

JAFRA NEWS

公益社団法人 日本鉄道広告協会 会報

Japan Association for Rail Advertising

6月号
Vol.48
2018年6月1日発行

発行所：公益社団法人 日本鉄道広告協会

〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1丁目5番5号 JR恵比寿ビル10階

TEL：03-5791-1808 FAX：03-3443-1616 メールアドレス：information@j-jafra.jp

URL：<http://j-jafra.jp/>

現在、交通広告を含む世界のOOHは大きな転換期を迎えているようです。日本の交通広告においても例に漏れず、今まで中づり広告などの紙媒体が売上構成の主要な部分を占めていたものが、2017年度の東京メトロ交通広告媒体年間売上の媒体別構成比で見ると、車内・駅構内を含めたデジタルサイネージの売上が全体売上の約30%を占めるまで伸びてきています。これは直近4年間を見ても、倍以上の伸びを示しています。売上だけではなく、現在では『ダイナミックデジタルOOH』や『プログラマティックOOH』など、インターネット広告で用いられるテクノロジーや思考を、いかにOOHの世界にも取り込んでゆくか、と

東京メトロの交通メディアを最大限に活用し、新たな価値を生み出す表現やアイデアを募集する広告賞を開催



ギャラリートレイン全体



ギャラリートレイン デザイン・クリエイティブ部門グランプリ作品

巻頭レポート

これからの新しいOOH：交通広告を創造する。 『Metro Ad Creative Award』

株式会社メトロアドエージェンシー
媒体本部 媒体戦略局 戦略企画部
上原 哲朗



プランニング部門グランプリ 大塚製薬「ポカリ給水壁」

グランプリは
大塚製薬株式会社「ポカリ給
水壁」〈プランニング部門〉
コクヨ株式会社「こだわりの
かきあじ」
〈デザイン・クリエイティブ部門〉

いうことが今後のOOH・交通広告の成長において欠かすことのできない要素となっていることは明らかです。

一方で、変わるだけではなく、今まで脈々と培ってきた交通広告ならではの価値を伸ばすということも必要不可欠です。それはふと目に飛び込んでくるような、そして心を動かすようなリアルな媒体であるからこそ、そのアイデアやクリエイティブ表現、現かもしれません。『Metro Ad Creative Award』は、そんなOOH・交通広告のリアルなメディアだからこそそのアイデア、クリエイティブ表現を改めて見つめてみたい、そして新たな価値を世の中のクリエイターの方たちと創造してみたい、という強いモチベーションから生まれました。

これからの新しいOOH・交通 広告を創造する『Metro Ad Creative Award』

『Metro Ad Creative Award』（通称：MACA／マカ）は、株式会社宣伝会議協力のもと株式会社メトロアドエージェンシー主催にて、協賛企業から出された課題に対して「プランニング部門」と「デザイン・クリエイティブ部門」の2部門で広く企画アイデア、クリエイ

ティブアイデアを募集しました。「プランニング部門」では日ごろ多くのイベント展開が開催される新宿メトロスーパープレミアムセットを活用することを条件として、ソフトバンク株式会社、全日本空輸株式会社、協同乳業株式会社、大塚製薬株式会社（順不同）の4社からの課題が提示されました。「デザイン・クリエイティブ部門」は中ぶりポスター、もしくは駅構内縦型サイネージのMCV（Metro Concourse Vision）のクリエイティブ作品を、コクヨ株式会社、ダノンジャパン株式会社、オイシックスドット大地株式会社、カンロ株式会社（順不同）の4社から提示された課題に応える形で募集しました。募集期間の約2か月間で数百作品という数々の作品のご応募をいただくことができました。

応募されてきた作品は、業界屈指のトップクリエイターや主催者の厳正な選考を経て、グランプリ他各賞が選出されます。どの作品も交通広告の価値やおもしろさを再発見させてくれる、非常に刺激的な出会いの数々となりました。

受賞作品は『ギャラリートレ イン』として銀座線広告貸切 電車にて走行

さらに、各受賞作品を展示する

『ギャラリートレイン』を、東京メトロ銀座線1編成を使用した広告貸切電車として走行させました。（写真P4）

受賞した中ぶりポスターについては特殊形状のものも併せてすべて実際に制作し、掲出しています。このように新しい価値やおもしろいアイデアを発見し、さらにそれを実際の形にする、ということに重きを置いたことでこのギャラリートレインは実現しています。ユニークなアイデアを具現化すること、さらに新しい価値やアイデアを創出するきっかけとすることができれば、という思いはこのアワードの重要な意義です。また、このようなコンセプトのもと2018年度での第2回開催も予定しています。

冒頭で述べたテクノロジーやロジックに基づくOOH・交通広告の発展は必須な状況ですが、それだけでなくOOH・交通広告だからこそ実現できるアイデアやクリエイティブの力その両輪の成長をビジョンに掲げ、垣根を超えたコラボレーションやパートナーシップをもとに、様々なチャレンジを重ねていければと思います。

デザイン・クリエイティブ部門グランプリ コクヨ「こだわりのかきあじ」



審査員、スポンサー、受賞者のみなさんによるトークショー



メトロアド賞受賞の3名とメトロアド肥後謙一社長(左)

3月23日(金)に目黒雅叙園にて贈賞式を開催しました。当日は受賞者の方々や審査員、日頃、東京メトロの交通広告に関わる多くの広告会社の方々にも参加頂き、会是非常に盛り上がりました。

贈賞式を開催

●主催

株式会社メトロアドエージェンシー

●作品応募

募集期間… 2017年10月20日～12月22日

応募資格… 年齢・職業・国籍不問

●募集内容

	【プランニング部門】	【デザイン・クリエイティブ部門】
	特別課題に応える活用メディアの特性を活かしたユニークなアイディア	特別課題に応える活用メディアの特性を活かしたユニークな中づくりポスター、または駅デジタルサイネージ作品
特別課題	ソフトバンク株式会社 全日本空輸株式会社 協同乳業株式会社 大塚製薬株式会社	コクヨ株式会社 ダノンジャパン株式会社 オイシックスドット大地株式会社 カンロ株式会社
活用メディア	新宿メトロスーパープレミアムセット	中づくりポスター・駅デジタルサイネージ

●審査員(敬称略)	【プランニング部門】	木村健太郎 博報堂ケトル 共同 CEO エグゼクティブクリエイティブディレクター／博報堂 APAC co-CCO
		佐藤カズー TBWA HAKUHODO エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター
【デザイン・クリエイティブ部門】	吉田宗平	株式会社 THE・STANDARD 代表取締役／プロデューサー／マーケティング・プランナー
	八木義博	電通 CDC 所属 クリエーティブディレクター／アートディレクター
	尾形真理子	株式会社博報堂 コピーライター／クリエイティブディレクター
	渡辺潤平	渡辺潤平社 コピーライター

結果発表

月刊「販促会議」および「AdvertisTimes（アドタイ）」（Webメディア）および特設サイト

macasendenkaigi.com

にて発表。

入選作品を銀座線にて5月2日（水）～15日（火）の2週間に渡り実施するギャラリートレインに展示しました。

銀座線ギャラリートレイン



メトロアド賞を受賞した
まるごと「Kit Oisix」



広 場

「韓国野球のススメ」

理事 河田 祐治 (南海電気鉄道株式会社)

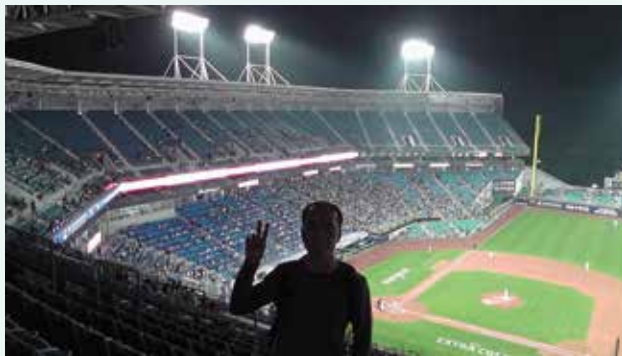
「エッセー風に」と依頼を受けたものの、そんな文才ありませんが、順番ということなので貴重な紙面をお借りすることとします。

「インバウンド」という言葉を耳にするようになって何年が経ったであろうか。大阪ミナミを歩いていると、「ここは日本か？」と疑ってしまうほどの外国人の多さである。関西国際空港への鉄道アクセスを担う当社にとっても、その玄関口である難波駅は、終日たくさんの方の海外からのお客様で賑わっている。統計的にも、関空の2017年の外国人入国者数は716万人と過去最高、まだまだ増えるとのことである。現在、担当している広告の仕事においても、イン・アウトバウンド導線における媒体を強みとし、エアラインや海外政府観光局系のクライアントに大いに支えられている。嬉しい悲鳴であると同時に、「もし、インバウンドがなかったら…」という危機感も持って、従来からの沿線価値向上対策も必要と常に感じている。

インバウンド旅客は、モノ消費からコト消費に変化していると言われている。私自身の海外旅行は、もっぱらコト消費、なかでも韓国野球の観戦にハマっている。現在、韓国プロリーグは9つのフランチャイズ球場（チーム数は10球団）があるが、その全てを訪問している。「野球を観る

だけで韓国へ？」と呆れられるが、これこそ日本へ来る外国人リピーターが増え、体験重視・目的細分化が進んでいることと同じであると思う。みんな、自分の何かこだわりに対しては、お金も時間も浪費とは思えないのである。

「韓国野球なんて遅れているのでは？」



2016年開場のサムスンライオンズパーク

という声はよく聞くが、全く間違っている。プレーのレベルや球場設備は日本並み、応援スタイルは完全に韓国の圧勝です。韓国歌謡やK-POPにのせて応援する体験は気分爽快、韓国語の習得にも役立っている。また、球場グルメも充実（しかも安い）しており、様々な決済方法

にも対応しており面倒な小銭も要らない。立派な大型ビジョンを見ていると、ココに広告を出すのはいくらかかるのかと思うこともある。苦労することは、入場券の購入の際、細かな座席指定をコミュニケーション出来ないことと、ビールは1リットルサイズが基本であることくらいであろうか。

もし、興味を持たれた方が居られるようなら、大音響の応援を楽しみたいならソウルのチャムシルか釜山のサジクへ、メジャーリーグのようないわゆるボールパークの雰囲気を楽しみたい方は光州が大邱へ、日本の古き良き時代（私がハマった大阪球場や日生球場のような）の雰囲気求めたい方は大田か馬山へを、それぞれお勧めしたい。札幌・福岡間を移動しているパ・リーグに比べて近い韓国、将来の交流戦なんかも夢見ている。

次回もお楽しみに。



1ℓペットボトルのビールも含めて1000円ちょっと、日本から来たという、たいいおまけしてくれます

＜個人全体：男女15～59才＞

カテゴリースコア	【ケース4】	平均値
-0.5	＜面数＞ 1面	-0.5
+0.2		
+1.1		
-6.1		
+3.6	＜掲出期間＞ 1ヵ月	+3.6
+0.7	＜他鉄道出稿＞ 有	+0.7
-1.3		
+4.3	＜TVCM出稿＞ 有	+4.3
-1.6		
-0.2		
+1.0	＜業種＞ 学校・教育	+1.0
+0.7		
-0.9		
-2.1		
0.61	ケース4の推定広告到達率	54.5%

カテゴリースコア	【ケース5】	平均値
-1.3	＜種別＞ ツイン	+3.2
+3.2	＜掲出期間＞ 1ヵ月	-0.8
-0.8		
+2.4	＜他鉄道出稿＞ 有	+0.6
+0.6		
-1.2	＜TVCM出稿＞ 有	+1.9
+1.9		
-1.0		
+2.9	＜業種＞ 医薬品・衛生用品	+2.9
+2.3		
-0.0		
-1.6		
+0.9		
+2.6		
-5.7		
-3.7		
0.57	ケース5の推定広告到達率	48.5%

カテゴリースコア	【ケース6】	平均値
+0.6	＜ロール分数＞ 12分以上	-0.3
-0.3	＜掲出期間＞ 1週間	-1.4
-1.4		
+5.0	＜TVCM出稿＞ 有	+3.3
+3.3		
-3.1	＜業種＞ 化粧品・ toiletries	-3.6
-3.6		
-0.7		
+0.2		
+8.2		
-1.8		
0.60	ケース6の推定広告到達率	35.3%

調査対象者 × 100

～交通広告の効果をより明確に示すことができる共通指標～

2017年度版

「車両メディア共通指標推定モデル」を更新 駅メディア調査も継続して実施中

一 交通広告の共通指標はこのようなポイントを強化・改善しています

① 車両メディア共通指標推定モデルの精緻化

- ◆ 性年代区分について、赤枠で囲んだ6区分を追加し、全15ターゲットでの集計が可能となりました。2018年度より交通広告共通指標推定システムにてお使いいただけます。
- ◆ 「ステッカー」の業種区分を、これまでの5業種から8業種に細分化しました。

集計ターゲット		
男女	男性	女性
全体	全体	全体
15～59才	20～39才	20～39才
	40～59才	40～59才
	20～34才	20～34才
	35～49才	35～49才
	50～59才	50～59才
	勤め人	勤め人

② 駅メディア調査を2017年度も実施

- ◆ 2017年8月～11月の期間に、昨年同様の調査を実施しました。これにより、駅メディア素材は122、うち駅ポスターは87となりました。引き続き、データの蓄積を進め、共通指標化を目指してまいります。

「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団体は、交通広告アカウントビリティ向上を目的に2013年5月「交通広告共通指標推定プロジェクト」を立ち上げ、交通広告効果の共通指標整備を開始しました。

以来、1,200素材以上の「車両メディア」の広告効果について調査を行っており、その結果を元に2015年に6パターンの「共通指標推定モデル」を策定、2016年には「業種分類の細分化」を実施しました。

2017年度は「ステッカー」の業種分類を細分化し、また全てのユニットでターゲットの細分化を行いました。交通広告に携わる皆様によりご活用いただけるものとなるよう、2018年度以降も継続して「車両メディア」の共通指標推定調査を行い、精度向上及びデータ更新を進めてまいります。

また、昨年に引き続き、2017年度も「駅メディア」調査を実施しました。2018年度も調査を継続して素材数を蓄積し考察を続けていきます。

2018年 3月23日

交通広告共通指標推定プロジェクト

公益社団法人日本鉄道広告協会 アカウントビリティ向上委員会
一般社団法人日本広告業協会 メディア委員会 交通広告小委員会
関東交通広告協議会

■問い合わせ先

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
関東交通広告協議会

TEL:03-5791-1808
TEL:03-5568-0876
TEL:045-319-2094

FAX:03-3443-1616
FAX:03-5568-0889
FAX:045-319-2139

(西井)
(越前谷(えちぜんや))
(幹事社:相模鉄道 石井、赤尾)

(このプレスリリースは、国交省記者クラブ、とくわクラブ、その他業界紙にお届けしています。)

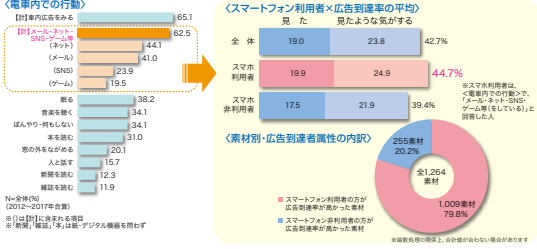
「交通広告共通指標調査(2012～2017年)」からわかった 「スマートフォンと車両広告の親和性の高さ」についてご報告します。

◆ふたたび、あなたが電車の中でよく見る行動にあてはまるものすべてをお知らせください。

◆スマホ利用の方が電車内広告をよく見ている！

ふたたび車内でスマートフォン(以下スマホ)でインターネットを利用している人は6割と高い割合となっています。広告到達率の平均を比較すると、スマホ利用者は44.7%に対し、非利用者は39.4%と、スマホ利用者が5ポイント以上高くなっています。

また、広告素材ごとに比較しても8割の素材でスマホ利用の方が広告到達率が高いことがわかりました。

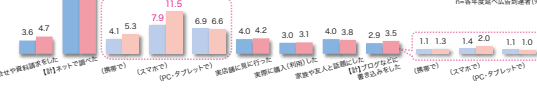


◆あなたはこの広告をご覧になったことがきっかけで、下記のような行動をしたことがありますか。

◆スマホ利用者は気になる広告をすぐに検索している！

車両広告を見た「見たような気がする」と回答した人のうち、「ネットで調べた人」は2014年調査時が15.9%であるのに対し、2017年は19.5%。さらに「スマホを使って調べた」という回答も2014年が7.9%に対して2017年が11.5%と、いずれも3ポイント以上高くなっています。

また、数は少ないですが(スマホで)ブログやSNSに書き込みをしたという回答も増加していることがわかります。スマホユーザーは、気になる情報を即座に検索することが一般的になりつつあり、車両広告との相性も良いと考えるでしょう。



調査項目	車両メディア調査	駅メディア調査
調査期間	2012～2017年	2016～2017年
調査協力会社	東京電機、東京地下鉄、京成電鉄、東武鉄道、西武鉄道、京王電鉄、小田急電鉄、東武東上線、東武東横線、東武池袋線、東武東上線、東武東横線、東武池袋線、東武東上線、東武東横線、東武池袋線	東武東上線、東武東横線、東武池袋線、東武東上線、東武東横線、東武池袋線
調査対象者	1都3県(東京、神奈川、千葉、埼玉)在住で、調査当日電車通勤・通学に利用した人	1都3県(東京、神奈川、千葉、埼玉)在住で、調査当日電車通勤・通学に利用した人
調査人数	1,264人(全1,264人)	1,264人(全1,264人)
調査広告掲載数	1,264素材(全1,264素材)	1,264素材(全1,264素材)
調査実施機関	ビズリサーチ	ビズリサーチ

調査研究委員会



今年も、JAFRA ADS「Station

AD Planner」「Train AD Planner」

の講習会を次の日程で開催いたします。今回は、e-販促データシステム

の使用方法から、活用のヒントになる

情報を中心に講習を行います。また、

昨年好評をいただいた「お試し

キャンペーン」を今年も実施いたします。これは、有料会員向けの機能

が期間限定でJAFRA ADS会員の方ならどなたでもお試しいただけるもの

です。

皆さまのご参加をお待ちしております。

開催日時

東京会場…6月5日(火) 14時00分

JR恵比寿ビル10F ジェイアール

東日本企画大会議

大阪会場…6月12日(火) 14時00分

堂島アバンザビル8F JR西日本コ

●支部便り●

首都圏支部

首都圏支部セミナーを開催しました

3月20日(火)、15時00分～16時30分、JR恵比寿ビル10階会議室にて首都圏支部セミナー「未来の駅の姿・駅で生まれるコミュニケーションを考えよう」を開催しました。

今回登壇したのは、引地耕太氏(株式会社ワン・トゥー・テン・ホールディングスクリエティブディレクター)。デジタルからリアルまで様々な領域を横断したプロジェクトを得意とするクリエティブディレクターであり、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会クリエティブディレクターも勤めています。

原口宰首都圏支部長の挨拶に続き、引地氏がセミナーを行いました。冒頭、引地氏がこれまで携わったプロジェクトの事例が紹介された後、現在移動の通過点として利用されている駅が今後どのような場所になっていくかという未来の駅についてなどのお話を頂きました。

引地氏は最終的に、「未来の駅は、移動時間の通過点から多目的な

ハブへ」になることや、「人と駅がシンクロする」関係になることにより、今よりより豊かな社会をつくることができるのではないかと話をされていました。

また当日は、40名以上の会員の皆さまが参加され、講義終了後には、個人的に引地氏に話を伺う方も見られたことから、未来の駅に関して興味を持っていらっしゃる方が大勢いることを実感しました。

事務局からのお知らせ

定期総会のお知らせ

6月26日(火)、ホテルメトロポリタン(池袋)にて2018年度定期総会を開催します。

定期総会 14時00分 桜の間

臨時理事会 15時30分 富士の間

セミナー 16時00分 富士の間

講師…神内一郎氏(株)電通アウト・

オブ・ホーム・メディア局 テック

&データインテリジェンス部長

演題…「ダイナミックDOOHの展

開事例と交通広告における可能性」

懇親会 17時30分 富士の間CD

会費…10000円/人

ご案内は6月初旬に郵送いたします。みなさまのご出席お待ちしております。

編集後記

FUJOYAMA、ドオンパ、〇飛車、ええじゃ〇いかを立て続けに乗っても大丈夫というくらい絶叫マシン好きなのですが、先日、はじめて、ローラーコースターで頭がくらくらすることがありました。加齢による三半規管の衰え…らしいですが、体がついて行かない悔しさを味わっております。

みなさまおすすめのアミューズメントパークを教えてください。

●メールと写真、ご意見、ご感想はこちらへどうぞ。
information@j-jafra.jp



●会員社の代表者が変更になった場合など、変更届はホームページ(<http://j-jafra.jp>)の「各種届出書類」に用意してございますので、ご記入の上、事務局宛にお送り下さい。ご協力お願いします。