公益社団法人 日本鉄道広告協会 会報
JAFRA NEWS
Japan Association for Rail Advertising
6月号
Vol.90
2025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：https://j-jafra.jp/

巻頭レポート

成長を続ける「アジアのリーダー都市」福岡
天神ビッグバンの最中、「ONE FUKUOKA BLDG.」が4月24日にグランドオープン。共に開発・発展が続く福岡の交通・OOHメディア

株式会社西鉄エージェンシー
OOHメディア本部
OOHメディアグループ
部長
栄　隆之

皆さま初めまして。西鉄エージェンシーの栄と申します。

さて、交通広告事業自体ではありませんが西鉄の本社も入居する大型複合ビル「ONE FUKUOKA BLDG.」（『ワンビル』と呼称されています。）グランドオープンと共に福岡・天神を中心とした西鉄メディアのデジタル化、大型化も発展・躍進を遂げていますので先ずは冒頭、そこから始めさせていただいております。

天神ビッグバン・天神エリア再開発プロジェクト

世界が注目する屈指の成長都市、福岡・天神。

天神エリア再開発の核となるビルの建替え事業では、2024年3月末時点で建築確認申請数73棟・竣工棟数は58棟にのぼり、建替え完了後の経済波及効果は年間約8,500億円と試算されています。（公益財団法人 福岡アジア都市研究調べ）

2023年には『福岡大名ガーデンシティ』が開業し、九州初の5つ星ホテル「ザ・リッツカールトン福岡」がオープン。さらに2025年は大型再開発の『ONE FUKUOKA BLDG.』がグランドオープンするなど、世界トップクラスの建築デザインやイノベーションスタジオの登場によって、福岡市並びに天神エリアにさらなる投資を呼び込むことが期待されています。

西鉄メディアのデジタル化・大型化ー新設「ホームビジョン」

『ONE FUKUOKA BLDG.』オープン直前、3月31日にメディア化がスタートした西鉄福岡（天神）駅ホーム上に新設された「ホームビ

ホームビジョン

ジョン」。75インチの液晶モニターが1・2番線乗車ホーム上に6ヶ所・12画面（表裏）がずらりと並びます。全国でもホーム上にしかも連続して設置されているのは大変めずらしいこと（もしかしたら全国初?!）であると認識しております。乗車客にはもちろん、降車ホームとしても機能しており毎日、大変多くのターゲットに接触・訴求が可能な新設メディアとなっております。

ホームビジョン

そして、特筆すべきことは！

「ホームビジョン」が並ぶ先に2023年2月にスタートした、こちらもめずらしい円柱型「天神ツリービジョン」が現れます。そのすぐ先には西鉄の最大にして最も〝強力〟な大型デジタルメディア「TENJINプレミアムスクリーン」がダイナミックに〝顔〟を出し乗降客を圧倒し、その下のラッチをくぐると、こちらもおかげさまで大人気メディアとなっています「コンコースビジョン」左右10面（裏面6面・計16面）・同期画面に迎え入れられます。

TENJIN プレミアムスクリーン

TENJIN ツリービジョン

コンコースビジョン

TENJIN プレミアムスクリーンとコンコースビジョン

このようにここ数年、新設がつづく西鉄デジタルメディアは『ホーム～内コンコース～外コンコース』と駅利用者が100m内外の距離を移動する中で、西鉄一押しの「4つの」大型デジタルメディアに19面（降車客目線）、シームレスに接触するコンパクトで迫力のある本質的な〝ステーションジャック〟を実現することができました。

関東・関西からメディア視察に来られるほとんどの鉄道事業者様・同エージェンシー様からは、大変ありがたいことに一様に感嘆のお言葉、ご表情をいただいております。

然るに皆さまもぜひ、ご来福の際は一度ご覧いただけましたら幸甚にございます。

私、栄にご連絡いただけましたらいつでも現地にてご案内させていただきます。

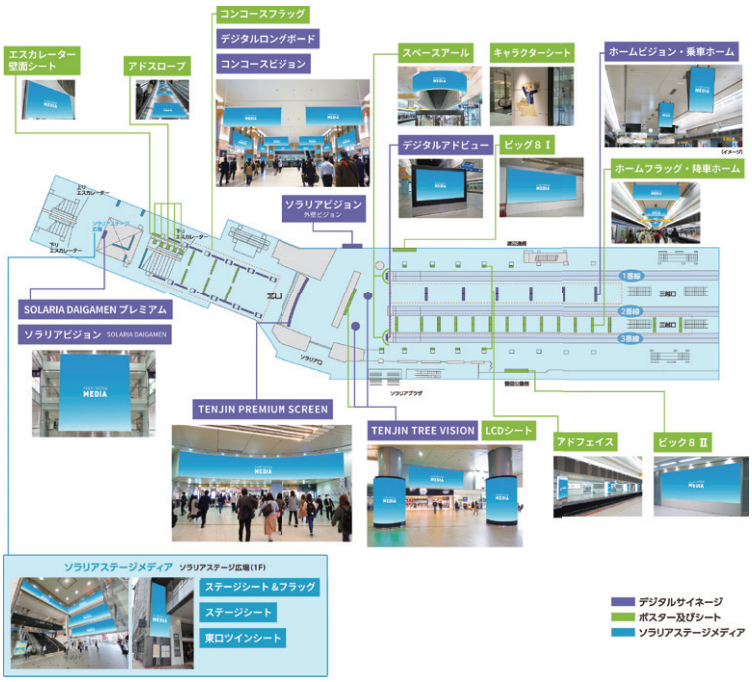
鉄道メディアではありませんが…

鉄道メディアではないのですが西鉄OOHメディアとして「ホームビジョン」の1ヶ月前、今年2月に新設、稼働スタートした「SOLARIA DAIGAMEN

プレミアム」もご紹介させていただきます。（1時間／15秒／40回放映）

こちらは「旧ソラリアビジョン」

4画面の中核を担ってきた〝ステージ広場ビジョン〟のビッグな後継メディアで、実は前述のシームレス・コンパクトに接触が可能な4メディアのラスト「コンコースビジョン」からエスカレーター・階段を降りた数十メートル先に位置し、4メディアステーションジャックにプラスオンすれば〝スーパーエリアジャック〟とも呼べるメディアストーリーを実現することが可能となってまいります。



西鉄福岡（天神）駅 各メディア位置図（前述メディア以外も含む）

福岡・博多エリアも大躍進 JR九州メディア

福岡のOOH・交通広告メディア新設は天神エリアだけではありません。

JR九州メディアも続々と大型・デジタル化のメディア開発・新設をつづけております。

中でも最も新しい2メディアを紹介させていただきます。

◉博多駅 デジタルプリズム4

JR博多駅博多口を出て正面の駅前広場の柱に設置されたLEDビジョンサイネージで、三角柱の形状にて全方向への訴求が可能となる博多駅玄関口・メイン出口の新設デジタルメディアです。

博多駅デジタルプリズム4

◉博多駅 フラッグビジョン

JR博多駅と駅前広場、周辺オフィスを結ぶ博多阪急前通路にて、計14面のLEDビジョンで通行者へ連続して訴求でき、強いインパクトを残せるこちらも新設デジタルメディアです。

博多駅フラッグビジョン

皆さま、西鉄メディア同様、福岡へお越しの際はJR九州新メディアもぜひご覧いただければ幸いにございます。

以上、もっと紹介しても飽きたらない程、言及していきたのですが、今後の福岡エリアのOOH・交通広告メディアの発展・躍進に向けて販売促進活動を含め努力していきたいと強く考えているところでございます。

広場

九州の芸妓さんの紹介

常任理事　盛澤　篤司（JR九州エージェンシー㈱）

最近はインバウンドであふれている古都京都。かわいい舞子さんは京都旅行の風物詩です。

ここ九州には舞子さんこそおりませんが、「芸妓（げいぎ）さん」なるものが長崎と博多で活躍しているのをご存知でしょうか？

九州以外でも、東京、熱海、金沢などで活躍しておりまして、それぞれ呼び方は違いますが、日本の伝統芸能を今にしっかりお伝えしています。

九州に芸妓が登場したのは、江戸時代中期と言われており、明治・大正時代には、博多で2000名を超える芸妓さんがいて、料亭も東京の築地や日本橋に並び称されるほどに。1937（昭和12）年でも884名いたそうです。

芸妓さんは検番（けんばん）に所属してまして、戦時下は検番自体が消滅しましたが、戦後は2つの検番が復活、1985年に一つにまとまり、博多検番となり現在に至っているそうです。

時代の移り変わりとともに芸妓の数も減少、今は博多では14名となり、少数精鋭で芸の精進を深め、伝統を守っているとのことです。

博多、長崎にお越しの節は是非九州の芸妓さんにお会いいただければと思います。

ポスターは昨年のもの

踊る芸妓さん

委員会便り

アカウンタビリティ向上委員会

アカウンタビリティ向上委員会（大塚尚司委員長）より、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および関東交通広告協会で、3月25日にプレスリリースした交通広告共通指標の、2024年度版をご紹介します。

「スマホ視認と電車内広告視認との関係性」、「テレビCM・インターネット広告とともに電車内・駅・屋外広告でも接触した際の効果」についても確認しております。

JAFRAのホームページにも掲載されていますので、アクセスいただき、多くの方にご利用いただければと考えております。

プロジェクトでは引き続き調査を継続、データを蓄積してまいります。

交通広告共通指標推進プロジェクト

～ 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 ～

2024年度版

「車両メディア共通指標推定モデル」を更新

『スマホ視認と電車内広告視認との関係性』
『テレビCM・インターネット広告とともに電車内・駅・屋外広告でも接触した際の効果』についても確認

◎ 車両メディア共通指標推定モデルのデータを更新

2024年度は2023年度と同様に、9月～10月に調査を実施し共通指標推定モデルを策定しました。最新の調査も含め素材数も増えて、より信頼性のある指標となっています。

◎ 電車の中でスマホを利用している方は、電車内広告を見る割合がより高い

「ふだん電車の中でよくしている行動」を調査したところ、「電車の中でスマホを利用している方は、電車内広告を見ている割合がより高い」ことが分かりました。

◎ テレビCM・インターネット広告とともに電車内・駅・屋外広告でも接触すると、「より印象に残る」「繰り返し見ることで、さらに記憶が深まる」「より興味関心を持つ」等の効果がある

テレビCM・インターネット広告とあわせて電車内・駅・屋外広告でも接触することで、「より印象に残る」「繰り返し見ることで、さらに記憶が深まる」「より興味関心を持つ」等が効果として加わることが分かりました。

「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、交通広告アカウンタビリティ向上を目的に2013年5月『交通広告共通指標推進プロジェクト』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都3県在住の鉄道利用者300人（1素材あたり）を対象に「車両メディア」の広告効果についてインターネットによる調査を実施しており、これまで1,800素材以上の調査結果を得ています。その結果を元に2015年度に"共通指標推定モデル"を策定、以後毎年精度の向上を図り、データの更新を行っております。

2025年3月25日

交通広告共通指標推進プロジェクト

公益社団法人日本鉄道広告協会　アカウンタビリティ向上委員会
一般社団法人日本広告業協会　交通広告委員会
関東交通広告協議会

■問い合わせ先■

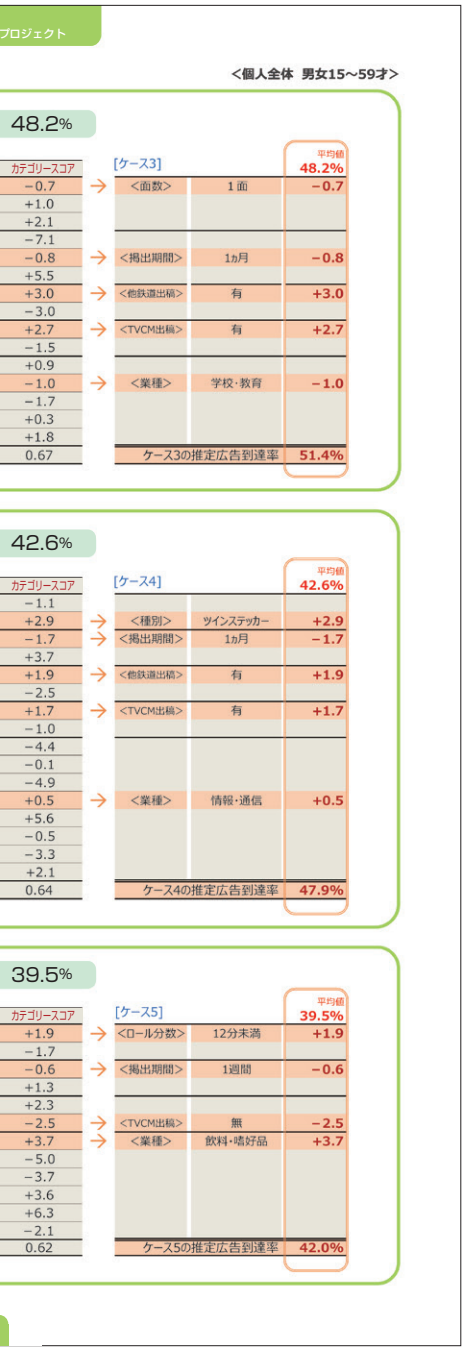
公益社団法人日本鉄道広告協会　TEL:03-5791-1808　FAX:03-3443-1616　（近藤）
一般社団法人日本広告業協会　TEL:03-6281-5717　FAX:03-6281-5718　（勝田）
関東交通広告協議会　TEL:03-3348-8601　（幹事社：株式会社京王エージェンシー　志賀）
（このプレスリリースは、国交省記者クラブ、ときわクラブ、その他業界紙にお届けしています。）

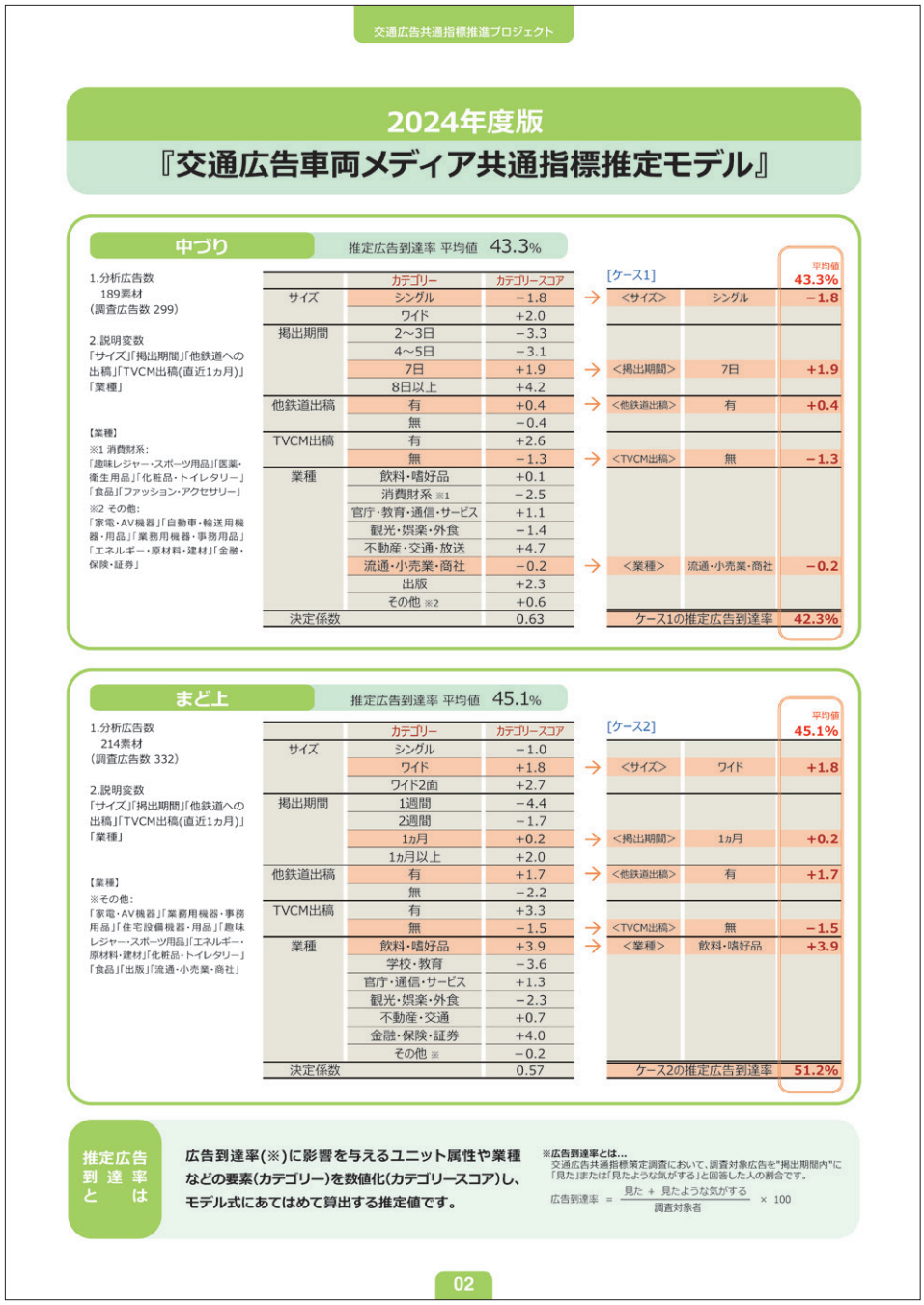
01

総務・財務委員会

総務・財務委員会（稲川一委員長）では、5月9日（金）に、2025年度第1回委員会を開催し、5月22日（木）に開催予定の第1回理事会の決議及び報告内容についての確認を行いました。

日時：5月9日（金）15時
会場：JR東日本企画会議室

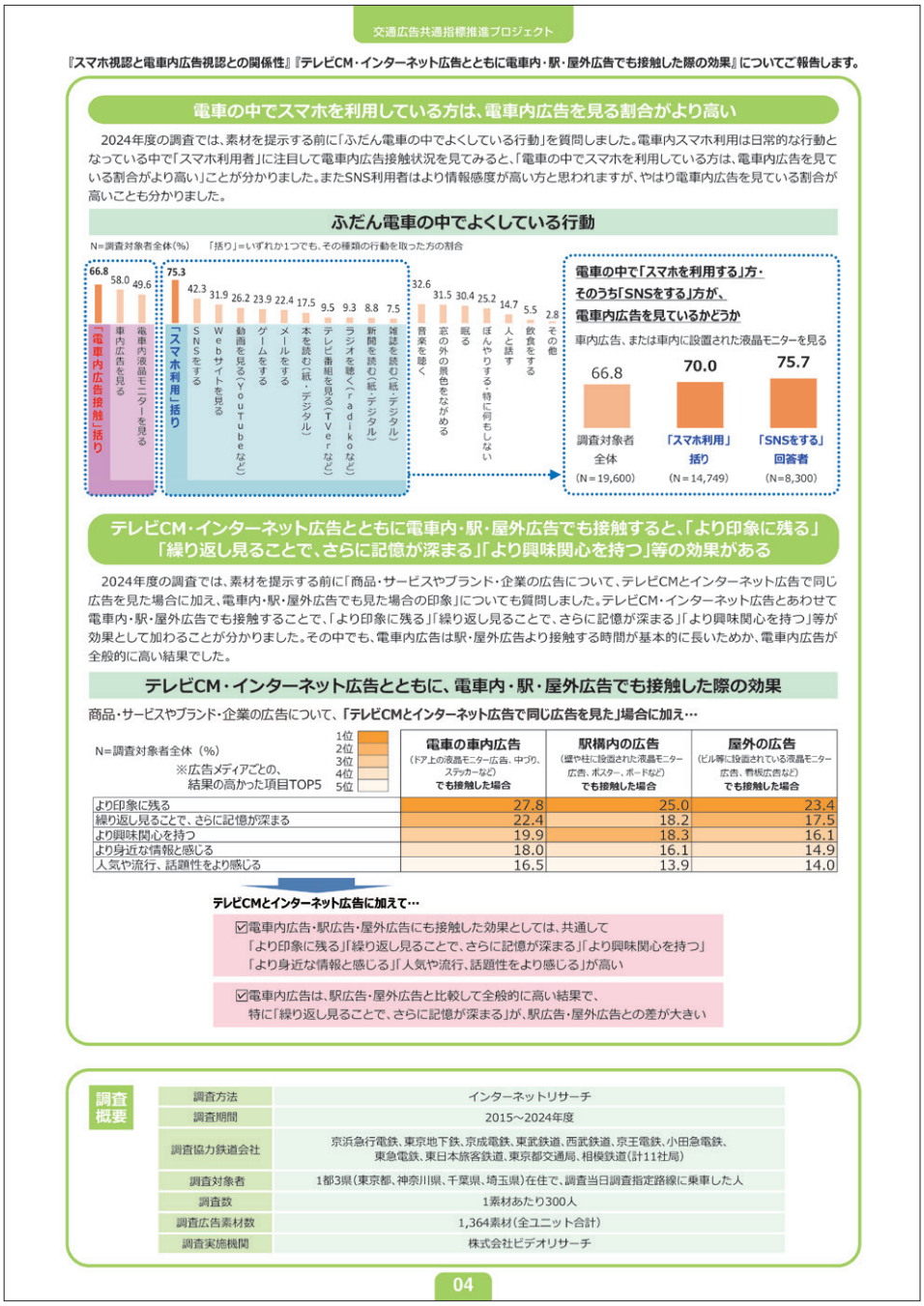




調査研究委員会

調査研究委員会（栗原圭一委員長）では、5月12日（月）に、第234回企画編集会議を開催し、昨年度の「e-販促データシステム」へのアクセス状況、今年度の活動計画について確認するとともに、サーキュレーションデータの更新や講習会の内容について議論いたしました。

日時：5月12日（月）15時
会場：JR東日本企画会議室



交通広告共通指標推進プロジェクト

『スマホ視聴と電車内広告視聴との関係性』『テレビCM・インターネット広告とともに電車内・駅・屋外広告でも接触した際の効果』についてご報告します。

電車の中でスマホを利用している方は、電車内広告を見る割合がより高い

2024年度の調査では、素材を提示する前に「ふだん電車の中でよくしている行動」を質問しました。電車内スマホ利用は日常的な行動となっている中で「スマホ利用者」に注目して電車内広告接触状況を見てみると、「電車の中でスマホを利用している方は、電車内広告を見ている割合がより高い」ことが分かりました。またSNS利用者はより情報感度が高い方と思われますが、やはり電車内広告を見ている割合が高いことも分かりました。

ふだん電車の中でよくしている行動

N=調査対象者全体(%)　「括り」=いずれか1つでも、その種類の行動を取った方の割合

テレビCM・インターネット広告とともに電車内・駅・屋外広告でも接触すると、「より印象に残る」「繰り返し見ることで、さらに記憶が深まる」「より興味関心を持つ」等の効果がある

2024年度の調査では、素材を提示する前に「商品・サービスやブランド・企業の広告について、テレビCMとインターネット広告で同じ広告を見た場合に加え、電車内・駅・屋外広告でも見た場合の印象」についても質問しました。テレビCM・インターネット広告とあわせて電車内・駅・屋外広告でも接触することで、「より印象に残る」「繰り返し見ることで、さらに記憶が深まる」「より興味関心を持つ」等が効果として加わることが分かりました。その中でも、電車内広告は駅・屋外広告より接触する時間が基本的に長いためか、電車内広告が全般的に高い結果でした。

テレビCM・インターネット広告とともに、電車内・駅・屋外広告でも接触した際の効果

商品・サービスやブランド・企業の広告について、**「テレビCMとインターネット広告で同じ広告を見た」場合に加え…**

N=調査対象者全体（%）
※広告メディアごとの、結果の高かった項目TOP5
1位 2位 3位 4位 5位

	電車の車内広告（ドア上の液晶モニター広告、中づり、ステッカーなど）でも接触した場合	駅構内の広告（壁や柱に設置された液晶モニター広告、ポスター、ボードなど）でも接触した場合	屋外の広告（ビル等に設置されている液晶モニター広告、看板広告など）でも接触した場合
より印象に残る	27.8	25.0	23.4
繰り返し見ることで、さらに記憶が深まる	22.4	18.2	17.5
より興味関心を持つ	19.9	18.3	16.1
より身近な情報と感じる	18.0	16.1	14.9
人気や流行、話題性をより感じる	16.5	13.9	14.0

テレビCMとインターネット広告に加えて…

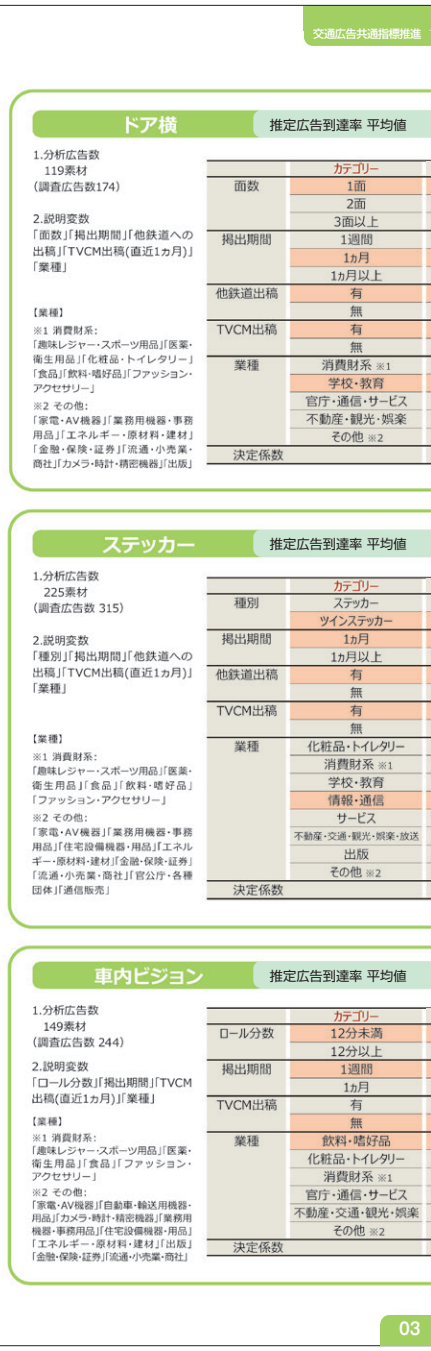
☑電車内広告・駅広告・屋外広告にも接触した効果としては、共通して「より印象に残る」「繰り返し見ることで、さらに記憶が深まる」「より興味関心を持つ」「より身近な情報と感じる」「人気や流行、話題性をより感じる」が高い

☑電車内広告は、駅広告・屋外広告と比較して全般的に高い結果で、特に「繰り返し見ることで、さらに記憶が深まる」が、駅広告・屋外広告との差が大きい

調査概要

調査方法	インターネットリサーチ
調査期間	2015～2024年度
調査協力鉄道会社	京浜急行電鉄、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、東急電鉄、東日本旅客鉄道、東京都交通局、相模鉄道(計11社局)
調査対象者	1都3県(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)在住で、調査当日調査指定路線に乗車した人
調査数	1素材あたり300人
調査広告素材数	1,364素材(全ユニット合計)
調査実施機関	株式会社ビデオリサーチ

04



交通広告共通指標推進

ドア横　推定広告到達率 平均値

1.分析広告数
119素材
(調査広告数174)

2.説明変数
「面数」「掲出期間」「他鉄道への出稿」「TVCM出稿(直近1ヵ月)」「業種」

【業種】
※1 消費財系:
「趣味レジャー・スポーツ用品」「医薬・衛生用品」「化粧品・トイレタリー」「食品」「飲料・嗜好品」「ファッション・アクセサリー」
※2 その他:
「家電・AV機器」「業務用機器・事務用品」「エネルギー・原材料・建材」「金融・保険・証券」「流通・小売業・商社」「カメラ・時計・精密機器」「出版」

	カテゴリー
面数	1面
	2面
	3面以上
掲出期間	1週間
	1ヵ月
	1ヵ月以上
他鉄道出稿	有
	無
TVCM出稿	有
	無
業種	消費財系 ※1
	学校・教育
	官庁・通信・サービス
	不動産・観光・娯楽
	その他 ※2
決定係数	

ステッカー　推定広告到達率 平均値

1.分析広告数
225素材
(調査広告数 315)

2.説明変数
「種別」「掲出期間」「他鉄道への出稿」「TVCM出稿(直近1ヵ月)」「業種」

【業種】
※1 消費財系:
「趣味レジャー・スポーツ用品」「医薬・衛生用品」「食品」「飲料・嗜好品」「ファッション・アクセサリー」
※2 その他:
「家電・AV機器」「業務用機器・事務用品」「住宅設備機器・用品」「エネルギー・原材料・建材」「金融・保険・証券」「流通・小売業・商社」「官公庁・各種団体」「通信販売」

	カテゴリー
種別	ステッカー
	ツインステッカー
掲出期間	1ヵ月
	1ヵ月以上
他鉄道出稿	有
	無
TVCM出稿	有
	無
業種	化粧品・トイレタリー
	消費財系 ※1
	学校・教育
	情報・通信
	サービス
	不動産・交通・観光・娯楽・放送
	出版
	その他 ※2
決定係数	

車内ビジョン　推定広告到達率 平均値

1.分析広告数
149素材
(調査広告数 244)

2.説明変数
「ロール分数」「掲出期間」「TVCM出稿(直近1ヵ月)」「業種」

【業種】
※1 消費財系:
「趣味レジャー・スポーツ用品」「医薬・衛生用品」「食品」「ファッション・アクセサリー」
※2 その他:
「家電・AV機器」「自動車・輸送用機器・用品」「カメラ・時計・精密機器」「業務用機器・事務用品」「住宅設備機器・用品」「エネルギー・原材料・建材」「出版」「金融・保険・証券」「流通・小売業・商社」

	カテゴリー
ロール分数	12分未満
	12分以上
掲出期間	1週間
	1ヵ月
TVCM出稿	有
	無
業種	飲料・嗜好品
	化粧品・トイレタリー
	消費財系 ※1
	官庁・通信・サービス
	不動産・交通・観光・娯楽
	その他 ※2
決定係数	

03

標準化委員会

標準化委員会（大塚尚司委員長）では、今年も全国の鉄道料金表を４月１日に２０２５年度版に更新して掲載しています。全国鉄道各社局の料金ならびに、バスの料金も掲載していますので、ぜひご利用ください。

●支部便り●

首都圏支部

セミナーを開催しました。

ご首都圏支部（赤石良治支部長）では３月19日（水）㈱宣伝会議 セミナールームにおいて２０２４年度第３回支部セミナーを開催しました。

講師にＩｎｄｅｅｄ Ｊａｐａｎ㈱の田尻祥一氏をお招きし、「Ｉｎｄｅｅｄのマーケティング戦略とＯＯＨの活用について」と題してお話しいただきました。参加した35名の支部会員は熱心に聴講をしていました。

事務局からのお知らせ

5月22日に開催した理事会で2社の入会が可決されましたので、ご紹介いたします。これからよろしくお願いします。

株式会社プランズワン

株式会社 プランズワン

弊社は昭和元年、宮城県仙台市に鹿又看板店として創業いたしました。

その後、令和6年に社名を株式会社プランズワンと変更し、総合広告代理店としてOOHを主軸とした事業展開を行ってまいりました。

創業100周年を迎えるこのタイミングでJAFRAに入会させていただくことになり、この上ない喜びを感じております。

これからも、いままで培ったOOHのノウハウを通じてコミュニケーション領域のあらたなる可能性を追求し、お客様のメッセージを効果的に発信することで地域経済に貢献することをお約束いたします。

富士フイルムイメージングシステムズ　株式会社 仙台営業所

FUJIFILM Value from Innovation

弊社は富士フイルム株式会社100％出資の関係会社で北海道から九州まで営業所を展開しており、公共交通機関における屋内・屋外に関わらず多種多様な広告媒体に幅広い知識と経験で設置環境に最適なメディアを選定し、色調整から出力・施工に至るまで高品質な仕上がりを追求しています。

また、最近では従来からの出力加工に加えデジタルサイネージ関連、特にLEDビジョンでは最適なロケーションや用途を考え最も効果的に情報を伝えるシステムを構築し施工からコンテンツ制作、アフターサービスまで一貫して行う「ワンストップサポート体制」でご要望にお応えしています。アナログプリントビジネスを始めた頃から常にお客様の「信頼」を大切に事業を行ってきました。引き続き、「安心」「安全」を常にお届けすることを目指してまいります。

「e-販促データシステム」及び「交通広告共通指標推定システム」講習会のお知らせ

調査研究委員会（栗原圭一委員長）、アカウンタビリティ向上委員会（大塚尚司委員長）では、昨年に引き続き、各システム講習会（操作方法・データ活用法）を対面方式にて開催致します。

日時及び会場

東京会場：6月10日（火）10時00分～
JR恵比寿ビル10F
ジェイアール東日本企画大会議室

大阪会場：6月16日（月）14時00分～
堂島アバンザビル8F
JR西日本コミュニケーションズ会議室

参加対象者：初めて受講される方、昨年6月以降に採用・異動による交通媒体部門への新任者

参加費用：無料

参加方法：各社担当者宛てに案内メールを送信しています。添付の申込書に必要事項を記入のうえ、メールまたはFAXにてご返送ください。ご不明な場合には協会事務局までお問合せください。

締切日：6月5日（木）各会場先着60名（定員になり次第締め切り）

2025年度定期総会

JAFRA2025年度定期総会は、左記の通り開催いたします。

詳細は、会員各社あてに案内をお送りいたしておりますので、ご確認ください。

多くのみなさまのご参加をお待ちしております。

〈定期総会〉
日時：2025年6月26日（木）14時00分～
会場：ホテルメトロポリタン（池袋）富士の間A

〈セミナー〉
日時：同日　16時00分～
会場：同ホテル　富士の間CD
講師：矢野 康治 氏（元財務省事務次官）
演題：「わが国の財政について～不都合な真意を正視し、打開する～」

〈懇親会〉
日時：同日　17時20分～
会場：同ホテル　富士の間AB

編集後記

編集後記のネタに神社仏閣ものが多いことに気づきましたが、宗教を問わずそういうものに寄っていくのが趣味です。かならずおみくじを引くのですが、「大吉、吉、半吉、小吉、末小吉、凶があり、その内凶が三割を占めています」の注意書きどおり凶を引き当てました！脳内で計算したのですが、凶以外はそれぞれ11.5％程度の確率で引き当てるのに、30％も当たり(?)の凶を引くということが運のなさの現れ？と思いました。凶を引く確率3％なら、「引き当てた！」と思うだろうに…と考えていました。

皆さまの開運グッズ教えてください。

●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、他が変更になった場合は、ホームページ（https://j-jafra.jp）の「各種届出書類」に変更届がありますので、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。

FSC ミックス 紙｜責任ある森林管理を支えています FSC® C089421

●次号Vol.91は8月1日発行予定です。お楽しみに。