

発行所：社団法人 全国鉄道広告振興協会

〒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@jarap.jp

URL：<http://www.jarap.jp/>

巻頭レポート

「交通広告グランプリ2009」 受賞作品を発表

グランプリは、(株)ショウゲートの「私がクマにキレた理由」に決定

さる7月27日に、「交通広告グランプリ2009」の、各受賞作品発表および贈賞式・祝賀パーティーがホテルメトロポリタン(池袋)で行なわれました。

「交通広告グランプリ2009」は、2008年4月1日から2009年3月31日までの期間に、(株)ジェイアール東日本企画が販売・管理を行っている「JR東日本」「つくばエクスプレス」「りんかい線」「ゆりかもめ」「JR貨物」の、駅および車



グランプリを獲得した(株)ショウゲート 配給ユニットユニット次長兼宣伝部長 中村朱美氏(右)と(株)ジェイアール東日本企画 代表取締役社長 佐々木信幸氏

両の媒体に掲出された広告作品を応募対象とした、交通メディア最大の広告賞です。

この広告賞に協賛の「東日本旅客鉄道(株)」「(株)東京メディア・サービス」と共に、当協会も後援として、「交通広告」の更なる発展に寄与することを目指しています。

過去最多となった、今回の審査対象作品1450点の中には、コピーや写真を中心に展開した作品に加え、本物の衣類を展示し広告商品の機能をより強く訴求した展開や、ベクトルを掲出した立体的な中づり展開、大型ポスターと床一面を覆う大型フロア広告を同時に掲出し空間ジャックした展開など交通広告の持つさまざまな可能性を実感する作品が数多く見られました。

仲畑貴志審査員長をはじめとする7名

主催…
株式会社ジェイアール東日本企画

【審査員一覧】

審査員長
仲畑 貴志 氏(コピーライター)

審査員

川口 清勝 氏(アートディレクター)

十文字美信 氏(カメラマン)

副田 高行 氏(アートディレクター)

田中 里沙 氏(株)宣伝会議取締役

編集室長)

前田 知巳 氏(コピーライター)

新井 良亮 氏(東日本旅客鉄道(株)

代表取締役副社長

事業創造本部長)

の審査員の方々による厳正な審査の結果、最高賞であるグランプリに輝いたのは、(株)ショウゲート「私がクマにキレた理由」。

この作品は、B1サイズの駅ポスターに映画の告知と共に様々なメッセージを織り交ぜ、興味だけでなく共感を呼んだ



山手線ADトレイン「交通広告グランプリ 2009号」



東京駅丸の内地下アートの受賞作品展

広告として、多くの注目を集めました。その他にも、最優秀部門賞5点、優秀作品賞20点、JRR東日本賞1点の合計27点を発表しました。

贈賞式は、受賞各社、仲畑貴志審査員長をはじめとした審査員の方々、協賛社を代表して東日本旅客鉄道(株)代表取締役副社長 事業創造本部長 新井良亮氏、同常務取締役 事業創造本部副本部長 鎌田伸一郎氏、(株)東京メディア・サービス代表取締役社長 稲垣義孝氏、関係する広告会社・制作会社様、そして多くのプ

「交通広告グランプリ 2009」受賞作品一覧

賞名	受賞会社名	受賞作品名
	株式会社ショウゲート	私がクマにキレた理由
最優秀部門賞	大塚製薬株式会社	肌には もっと 意味がある
優秀作品賞	シャープ株式会社	「フェルメール」篇
	朝日新聞社	企業広告(明日への一頁に、つながっている。キャンペーン)
	株式会社角川グループ・パブリッシング	発見。角川文庫のミステリ
	全日本空輸株式会社	マッターレーナ ホッコリ〜ナ OKINAWA
	江崎グリコ株式会社	OTONA GLICO「アーモンドプレミオ」/ 「パンホーテン[ディアカカオ]」
最優秀部門賞	JRグループ	ただひとつの夏物語をつくろう。山口の旅
優秀作品賞	東日本旅客鉄道株式会社	JR東日本 生活サービス事業 シリーズ広告
	サントリーホールディングス株式会社	黒烏龍茶 シリーズ広告
	東日本旅客鉄道株式会社	JR SKI SKI 降雪告知
	ダイキン工業株式会社	ドア上企業広告シリーズ
	株式会社コナカ	KONAKA THE FLAG OPEN 告知広告
最優秀部門賞	パナソニック株式会社	実証、ジェットダンシング洗浄。
優秀作品賞	学校法人服部学園	OCHABI 学校案内広告
	ラフォーレ原宿	You have a 'good' eye for fashion
	朝日新聞社	巨匠ピカソ 愛と創造の軌跡/魂のポートレート
	松竹株式会社	人生に寅さんを。
	株式会社ルミネ	春トレンド「STYLE JAM」
最優秀部門賞	台東区	「花見」
優秀作品賞	芝浦工業大学	ひとあじ、違うぜ。
	赤城乳業株式会社	ガリガリ君の夏休み 2008
最優秀部門賞	グーグル株式会社	Googleで、できること。
優秀作品賞	サントリーホールディングス株式会社	ベプシネックス ボトル立体中づくり/ ボトルスイングまど上
	独立行政法人日本スポーツ振興センター	スポーツ振興くじtoto事業理念PR
	日本ヒューレット・パカード株式会社	HP Mini 1000 Vivienne Tam Edition 発売記念 ダブルハピネス・キャンペーン告知鏡面広告
	ヤマト運輸株式会社	宅配は、ネコである。

レス関係者と、当協会 岩崎雄一会長らが出席し、盛大に行われました。

また、会場には受賞作品が展示され、出席された方々は質の高い作品の数々に見入っていました。

グランプリと各最優秀部門賞の受賞各社には、(株)ジェイアール東日本企画 佐々木信幸代表取締役社長から表彰状、副賞、トロフィーが授与されました。交通広告グランプリでは、デザイナー 佐藤卓氏デザイン

ンによる、世界で唯一の『桐の箱に入ったつり革型のトロフィー』が贈呈されています。

なお、受賞作品は一般の皆様にも広くお披露目され、8月2日(日)〜8月30日(日)まで東京駅丸の内地下アートルードにて受賞作品展を開催し、また8月2日(日)〜8月16日(日)まで山手線ADトレイン「交通広告グランプリ 2009号」が運行されました。



「交通広告グランプリ 2009号」車内

Question! OL1000人に聞きました。

私が会社にキレた理由

経理で入ったのに
他部署ヘルプがメイン

— 長谷川/社長

「経理で入ったのに、他部署ヘルプがメインで、自分の仕事はほとんどない。しかも、給料は高くて、福利厚生も良い。でも、会社は儲かっていない。だから、会社が倒産したら、自分が損をする。だから、会社が倒産するまで、我慢して働く。でも、会社が倒産したら、自分が損をする。だから、会社が倒産するまで、我慢して働く。」

10/11(土)
ロードショー!

私がクマに
キレた理由

「私がクマにキレた理由」

長谷川/社長

Question! OL1000人に聞きました。
私が会社にキレた理由

1つの部署に8人部長がいる
 — 部長 / 11歳


 10/11(土)
 ワードジョー!

本日のテーマ / 職場の言葉
私がクマにキレた理由


 10/11(土)
 ワードジョー!

スカーレット・ヨハンソン主演

私がクマに
キレた理由

こんな
お仕事
もイヤ!

www.kuma-hire.com

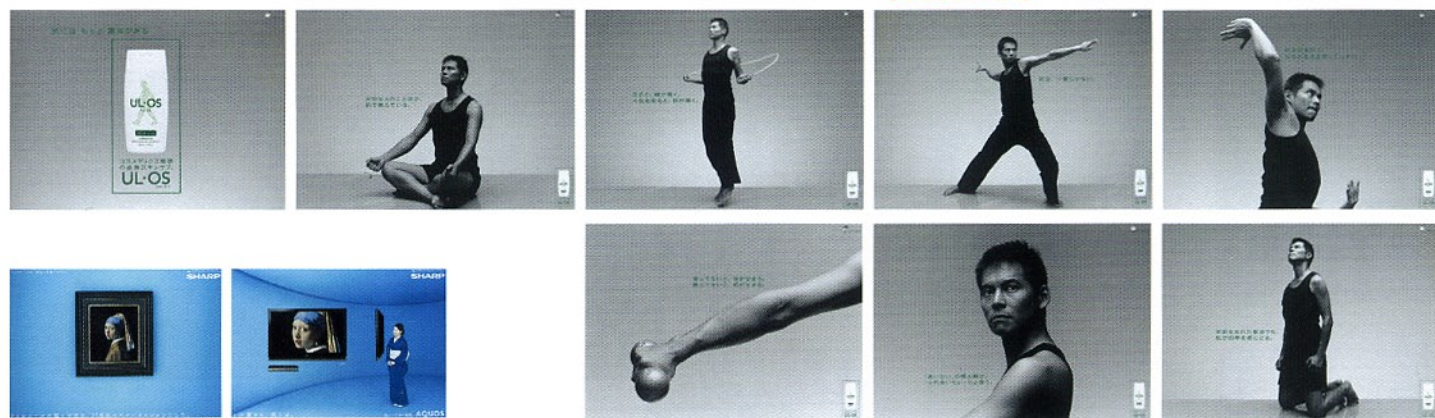
10/11 日比谷
みゆき座他

ロードショー!

[illegible][illegible]

JR東日本賞

【最優秀部門賞】 大塚製薬株式会社 肌には もっと 意味がある



【優秀作品賞】 シャープ株式会社 「フェルメール」篇



【優秀作品賞】 朝日新聞社 企業広告(明日への一頁に、つながっている。キャンペーン)



【優秀作品賞】 株式会社角川グループ・パブリッシング 発見。角川文庫のミステリ



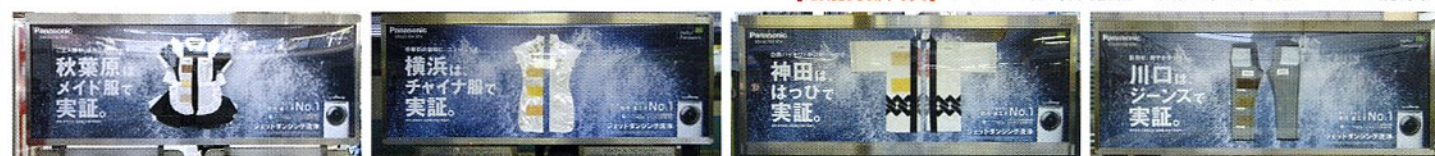
【優秀作品賞】 全日本空輸株式会社 マッターリ〜ナ ホッコリ〜ナ OKINAWA



【優秀作品賞】 江崎グリコ株式会社
OTONA GLICO 「アーモンドプレミオ」/「バンホーテン
[ディアカカオ]」



【最優秀部門賞】 パナソニック株式会社 実証、ジェットダンシング洗浄。



【優秀作品賞】 学校法人服部学園 OCHABI 学校案内広告



【優秀作品賞】 朝日新聞社 巨匠ピカソ 愛と創造の軌跡/魂のポートレート



【優秀作品賞】 松竹株式会社 人生に實さんを。



【優秀作品賞】
ラフォーレ原宿
You have a 'good' eye for fashion



【優秀作品賞】
株式会社ルミネ
春トレンド「STYLE JAM」

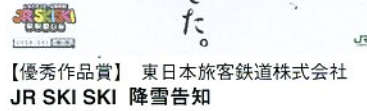


車内ポスター部門

【最優秀部門賞】 JRグループ ただひとつの夏物語をつくろう。山口の旅

雪、降りました。

【優秀作品賞】 東日本旅客鉄道株式会社
JR SKI SKI 降雪告知



ただひとつの夏物語をつくろう。山口の旅

ただひとつの夏物語をつくろう。

山口の旅



【優秀作品賞】 サントリーホールディングス株式会社 黒烏龍茶 シリーズ広告



【優秀作品賞】 東日本旅客鉄道株式会社
JR東日本 生活サービス事業 シリーズ広告

【優秀作品賞】 ダイキン工業株式会社 ドア上企業広告シリーズ



【優秀作品賞】 株式会社コナカ
KONAKA THE FLAG OPEN 告知広告



車体広告部門

【優秀作品賞】 芝浦工業大学 ひとあじ、違うぜ。



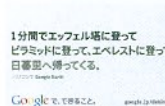
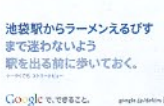
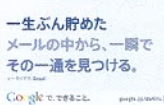
【優秀作品賞】 赤城乳業株式会社 ガリガリ君の夏休み 2008



【最優秀部門賞】 台東区「花見」



【最優秀部門賞】 グーグル株式会社 Googleで、できること。



【優秀作品賞】
独立行政法人日本スポーツ振興センター
スポーツ振興くじtoto事業理念PR



JR東日本賞

ヤマト運輸株式会社 宅配は、ネコである。



広場

「まちをつくるということ」

理事 白水 清隆 (西日本鉄道株式会社)



高架化前



高架完成後

写真は一つの西鉄天神大牟田線薬院駅〜平尾駅間の「開かずの踏切」で有名な道路名は博多駅六本松線の高架化前と完成後の状況です。

昨年、鉄道事業本部計画部長を拝命しJARAPの理事を賜り、縁あって投稿のご依頼を頂きました。私は元来「土木屋」で入社以来二十数年施設を担当してきました。中でも高架化事業に大半を費やし四つの事業の高架化に携わってきました。

この事業に私は係員から課長になった平成七年までの十二年間携わり色々な勉強や経験をさせて頂きました。沿線は民家が密集し用地買収が困難なため直上高架工法(電車を通しながら高架橋を構築する工法)を採用することになり十年近く夜間工事を施工いたしました。その間、夜間工事の騒音・振動、生活道路の通行止め、電波障害等の苦情の連続で対応に汗を流した思い出が今でも記憶から消えることはありません。

どんな難題でも人間は腹を割って話せば気持ちは通じるものだという貴重な経験でした。

高架化事業は、皆様も存じの通り踏切を無くしますので慢性的な交通渋滞や踏切事故を解消できますし、鉄道によって分断されていた「まち」を一体的に整備できますので、「まちの活性化」「まちづくり」に大きく貢献できる事業でございます。高架化事業に長年携わってきたという自負もございます。しかしながらこの事業は莫大な費用が必要で税金の補助もございませんが当社の負担もかなりの金額でございます。

最後になりますが、建設投資の仕事ばかりを長年担当してきましたが、昨今の景気低迷の中、収入を得ることの難しさを痛感している今日この頃です。

次回は専務理事 河田健治氏の予定です、お楽しみに。



【優秀作品賞】

サントリーホールディングス株式会社
ペプシネックス

ボトル立体中づり/ボトルスイングまど上



【優秀作品賞】

日本ビューレット・バックカード株式会社
HP Mini 1000 Vivienne Tam Edition 発売記念
ダブルハビネス・キャンペーン告知鏡面広告



調査研究委員会

マーケティング講座 第9回

もつと、

「サーキュレーション」のお話

1.「サーキュレーション資料」
創刊五〇号

「サーキュレーション資料」は一九六〇年に創刊され、二〇〇九年度で創刊第五〇号(年一回発行)を迎える。創刊当初、日本国有鉄道(国鉄・現JR)他から駅乗降人数他データをご提供いただき、交通広告の資料として活用できるようになったことは画期的なことであった。当時は首都圏しか掲載していなかったが、管理局単位の縦割り体制の強かった国鉄本社から、「全国のデータを提供するから、国鉄全駅を掲載してみてもどうか」と投げかけられて、現在の全国資料になったという。

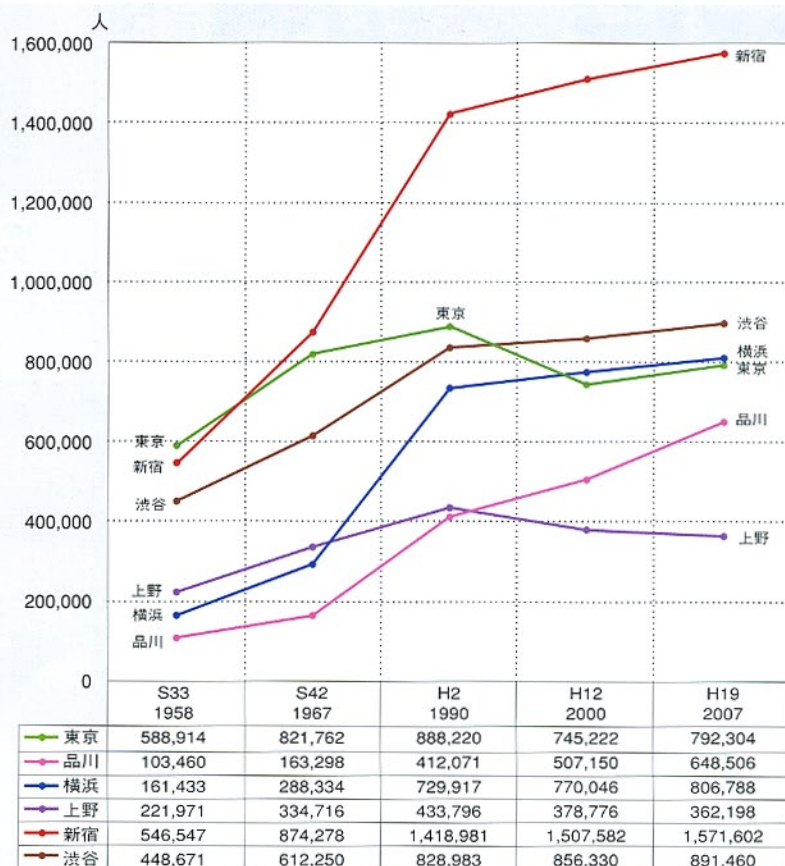
現在、「サーキュレーション資料」へのデータ提供は、鉄道ごとにスタンスが異なっている。「全駅的全改札口別まで詳細な最新データを提供したい」鉄道もあれば、「この数年間全くデータ提供しない」鉄道もある。

鉄道施設は、現在は民営化されているとはいえ、公共性が高く、国民が誰でも公平に利用できる設備である。よって、このようなデータは、情報公開の原則上、公開されて然るべきであろう。しかし、地方駅の乗降客の減少等もあり、公開に消極的な鉄道もでてきた。一方で、エキナカ事業やカード事業の発達により、駅が活性化し、サーキュレーションデータをマル秘データ化している鉄道もある。民間会社である各鉄道会社は、経営方針が異なるのは当然で、「企業としては、様々な事情がある」という。

交通広告では、鉄道の駅の乗車人数が最低限必要不可欠の基本データとなっている。「サーキュレーション資料」には、多くの鉄道(又は媒体エージェンシー)から、「乗車券(定期券含む)の発売枚数すなわち乗車人数と見做したデータ」を提供いただいている。この乗車人数データを基に、各駅の乗降人数を算出している。通常は、乗車人数の2倍が駅の乗降人数となる。年間の乗降人数を365日で割り、平日休日とならした、一日平均乗降人数を算出し、「サーキュレーション資料」に掲載している。

各鉄道がダイヤ改正や輸送力改善などの資料とするため、独自に調査を行なっている場合もある。改札口やコンコース、階段、エスカレータなどの通行量調査を

表 JR主要駅乗降人数の推移(1958-2007)



定期的に行い、インフラ整備やサービスの改善の参考にしている。また、最近はいすいかやバスモなどIC乗車券が普及したので、その改札口通過データは利用価値が高い。このようなデータを交通広告の販売にも利用できれば、交通広告の価値向上につながるはずである。

表は、一九六〇年(昭和三十三年)以降のJR首都圏主要駅の乗降人数の推移を示したものである。五十年前は、東京駅が最も乗降人数が多い駅であったことがわかる。一九六七年(昭和四十二年)には新宿駅がトップに立ち、現在一日平均157万人余りで日本最多乗降人数の駅である。東京駅は、二〇〇七年(平成一九年)には

約79万人で渋谷、横浜に次いで首都圏で第4位である。

乗車人数は、当該駅で改札口から入場した人数であるから、改札内で乗換える人は含まれない。JR線が5路線、新幹線が2路線集中する東京駅の乗降人数は一日平均約79万人であるが、乗換え客が同数以上いるのではないかと思われる。乗換え客が一日80万人いるとすれば、乗降客と合わせて160万人が東京駅の利用人数になる。東京駅構内に掲出するポスターや看板は、最大160万人が見る可能性があることになる。

JR東京駅の中央通路に、最新のデジタル機能を備えた広告媒体が登場した。しかし、通路の通行人数は発表されていないので、残念ながらこの新媒体の適切な広告到達データは不明である。

先に述べたとおり、現在、「サーキュレーション資料」に提供いただいているデータは、駅の乗車(乗降)人数だけである。駅が大型化し、改札口やコンコースがマルチ化して、立体的な構造の駅も増えてきた。主要駅だけでも改札口別、通路別の利用人数データが欲しいものだ。

2.「駅ちようさんのADデータ」はデジタルサーキュレーション

駅はそれぞれの地域、街の入口(ゲート)である。また、駅は1つの点として表示できるが、その点は駅周辺のエリア特性を忠実に反映し、それぞれ異なる属性をも

つ点である。駅周辺に学校が多ければ若年層の利用が多いが、工場が多ければ男性成人層が多く、商業施設が多ければ女性成人層が多くなることは想像できる。駅の乗降客の属性も、このように駅周辺施設の状況を反映している。

サーキュレーションのデジタル検索システムをつくれなにか?駅周辺の施設をデータ化すれば、駅の属性も見えてくるのではないか?ついでに、駅より等級や料金等も検索出来れば...と考えた。駅情報検索システム「駅ちようさんのADデータ」が誕生(一九九七年)した。駅名が読めない、書けない広告マンが増え、一方でパソコンが普及し始めた時期である。「サーキュレーション資料」と同じデータベースにして、駅名、路線名、媒体名称などができるだけ統一したデジタルサーキュレーションが完成した。

近未来のパソコン1人1台時代に不可欠な標準化データベースと検索・プランニング機能を備え、交通広告の価値向上のためにも、業界で広く利用できるシステムにすることが目標であった。「関東交通広告協会」で会員制データ利用システム「e販促データ会員」としてスタートしたのであるが、利用しやすいようにと会費を格安にしたため、メンテナンスやバージョンアップにあたり資金面で苦勞している。

3.「中ぶりくん」

「駅の乗車人数の合計が路線の輸送人数である」ので、路線の輸送人数は、路線内の駅の乗車人数を合計すれば求めることができる。路線の乗客属性は、駅の属性の合計によって決まる。

ただし、輸送人数は、国土交通省の統計年報のデータから一日平均輸送人数を算出できる。私鉄や地下鉄の多くは、路線別に年間輸送人数のデータが掲載されているが、何故かJR各社は路線別には発表されていない。例えば、山手線は「品川」新宿「田端」の輸送人数が公式データとされている。ちなみに、東京品川は東海道本線、田端東京は東北本線に含まれる。

線群・路線毎に広告掲出が可能なJR線では、広告商品別の輸送人数の把握が重要となる。しかし、現在の公表データで、広告到達人数を推定することは難しい。

「駅の乗車人数の合計が路線の輸送人数である」という原則に基づき、独自のプログラムにより、首都圏の路線別輸送人数を推定し、車両広告プランニングシステム「中ぶりくん」を開発した。「中ぶりくん」では、複雑な広告掲出単位別の到達人数データ他、路線図データも簡単に利用できる。

おわりに

交通広告販売に必要なデータはここで述べた以外にもいろいろある。そして、全ての基本となるのが、「サーキュレーション資料」であることが認識いただけたと

思う。今後、さらに詳しいデータを整備することが、新しい交通広告の発展に欠かせないはずである。全国の鉄道、媒体エージェンシー各社に、諸データの積極的な公表提供を期待したい。

「サーキュレーション資料」(株)オリコム編集発行)は、交通広告販売を唯一の目的とし、業界標準データを目指している。全国の鉄道会社、バス会社、交通媒体エージェンシーをはじめ、主な交通広告代理店にも無償で配付させていただいている。国土交通省関係当局及び国会図書館などの公営図書館にも寄贈している。

現在、「新・駅ちようさんのADデータ」と「中ぶりくん」は、会員制データ利用システム「JARAPADS」として継続し、交通広告業界約八十社が会員になって利用している。

なお、詳しい説明会や質問等に関してはJARAP事務局までご連絡いただきたい。

JARAP ADSの詳細についてはホームページでもご覧になれます。

<http://www.jarap.jp> e販促データ

株式会社オリコム
交通メディア局 交通・屋外推進室
出井 敏保

近畿・中国・北陸支部

近畿・中国・北陸支部の 支部総会が開催される

去る7月6日(月)ホテルグランヴィア大阪において、第3回近畿・中国・北陸支部総会が、支部会員72名の参加で開催されました。

開会にあたり、浅沼支部長より下記のとおりご挨拶がありました。

「今後、デジタルサイネージにより、情報発信の主体は企業から個人レベルに



も移行すると言われています。将来の広告マーケットには大きな変化が予想されております。しかし、鉄道広告には

Attention(注目)・Inevitably(必然的に)という点で優位性はあり、デジタルサイネージのネットワーク化をすすめること、皆様とともに情報交換、商品開発をすすめる、世の中のマーケットの動きに遅れないように、あるいは引っ張っていくようにしたいと考えています。」

定款により浅沼支部長が議長就任され、議案審議とともに報告事項として、支部の運営内規や各種キャンペーンの協力についての報告が行われました。また、総会終了後、平塚元明氏によるセミナーと懇親会が開催されました。

なお、議案審議及び報告事項は以下のとおりです。

【議案】

以下の議案について審議を行い、満場一致で原案通り承認議決されました。

第1号議案

平成20年度事業報告に関すること

これまでの経緯、活動実績、活動成果について事務局より報告。

第2号議案

平成20年度決算報告に関すること

決算について事務局から、監査については米田会計管理責任者より報告。

第3号議案

平成21年度事業計画に関すること

報提供の充実

第4号議案

平成21年度予算案に関すること

予算案について事務局より報告。

【報告事項】

1. 支部運営内規について

本部定款施行規則(支部の運営)第20条に基づき、支部業務を円滑かつ効率的に行なうため、第20条第3項に基づき、運営内規を制定した。

2. 本部理事の選任について

① 理事(退任) 本田勇一郎
(株)ジェイアール西日本コミュニケーションズ

② 理事(新任) 浅沼唯明
(株)ジェイアール西日本コミュニケーションズ

3. 新規加入会社紹介について

【正会員】(1社)
(株)博報堂DYMメディアパートナーズ
関西アウトドアメディア部

【特別会員】(2社)
阪急電鉄(株)
阪神電気鉄道(株)

4. 退会会社について

【正会員】(1社)

(株)電通東日本 富山支社

(H21・4・16現在)

5. 会社所在地変更報告について

【正会員】(2社)

(株)交通新聞社西日本支社
光広告(株)

(H21・6・30現在)

6. 幹事及び支部事務局担当者
委嘱変更について

① 幹事(退任)

米田尚郎(株)メディアアート

② 幹事(新任)

杉本昌弘(株)メディアアート

③ 支部事務局担当(退任)

松岡了(株)ジェイアール西日本コミ
ユニケーションズ

④ 支部事務局担当(新任)

海嶋達也(株)ジェイアール西日本コ
ミュニケーションズ

⑤ 支部事務局担当(留任)

片岡伸泰(株)メディアアート

7. 支部会員数

近畿・中国・北陸支部78社

(H21・6・30現在)



懇親会で挨拶する浅沼支部長

8. 地球温暖化防止全国
キャンペーン実施報告について

【セミナー】

セミナーには、支部会員(正会員・特別
会員・賛助会員)111名の参加があり
ました。

(株)パズル取締役の平塚元明氏を迎
え「webで変わる企業のマーケティング
戦略」のテーマで講演して頂きました。

過去の交通広告やWebの事例紹介に
とどまらず、デジタルメディアの登場によ
ってどのようにクライアントの意識が変
化したのかといった、これから先の広告業
界の変化を考えていく上でヒントになる
クライアントの変化について話をして頂



セミナーで講演する平塚元明氏



懇親会で挨拶する佐藤副会長

きました。

講演の内容は3部制で、第1部はデジ
タルメディアをめぐるマクロ環境の変化
について、第2部はクライアントのニーズ
によって、ネット活用によるような違い
があるのか、というサンプルケースを使っ
た内容、第3部は最前線のトライ&エラ
ーの現状について、体験を含めた広告ソ
リューションの事例について講演をして
頂きました。

聴講者からは具体的なケーススタディ
でわかりやすかったと好評でした。

【懇親会】

懇親会には、62名の方々に参加頂き、
浅沼支部長から、インターネット社会に
おける鉄道広告の課題や、JARAPが
取り組んでいる公益法人化への活動報
告について挨拶を頂きました。また、佐
藤副会長からは、我々鉄道広告業界が
益々繁栄するためにJARAPという
組織を通じて新しいものにチャレンジ
して行きたいとの決意をお聞かせ頂い
ております。懇親会は盛会のうちに、第
3回支部総会は閉会しました。

首都圏支部

駅ホームでは国内最大規模となる
デジタルサイネージ

丸ノ内線主要6駅のホームで
72台のディスプレイに
広告配信を開始!

「丸ノ内線ステーションビジョン」
10月1日からスタート

東京地下鉄(株)と(株)メトロアドエー
ジェンシーは、平成21年10月1日(木)よ
り、丸ノ内線主要6駅のホームで、デジタ
ルサイネージ「丸ノ内線ステーションビジ
ョン」による広告配信を開始いたします。
(9月14日より放映実験を実施予定)

「丸ノ内線ステーションビジョン」は、丸
ノ内線 東京駅、銀座駅、赤坂見附駅、新宿
三丁目駅、新宿駅、中野坂上駅の各ホー
ムにそれぞれ12台、合計72台設置する65
インチディスプレイをネットワーク化し
て音声付映像広告を放映する、駅のホー
ムをネット
ワーク化し
たものとし
ては国内最
大規模とな
るデジタル
サイネージ
です。

都心エリ
アの特性を



赤坂見附駅

活かした東京メトロの新しい広告媒体に、
どうぞご期待ください。

媒体概要

【商品名】

「丸ノ内線ステーションビジョン」

【展開駅】

丸ノ内線 東京駅、銀座駅、赤坂見附駅、新宿駅、新宿三丁目駅、中野坂上駅

【機器構成】

フルHD対応65インチ液晶ディスプレイ・スピーカー各72台（各駅12セット）

【放映内容】

動画及び静止画（音声付）*音声は65インチ液晶ディスプレイ正面のホーム天井部から流れます。

【放映時間】

6:00～23:00（音声 8:00～23:00）

【映像構成】

4分1ロール（15秒×16枠）

【媒体特性・販売方法・料金】

詳細はお問い合わせ下さい

媒体特性

◆6駅72台のディスプレイをネットワーク化したデジタルサイネージによる大きな広告インパクトが期待できます。

◆生活者が確実に立ち止まるホームで多面展開しますので、動画を認知させやすく、確実に広告を訴求することが可能となります。

◆広告出稿企業様のキャンペーンに合わせたきめ細かい放映期間や時間を設定し、広告を放映することが可能となります。

◆当該6駅の利用者データから見ると、東京圏の生活者の中でも、特にビジネスパー

ソンに強く訴求することが可能となります。また、情報や広告に対する感情が高い生活者が多いので、効率よく広告を訴求することが可能となります。

販売方法・料金

「丸ノ内線ステーションビジョン」はモーニング・デイ・ナイトの3つの時間帯（通称「タイム」）に分けて販売をいたします。タイム毎に4分1ロール（15秒×16枠）の放映ロールが構成されており、その中で、広告出稿企業様の宣伝計画に合わせて、これまでの交通広告では不可能であった時間帯別に1枠からの購入が可能となります。

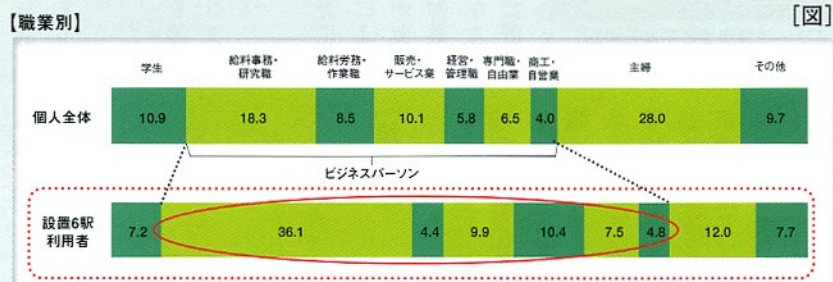
当該6駅利用者の職業別構成比

職業別の構成比を見ますと、東京圏の個人全体では53.2%の割合をビジネスパーソンが占めていますが、当該6駅の利用者を見ますと、73.1%をビジネスパーソンが占めています。（図）

当該6駅利用者の情報・広告感度

情報・広告感度についてのデータを見ますと、東京圏の個人全体よりも当該6駅の利用者は情報に敏感でかつ広告への注目率も高く、駅のホームの広告に限定しても視認率が高くなっています。（表）

*「個人全体」とは・・・「東京30km圏（東京駅を中心として、半径30km圏に含まれる市区町村全域）及び八王子市、福生市、昭島市、



【表】

	《情報感度》		《広告感度》		【駅ホームの広告】
	情報収集に熱心な方である	最新の情報は早く手にしたい	広告をよく見る方である	興味のある広告はきちんと見る	「見かけたものはほぼきちんと見る」 +「関心のあるものだけ見る」
設置6駅利用者	42.1%	41.2%	72.0%	98.1%	66.1%
*個人全体	33.4%	31.9	66.5%	95.2%	52.1%

武蔵村山市」（略して「東京圏」という）の生活者を指します。

※データはいずれも（株）ビデオリサーチ「SOTO（屋外メディア総合調査）2008」を基に（株）メトロアドエージェンシーが集計

この件についてのお問い合わせ先
東京メトロ 広報部広報課・畑田、山本
（電話：03-3837-8277）
関連事業部広告担当・南雲、稲葉
（電話：03-3837-7476）

編集後記

都内某所で、毎年カルガモが巣作りをして雛を育てています。去年、8月末には既に成鳥になりかけていたので、今年はビヨビヨと親の後について歩く姿を見たいと、若干早めかなと思いつつ、8月初旬に出かけてみました。が、すでに立派な成鳥となり、どれが親か全く見分けのつかないカルガモの群がそこに…。
もっと涼しくなったら、バードウォッチングにでも出かけてみたいものです。
みなさまのお勧めの秋の風景を教えてください。

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

