



東広会ニュース

9月号

2014年(平成26年)

Vol.123

発行所 東京都渋谷区恵比寿南1-5-5
JR恵比寿ビル10F

東日本鉄道東京広告会

電話 03(5447)7928

E-MAIL info@tokokai.jp

デジタルサイネージの取り組み

J企では2014年度も積極的にデジタルサイネージに取り組み、トレインチャンネルでは横浜線で導入が完了し、J・ADビジョンは船橋駅・桜木町駅に新設された。更にはコンテンツと広告の連動企画が実施されている。

「トレインチャンネル」は山手線、中央線快速、京浜東北線・根岸線、NEX、京葉線、埼京線・川越線に加え、2014年8月に横浜線で導入が完了し、約25,000面規模の大型ネットワークメディアとなった。「J・ADビジョン」では、更なるネットワークの拡大が行われ、4月に船橋駅中央改札口で4面、7月に桜木町駅北改札外・南改札外で11面、サイネージが新たに設置され、2014年8月現在で47駅402面となった。

また、(株)ジェイアール東日本企画、(株)ジェイアール東海エージェンシー、(株)JR西日本コミュニケーションズ、(株)ジェイアール四国企画、JR九州エージェンシー(株)、(株)北海道ジェイアール・エージェンシーの6社のデジタルサイネージを連携した企画商品『駅エリアデジタルサイネージJR6社ネットワークセット』の販売が昨年に引き続き継続して行われている。

2014年度上期の「トレインチャンネル」の広告とコンテンツを連動させた広告展開としては、「サッカーワールドカップ」のダイジェスト速報の配信・放映が実施されたほか、当日の天気や気候の状況にあわせて「熱中症指数連動型広告」や「紫外線指数連動型広告」、「汗かき予報情報連動型広告」が行われた。この展開は通常トレインチャンネルで放映しているニュース番組等と同じ随時更新システムを使用して情報を更新するものとなっており、朝、夕方、夜の1日3回情報が更新された。



横浜線トレインチャンネル

「デジタルサイネージ」では、実証実験を行っていた恵比寿駅「大型LEDビジョン」が4月より商品化された。2014年度下期も更なるデジタルサイネージメディアの設置拡大・拡充が推進され、OHOメディアにおけるデジタルサイネージメディアの確立を目指す取り組みが予定されている。



桜木町駅「J・ADビジョン」



船橋駅「J・ADビジョン」



東京中央通路電照デジタルシートセット



新橋駅地下通路デジタルシートセット

東京駅・新橋駅のデジタルシートセット広告を展開

東京駅・新橋駅のデジタルシートセット「東京中央通路電照デジタルシート」「新橋駅地下通路デジタルシート」を使った広告展開が実施された。

広告主はサントリー食品インターナショナルで、缶コーヒール「プレミアムボス」の商品PRが行われた。

デジタルシートセットとは、連続したサイネージ(J・ADビジョン)とシート広告をジャック展開するインパクトのあるメディア特性を有するメディアであり、今回の展開は、東京駅中央通路でJ・ADビジョン14面

とシート広告14面が同時展開できる「東京中央通路電照デジタルシート」と、新橋駅汐留口改札外地下通路でJ・ADビジョン10面とシート広告10

面が同時展開できる「新橋駅地下通路デジタルシートセット」の同時展開が行われた。サイネージとシート広告と連動した今回の広告展開は、東京駅・新橋駅利用者の関心を集めた。

展開期間は「東京中央通路電照デジタルシート」「新橋駅地下通路デジタルシートセット」ともに9月1日(月)から9月7日(日)まで。

山手線10編成でアドストラップを実施

山手線10編成において、つり革部分に広告展開するアドストラップが実施された。

広告主はLIXILである。

山手線アドストラップは、車内のつり革部分を1つの広告主の広告でジャック展開できるアイキャッチ効果の高いインパクトのあるメディアであり、今回の展開は山手線利用者の注目を浴びた。

実施期間は8月25日(月)から9月21日(日)まで。



山手線アドストラップ

商品をイメージした立体的な特殊ステッカーの展開を実施

乗客の視線に入りやすい位置に掲出ができる戸袋ステッカーにおいて、特殊ステッカーの展開が行われた。

広告主はライオンで、「ハリックスほぐりラ 冷感 温感」のPRが実施された。

今回の展開は、戸袋ステッカーに実際の商品をイメージした立体的なデザインでインパクトのある展開となっており、山手線等の電車利用者の注目を集めた。

展開期間は8月1日(金)から9月30日(火)まで。



特殊ステッカー

渋谷駅でSPメディアと駅ポスターセットの集中展開を実施

渋谷駅において、SPメディア「ハチコーボード2」「渋谷エスカシート」「渋谷外回りシート」と駅ポスターセット「渋谷北通路ハーフジャック」を使用した集中展開が実施された。

広告主はミクシィで、「モンスターストライク」のPRが行われた。

渋谷駅のハチ公口改札正面、中央口からホームへのエスカレーター側面、外回りホーム新宿方面壁面をジャック展開する「ハチコーボード2」「渋谷エスカシート」「渋谷外回りシート」の展開にあわせ、渋谷駅北口改札外の通路をジャック展開する駅ポスター



渋谷エスカシート

セット「渋谷ハーフジャック」において、同一クライアントによる集中展開が同時期に行われた。

複数のSPメディアと駅ポスターを同時に使用した今回の広告展開は、渋谷駅利用者の関心を集めた。

展開期間は「ハチコーボード2」は8月16日(土)から8月29日(金)まで。「渋谷外回りシート」「渋谷エスカシート」は8月18日(月)から8月31日(日)まで。「渋谷北通路ハーフジャック」は、8月25日(月)から8月31日(日)まで。



渋谷外回りシート

JR東日本駅構内で初の涼風機ラッピング広告を展開

JR山手線の複数駅に設置されている涼風機のラッピング広告が実施された。

広告主はポッカサッポロフード&ビバレッジで、「GREEN SHOWER(グリーンシャワー)」のPRを行った。

今回の展開は、JR品川駅、新宿駅、渋谷駅、高田馬場駅、大崎駅に設置されている涼風機6台を、1つの広告でラッピングしたもので、JR東日本構内では初めての展開となり、品川駅等5駅利用者の関心を集めた。展開期間は8月1日(金)から8月28日(木)まで。



品川駅涼風機ラッピング広告

山手線で車体広告展開を実施

山手線において、車体広告の展開が実施された。

広告主は赤城乳業で、「アイスキャンデー」「ガリガリ君ソーダ」のPRが行われた。

車体広告は山手線1編成全ての電車車体を同一広告主でジャックし、インパクトのある広告訴求が可能であり、今回の展開は山手線利用者の注目を浴びた。

展開期間は8月5日(火)から9月2日(火)まで。



山手線車体広告

