンスの創出など1社1社でできない行動力のある業界団体設立が必要である」と語った。会場では、壇上での挨拶に代え「新年のあいさつ」と題する冊子が配られた(要旨別項)。

東日本旅客鉄道(株) 代表取締役副社長 夏目誠氏あいさつ

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JRR東日本ならびに、弊社交通広告をご利用いただきまして、有難うございます。重ねて御礼申し上げます。

弊社にとりまして昨年は、10月に発生した新潟県中越地震により、大きな試練を受けた1年でした。また、弊社を取り巻く今後の経営環境は、少子高齢化の進展や交通市場における競争の激化など、これまで以上に厳しくなることが想定さ



祝酒で乾杯

左から瀧東広会会長、夏目JRR東日本副社長、小島J企社長、岩崎鉄広連会長、中野東京メディア・サービス社長

が想定さ
なること
に厳しく
まで以上
ど、これ
の激化な
ける競争
市場にお
展や交通
齢化の進

れます。そのような中、「信頼される生活サービス創造グループ」を目指していくためには、グループの総力をあげて、より品質の高い商品やサービスを提供することが必要です。一例をあげますと、大宮駅では21世紀の新しい駅づくり「ス

㈱ジェイアール東日本企画 代表取締役社長 小島紀久雄氏あいさつ

昨年4月1日の東日本鉄道東京広告会の設立に際しましては、多大なるご理解、ご協力を賜り重ねて御礼申し上げます。

昨年は、一昨年に引き続き景気の先行き不透明感や競争の激化など広告業界全体が厳しい状況におかれましたが、そのような中で弊社は一昨年実施した「車両メディアの完全オープン化」の推進、新規媒体の開発、また(株)東京メディア・サービスとの広

ーションルネットサンス」の一環として「駅構内開発小売業」という新しいビジネスモデルによる開発第二号である「ecute(エキュート)大宮」が、3月5日に誕生します。

広告事業については、競争が激化する広告業界においてJRR交通広告が生き残るため、広告事業再編に取り組み、JRR交通広告媒体の競争力強化と、(株)ジェイアール東日本企画および(株)東京メディア・サービスの役割分担の明確化を図るため、昨年12月より新しい枠組みをスタートさせました。2005年はこの取り組みの真価を発揮し、JRR交通広告の価値向上に向け、本日お集まりの皆様と一体となって邁進する年と考えております。

告事業再編成など交通広告の更なる発展と価値向上に向け、積極的に取り組んでまいりました。お蔭様で皆様のお力添えにより一定の成果を挙げることができましたことを心より感謝申し上げます。

本年も厳しい状況は続くものと思われませんが、JRR東日本及びJRR東日本グループの有形無形の資源を活かしつつ、更なる交通広告の価値向上と交通広告市場の拡大を目指し、あらゆる努力を傾注する所存でございます。



左から、小島J企社長、夏目JR東日本副社長、瀧東広会会長

東日本鉄道
東京広告会会長
瀧久雄氏あいさつ

「期待高まる交通広告」

交通広告には「強制的に見せる」側面があり、ターゲットオーディエンスに対しての好意度が極端に求められるメディアであります。しかしそこに楽しさ、美しさのある広告表現を与えることができれば、移動空間の時間を積極的に短くすることが出来るメディアでもあります。このときプッシュの広告が逆に変有効なメディアとしての評価につながるわけがあります。マス4媒体の世界においては、地上波デジタル放送が本格化するに従

い、多チャンネル化の問題、広告制作会社と広告主間のダイレクトアクセスの問題、DVRによる同時複数チャンネル録画機能や広告自動スキップ機能の問題など、この数年は消費者のITツールの使い方の急激な変化が心配されています。その中で、否応なしに広告主の交通広告への期待は増大しております。

その期待に呼応する形で、最近のJR東日本は完全オープン化の実行、キヨスクのラッピング広告販売、本格的な車体広告販売実施等、SPメディアの積極的な開発を推進しています。

「広告主に評価されるデータ整備を」

日本広告業協会の交通広告小委員会、関東交通広告協議会ではマス4媒体に追いつくべく交通広告に関するデータ整備を進めております。本年こそはこの分野において東西の協議会・委員会及びマス4媒体を含めた形で緊密な連携を持つとともに、更なるスピード化が期待されます。

また、データ内容、メディアミックス、各鉄道間の連携等々を充実して、広告主―特に今まで交通広告に興味を持ってもらえなかった広告主―に対して交通広告に対する本格的な理解を得て、出稿してもらいたいものであります。それが交通広告全体のイメージアップや交通広告の特

徴であるローカリティに力を発揮することにつながり、地方が持ち直すことを期待したいと思います。

「鉄道広告の法人化実現に向けて」

最後に鉄道広告の法人化について、鉄道広告全国連盟の会長へ岩崎雄一が就任し、法人化へ向けた本格的な活動がスタートした訳ですが、本年は東名阪を中心に理解を進め実

車内広告は混雑時間帯に多く読まれる！

J企、第4回1万人調査の結果から

J企は「第4回1万人調査(首都圏・関西移動者調査)」の結果をこのほどまとめた。

同調査は、首都圏通勤エリアと京阪神通勤エリアに居住する12歳から69歳の男女個人を対象に実施したもので、移動行動概要や生活意識、メディア接触、交通媒体の認知状況などを調べた(有効回収数は首都圏1万1196、関西2683)。

調査の結果、車内広告を見る割合は「すいていて座っている時」よりも「混んでいて立っている時」の方が高くなっている。具体的には、すいていて座っている時に「車内広告を見る」割合は、既婚男性41.3%、未婚女性48.5%であるのに対し、「混ん

現に向けて邁進したいものです。これがまた鉄道広告のイメージアップ・価値上げにつながるものと信じております。

最後になりましたが、ご参集各位の益々のご健勝と各社のご発展を心から祈念し、新年の挨拶とさせていただきます。

でいて立っている時」は、既婚男性の76.5%、未婚女性の74.9%が車内広告を見る、という結果が出た。車体広告については、「目立つ」(81.4%)、「話題・情報源になる」(47.6%)といった評価が高くなっている。山手トレインチャンネルについても利用者のうち「見たことがある」(89.0%)、「目立つ」(74.0%)、「話題情報源になる」(66.9%)等、いずれのイメージでも高い評価を得ている。

これらの調査データについては、3月発行予定の「メディアガイド2005・データブック」にも収録される予定である。



車体+ADトレイン 箱根駅伝(日本テレビ)
12月18日(土)~1月2日(日) JR山手線

「04年度第3四半期売上」まとまる

J企交 交媒局
J企交通媒体局2004年度第3四半期売上がまとまった。第3四半期売上高は10,997百万円で10月、11月が好調であったことから前年比105.9%となった。しかし、第4四半期見通しは厳しく、広告会加盟各社の一層の販売強化が期待される。

○車両メディアの概況

(第3四半期実績6,639百万円..前年比109.3%)

上期に最も売上を伸ばした「車体広告」はYKK・箱根駅伝(日本テレビ)等フリーデザインによる出稿も相次ぎ好調を維持した。「トレインチャンネル」もレギュラー広告主に加え、

○駅メディアの概況

(第3四半期実績4,285百万円..前年比102.9%)

新規広告主の出稿も拡大し堅調に推移した。「ADトレイン」は需要の増加に対応し、実施可能編成数が増加したことや、GAP・マイクロソフト等が山手線を含めた複数線区で展開したことなどもあり好調に売上が伸びた。「新B」「ステッカー」も好調であった。「3線群中づり・まど上」は10月の

好調さに支えられ対前年プラスとなったものの、中づりは11月・12月が、まど上は12月が対前年マイナスとなり販売が低調であった。

「東海道/宇都宮・高崎/常磐線」は「湘南新宿ライン」が10月から増発されたことで、第3四半期は、中づり・まど上ともに対前年プラスとなった。

○駅メディアの概況

(第3四半期実績4,285百万円..前年比102.9%)

第3四半期、駅メディアが対前年を上回った原動力となったのが「SPメディア」。「集中貼り」「SPボード等」「自動改札ステッカー」が上期からの好調さを維持し対前年プラスとなった。新たな展開として、日本IBMが東京駅丸の内地下のアドビラ

I・シート広告、SCEが東京駅丸北ドームで大型PSP展示を行った。全日空は浜松町駅でエスカレーター壁面及び天井シート、品川駅でバールン広告を実施した。

「サインボード」は、東京駅の明治製菓「チョコスタク」、新宿駅のフレント「Piosk」といった「ラッピング店舗」や「フリーペーパーラック」は、リクルートに加え、学生援護会・アルバイトタイムス&ユメックス・廣済堂の出稿が拡大したものの、JT灰皿広告の縮小影響で対前年マイナスとなっている。

「駅ポスター」は、「セット商品」が、各種施策等の効果もあり対前年クリアしたものの「一般枠」が低調で、駅ポスター全体では対前年マイナスとなった。

<2004年度第3四半期媒体別売上実績> (単位:百万円)

媒体	2003年度 第3四半期	2004年度 第3四半期	前年比
車両メディア	車内ポスター	5,637	102.2%
	ADトレイン等	183	169.9%
	車体広告	145	244.6%
	トレインチャンネル	110	192.3%
	車両メディア計	6,074	6,639
駅メディア	駅ポスター	1,253	98.9%
	SPメディア	531	126.6%
	サインボード	2,380	99.7%
	駅メディア計	4,164	4,285
その他 (オレンジカード調査)	144	73	50.8%
合計	10,382	10,997	105.9%

「東京ミレナリオ」開催される

「2005年日・EU市民交流年」の開幕を飾る

十数万個の電球からなる光の彫刻が都心の夜を彩る「東京ミレナリオ」が12月24日(金)から1月1日(土)まで東京丸の内で開催された。



東京駅前作品 ©Valerio Festi/I&F Inc.



丸の内仲通り作品 ©Valerio Festi/I&F Inc.

JR東京駅から有楽町駅間の「丸の内仲通り」約400mにできた光の彫刻(パラトウーラ)

今回のテーマは「光の見つめる日本」。また、今回のミレナリオは、「2005年日・EU市民交流年」開幕を飾るプレプロモーションとして位置づけられ、主催は東京都などで組織する東京ミレナリオ実行委員会、JR東日本などが協賛した。

この「東京ミレナリオ」の開催を記念して、東京ミレナリオ実行委員会はJR山手線でADトレイン「東京ミレナリオ・ギャラリー号」2編成を12月16日(木)から12月30日(木)まで運行した。

新ミレニアム(千年紀)の到来を祝い1999年に登場した東京ミレナリオは、壮麗な「光の彫刻」が続く回



「東京ミレナリオ・ギャラリー号」
12月16日(木)~12月30日(木) JR山手線

廊が見る人を圧倒、クリスマススイヴから元日までと期間が短いにもかかわらず来場者は過去6回で1439万人を超えている。

なお、JR東日本では、東京駅丸の内本屋を大正3年創建時の3階建てに復元・保存することとなっている。

東京広告会 H16年の動き

4月1日(木)「東日本鉄道東京広告会」が発足。

4月28日(木)「東日本鉄道東京広告会」設立総会を池袋のホテルメトロポリタンで開催。加盟会員164社

が出席し、会長に瀧久雄氏(株)NK(B)副会長に栗原圭一氏(株)ムサシノ(広告社)を選出。

6月14日(月)第1回理事会を開催、各種委員会の設立と人選を決定。

7月1日(木)総務委員会を開催。

7月12日(月)車両メソリア委員会を開催。

7月14日(水)駅ポスター・SP委員会を開催。

7月15日(木)サインボード・安全委員会を開催。

8月5日(木)「東広会」加盟の広告会社へ入社した社員を対象に新人研修会を開催。参加者29社68名。

そのため、東京駅丸の内口周辺には、仮囲いや資材置場が設置され、美観が損なわれてしまうことや、警備・安全上の問題が生じる可能性が高いことから2006年度以降の開催は休止される予定である。

9月8日(水)第2回理事会を開催。
10月27日(水)広告意匠研修会を開催、参加者34社63名。

11月29日(月)第1回ゴルフ大会を千葉の浜野ゴルフクラブで開催、参加者60名。

12月8日(水)第3回理事会を開催。

所在地変更(1月1日付)

(株)ジェイアール東日本スポーツ
〒151-0053

東京都渋谷区代々木1-58-1
石山ビル3F

電話 03-5304-5525
FAX 03-5304-5526

会員名簿記載事項変更

新 表示灯(株)
旧 表示灯(株)東京支社

※1月13日申出により変更