

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

NFC技術を活用して 車内広告とウェブを繋ぐ実験の概要

デジタル化の進展により広告ビジネスが大きく変革する中、NFC技術を活用したリアルからウェブへ連携する交通広告を昨年11月に東急線で展開しました。この実験の背景と概要に関してご説明いたします。

ウェブとリアルの融合を 交通広告価値向上の機会と捉える

今回の実験の背景は、大きく2つあります。1つ目は、iPhone、Androidなどのスマートフォンが急速な普及と、Facebook、Twitterに代表されるソーシャルメディアの利用者の拡大です。スマートフォンが普及し、常時ネットにアクセスできる生活者が増えていきます。リアル市場での販売促進にネットを活用するO2Oの動きの活性化など、ウェブとリアルを区別せずに接している生活者に対して、ウェブと繋ぐリアルの拠点としての交通広告の実現に向けた取り組みが必要でした。2つ目は、デジタル化の浸透に伴って、広

携帯電話ネット利用率（平日）



告と販促の領域が曖昧になってきていることです。商品認知の獲得だけでなく、その先の購買にまで結び付く効果を広告に求められています。広告だけでなく、販促にも寄与できる交通広告の実現に向けた取り組みが必要でした。



ウェブとの接点が高い交通広告

東急エージェンシーでは、一週間の日記式調査で、日別・時間帯別に接触した媒体を調べています。最新の調査は、昨年2012年10月15日～11月3日に、首都圏、近畿圏、東海圏の、15～69歳の男女個人約8300サンプルに対して実施され

株式会社東急エージェンシー
戦略事業本部 OOHビジネス局
交通メディア部 部長
河内 綱司

ました。この調査結果を見てみましょう（前ページグラフ参照）。このグラフは、平日の20代男女各々の携帯電話によるネット利用率を時間帯別に表したものです。青の折れ線グラフが属性全体の利用率を、赤の折れ線グラフが属性の電車利用時の利用率を示しています。

全体で見るとネットの利用率は、20代男女ともに6〜7%台で推移しています。12時台の利用が最も高く10%強となっています。これを電車利用時で見ると、20代男女ともに利用率は20〜30%と、全体での利用率と比較してたいへん高くなっています。電車利用と携帯のネット利用の相性の良さが調査結果でも分かります。

ウェブとの接点を有効に活用しきれない交通広告

交通広告は、リアルからウェブへの誘引に有効な場です。特に、滞留時間の長い車内では有効な接点であるはずなのですが、ウェブ連動型広告の実施が少ないのが現状です。実施には、2つの大きなハードルがあります。

1つ目は媒体社サイドのハードルです。リアルとウェブを繋ぐ手法としてはQRコードの利用が考えられますが、携帯電話のカメラ機能を使

うために盗撮と誤認されるトラブルが危惧され使用できません。また、フェリカードリーダー/ライターでは、電源が必要であるなど、特別な機器設置が不可欠となり手軽に活用できません。

2つ目は利用者サイドのハードルです。事前にアプリケーションのダウンロードを行いアプリを起動させておくことが必要であったり、何らかの事前登録が必要であったり、タッチしてもウェブサイトのURLをリンクリックする必要があったり、QRコードの撮影（取り込み）が必要など、情報取得に手間がかかります。

リアルとウェブを繋ぐ「場」としてのポテンシャルがありながら、オンライン展開とオンライン展開を繋ぐ有効な手段が確立されていないために活用しきれないのが、交通広告の現状です。これを解決する手段として注目されているのが、NFC技術です。

NFC技術を活用するメリット

NFC(Near Field Communication)とは、Suica、PASMOに使われている非接触型ICカード技術「Felica」の国際標準規格です。Felicaが少額決済の用途が中心であったのに対して、NFCでは電子タグや対応機器との情報のやり取りも可能となります。

この技術を活用することで、NFC搭載のスマートフォンを交通広告などにタッチするだけで、様々なコンテンツへのアクセス（情報取得）が可能となります。リアルとウェブをスムーズに繋ぐ環境を交通広告に作り出すことが出来ます。

従来はアプリケーションのダウンロードが必要であったり、何らかの登録が必要でしたが、今回の仕組みはそのハードルが一切無く、リアルとウェブをシームレスに繋ぐ事ができます。またタッチされる側にも特別な什器・電源などは必要なく、ICチップを貼るだけなので設置の自由度が高いことも特徴です。

NFCを活用した実験概要

今回の実験では、ネットに強みを持つサイバーエージェントとNFC技術に強みを持つ凸版印刷と共同して3社で実験に取り組みました。

ペプシの新商品発売に合わせて、広告貸し切り電車で、実験を実施しました。中づり、ドア横、ツインステッカーを活用しキャンペーン告知を行い、利用者のタッチしやすさを考慮して、つり革広告とドアステッカーにNFCタグを添付しウェブとの連動を図りました。電車利用者が、NFC対応のスマートフォンをキャンペーン応募の広告面にかざすと、ゲー



ムがスタートします。当選者には、ペプシの新商品が送られます。NFC技術を活用することで、その場でキャンペーンに参加することが出来ます。

実験にあたっては、以下の2点に留意し実施しました。優先席付近では、NFCを搭載した媒体の設置及びキャンペーン告知しないこと。NFCを搭載していない携帯電話利用者へ配慮して、NFCタグにかざす以外にも、検索窓を用意してキャンペーン参加が出来るようにすること。

今後の取り組み

現状では、NFC搭載端末が少ないために実験段階にあります。2012年の冬モデルでは、NFC搭載機種が11機種となり、今年のも

広場

「そして今年も思いを馳せて・・・」

理事 畑中 一浩 (東京地下鉄株式会社)

デルでは搭載機種がさらに増加することが予想されます。本格的な普及も間近になっています。気になった交通広告を見たら、ス

マートフォンでタッチすると、さらに深い情報にアクセスできる。実験を通じた習慣付けの促進により、交通広告の価値の向上に繋がっていく

と思います。テクノロジーの進歩によって、ウェブとリアルをシームレスに繋がるのが可能となつていきます。電車内や駅構内をウェブとの接

点として開発することにより、「ウェブと繋がる交通広告」へとその機能拡張と価値の向上を生み出してまいります。と思います。

学生時代は国内専門だったが、30歳を目前にして海外に旅に出るようになった。家族を残して、気ままに一人か友人との珍道中が多いので、知り合いの方からは信じられないという半分非難の声をいただくが、幸いにも家族の理解を得て毎年旅に出ることができている。

昔から旧共産圏に興味があった自分が初めて選んだ旅先はドイツとチェコ。その旅で何事にも得難い経験をできたことが、その後の私を決定づけた。それ以降、旧共産圏を中心に旅を続けている。東ヨーロッパの国々にはほとんど行くことができたので、最近はずぶズブキスタンやグルジアなどさらに東にも足を踏み入れている。



ウクライナより

旅に際しては、往復の航空券と宿は事前に予約するが、あとは勝手気ままに放浪している。海外への旅を始めた頃は、スーツケースをゴロゴロ転がして行ったものだが、いつしかそれはバックパックに代わった。とはいっても、バックパッカーのような勇気や冒険心はないの

で、宿は三ツ星以上のホテルが基本であるし、タクシーを使うこともある。旅先での楽しみは、食事とお酒。ビール好きの私にとって、ご当地で飲むビールは格別。毎日昼間からジョッキを傾け、その勢いで夜はワインやウォッカにまで手を出し、気付いたら翌朝ホテルのベッドの上というつもりも少しはあります。



アゼルバイジャン

ただ最近はお酒が弱くなったので、アルコールはほとんどにして翌朝現地をランニングするようにしている。昨年秋訪れたアゼルバイジャンのバクーでは、早朝のカスピ海湖畔を走り、朝靄に煙る幻想的な光景に接することができた(写真)。ランニングは、観光では行くことのない路地を走るため、その街の日常に触れることができ非常に楽しい。

危険な国には足を踏み入れないようにしているのですが、致命的なトラブルに遭遇したことはないが、予約していた便の航空会社が倒産してしまったり、ニセ警官に騙されそうになったりといった小さなトラブルは

日常茶飯事である。若かりし頃は、いつもドキドキの小心者だったが、最近ではトラブルを楽しめるくらい鷹揚に構えられるようになった。

また、ここ数年の劇的な変化といえば、スマートホンの登場。現地情報や地図は旅先でも容易に調べられるので、旅のバリエーションが飛躍的に広がった。とはいっても、国によっては回線事情が悪く、インターネットにつながらないことが多々あるので、事前準備を怠ると痛い目にあう。



こうして今まで訪れた国は44。何とか自分の年齢よりも多い国に行くことができています。秘かな目標は自分の年齢以上の国を訪れ続けること。年を重ねる前に早目に訪問国の数を増やしたいのだが、これからどうなることか？

そして今年も、どこの国へ行くのか思いを馳せているところである。

次回もお楽しみに。

平成24年度第2回理事会を開催しました

平成24年11月30日（金）ジェイアル東日本企画13A会議室において23名の理事が出席し開催した。

第1号議案

副支部長・副委員長の委嘱変更について

平成24年度定期総会以降、人事異動等の事由により、2名の方より退任の旨連絡があり、定款施行規則第



10条及び第13条の2に基づき、2名の委嘱変更が承認された

九州支部

副支部長

〈退任〉

秋澤 壮一 (株)西鉄エージェンシー

〈新任〉

加峯^{かぶ} 辰美 (株)西鉄エージェンシー

(平成24年6月29日付)

環境委員会

副委員長

〈退任〉

曾我 祐行 (株)東京メディアサービス

(平成24年10月31日付)

なお、空席になった環境委員会副委員長については、委員会の中で改選をしていく予定である。

第2号議案

新規会員の入会承認について

平成24年度第1回理事会以降、左記の会社から入会希望があり入会が

承認された。

正会員（1社）

入会申込日2012年9月1日

近畿・中国・北陸支部

(株)明宣社

代表者：金本 明三

所在地：広島県広島市

これにより平成24年11月30日現在の会員数は、正会員社308社、賛助会員社18社の合計326社となる。

報告事項①

第6回地球温暖化防止キャンペーン実施報告

美観風致委員会滝委員長より、第



あいさつする今木会長

6回地球温暖化防止キャンペーンについて、全国の駅を利用した展示は公共性の高さに理解と認識が深められていると報告があり、今木会長からは、2013年には7回目の開催を予定しているが、できたらさらに新しい工夫を加えて実施したいと考えているので、今後ともご協力をよろしくお願したいと発言があった。

報告事項②

アカウンタビリティ向上委員会進捗状況

2012年6月29日に設置された特別委員会「アカウンタビリティ向上委員会」は、「交通広告のアカウンタビリティ向上」の課題進捗を計るべく日本アドバタイザーズ協会（JAA）SP委員会が、日本広告業協会（JAAA）メディア委員会交通広告小委員会と、関東交通広告協議会（11社会）に対して要望し、数年にわたって議論されてきた交通広告のデータに関する事項（交通広告統一指標）について公益社団法人である当協会もその一助となるべく、研究テーマとして取り上げたものである。

当委員会においては、専門家による研究会を設置し、鋭意検討を進め



アカウントビリティ向上委員会 正盛委員長

た結果、現時点で適切と思われる結論を得るに至り、実際の車内広告を使用して、以下の通り調査検証（以下調査という）を行うこととなった。

【調査目的】
交通広告のアカウントビリティ向上の為の統一指標の評価及び調査方法の検証

【調査方法】
インターネット調査
調査協力会社の(株)ビデオリサーチに依頼し、特定サイトに訪問の上回答

【調査内容】
当日の行動・乗車位置、乗車回数、電車内行動
広告接触・ユニット（広告）接触状況、広告到達状況、他メディア接触状況等

【今後の進め方】
分析した後、関東交通広告協議会（11社会）へ説明し、その後JAAA

調査費用（税込）	3,150,000 円
【内訳】	
日本広告業協会	315,000 円
日本鉄道広告協会	315,000 円
(株)オリコム	420,000 円
(株)ジェイアール東日本企画	420,000 円
(株)ムサシノ広告社	420,000 円
(株)メトロアドエージェンシー	420,000 円
(株)電通	420,000 円
(株)博報堂 DYメディアパートナーズ	420,000 円

【調査期間】
平成24年11月26日（月）
～12月7日（金） 予定

【調査対象者】
1都3県に居住する15才～59才で指定日の調査対象鉄道路線利用者
JR東日本 山手線／300人
東京メトロ 丸ノ内線系／300人
合計 600人

【調査費用】

を通じてJAAAへ説明する。来年度以降の調査については別途検討する。

報告事項③

e・販促システム(ADS)リニューアル募集状況について

JAFRAのADSは、1997年に当時の関東交通広告協会が「駅ちようさんのADデータ」・「中づくりくん」制作発表以来約15年間、JAFRAへ移管し部分的リニューアル含め改善改良を重ねてきたが、昨今のICTの技術的・制度的な発展の中、システムの硬直化、対会員サービス劣化等、様々な問題発生が予測される状況となっている。

そこで、協会会員からの要望もあり、本システムの5年後、10年後のあり方について議論を重ねた結果、最終的に抜本的リニューアルを行いサービスの向上を目指すこととなり、この度OSの変革期を考慮し、HTML5で、より機能的で満足度の高いシステムを構築することとした。

○リニューアルの目的

現状の【新駅ちようさんのADデータ】・【中づくりくん】を完全WEB化並びに、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図る。

○スケジュール

2013年	2012年
3月末日 納品	9月24日 募集開始
設計／制作期間（含テストラン含む）	10月2日 説明会開催（参加7社）
	10月31日16時 募集締切（応募5社）
	11月8日～15日 プレゼンテーション（参加5社）
	11月下旬 審査
	12月初旬 審査発表
	12月下旬 契約の締結
	1月～2014年3月末日



調査研究委員会 栗原委員長

○募集状況

JAFRAの会員を中心とし、「日本広告業協会」「マーケティングリサーチ協会」会員等、広く募集し提案を募った。

プレゼンテーション参加5社の提案について、調査研究委員会栗原委員長、e・販促データ委員会菊田編集長、村山副編集長及びJAFRA本部で検討の上、12月初旬に担当会社を決定、通知する。

報告事項④

「鉄道利用マナー啓発キャンペーン」の実施について

① 2010年公益社団法人への移行を契機に、旧JAFRA P時代より継続実施の「環境キャンペーン」(エキからエコキャンペーン)に加え、鉄道利用者へ向けた「マナーキャンペーン」実施が理事会で決議され、2010年12月から「優先席」「キャリーバック」に関するマナーをテーマに首都圏・名古屋圏・関西圏にてキャンペーンを実施した。

② 2011年度、国土交通省では視覚障害者の鉄道ホームからの転落事故等対策として、ホームドア設置等のハード面での対策と同時に、鉄

道利用者へ向けたソフト面での対策の一環として「鉄道利用マナー啓発キャンペーン」の実施を模索、JAFRAに相談があった。

③ 倫理委員会では、2011年度に展開を計画しているマナーキャンペーンについて、国土交通省が計画する「鉄道利用マナー啓発キャンペーン」における駅ポスター・車内ポスター展開に関して国土交通省とJAFRAが協同して展開する案を、2011年12月7日の理事会に提出、議決され展開することになった。このキャンペーンを円滑に対応するためワーキングチームも設立され、国土交通省等と調整を図り具体的なキャンペーン展開を推進することが求められた。



倫理委員会 神田橋委員長

④ 国土交通省より首都圏、名古屋圏、関西圏を中心とした鉄道事業者への協力依頼があり36事業者

が本キャンペーンに協力を表明。2011年12月5日、2012年1月31日(一部鉄道事業者では年度内展開継続)に実施、アンケート調査をあわせて行った。

⑤ 国土交通省より昨年度の調査結果に基づき、2012年度は、鉄道利用者だけでなく広く国民に対して鉄道利用マナーの浸透を図る目的で、キャンペーンを継続したい旨の要請が、2012年9月20日正式にあった。

⑥ 9月20日倫理委員会において、国土交通省鉄道局より説明があり、本年度は、昨年度の地域に、札幌圏、仙台圏、広島圏、高松圏、福岡圏を加え、10月末から2013年3月末

までキャンペーンの実施が決定し、各鉄道会社と確認作業に入った。

⑦ 9月26日に国土交通省鉄道局より、当該キャンペーンの延期が左記の理由で告知された。

現在(2012年11月30日理事会開催時)延期となっているこの件について、国交省より「1月下旬から年度末にかけて実施したい」という連絡があったと補足説明があった。

(なお、このキャンペーンについては12月6日に改めて国土交通省より実施依頼があり、1月21日から展開しています。詳細は次のページに)

14時46分、以上を以て第2回理事会是滞りなく終了した。

【延期せざるを得ない理由】

- ・現在、国の財源不足を確保をする法案である「特例公債法案」が未成立の状況です。
- ・今年9月上旬の閣議決定により、国の予算執行抑制の方針が出されました。
- ・その内容は、国民生活及び経済活動に著しく影響を与える緊急性の高い支出以外は執行停止というものです。

したがって、本キャンペーンを延期せざるを得ない状況となりましたことを深くお詫び申し上げます。しかしながら、中止ではありません。延期であります。(時期は全くの未定ではありません。)

今後のスケジュール等につきましては、随時分かり次第ご連絡いたしますので、上記趣旨を何卒ご理解いただきますよう、よろしくお願いいたします。

倫理委員会

鉄道利用マナーキャンペーン

「心のバリアフリー」

国土交通省と提携し1月21日

スタート

「鉄道駅構内、列車内における心のバリアフリー」をテーマに鉄道利用に関するマナー啓発キャンペーンが始まりました。これは国が積極的に推進しているバリアフリーに視点をあおいたもので、先の理事会報告の中にもありましたように、当協会が国土交通省鉄道局と協力して展開して

いるもの
です。
20
11年
8月に
国土交
通省が
取りま
とめた
「ホー
ムド
ア整備
促進等
に関する
検討



車内(B3)ポスター

会」における中間報告において指摘されている、旅客による視覚障害者への声がけやマナー等の「心のバリアフリー」に関するソフト施策の一体的な推進に一層の協力を図りたいと考えています。

今回は昨年度の地域に加え、札幌圏、仙台圏、広島圏、高松圏、福岡圏でもキャンペーンを展開しておりますので、ポスターを目にされる機会も一層増えたと思います。

なお、ポスター掲出期間については2013年1月21日(月)にスタートし同3月末までの間を想定しております。



駅貼り(B1、B2)ポスター

■掲出期間

2013年1月21日(月)

～2013年3月31日(日)

(社によって異なる)

■媒体

○駅貼りポスター

B1、B2ポスター各1種類

○車内ポスター

B3ポスター2種類

■鉄道会社

小田急電鉄(株)、大阪府都市開発(株)、大阪市交通局、北大阪急行(株)、京都市交通局、近畿日本鉄道(株)、九州旅客鉄道(株)、京王電鉄(株)、京成電鉄(株)、京浜急行電鉄(株)、京阪電気鉄道(株)、

神戸市交通局、札幌市交通局、札幌市交通局、埼玉高速鉄道(株)、相模鉄道(株)、山陽電気鉄道(株)、首都圏新都市鉄道(株)、新京成電鉄(株)、四国旅客鉄道(株)、仙台空港鉄道、仙台市交通局、西武鉄道(株)、東京モノレール(株)、東京急行電鉄(株)、東京地下鉄(株)、東京都交通局、東京臨海高速鉄道(株)、東武鉄道(株)、東葉高速鉄道(株)、東海旅客鉄道(株)、名古屋市交通局、名古屋鉄道(株)、南海電気鉄道(株)、西日本旅客鉄道(株)、西日本鉄道(株)、阪急電鉄(株)、阪神電気鉄道(株)、東日本旅客鉄道(株)、福岡市交通局、北海道旅客鉄道(株)、北総鉄道(株)、(株)ゆりかもめ、横浜高速鉄道(株)、横浜市交通局 (全45社)

● 支部 便り ●

四国支部

年も押し詰まった2012年12月12日(水)、(株)ジェイアール四国コミュニケーションションウエア会議室において、四国支部によるセミナーを開催した。これは10月4日に首都圏支部が主催した交通広告実務研修の映像を視聴しての研修会である。当日は10社14名が参加し、熱心にメモをとっていた。四国は規模の小さい支部なので、2013年も他支部の活動を参考にし、刺激を受けたいと考えている。

なお、研修終了後、懇親会を開催し、参加者は親睦を深めていた。

事務局からのお知らせ

合同年賀会を開催しました

今年も広告関係29団体による「広告界合同年賀会」が1月8日(火)、東京都千代田区の帝国ホテル「孔雀の間」において開催され、2013年が幕を開けました。

壇上では、華やかに鏡開きが行われ、全日本広告連盟理事長大平明氏より、「今年(巳年)は巳年(巳年)はこれまで



鏡開き

の流れがリセットされ、これからまた新しい動きが始まるという年だということである。また、今年(巳年)はテレビ放送が開始されて60周年でもあり、我々の持つ想像力、コミュニケーション力、アイデア力で広告新時代の幕開けにしたい。また、日本が復活に向けてス



タートを切る年であり、今日はその出陣式である。」と挨拶があり、乾杯の発声が行われました。
当日は主催者発表で1600名余りが出席、江戸囃子が披露されるにぎやかな会場内のあちらこちらで新春の挨拶が交わされていました。
お忙しい中ご出席いただきました会員社の皆様には、この場をお借りしてお礼を申し上げます。
また1年後の話になりますが、2014年も1月8日(水) 同会場での開催が決定しておりますので、皆様のご参加をお待ちいたしております。

編集後記

報道でご存知の方も多いと思いますが、三連休の最終日、東京では珍しく猛吹雪になりました。かなりの積雪になり、裏道はそのままアイスバーンとなっていました。豪雪地帯では降った雪を「室」に集積して、冷気を夏の冷房に使用しているのを思い出しました。真夏は「暑い思いをしつつも節電」ですから、雪がもったいないと思った瞬間です。
皆さまの「電車で行く春の風景」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。ご協力をお願いします。

●次号Vol.17は4月1日発行予定です。お楽しみに。