



東広会ニュース

4月号

2012年(平成24年)

Vol.94

発行所 東京都渋谷区恵比寿南1-5-5
JR 恵比寿ビル 14F東日本鉄道東京広告会
電話 03(5447)7928
E-MAIL info@tokokai.jp

J企交通媒体本部「2011年度年間売上」まとまる

J企交通媒体本部の年間売上は、380億72百万円で、対前年101.5%となった。第1四半期は震災の影響により前年度を下回ったものの、第2四半期以降は堅調に推移した。メディア別では、車両メディアは、対前年103.3%で7億52百万円増、駅メディアは、対前年99.3%で99百万円減となった。

■車両メディア(実績237億76百万円、対前年103.3%)

『3線群中ぶり』『3線群まど上』は、新商品の販売や飲料系クライアントの出稿増等により、増収となった。

『ドア横新B』は、上半期の減収が大きく前年度を下回った一方で、『ステッカー』は、全体的に出稿が好調で前年度を上回った。

『ADトレイン等』は、過去最大12路線12編成の展開や山中京3路線セツトの販売増等、複数路線で展開するクライアントが増加し対前年101.6%となった。『車体広告』は、山手線への出稿減等により、対前年74.6%となった。

『トレインチャンネル』は、新規クライアントの出稿や大口出稿が増加したこと等により、対前年107.8%となった。また、『世界水泳』『熱中症情報コンテンツ』『世界陸上』『MLBニュース』『FIFAクラブワールドカップ』等の広告とコンテンツを連動させた商品の拡充に努め、媒体

の価値向上が図られた。

■駅メディア(実績141億88百万円、対前年99.3%)

『駅ポスター』は、各種企画商品の販売等により「セット商品」が前年度を上回ったものの、「一般ポスター」の販売に苦戦し、全体では対前年97.1%となった。

『SPメディア』は、「集中貼り」「イベント等」への出稿増及び原宿駅表参道口ボードや渋谷駅ハチコーボード等の新規媒体の開発等により、対前年104.5%となった。

『サインボード』は、エコステ四ッ谷駅、吉祥寺駅等の計画開発や「予約販売」「特別企画」等の販売に努めたものの、大型工事支障等により、減収となった。

『J・ADビジョン』は、阿佐ヶ谷駅、浦和駅に新規設置され、34駅276面のネットワークに拡大した。売上は4月の放映中止等による上半期の減収が大きく、対前年92.1%となった。JR3社のJ・ADビジョンを連携さ

せた商品の展開が開始される等、各種取り組みが実施された。

<2011年度 媒体別売上実績>

(単位:百万円)

媒体		上半期				下半期				年度			
		2011年度	2010年度	前年比	増 減	2011年度	2010年度	前年比	増 減	2011年度	2010年度	前年比	増 減
車両メディア	3線群 中ぶり	2,611	2,641	98.8%	-31	2,784	2,510	110.9%	274	5,395	5,151	104.7%	244
	3線群 まど上	1,886	1,983	95.1%	-97	2,210	2,006	110.2%	204	4,096	3,989	102.7%	107
	ドア横新B	2,040	2,160	94.5%	-119	2,242	2,188	102.5%	54	4,283	4,348	98.5%	-65
	ステッカー	1,211	1,137	106.6%	75	1,284	1,143	112.3%	141	2,496	2,280	109.5%	215
	東海道・宇都宮・高崎線、 地方線、新幹線 他	536	583	91.9%	-47	640	572	111.8%	67	1,176	1,156	101.7%	20
	ADトレイン等	209	251	83.5%	-41	380	329	115.3%	51	589	580	101.6%	9
	車体広告	162	312	51.7%	-151	313	324	96.6%	-11	475	636	74.6%	-162
	トレインチャンネル	2,367	2,263	104.6%	104	2,899	2,621	110.6%	279	5,267	4,884	107.8%	383
計	11,023	11,331	97.3%	-308	12,753	11,693	109.1%	1059	23,776	23,024	103.3%	752	
駅メディア	駅ポスター	1,176	1,354	86.8%	-178	1,492	1,393	107.1%	99	2,668	2,747	97.1%	-79
	SPメディア	953	1,021	93.3%	-68	1,317	1,152	114.3%	165	2,270	2,173	104.5%	97
	サインボード	3,856	4,024	95.8%	-168	4,043	3,992	101.3%	51	7,898	8,016	98.5%	-118
	フリーペーパー・ラック 店舗ラッピング	327	303	107.7%	23	345	309	111.6%	36	671	612	109.7%	59
	J・ADビジョン	218	298	73.1%	-80	462	441	104.9%	22	680	739	92.1%	-58
	計	6,529	7,000	93.3%	-471	7,659	7,287	105.1%	372	14,188	14,287	99.3%	-99
その他(工事・オレンジカード他)		48	92	52.0%	-44	60	97	61.7%	-37	108	189	57.0%	-81
総 計		17,600	18,423	95.5%	-823	20,471	19,077	107.3%	1394	38,072	37,500	101.5%	572

品川駅を広告ジャックした 大規模サンプリングイベントを実施！

JR品川駅で、複数の媒体を組み合わせて駅を広告ジャックした大規模サンプリングイベントが実施された。

広告主はサントリー食品インターナショナルで、「伊右衛門きりつと濃いめ」の商品告知を実施した。

イベントスペースでは、大型ビジョンが設置され、商品告知を行うとともに、3日間で21,000本の商品が配布され、多くの駅利用者で賑わいを見せた。

また、サンプリングイベントに加えて、駅ポスター集中貼り、大型フラッグ(3枚)、J・ADビジョン等を活用して、品川駅中央改札内を広告ジャックし、商品が持つ世界観を強

くアピールする、インパクトある展開となった。

【展開期間】

○サンプリングイベント

4月2日(月)～4月4日(水)

○駅ポスター集中貼り、

大型フラッグ、アドピラー等

4月2日(月)～4月8日(日)

○J・ADビジョン中央改札内セット

4月1日(日)～4月30日(月)

ADトレイン+車体広告を 6路線6編成で展開！

山手線・中央線快速・京葉線等、首都圏6路線6編成で、ADトレイン+車体広告が実施された。

広告主はオリエンタルランドで、「デイズニー・イースターワンダーランド」の告知を実施した。

ADトレイン+車体広告を活用して1編成を車内外丸ごとジャックし、利用者に強烈なインパクトを与える展開となった。

展開期間は、3月16日(金)から3月31日(土)まで。



りんかい線ADトレイン+車体広告の展開

QRコード付き山手線 アドストラップを展開！

QRコード付き山手線アドストラップが7編成で展開されている。

広告主は日本ケンタッキー・フライド・チキンで、「初登場！動くピザハット1号店」のキャンペーンを実施している。

同展開は、アドストラップに記載されているQRコードからキャンペーンサイトにアクセスすると、商品が当たるキャンペーンに参加できるというもの。同時に中づりでも告知を行っている。この山手線を「動く」店舗は、多くの話題を集めている。

【展開期間】

○QRコード付き山手線アドストラップ

3月27日(火)～4月29日(日)

○山手線単線中づり

4月2日(月)～4月15日(日)



QRコード付き山手線アドストラップ(上)と中づり(下)の展開



セレクトパノラマ(渋谷駅)の展開

ポスターから「舌」が飛び出た
特殊加工駅ポスターを展開!

広告のキャラクターが舌を出しているように見える特殊加工駅ポスターが展開された。

広告主は江崎グリコで、タブレット菓子「BREO」の商品告知を実施した。

これは、商品の特徴である「舌ケアまでできちゃうミント」というコピーにちなんでおり、特殊展開はロングサイズ10、セレクトパノラマ、新宿セットの駅ポスターセットで実施された。

展開期間は4月2日(月)から4月8日(日)まで。



山手線
車体広告の展開(上)と、
まど上4連額面の展開(下)

車体広告とまど上4連額面
を活用した展開を実施!

車体広告とまど上4連額面を活用した広告展開が、山手線で実施された。広告主は森永製菓で、「ウィダーinゼリー」の商品告知を実施した。

「広告が目立つ」との評価の高い、車体広告とまど上4連額面を活用し、山手線のホームと車内から連続的・反復的に訴求することで、鉄道利用者に強い印象を残す展開となった。

【展開期間】

○車体広告

4月2日(月)～4月28日(土)

○まど上4連額面

4月4日(水)～4月17日(火)

ノベルティを貼り付けた
特殊加工駅ポスターが活況!

ノベルティが貼りつけてあり、駅利用者が自由に剥がして持つていくことができる特殊加工駅ポスターが活況を見せている。

4月9日(月)より、広告主はユニリーバ・ジャパンで、「LUXボディーソープ」の商品告知を実施した。

ポスターには商品の香り付きカードが袋に入られて貼りつけてある。展開期間は4月15日(日)まで。

4月16日(月)より、広告主はフランス観光開発機構で、「感動大国、フランス」のキャンペーン告知を実施した。



ユニリーバ・ジャパンの展開(上)と、
フランス観光開発機構の展開(下)

フランス旅行が当たるクイズカードが、ポスターに貼りつけてある。展開期間は、4月22日(日)まで。

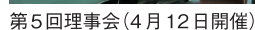
4月16日(月)より、広告主はブシロードで、トレーディングカードゲーム「カードファイト!! ヴァンガード」の商品告知を実施した。

原作コミックの第1話を収録した小冊子が袋に入られて貼りつけてある。展開期間は4月29日(日)まで。

亀有駅
壁面シートの展開

『トレインレシピ』山手線の展開

が報告され了承された。



総会でお渡しする会員名簿(平成24年4月1日現在)は訂正済みです。