



東広会ニュース

4月号

2016年(平成28年)

Vol.142

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

J企交通媒体本部「2015年度年間売上」まとまる

J企交通媒体本部の2015年度の年間売上は418億99百万円で、対前年98.7%となった。メディア別では車両メディアは対前年97.6%で6億38百万円減、駅メディアは対前年100.5%で82百万円増となった。

■車両メディア(実績257億12百万円、対前年97.6%)

『3線群中づり』は、出版社の出稿減等により、『3線群まど上』は、大口出稿減等により上・下半期ともに対前年を下回った。『ドア横新B』『ステッカー』は、割引販売等により上・下半期ともに前年度を下回った。『ADトレイン等』は、中づり貸切の出稿が減少したこと等により上・下半期ともに前年度を下回ったが、『車体広告』は、山手線の出稿が増加したこと等により上・下半期ともに前年度を上回った。

『トレインチャンネル』は、企画商品等の積極的な販売等により上・下半期ともに前年度を上回った。コンテンツと広告を組み合わせた「乾燥情報」「花粉情報」等の指数連動広告や「高校野球東西東京大会・埼玉大会」「ワールドカップバレー2015」等の結果速報等の展開の他、「山手線ニュース下帯広告」の展開が行われた。また2015年12月に南武線、常磐線各駅停車でトレイ

ンチャンネルの導入が完了した。

■駅メディア(実績159億14百万円、対前年100.5%)

『駅ポスター』は、「セット商品」「一般ポスター」ともに前年度を下回った。『SPメディア』は、「自動改札ステッカー」が前年度を下回ったものの「SPボード等」「イベント」「集中貼り」が前年度を上回り、全体で前年度を上回った。

『サインボード』は、茅ヶ崎駅や小山駅等で新規計画開発が行われ、前年度に引き続き「予約販売」等が展開された。

『J・ADビジョン』は、企画商品の積極的な販売等により前年度を上回った。2015年度は、J企支店エリアの高崎駅、上田駅、石岡駅、青森駅と新宿駅でJ・ADビジョンが新しく設置され、秋田駅でJ・SPotビジョンが新設された。また品川駅自由通路のJ・ADビジョン(44面)が70インチディスプレイにリニューアルされた。

< 2015年度 媒体別売上実績 >

(単位: 百万円)

2015年度 媒体別売上実績		上半期				下半期				年間			
媒体		2015年度	2014年度	前年比	増減	2015年度	2014年度	前年比	増減	2015年度	2014年度	前年比	増減
車両メディア	3線群 中づり	2,504	2,806	89.2%	-303	2,601	2,905	89.5%	-304	5,105	5,712	89.4%	-607
	3線群 まど上	2,089	2,174	96.1%	-85	1,897	2,244	84.6%	-347	3,986	4,418	90.2%	-432
	ドア横新B	2,020	2,047	98.7%	-27	1,994	2,085	95.6%	-92	4,014	4,133	97.1%	-119
	ステッカー	1,248	1,274	97.9%	-26	1,125	1,156	97.3%	-31	2,373	2,430	97.6%	-57
	東海道・宇都宮・高崎線、地方線、新幹線 他	568	591	96.2%	-22	572	630	90.7%	-59	1,140	1,221	93.4%	-81
	A Dトレイン等	300	343	87.5%	-43	335	430	77.9%	-95	635	773	82.2%	-138
	車体広告	342	222	154.2%	120	305	277	110.3%	28	648	499	129.8%	149
トレインチャンネル	3,513	3,141	111.8%	372	4,298	4,024	106.8%	274	7,811	7,165	109.0%	646	
計		12,585	12,599	99.9%	-14	13,127	13,752	95.5%	-625	25,712	26,350	97.6%	-638
駅メディア	駅ポスター	1,212	1,209	100.3%	3	1,356	1,385	97.9%	-29	2,568	2,594	99.0%	-26
	SPメディア	1,264	1,215	104.0%	49	1,511	1,452	104.0%	59	2,775	2,667	104.0%	107
	サインボード	3,946	4,011	98.4%	-64	3,905	3,989	97.9%	-84	7,851	7,999	98.1%	-149
	フリーペーパーラック 店舗ラッピング	354	336	105.3%	18	346	340	101.7%	6	700	676	103.5%	23
	J・A Dビジョン	851	815	104.4%	36	955	879	108.6%	76	1,806	1,694	106.6%	111
	デジタルサイネージ	91	92	98.8%	-1	124	108	114.6%	16	215	200	107.3%	15
計		7,717	7,678	100.5%	39	8,196	8,154	100.5%	43	15,914	15,831	100.5%	82
その他(工事 他)		44	38	113.5%	5	230	213	107.9%	17	274	252	108.7%	22
総計		20,346	20,315	100.2%	31	21,553	22,118	97.4%	-565	41,899	42,433	98.7%	-534

東京駅・新橋駅でデジタルシートセットの展開を実施

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セット」「新橋地下通路デジタルシートセット」を使った広告展開が実施された。

広告主はサントリースピリッツ(株)で、「19.6℃ 極キレ」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、東京駅中央通路でJ・ADビジョンとシート広告を



東京中央通路電照デジタルシートセット

同時展開できる「東京中央通路電照デジタルシートセット」と、新橋駅汐留口改札外地下通路でJ・ADビジョンとシート広告を同時展開できる「新橋地下通路デジタルシートセット」において同一クライアントによる集中展開が行われた。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セット」「新橋地下通路デジタルシートセット」とともに3月28日(月)から4月3日(日)まで。



新橋地下通路デジタルシートセット

東京駅丸の内地下改札外でアドピラーの展開を実施

東京駅丸の内地下改札外通路の柱を活用した「アドピラー」のSP広告展開が行われた。

広告主は丸の内商店会・丸の内オアゾ商店である。

東京駅丸の内地下改札外通路の柱を広告面として活用したインパクトのある今回の広告展開は、東京駅利用者の関心を集めた。

展開期間は3月21日(月)から4月3日(日)まで。



東京駅丸の内地下改札外通路アドピラー

自動改札ステッカーの展開を実施

山手線16駅において自動改札ステッカー(山手ハーフ)が展開された。広告主は住友不動産販売株式会社である。

自動改札ステッカーは、駅利用者的大半が通過する自動改札機を1クライアントの広告でジャックできるメディアであり、今回の展開は山手線16駅利用者の関心を集めた。

展開期間は3月19日(土)から5月13日(金)である。



自動改札ステッカー

「車両広告」2015年度版共通指標推定モデルが完成

「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団体で立ち上げた「交通広告共通指標推定推進プロジェクト」では、交通広告効果の共通指標整備を行っているが、昨年度発表した「中ぶり（一般）」「まど上」「ドア横」の3つの「共通指標推定モデル」に加えて、新たに「中ぶり（出版）」「ステッカー」「車内ビジョン」を追加した6パターンの「共通指標推定モデル」がこの度発表された。

◇「中ぶり（一般）」「中ぶり（出版）」「まど上」「ドア横」「ステッカー」「車内ビジョン」の共通指標推定モデルについて

今回発表された車両広告の「共通指標推定モデル」では、中ぶりの「出版」「出稿に対応する「中ぶり（出版）」、「ステッカー」やツインステッカーの出稿に対応する「ステッカー」、最近出稿が増加している「車内ビジョン」

の3つの共通指標（推定広告到達率）が新たに追加された。また昨年度発表された「中ぶり（一般）」「まど上」「ドア横」についても分析素材が増加し、指標精度が向上したものになっている。

この「交通広告共通指標推定モデル」はパターン別に複数の説明変数により構成され、各カテゴリーの条件を選定すれば「推定広告到達率」が算出できるものとなっている。

今後、「推定広告到達率」は「クリエイティブの到達率」を判断する基準値（ノーム値）になり、掲出する「ユニット」を選定する手がかりとして活用することが可能となる。

また今回の発表では、これまでの交通広告共通指標策定調査（2012・2015）からわかった『スマートフォンと交通広告の親和性の高さ』の報告も同時に行われた。

◇各ユニットの「交通広告共通指標推定モデル」（個人全体：男女15・59歳）

中ぶり(一般)		カテゴリ	カテゴリスコア	[ケース1]		
1. 分析広告数 118素材 (調査広告数186)	サイズ	シングル	-0.9	<サイズ>	シングル	-0.9
		ワイド	1.5			
		2-3日	-2.0			
2. 説明変数 「サイズ」「掲出期間」 「他鉄道への出稿」 「TVCM出稿(直近1ヶ月)」「業種」の5つ	掲出期間	4-5日	-1.7	<掲出期間>	7日	2.6
		7日	2.6			
		8日以上	3.7			
	他鉄道出稿	有	1.7	<他鉄道出稿>	有	1.7
		無	-1.9			
	TVCM出稿	有	4.2	<TVCM出稿>	有	4.2
		無	-1.3			
	業 種	消費財系	-0.8	<業種>	消費財系	-0.8
		サービス系①	-1.5			
		サービス系②	1.0			
		その他(流通など)	0.2			
	平均値		40.7	<平均値>		40.7
	決定係数		0.59		ケース1の推定広告到達率	47.5%

中つくり(出版)		新設		[ケース2]	
サイズ		カテゴリ	カテゴリスコア		
1.分析広告数 51素材 (調査広告数51)		シングル	-0.2	<サイズ>	ワイド
		ワイド	1.4		
	掲出期間	2〜3日	-0.3		
		4日以上	2.5		
2.説明変数 「サイズ」「掲出期間」 「他鉄道への出稿」 「種別」の4つ	他鉄道出稿	有	0.5	<他鉄道出稿>	有
		無	-1.5		
	種 別	週刊誌	8.1	<種別>	週刊誌
		月刊誌(月2回、季刊誌)	-3.7		
その他(書籍等)		-7.2			
	平均値	43.9	<平均値>	43.9	
	決定係数	0.41			
				ケース2の推定広告到達率	53.6%

まど上		カテゴリ	カテゴリスコア	[ケース3]			
1.分析広告数 124素材 (調査広告数212)	サイズ	シングル	-1.9	<サイズ>	ワイド		
		ワイド	4.1				
		ワイド2W	6.7				
		1週間以内	-2.2				
2.説明変数 「サイズ」「掲出期間」 「他鉄道への出稿」 「TVCM出稿(直近1ヶ月)」「業種」の5つ	掲出期間	2週間	-1.4	<掲出期間>	1ヶ月		
		1ヶ月	0.2				
		1ヶ月以上	1.5				
		有	0.5				
	他鉄道出稿	無	-0.9	<他鉄道出稿>	有		
		有	2.3				
		有	-1.1			<TVCM出稿>	無
		無	-0.6				
	業 種	消費財系	0.6	<業種>	サービス系②		
		サービス系①	-1.9				
		サービス系②	2.4				
		その他(流通など)	2.4				
平均値		43.4	<平均値>		43.4		
決定係数		0.56					
ケース3の推定広告到達率 49.5%							

ドア横		カテゴリー	カテゴリースコア		【ケース4】	
1. 分析広告数 89素材 (調査広告数135)	面数	1面	-0.7	<面数>	1面	-0.7
		2面	0.0			
		3面以上	1.4			
2. 説明変数 「サイズ」「掲出期間」 「他鉄道への出稿」 「TVCM出稿(直近1ヶ月)」「業種」の5つ	掲出期間	1週間	-5.1	<掲出期間>	1ヶ月	
		1ヶ月	3.6			3.6
	他鉄道出稿	有	0.6	<他鉄道出稿>	有	0.6
		無	-1.2			
	TVCM出稿	有	4.6	<TVCM出稿>	有	4.6
		無	-1.5			
	業 種	消費財系	-0.8	<業種>	消費財系	-0.8
		サービス系①	1.1			
		サービス系②	-1.2			
		その他(流通など)	-3.0			
	平均値	45.1	<平均値>		45.1	
	決定係数	0.58				
				ケース4の推定広告到達率	52.4%	

ステッカー

新設

	カテゴリー	カテゴリスコア	[ケース5]	
1.分析広告数 105素材 (調査広告数176)	種別	ステッカー ツインステッカー	-0.7 1.7	<種別> ツイン
	掲出期間	1ヶ月以下 1ヶ月超	-0.8 2.5	<掲出期間> 1ヶ月以下
	他鉄道出稿	有 無	0.2 -0.3	<他鉄道出稿> 有
	TVCM出稿	有 無	2.8 -1.2	<TVCM出稿> 有
	業 種	消費財系 サービス系① サービス系② その他(流通など)	-0.4 1.8 -2.4 1.7	<業種> 消費財系
	平均値	41.5	<平均値>	41.5
	決定係数	0.43	ケース5の推定広告到達率	45.0%

車内ビジョン		新設	カテゴリー	カテゴリースコア	[ケース6]		
1.分析広告数 82素材 (調査広告数113)	ロール分数	12分未満	1.5				
		12分以上	-0.6	<ロール分数>	12分以上	-0.6	
	掲出期間	1週間	-1.1	<掲出期間>	1週間	-1.1	
		8日以上	6.3				
2.説明変数 「ロール分数」 「掲出期間」 「TVCM出稿（直近1ヶ月）」「業種」の4つ	TVCM出稿	有	3.0	<TVCM出稿>	有	3.0	
		無	-3.0				
	業 種	消費財系	-0.2	<業種>	消費財系	-0.2	
		サービス系①	-0.4				
		サービス系②	2.7				
		その他（流通など）	0.7				
		平均値	35.1	<平均値>		35.1	
	決定係数	0.52					
				ケース6の推定広告到達率	36.2%		

新宿駅甲州街道改札内に「J・ADビジョン」が登場

3月25日(金)から新宿駅甲州街道改札内で「J・ADビジョン」の放映が新たに開始された。

新宿駅甲州街道改札内コンコースの柱2本に70インチの「J・ADビジョン」が8面設置された。

ディスプレイ周辺のデザインが駅ナカ商業施設全体の柱デザインと統一され、駅環境との調和が図られており、新宿駅利用者の関心を集めた。



新宿駅甲州街道改札内「J・ADビジョン」

仙台駅に「J・ADビジョン」を新たに設置

4月4日(月)から仙台駅東西自由通路において「J・ADビジョン」の放映が新たに開始された。

仙台駅に新設された東西自由通路の新改札口に正対した柱2本に60インチのモニター8面が新たに設置された。

仙台駅では既に設置されている中央改札口4柱16面(65インチ)とセット運用され、今後は6柱24面で展開が行われる。



仙台駅2F中央改札口「J・ADビジョン」



仙台駅東西自由通路「J・ADビジョン」

第5回理事会を開催

2015年度第5回理事会を4月7日(木)14時からJ企会議室で開催した。議案として

第1号議案 役員の変更に伴う追任の件

第2号議案 2015年度収支実績報告の件

第3号議案 2016年度収支予算(案)の件

第4号議案 2016年度役員候補者選任(案)の件

第5号議案 第13回定期総会・懇親会の進行方の件

第6号議案 第13回定期総会に提出する議案資料(案)の件

第7号議案 臨時理事会に提出する議案資料(案)の件

が審議され承認された。報告事項では

① 2016年度会員社数について
2016年4月1日年度初138社

② 第13回定期総会等の出欠回答状況について

③ 第24回ゴルフ大会募集状況について

④ 今後の会議・行事予定が報告され了承された。



第5回理事会 (4月7日開催)

平成28年度第1回事故防止会議を開催

■事故防止会議(意匠関係)

工事施工会社を対象に安全作業のための「事故防止会議(意匠関係)」が4月7日(木)15時から豊島区南大塚の東京メディア・サービス本社会議室で、意匠関係登録19社の担当者、JR東日本(東京・横浜・八王子各支社)、ジェイ・オール東日本企画、東京メディア・サービスの総勢29名が出席して開催された。

事故防止会議では、事故事例の検証(2015年度事故概況まとめ)、安全パトロールの実施結果(2015年度のまとめ)最近のヒヤリハット(1月～3月)の結果等が報告され、参加者は安全に対する取り組みの大切さを再認識し、意識の向上を目指して活発な意見交換が行われた。

会員名簿変更

・社名・代表者・郵便番号・所在地及び電話・FAX番号変更
(株)JTBコミュニケーションデザイン (4月1日付)

(旧)株JTBコミュニケーションズ
代表取締役社長 細野 顕宏氏
〒105-8335

東京都港区芝3-23-1
電話 03-5657-0600
FAX 03-5657-0631

・社名変更

(株)横浜メディアアド (4月1日付)
(旧)株相鉄エージェンシー