



# 東広会ニュース

4月号  
2018年(平成30年)  
Vol.166

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「2017年度年間売上」まとまる

J企交通媒体本部の2017年度の年間売上は412億78百万円で、対前年99.4%となった。メディア別では、車両メディアは対前年97.8%で5億63百万円減、駅メディアは対前年101.1%で1億76百万円増となった。

■車両メディア(実績246億44百万円、対前年97.8%)

「3線群中づり」は、上半期は前年度を上回ったが、下半期は大口出稿の減少等により前年度を下回り、前年度を下回った。「3線群まど上」は、割引販売等により上半期・下半期ともに前年度を下回った。

「ドア横新B」「ステッカー」は、積極的な販売により上半期・下半期ともに前年度を上回った。

「ADトレイン等」は、上半期・下半期ともに前年度を下回った。

「車体広告」は、上半期は前年度を下回ったが、下半期は前年度を上回り、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を行ったが、上半期・下半期ともに前年度を下回った。コンテンツと広告を組み合わせた「紫外線情報」等の指数連動広告や「全国高校野球選手権大会」等の結果速報等の展開が行われた。また山手線ではE235系新型車両が順次導入され、車内サイネージ「まど上チャンネル」「サイドチャンネル」の販売が開始された。

■駅メディア(実績163億96百万円、対前年101.1%)

「駅ポスター」は、上半期は前年度を上回ったが、下半期は前年度を下回り、前年度を下回った。商品別では「一般ポスター」は前年度を上回ったが、「セット商品」は前年度を下回った。

「SPメディア」は、上半期・下半期とも前年度を下回った。媒体別では「イベント」「SPボード等」が前年度を上回ったが、「自動改札ステッカー」「集中貼り」が前年度を下回った。

「サインボード」は、東京駅、菊名駅等で計画開発が行われ、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」「デジタルサイネージ」は、企画商品の積極的な販売等により上半期・下半期ともに前年度を上回った。2017年度は秋葉原駅でシートとJ・ADビジョンを組み合わせた「秋葉原デジタルシートセット」の展開が開始されるとともに、東京駅丸の内地下連絡通路にJ・ADビジョンが新たに設置された。

< 2017年度 媒体別売上実績 >

(単位:百万円)

媒体	上半期				下半期				年間				
	2017年度	2016年度	前年比	増減	2017年度	2016年度	前年比	増減	2017年度	2016年度	前年比	増減	
車両メディア	3線群 中づり	2,310	2,131	108.4%	179	2,093	2,468	84.8%	-375	4,402	4,598	95.7%	-196
	3線群 まど上	1,623	1,810	89.6%	-188	1,695	1,736	97.7%	-40	3,318	3,546	93.6%	-228
	ドア横新B	1,706	1,604	106.3%	102	1,808	1,701	106.3%	107	3,514	3,305	106.3%	209
	ステッカー	1,352	1,272	106.3%	80	1,309	1,241	105.4%	68	2,661	2,513	105.9%	147
	東海道/宇都宮・高崎線、地方線、新幹線 他	570	547	104.3%	24	565	622	90.8%	-57	1,135	1,169	97.1%	-34
	ADトレイン等	396	487	81.5%	-90	493	522	94.5%	-29	890	1,008	88.2%	-119
	車体広告	119	198	60.2%	-79	364	263	138.1%	100	483	462	104.6%	21
	トレインチャンネル	3,649	3,979	91.7%	-330	4,591	4,626	99.3%	-35	8,240	8,605	95.8%	-364
計	11,726	12,028	97.5%	-302	12,918	13,178	98.0%	-261	24,644	25,207	97.8%	-563	
駅メディア	駅ポスター	1,117	1,097	101.8%	20	1,260	1,292	97.5%	-32	2,377	2,389	99.5%	-12
	SPメディア	1,330	1,331	99.9%	-2	1,792	1,884	95.1%	-92	3,122	3,216	97.1%	-94
	サインボード	3,854	3,896	98.9%	-41	3,851	3,885	99.1%	-34	7,706	7,781	99.0%	-75
	フリーペーパーラック 店舗ラッピング	273	324	84.3%	-51	272	288	94.4%	-16	545	612	89.1%	-67
	J・ADビジョン	1,023	914	111.9%	109	1,115	1,027	108.5%	87	2,138	1,941	110.1%	197
	デジタルサイネージ	232	107	216.3%	124	277	174	159.4%	103	509	281	181.1%	228
計	7,829	7,669	102.1%	159	8,568	8,551	100.2%	17	16,396	16,220	101.1%	176	
メディア計	19,555	19,697	99.3%	-143	21,486	21,729	98.9%	-244	41,040	41,427	99.1%	-386	
その他(工事 他)	33	51	64.5%	-18	204	45	453.8%	159	237	96	246.7%	141	
総計	19,588	19,749	99.2%	-161	21,690	21,774	99.6%	-85	41,278	41,523	99.4%	-245	



山手線車体広告

**山手線10編成で  
「車体広告」の展開を実施**

山手線10編成において「車体広告」の展開が実施された。  
 広告主は東京ガス株式会社である。  
 車体広告は電車車体を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、今回の山手線10編成を使用した展開は、山手線利用者の注目を浴びた。  
 展開期間は3月8日(木)から3月21日(水)まで。



川崎駅フラッグ

**川崎駅で「フラッグ」の  
展開を実施**

川崎駅中央南改札内において「フラッグ」が展開された。  
 広告主は青山商事株式会社で、「ザ・スーツカンパニー」のPRが行われた。  
 川崎駅中央南改札内の空間を活用したインパクトのある今回の展開は、川崎駅利用者の関心を集めた。  
 展開期間は3月1日(木)から3月7日(水)まで。



池袋中央改札口ボード

**「池袋中央改札口ボード」の  
展開を実施**

池袋駅において「池袋中央改札口ボード」の展開が実施された。  
 広告主は学校法人駿台学園で「駿台予備学校」のPRが行われた。  
 「池袋中央改札口ボード」は池袋駅中央改札口横の壁面に大型サイズで掲出できるインパクトのあるメディアであり、今回の展開は池袋駅利用者の関心を集めた。  
 展開期間は3月5日(月)から3月18日(日)まで。



秋葉原駅ホームドアシート

**秋葉原駅で「ホームドアシート」  
の展開を実施**

秋葉原駅の山手線ホームにおいて「ホームドアシート」の展開が実施された。  
 広告主は株式会社東京個別指導学院である。  
 「ホームドアシート」は山手線のホームドアに広告掲出できるインパクトのあるメディアであり、今回の展開は秋葉原駅利用者の関心を集めた。  
 展開期間は3月1日(木)から3月15日(木)まで。

# 2017年度版 「車両メディア共通指標推定モデル」を更新

「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進プロジェクト」では、交通広告効果の共通指標整備を行い、「車両メディア」については1,200素材以上の広告効果を調べ、現在「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6パターン（「共通指標推定モデル」が策定されている。2017年度は共通指標として更なる精度向上を目指し「ターゲットの細分化」と「ステッカーの業種分類細分化」が実施され、この度発表された。

**中ぶり（一般）** 平均値 42.1%

項目	カテゴリ	カテゴリスコア	ケース1	平均値
1.分析広告数 166素材 (調査広告数266)	サイズ	シングル +1.1 ワイド -0.8	<サイズ> シングル	-0.8
	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ヵ月)」業種	掲出期間 2-3日 4-5日 7日 8日以上	<掲出期間> 7日	+0.5
他鉄道出稿	有	+1.7	<他鉄道出稿> 有	+1.7
	無	-1.8		
TVCM出稿	有	+3.8	<TVCM出稿> 有	+3.8
	無	-1.3		
業種	飲料・嗜好品	-3.1	<業種> 飲料・嗜好品	-3.1
	消費財系	+0.5		
	流通・小売業・商社	+2.8		
	観光・娯楽・外食	+0.5		
	官庁・教育・サービス	-2.1		
	不動産・交通・放送	+1.0		
	その他	-2.1		
	決定係数	0.61	ケース1の推定広告到達率	44.2%

**中ぶり出版** 平均値 44.5%

項目	カテゴリ	カテゴリスコア	ケース2	平均値
1.分析広告数 64素材 (調査広告数68)	サイズ	シングル -0.2 ワイド +1.5	<サイズ> ワイド	+1.5
	2.説明変数 「サイズ」掲出期間 「他鉄道への出稿」 「種別」	掲出期間 2-3日 4日以上	<掲出期間> 2-3日	-0.2
他鉄道出稿	有	+0.2	<他鉄道出稿> 有	+0.2
	無	-0.8		
種別	週刊誌	+10.1	<種別> 週刊誌	+10.1
	月刊誌・月2回・季刊誌	-3.9		
	その他(書籍等)	-7.5		
	決定係数	0.61	ケース2の推定広告到達率	56.1%

**まど上** 平均値 45.2%

項目	カテゴリ	カテゴリスコア	ケース3	平均値
1.分析広告数 193素材 (調査広告数321)	サイズ	シングル -1.3 ワイド +2.7	<サイズ> ワイド	+2.7
	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ヵ月)」業種	掲出期間 1週間 2週間 1ヵ月 1ヵ月以上	<掲出期間> 1ヵ月	+0.8
他鉄道出稿	有	+0.7	<他鉄道出稿> 有	+0.7
	無	-1.3		
TVCM出稿	有	+2.2	<TVCM出稿> 無	-1.3
	無	-1.3		
業種	飲料・嗜好品	+2.5	<業種> 学校・教育	-1.1
	学校・教育	-1.1		
	官庁・サービス	-2.8		
	観光・娯楽・外食	-2.1		
	不動産・交通	+6.2		
	金融・保険・証券	+4.2		
	その他	-1.9		
	決定係数	0.60	ケース3の推定広告到達率	47.0%

**ドア横** 平均値 45.4%

項目	カテゴリ	カテゴリスコア	ケース4	平均値
1.分析広告数 110素材 (調査広告数178)	面数	2面 +0.5 3面以上 +1.1	<面数> 1面	-0.5
	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	掲出期間 1週間 1ヵ月	<掲出期間> 1ヵ月	+3.6
他鉄道出稿	有	+0.7	<他鉄道出稿> 有	+0.7
	無	-1.3		
TVCM出稿	有	+4.3	<TVCM出稿> 有	+4.3
	無	-1.6		
業種	消費財系	-0.2	<業種> 学校・教育	+1.0
	学校・教育	+1.0		
	官庁・通信・サービス	+0.7		
	不動産・交通・観光・娯楽・放送	-0.9		
	その他	-2.1		
	決定係数	0.61	ケース4の推定広告到達率	54.5%

**ステッカー** 平均値 40.7%

項目	カテゴリ	カテゴリスコア	ケース5	平均値
1.分析広告数 169素材 (調査広告数261)	種別	ステッカー -1.3 ツインステッカー +3.2	<種別> ツイン	+3.2
	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	掲出期間 1ヵ月 1ヵ月以上	<掲出期間> 1ヵ月	-0.8
他鉄道出稿	有	+0.6	<他鉄道出稿> 有	+0.6
	無	-1.2		
TVCM出稿	有	+1.9	<TVCM出稿> 有	+1.9
	無	-1.0		
業種	医薬品・衛生用品	+2.9	<業種> 医薬品・衛生用品	+2.9
	消費財系	+2.3		
	官庁・教育・通信	-0.0		
	不動産・交通・観光・娯楽	-1.6		
	化粧品・トイレタリー	+0.9		
	サービス	+2.6		
	出版	-5.7		
	その他	-3.7		
	決定係数	0.57	ケース5の推定広告到達率	48.5%

**ビジョン** 平均値 37.3%

項目	カテゴリ	カテゴリスコア	ケース6	平均値
1.分析広告数 123素材 (調査広告数170)	ロール分数	12分未満 +0.6 12分以上 -0.3	<ロール分数> 12分以上	-0.3
	2.説明変数 「ロール分数」 「掲出期間」 「TVCM出稿(直近1ヵ月)」業種	掲出期間 1週間 1ヵ月	<掲出期間> 1週間	-1.4
TVCM出稿	有	+3.3	<TVCM出稿> 有	+3.3
	無	-3.1		
業種	化粧品・トイレタリー	-3.6	<業種> 化粧品・トイレタリー	-3.6
	消費財系	-0.7		
	官庁・教育・通信	+0.2		
	不動産・交通・観光・娯楽	+8.2		
	その他	-1.8		
	決定係数	0.60	ケース6の推定広告到達率	35.3%

◇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）」「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「共通指標推定モデル」は、「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」の全パターンにおける「ターゲットの細分化」と「ステッカーの業種分類細分化」が実施され、「交通広告共通指標推定システム」において使用できる。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」が算出され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。さらに今回の発表に合わせて、「交通広告共通指標調査（2012年～2017年）」からわかった「スマートフォンと車両広告の親和性の高さ」についての報告も行われた。

「秋葉原デジタルシートセット」の展開を実施

「秋葉原デジタルシートセット」を使った広告展開が実施された。広告主は株式会社スタップサービス・ホールディングスである。

「秋葉原デジタルシートセット」は、秋葉原駅改札内において連続したサインネージ（J・ADビジョン）10面とシート広告8面をジャック展開できるインパクトのあるメディアであり、今回の展開は秋葉原駅利用者の関心を集めた。展開期間は3月5日(月)から3月11日(日)まで。



秋葉原デジタルシートセット

「女性専用車中づくりジャック」の展開を実施

中央線快速、中央総武線各駅停車、埼京線・りんかい線、京浜東北線・根岸線、常磐線各駅停車、青梅線・五日市線、つくばエクスプレスの女性専用車で中づくりジャック展開が実施された。

広告主はポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社で、豆乳ヨーグルト「SOYBIO」の各商品のPRが行われた。

女性専用車というターゲットが明確な車内の中づくりすべてをジャックした展開は、女性専用車利用者の関心を集めた。展開期間は3月5日(月)から3月11日(日)まで。



女性専用車中づくりジャック

第5回理事会を開催

2017年度第5回理事会を4月5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 2017年度収支実績報告の件

第2号議案 2018年度収支予算(案)の件

第3号議案 第15回定期総会・懇親会の進行方の件

第4号議案 第15回定期総会に提出する資料(案)の件

第5号議案 臨時理事会資料(案)の件が審議され承認された。

報告事項では

① 2017年度会員社数について 2017年4月1日年度初137社

② 2018年4月1日現在 137社 第15回定期総会等の出欠回答状況について

③ 第28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5日開催)

平成30年度第1回事故防止会議を開催

■事故防止会議(工事関係)

工事施工会社を対象に安全作業のための「事故防止会議(工事関係)」が4月12日(木)15時から豊島区南大塚のJ.R.東日本メディア(株)本社会議室で、工事関係登録24社の担当者、ジェイアール東日本企画、J.R.東日本メディアの総勢30名が出席して開催された。



第1回事故防止会議 (4月12日開催)

事故防止会議では、最近の事故事例の検証(平成29年度事故概況まとめ)、安全パトロールの実施結果(平成29年度のまとめ)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。

J企の主な人事異動(交通媒体本部関係)

・主な人事異動

田口 俊氏

(4月16日付) 交通媒体局次長 (J.R.出向)

会員名簿変更

・代表者変更

(株)マツキャンエリクソン (4月1日付) 媒体本部本部長 天明 渉氏