

# JAFRA NEWS

Japan Association for Rail Advertising

公益社団法人 日本鉄道広告協会 会報

12月号  
Vol.15  
2012年12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/>

巻頭レポート

## JRタワー札幌ピラービジョンの展開

2012年7月1日「JRタワー札幌ピラービジョン」が新たな広告シーンとしてJRタワー「アピア店」のウエストアベニューで展開されました。開発計画から運用開始後4か月を経たこれまでの経緯と広告商品等の概要につきましてご説明いたします。



札幌のランドマーク「JRタワー」

### デジタルサイネージ導入の背景

札幌駅周辺エリアは、JR札幌駅

に直結する4つの商業施設（当社所有・管理の「アピア店」、「エスタ店」、「パセオ店」、「ステラプレイス店」とこれに接続する「大丸札幌店」、「さっぽろ東急百貨店」などで一大商圈を構成しています。

札幌都心部の商圈は、JRタワーを中心とした札幌駅エリアと大通エリアに2極化していましたが、地下歩行者通路で接続することによってエリアの一体化を図るとともに、雨天、冬期間の歩行者の利便性・快適性を図ることを目的に「札幌駅前地下歩行空間」（通称「チ・カ・ホ」）が2011年3月11日に開通しました。開通後の交通量は、ウエストアベニューが約20%増で1日68,000人（平日）、駅前地下地区エリアでは1日240,000人になり、現在では、道内最大の交通量を誇る環境にあります。

当社としては、地下歩行空間の接続に合わせ



ウエルカムゲート

てウエストアベニューの環境整備に取り組むことで、地下通路の接続箇所到大通り方面からの玄関口として「ウエルカムゲート」を整備し、ウエストアベニューについても照明設備や天井仕上げ、通路に面していたインフォメーションや宝くじ売り場のブースの改修整備を行いました。また、通路の柱デザインの見直しと、これまでの電照広告をデジタルサイネージ化することにより、



JRタワー札幌ピラービジョン配置図

札幌駅総合開発株式会社  
業務支援本部 事業部  
宮腰 信博

映像による快適な施設内環境の提供を図ることとしました。この間、2011年11月にはパセオ店のリニューアルにより通路が改修され、アピア店の通路改修が待たれていました。

## 課題整理と検討、商品内容

商品企画、導入機種などは、「(株)北海道ジェイ・アール・エージェンシー」と一緒になって検討を行いました。課題は、これまでの電照広告のように常時広告が掲出されていることを広告主が強く希望していることの解決方法、商品別による販売価格の設定、更に工事期間中の広告主離れをどのように防ぐか、電子機器の陳腐化が早く短期間での投資回収が期待できるか等々ありました。

一方強みとして、これまでの札幌にないスケール感のある媒体で注目度が高いことや多くの広告枠が確保できること、5大都市圏ネットワークセットによる連携（札幌・首都圏・名古屋・京阪神圏・博多の5大都市ディスプレイ275面に一斉放映、その後首都圏で31面増 現在306面）が可能になることなどがありました。

検討の結果、第一に広告が常時表示されているという広告主のニーズに応えられるようにディスプレイ面

を上下2段にして下段はバナーの常時表示とし、上段に拡大移動した図版を表示（静止画、動画）することで解決することができました。そして、これにより媒体数が増え、販売価格の設定や事業性の見通しができることになりました。

\*画像は、(株)北海道ジェイ・アール・エージェンシーのホームページ「JRTタワー 札幌ピラービジョン」をご覧ください。

また、商業施設内の歩行者空間としての環境整備の面から、既存の柱の仕上材を撤去して柱仕上げとディスプレイが一体化したスマートなデザイン、更に、ディスプレイに映像が流れていなくても違和感のないデザインであるよう検討しました。映像面では、定時刻に全面面を使い空間を彩る映像により時報を放映（空環時計）して、媒体の注目度を高めるとともに北海道らしさを演出しています。



既存の電照広告



プロモーション枠

す。映像は四季とクリスマス期間に分けて年5回制作し、商業施設の販促の開始時期などに合わせて替えていきます。

他に、当社用としてサイン枠1枠を設定し、4つの商業施設の販促ツ



サイン枠

ルとして、また当社の文化事業の情報発信等を行っています。事業スキームとしてディスプレイ、通信ケーブル等の設備は当社所有で、広告枠は空環時計とサイン枠1枠（当社販促）以外はす

媒体名	枠 / 秒	1ロール	掲出時間	商品構成	枠数	備考
JRタワー札幌ピラービジョン (60型)下マルチディスプレイ32基64面	15秒	90秒	7:00 ~ 23:00 (16時間) 624回/日	サイン枠 (年間契約) *音声不可	南北両面4枠 /柱×16柱 (計64枠/年) (5都市枠含む)	ディスプレイ下面表示部(5面分割)が15秒毎にスクロール、90秒に一度上面表示部に拡大移動する。
				プロモーション枠 (週間契約) *音声可	南北両面 32基全面使用	ディスプレイ下面表示部(5面分割)が15秒毎にスクロールし、90秒に一度ディスプレイ上下表示部及び南北32基が全面表示される。
	90秒	17回/日 (定時刻)	空環時計	南北両面 32基全面使用	四季等の映像を背景に時報を表示する。	

べて(株)北海道ジェイ・アール・エージェンシーとの契約で年間買取りにさせて頂き、運用もお願いしています。  
○商品内容(詳細は北海道ジェイ・アール・エージェンシーHP)

**映像審査**

商業施設内で、且つ、地下鉄さっぽろ駅とJR札幌駅を地下でつなぐ歩行者の幹線通路という公共性の高い空間であることから、掲出する広告の映像の審査については映像レベルで事前に全広告については行っていません。審査の基準は、「交通広告掲出ガイドライン」(発行 株式会社オール東日本企画 交通媒体部 2011年4月1日)を参考に「JRタワー札幌ピラービジョン 映像審査基準」を作成し、事業部社員3名とデザインコンサルタントの方(1名)に入ってもらい毎週1回審査会を開催、審査をしています。

**節電対策**

7月23日〜9月14日までの期間、当社も7%以上の節電に取り組みました。ピラービジョンについては、通常の輝度400カンデラのところを200カンデラまで下げて掲出していました。この間、歩行者通路の間接照明も減灯していたので、照度上の問題はありませんでした。現在は、通常期に戻していますが、今冬の対応については喫緊

の課題となっています。

**運用開始から4か月**

一番の心配は、運用開始までに広告枠がどれくらい埋まるかということでした。結果は、北海道ジェイ・オール・エージェンシーによる商品説明会やシャープシステムプロダクト(株)(デジタルサイネージ納入業者)との協同による実機展示会、新聞投げ込み等で事前PRに取り組み、また、当社も営業販促チームと協力して、出店している約600のショップにJRタワー札幌ピラービジョンの案内書を送付したり、テナント総会で映像を放映したりとPRに努めたこともあり、まずまずの滑り出しとなりました。

運営後は、月ごとに掲出件数が増えて10月末の今年度の見込み稼働率



広告表示がないとき



空環時計 秋バージョン (8/20 ~ 11/13)

は、サイン枠77%、プロモーション枠78%、5都市枠46%となっています。特に、プロモーション枠は注目度が高く、年内はほぼ100%の稼働で推移しています。また、5都市枠は販売開始が7月からということもあって今のところ稼働率は低いのですが、今後は認知度と比例して需要が伸びるものと予想されます。



空環時計 Xmasバージョン (11/14 ~ 12/25)

広告主について、これまでには見られなかった、例えば「ハワイ州政府観光局」から札幌・ホノルル直行便の運航開始広告(動画による観光風景の映像)、地元テレビ局の番組宣伝などがありました。現在もある自治体から観光案内広告の問い合わせなどが入ってきています。また、映像面では、「オリエンタルランド(東京ディズニーランドキャンペーン)」や「GAP」等々による見て楽しい、見ごたえのある映像が流れ、行きかう人々の目を楽しませています。



広告の柱側面

運用後、予想以上に汚れが目立ち、埃対策としてディスプレイ面・柱の清掃と吸気口の除埃を2日に一回行うことになりました。

**今後の展開**

JRタワー札幌ピラービジョンができてオシャレ感とかわくわく感に溢れた空間となり、これまでのウエストアベニューの環境、印象が変わったと感じています。これまでに見られなかった光景として、ディスプレイの前で写真を撮ったり、立ち止まって見たり、ディスプレイに触れる人たちが現れてきました。開発に携わったものとして大変嬉しく感じるとともに、これからも映像のクオリティを高め、広告価値の高い媒体として利用していただけるよう取り組んでまいりたいと考えております。

# 「飛び出した思い出」

常任理事 川端 友泰 (株式会社東急エージェンシー)

いつもと同じように列車や新幹線に乗り出張や私的な旅行に出ている、状況ととき、あるいは時代と自分の歳によって受ける刺激と反応は変わってくるものらしい。

先日、所用があつて久々に東北に向かう機会があつた。大宮を出て暫らくすれば窓の景色もコンクリートのビルから、



トランヴェール

細やかな手入れの園芸花が並ぶ民家の中心になる。コーヒーも新聞も済ませ、さて手に取った車内誌で「会津若松」の特集をしていた。

普段ならフーンとパラパラ頁をめくって終わるところだが、何故かこのときは昔々の学生時代に会津を訪れた時のいくつもの情景が急に思い出されてきた。まるで納戸の奥に放り込んで忘れていた小抽斗を開けたかのように、あれやこれやの欠片が。

大学3年の終わりの春に、一人で岩手の大更から八幡平を抜けて秋田の後生掛温泉へ横断するスキートレッキングをした。その帰りに帰省中の友人宅を訪れたのが、初めての会津若松だった。

友人が一人っ子であったこともあると思うが、ご両親の手厚いおもてなしを受けた。

まだ修復されきつていなかったお城や、

薬草を栽培していたという御薬園、城を眺める飯盛山など、まさに郷土会津の誉れを案内して頂いた。わが郷土の先人達の、純粋な勇氣と苦難の歴史を、二十歳そこそこの若僧に真面目に誇りを持って説明して下さった。

しかし、本当に申し訳ないと思うのだが、根がガサツに出来ている小人の私の小抽斗からは、それら真面目な話などは後の後で、どうでもよい様なことばかりが飛び出して来る。

地元の樽で造られる二級酒に本当の酒の美味さがある、樽買っている銘柄品



線路一本

なんかというお父さんの持論。アイツバンゲの読み方も知らないのかと、半ば方言自慢のように近隣の地名を教えて頂いたこと。それがこの地

の言葉なのかお父さんお一人のことなのかは知らないが、「君」のことを「チミ」と言い、「チミ、チミー！チミは何かい……」と詰問されたこと。また地元のお酒自慢から呑み進めば、当の友人を前に



八幡平にて

お顔がなんだかやけに怖かった。

また、友人と巡ったどの名所旧跡よりも、東山温泉に向かう道沿いにあった茶店で小腹に入れた甘じょっぱい田楽の美味しさに、思わず「うまつ！」と叫んだこと、温泉の湯船から見た白い半月が透けるように冷たい美しさだったこと、などなどが先に浮かんでくる。

旅という非日常の中でのことだからなのか、あるいは後を振り返ることもない学生の気楽さだったからなのか、その時には何の感慨も、特に印象に残ったという事でも無いのに、どこかで記憶のシワに深くしまわれていたのだろう。

業務出張に走り回っていたころには気付きもしなかったが、あるいは年代のせいなのかもしれないが、走る景色に人の生活が見え隠れする列車の窓は、日常の中で普段忘れていた抽斗を、突然ちよつと開け放つてみたりするマジックを持っているのかもしれない。

次回の広場もお楽しみに。

首都圏支部

京王井の頭線渋谷駅に  
大型デジタルサイネージを新設

株式会社京王エージェンシー(本社・東京都新宿区、社長・武井 良仁)では、井の頭線渋谷駅に大型70インチの液晶ディスプレイ28面の、京王の広告媒体としては初となるデジタルサイネージ『渋谷K・DGウェーブ(渋谷ケーデジウェーブ)』を左記のとおり設置し、2012年10月1日(月)より有料広告配信を開始いたしました。



一気に視界に入る7本の柱は壮観

井の頭線渋谷駅はJR線や東急線、東京メトロ線への連絡駅として一日の乗降人員が30万人を超える井の頭線第一のターミナル駅です。

本メディアは、井の頭線渋谷駅改札口外コンコースという渋谷エリア有数の通行量の好立地にあり、本年7月までは、電飾媒体「渋谷・K・ウェーブ」としてご愛顧いただいております。ゆるやかな曲線(ウェーブ)を描いて同時に視界に入る7本の柱は、1画面の大きさが約2倍になったことで、より迫力を増しました。



渋谷有数の通行量の好立地に設置

販売は一週間単位。販売形態は、一括販売から、14面ずつの分割販売、15秒単位のロール販売まで、様々なニーズや予算に合わせてご利用いただけるようにいたしました。

時間帯や曜日別の放映はもちろん、28面すべてにコントロールPCを設置したことにより、モニターごとに別映像を放映するといったことも可能です。

モニターは、70インチ・フルハイビジョンLEDバックライト液晶パネルを採用し、これまでの同タイプのデジタルサイネージに比べ大幅な省電力化を実現、環境へも配慮いたしました。

お蔭様で、販売状況も順調に推移しており、放映を行ったクライアントからもご好評をいただいております。

みなさまのご利用お待ちしております。

株式会社京王エージェンシー  
取締役 交通広告事業部長  
栃倉 敏幸

媒体名「渋谷K - DGウェーブ」

1	放映開始	2012年10月1日(月)から		
2	放映時間	始発～終車まで(4:30～25:00)		
3	掲出期間	7日間(毎週月曜日～日曜日)		
4	掲出料金	一括販売	3,000,000円	4ヶ月前第1営業日申込開始
		分割(A・B面)販売	1,500,000円	2ヶ月前第1営業日申込開始
		分割(ロール)販売	600,000円	1ヶ月前第1営業日申込開始
5	設置場所	井の頭線渋谷駅 改札外コンコース 柱7本 柱1本あたり70インチの液晶モニターを4面設置(計28面)		
6	放映設備	運営は日立製作所のデジタルサイネージプラットフォーム“Media Space”を、通信に関しては、NTTドコモのデータ高速通信サービス「Xi」(“クロッシィ”)を採用、フレキシブルなお客様の要望に応え、安定した運営が実現できる体制を構築。		



迫力の70インチディスプレイ

● 支部便り ●

## 交通広告実務研修を開催しました

10月4日（木）、ジェイアール東日本企画の会議室で、今年も交通広告に関する実務の基礎を学べる「交通広告実務研修」を開催しました。

交通広告に携わって日の浅い若手を対象とするこの研修には、総勢55名と多くの会員社の皆さまに参加いただきました。

冒頭、小暮和之首都圏支部長より、次のような挨拶がありました。



挨拶する小暮支部長

広告業界全体はリーマンのショックの昨年2007年度をピークに売上が徐々に落ち、今では当時の8割くらいという状況だが、交通広告の売上は、若干減ってはいるものの、ほぼ横ばいと他のマス媒体に比べると健闘していると思う。

広告業界は、今大きな曲がり角に来ており、ネット広告の伸びが著しく、交通広告自体もこれまでの貼り物系に代わり「デジタルサイネージ」が定着してきている。業界内でも色々な考え方があがるが、大きな方向を見れば、デジタルサイネージに移行していくだろう。

非常に大事なことは、交通広告の媒体価値を向上させることである。これまでどちらかというと、ポスターやサインボードを貼り付ける場所を見つけ、そのような場所があれば、そこでキャッシュを生むだろうという考えが強かったが、場所さえあれば売り上げを取れるという時代ではない。駅に多くの広告が雑然と混在していると、全体としての交通広告の価値を低めることになるので、どこを残してどこを止めるのかという選択も非常に重要になってくる。



熱心に講義に聞き入る会員社の皆さま

現在、JAFFRAのアカウントビリティ特別委員会では交通広告の効果測定などについて検討をしており、いずれ結論が出ると思うが、交通広告は消費者にとって訴求力の強い広告なのだということが改めて確認されると思う。そのようにして交通広告の価値を高め、我々の存在感を高めていきたいと思う。

本日は1日しっかりと基礎知識を身につけるよう頑張つて勉強していただきたい。

当日のカリキュラムと講師は左記のとおり。

10時00分～  
ビジネス概論と広告展開事例研修

### 【交通広告の概要と

### 実務に関する講義】

講師…金沢 一幸氏  
(株)メトロアドエージェンシー  
営業本部営業第2局営業第4部

- ① 交通広告の変遷
- ② 交通広告の種類・名称
- ③ 交通広告の特性
- ④ 交通広告の市場規模
- ⑤ 交通広告の業務フロー

### 【交通広告の展開事例に関する講義】

講師…稲葉朋江氏  
株式会社ジェイアール東日本企画  
OOHメディア局

- ① 空間ジャック
- ② 世界観
- ③ 意外性
- ④ 素材・変形・立体
- ⑤ 音
- ⑥ 香り
- ⑦ タレント
- ⑧ ピールオフ



中里氏

「移動者マーケティング 移動を狙えば、買ってはつくられる。」

講師・中里 栄悠氏  
(株)ジェイアール東日本企画  
駅消費費研究センター

11時10分

移動者マーケティング研修

⑨ 駅の施設を利用  
⑩ デジタルサイネージ



藤村氏

講師・藤村 直子氏  
(株)ジェイアール東日本企画  
交通媒体本部審査部

【交通広告の倫理綱領、  
掲出基準に関する講義】

13時15分

掲出基準研修

1. 事例紹介
2. 鉄道広告の特徴
3. 鉄道広告の倫理綱領と掲出基準
4. 鉄道広告の審査について
5. まとめ



曾我氏

講師・曾我 祐之氏  
(株)東京メディア・サービス  
交通広告作業について  
企業・組織と安全問題について  
JAFRA安全委員会の取組について  
事故防止の考え方について  
事故防止活動の実践について

【交通広告の掲出・撤去作業時の  
安全対策に関する講義】

14時30分

安全研修



熱心に講義に聞き入る会員社の皆さま

15時30分

環境研修

【交通広告と環境問題に関する講義】

講師・曾我 祐之氏  
(株)東京メディア・サービス

環境問題と世界の動き・日本の施策  
環境問題とJAFRAの歩み  
持続可能な社会に向けた取組について

環境マネジメントシステムについて  
JAFRAにおける今後の取り組み

最後になりますが、業務ご多忙の  
おり、貴重なお時間を研修に割いて  
いただきました講師の皆様には、この  
場を借りて厚く御礼申し上げます。

首都圏セミナーを開催しました

11月5日(月)、港区南青山の農林水産省共済組合南青山会館でセミナーを開催しました。

今回は講師に田島 由美子氏(株式会社リクルート住まいカンパニー 企画統括室 事業推進・事業開発部ブランドマネジメントグループ チームリーダー)をお迎えして、住宅総合ブランド「SUUMO(スーモ)」の、ブランド戦略の目標、背景となる課題、旧来型マスコミュニケーションにおける課題、また、交通広告への期待などについてお話しただきました。

当日は、約60名の支部会員が出席し、熱心に聞き入っていました。

●講師プロフィール

田島 由美子氏

2000年株式会社リクルート入社。入社以来 Web サイトの編集、ポータル提携、集客などインターネット関連業務を担当。現在は TVCM などのマスコミュニケーション、リアルイベント、ソーシャルメディアを活用した SUUMO の統合的なブランドコミュニケーションを担う。

委員会からのお知らせ

調査研究委員会・  
e・販促データ委員会

「新・駅ちようさんのADデータ」および「中づりくん」リニューアルについて

e・販促データ会員の皆さまにご使用いただいております、「新・駅ちようさんのADデータ」・「中づりくん」を、OSの変革期を考慮し、HTML5対応として完全Web化、システムの適正化をはかり、収録データの改善と対会員サービスの向上を目的として、抜本的にリニューアルを行います。これにより機能的で満足度の高いシステムを提供できるようになります。

このリニューアルを担当する会社を協会ホームページで募集し、現在、左記のスケジュールで進行しています。

2012年

- 10月2日(火) 募集開始
- 10月31日(水) 募集締切
- 11月上旬 1次審査  
(書類選考後のプレゼンテーション)

11月中旬 2次審査

(最終選考)

11月末日 審査発表

12月下旬 契約の締結

設計/制作期間

(テストラン含む)

2013年1月~2014年3月下旬

完全納品

事務局からのお知らせ

これからの予定

・11月30日(金)

平成24年度第2回理事会

・2013年1月8日(火)

広告界合同年賀会

会場: 帝国ホテル本館2階

「孔雀の間」

15時30分~17時

●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。

編集後記

夜の下町ですが、最近は節電が生活の一部になっていることもあるのか、全体的に薄暗いのでしょうか。でも、それがかえってかつての「江戸」な雰囲気をかもし出しているような気がします。既にお寺の扉は閉まっていますが、多くの観光客が列を作っておまいりをしていました。あと1月も経たないうちに、除夜の金&初詣ですね。2013年の皆さまの抱負を是非お聞かせ下さい！  
少し早いですが、2012年もありがとうございました。

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



●次号Vol.16は2月1日発行予定です。お楽しみに。