



# 東広会ニュース

## 12月号

2005年(平成17年)

Vol.18

発行所 東京都渋谷区恵比寿南1-1-1  
ヒューマックス恵比寿ビル8F

東日本鉄道東京広告会

電話 03(5773)6788

E-MAIL info@tokokai.jp



多数の出席者があった施策・商品計画説明会

## 18年度販売施策・商品計画発表される J企交媒局、広告会社説明会を開催

平成18年度販売施策・商品計画の概要を発表する広告会社説明会が11月29日(火)10時30分からお茶の水・池坊会館で開催された。説明会には東広会加盟各社の担当者ら約220名が出席した。発表された内容は、オープン化施策を推進し、さらなる成長基盤の確立を図るものとなっている(関連2・3ページ)。

説明会では、冒頭に栗本常務取締役交通媒体局長がオープン化をさらに推進する等施策方向性について語り、その後、各メディア部長が販売施策・商品計画内容を説明し、広告会社との質疑応答も活発に行われた。

車両メディア、駅ポスター・SPメディア、サインボードの各メディアで新機軸の商品計画が打ち出されている。特に、サインボードについては、①全ての媒体に契約期間を設定、②広告主基準による販売をさらに徹底、③広告料金のオープン化を推進、

④これら骨子にあわせた施策展開と販売スケジュールなどの制度を再整備する、といった施策骨子が発表された。これにより、これまでクライアントからみて分かりにくかったサインボードについて、一層の透明化を推進する方向性が示された。

また、17年8月に開業された「つくばエクスプレス(TX)」のSPメディアの商品化に関しても概要が発表された。さらに、18年3月に豊洲まで延伸される「ゆりかもめ」の新駅4駅開業に伴い、駅ポスター、SPメディアの販売開始も発表された。

車両メディアについては鉄道事業の利便性・快適性が更に向上され、

首都圏を中心とした輸送ネットワークの拡充が図られること、「販売実績需要」「広告主動向」等の要素を鑑み、各種商品の料金等見直し、新商品の設定が図られている。

具体的には、「3線群中づくり」の「5DAYS」「7DAYS」が通年販売(シーズン料金あり)され、「3線群まじり2週間」のシーズン料金が設定される等、既存商品をリニューアルし新商品が設定されている。また、中央快速線に平成18年12月頃以降順次投入が予定される新型車両E233系に映像メディア「トレインチャンネル」が新設される。湘南新宿ラインでも、新型車E231系増車による「ドア横新B」の掲出面数増、常磐線新型車両E531系の導入による「ドア横新B」「ドア上(ペーパーラジオ)」「まじり上長期」の掲出面数の増などが行われる。

その他、「車体広告の価値向上」のため、デザイン事例集の作成が予定されるなど、車両メディアの「販売用ツール」の拡充が図られる。また、「地方ローカルの販売方法の統一化」が図られている。

駅ポスターに関しては随時申込(売出日以降)の決定方法がこれまでの「1日2回」から「1日3回」へ改善される等、広告会社の要望に対応した各種改革が行われる。

# サインボード販売の透明化を一層推進

## 平成18年度施策の骨子

- (1) 全ての媒体に契約期間を設定。
- (2) 広告主基準による販売をさらに徹底。
- (3) 広告料金のオープン化を推進。
- (4) これら骨子にあわせた施策展開と販売スケジュールなどの制度を再整備。

## これまで(平成15年度～平成17年度)の施策について

- 平成15年度(2003年度)
    - ・拠点駅整備(渋谷・新宿・池袋・東京)にあわせて開発した媒体は、以下の販売とした。
  - ① 広告料金のオープン販売を実施した。
  - ② 契約期間(3年間)終了後の媒体返還を基本として販売を実施した。
  - ③ 広告主を基準とした枠調整を行った。
- 以降の計画開発媒体は、広告料金をオープン化し、広告主基準による販売を行っている。

- 平成16年度(2004年度)
  - ・東京メディアサービスとの広告事業再編を実施した。

- 平成17年度(2005年度)
  - ・計画開発媒体は、当初広告会社買切り期間(契約期間)を3年から1年に短縮した。
  - ・計画開発媒体は契約期間を短縮したことにあわせ、1年間の同一広告主による掲出を基本とした。
  - ・再販媒体については、契約期間を最長1年間とした。

## 販売施策について

- 1、契約期間の設定
  - 「契約期間が設定されていない媒体」「開発媒体(随時・計画)で当初契約期間終了前の媒体」について、契約期間を設定する。
  - (1) 契約期間↓広告主を基準とし、3ヶ月以上、最長で1年間とする。
  - ・ 契約期間が設定されていない媒体
    - ：平成18年度4月1日より契約開始となる。
  - ・ 開発媒体で当初契約終了前の媒体
    - ：当初契約終了後より契約開始となる。
- (2) 契約期間終了時の取扱い↓3ヶ月前より継続確認等を行い、以下の契約を継続する。

- ・ 同一広告主が継続する場合は、原則として契約を継続する。
- ・ 同一広告主が継続しない場合は、再販媒体としてオープン販売を行う。但し、契約が一旦終了した後、当該広告会社が新たな広告主で申込みをする場合は、枠調整の際、最大限配慮する。

- 2、広告主の掲出終了時(広告主変更)の取り扱い

契約中の広告主が掲出終了する場合は、媒体を返還し再販媒体としてオープン販売を行う。J企が申込みを受け、広告主基準により 枠調整を行う。但し、契約が一旦終了した後、当該広告会社が新たな広告主で申込みをする場合は、枠調整の際、最大限配慮される。

- 3、随時開発媒体の広告主の取扱い
  - 随時開発媒体については、当初契約期間3年間は、同一広告主の使用とする。契約期間終了時に掲出中の広告主に継続意向がある場合は、原則として契約を継続する。
  - (申込みをされた広告主が、やむを得ず掲出終了する場合は、当該広告会社が他広告主に販売を行う。)
- 4、その他の見直し

- 返還スケジュール、販売スケジュールの変更、まとめ買い制度の廃止(18年度より)等。
- 5、拠点駅整備媒体の取り扱い

拠点駅整備にあわせて開発・販売した媒体は、平成18年3月末で契約期間が終了するため、全て返還となり、広告料金を再精査してオープン販売を行う。再販売後の契約期間は、広告主基準で3ヶ月以上、最長で1年間となる。

拠点駅整備以外の計画開発は、契約終了後、同一広告主が継続する場合は、原則として契約継続となる。同一広告主が継続しない場合は再販媒体としてオープン販売を行う。

## 商品計画について

「第一、第二埼京セットボード」を一本化し「埼京セットボード」として販売が行われ、計画開発(大型ボードの開発、駅コンコース等の新規開発、コスモスプランに伴う媒体開発、媒体モジュール化等の媒体環境整備等)、ゆりかもめの新駅開業に伴う媒体開発、JR貨物媒体の販売、鉄道会館媒体の販売等も発表されている。

これら販売施策・商品計画についての具体的な内容に関しては交通媒体システムのメディアガイダンスかサインボード部へお問い合わせください。

## 〔車両メディア〕

車両メディアでは、「JR東日本鉄道事業動向」エリア開発による線区需要の変化、「販売実績需要」「広告主動向」等を鑑みて各種商品の広告料金の見直し及び新商品の設定が行われている。計画概要は、

(1) 既存商品をリニューアルし新商品を設定

・「3線群中づり」の「5DAYS」「7DAYS」を通年販売、シーズン料金も設定。

・「3線群まど上2週間」のシーズン料金を設定。

・「戸袋ステッカー首都圏山手B」の掲出路線(横須賀・総武快速線)を拡大し、「首都圏山手A」との線区別掲出位置を変更。

・東海道、宇都宮・高崎線の「通路額面」と「中づり」をセット販売。

・「新幹線コンポ」の駅パネル・JR



山手線アドストラップ  
「クロレッツ」(キャドバリー・ジャパン)

バスのセット販売を中止し、セット内容を変更。

(2) 一部商品の広告料金見直し

・各種動向を鑑み、「まど上長期」各路線、「ADトレイン」「中づり貸切」「山手線アドストラップ」「トレインチャンネル」の料金を見直し。

・路線延長、編成数増を鑑み、「ゆりかもめ」の料金を見直し。

※「ドア横新B」について、新型車両投入に伴い掲出面数増となるが、来年度の広告料金は据え置きとなる。

(3) 車両メディアに重点を置いたセット商品を設定

・広告主ニーズを反映した車両メディア商品をセット化し販売

(4) 長期事前申込の一部改正

・「長期事前申込み」の申込時期について、「ドア横新B」のみ年2回(4~9月、10~3月)となる。なお、販売枠上限は現行通り。

※ 上限あり・「ドア横新B」「中づり短期」「まど上短期」

※ 上限なし・右記以外全商品

(5) その他

・車体広告デザイン事例集などの整備。

※ 具体的な内容に関しては交通媒体システムのメディアガイダンスか車両メディア部、スペース調整部へお問い合わせください。

## 〔駅メディア〕

駅メディアでは、駅ポスターの申込決定(回数)の改善、セット商品の見直し、つくばエクスプレス(TX)SPメディアの商品化、ゆりかもめ新駅開業に伴い駅ポスター、SPメディアの販売開始などが行われる。

(1) 駅ポスター申込決定(回数)の改善・随時申し込み(売出日以降)の決定方法を1日2回から3回に改善し、広告主へのスピーディな対応が図られる。

(2) 駅ポスターセット商品の見直し

① 「新宿セット」の拡充  
・新宿駅中央コンコース内(東南口寄り)にB0連貼り可能なアクリルカ板式ポスター板が新設される。

② 「池袋セット」の拡充  
・中央口/南口改札コンコース内(48通路)の一般枠を転用して、B0連貼可能なアクリルカ板式ポスター板にリニューアルし、セットの拡充が図られる。



ゲートウェイ広告「マイクロナフト」12月4日(日)~24日(土)  
※12月17日、18日から立体フィギュアがサンタの衣装になる

③ 「キヨスクセット」の廃止  
・平成17年12月29日(木)以降掲出分から廃止される。

(3) つくばエクスプレス(TX)SPメディアの商品化

・「駅ポスター集中貼り」「アドビラー」「フロア広告」「シート広告」等が商品化される。

(4) ゆりかもめ新駅開業に伴い駅ポスター、SPメディアの販売を開始  
・平成18年3月豊洲延伸に伴い開業する4駅の駅ポスター、SPメディアの販売が開始される。

(5) その他

① セット商品シーズン割引料金の適用期間設定

② 駅ポスター掲出設備の媒体環境整備  
・平成17年年度に引き続き、老朽化及び画鋲止め駅ポスター設備は、順次、アクリルカ板式、タッカー板等の新しい設備へのリニューアルを積極的に推進し、駅ポスター掲出設備の環境整備が図られる。



フリーペーパーラック(キオスク店舗壁面)

## 東広会第3回理事会開催

東日本鉄道東京広告会は、第3回の理事会を平成17年12月9日(金)16時30分からJR企画の会議室で開催した。

### 主な議題

- 1 「平成18年度販売施策」について
- 2 新年賀詞交歓会の開催について

3 平成17年度上期収支実績・下期見込み  
報告事項として

- ① 入会・退会等について
- ② 今後の会議・行事予定
- ③ 各委員会議事録

「総務委員会」「車両メディア委員会」「駅ポスター・SP委員会」「サインボード・安全委員会」

## 東京駅「動輪の広場」で電子ペーパーを使った広告ポスター実証実験

J企と日立製作所は12月1日(木)から14日(水)まで東京駅地下1階「動輪の広場」で、電子ペーパーを使った広告ポスターの実証実験を行った。

今回公開されたのは電子ペーパーを計6面搭載した広告塔、A4版ほどの縦型白黒ディスプレイは最薄部は6mmで表示の駆動回路や画像を取り込む通信回路とメモリー、バッテリーを組み込んでも厚さは1センチ以内。ニュースや天気予報、JR東日本から



様々な情報を表示する「電子ペーパーディスプレイ」(東京駅)

のお知らせ、東京駅の案内などの情報を静止画で表示する。

電子ペーパーを使った表示装置はバッテリーで長時間駆動が可能のため、電源装置がない場所にも設置でき、無線による遠隔操作で情報を更新することがができる。このため、紙ポスターのような張り替えが不要になり、今後の展開が期待される。カラータイプは06年中に試作、07年の量産を目指す。

### ④ 理事会議事録

が審議・報告され承認された。

また、理事会では、副会長・永井秀雄氏(株オリコム)の退任と中山久義氏(株オリコム)を理事及び副会長とすることが承認された。

小林末光氏は(社)全国鉄道広告振興協会の専任理事となり、東広会専務理事を12月31日をもって退任し、後任には田之上恵氏(J企交媒局次長)があたることも承認された。

### 千葉支社管内Bランク

### 意匠交換作業安全会議開催される

千葉支社管内のBランク意匠交換作業の更なる安全を図るため、東京メディア・サービス主催の安全会議が11月25日(金)に開催された。



会議では実践的な訓練も行われた

### 会員名簿変更

・社名変更(12月1日付)

(株)川崎ステーションビル  
(川崎駅ビルサービス(株))

### 賀詞交歓会のお知らせ

日時 平成18年1月6日(金)

17時30分から

場所 ホテルメトロポリタンエンドモント  
会費 1万円

意匠交換作業におけるJRの触車事故防止のルールによれば、Bランク作業は、作業責任者の資格があれば良いことになっていたが、なお一層の安全に対するレベルアップを図る観点から、千葉支社管内においても、東京4支社と同様に、運用面において作業責任者は、列車見張員または工事管理者の資格認定者とする事になった旨が説明された。実施日は平成18年4月1日。

会議では、「作業責任者の任務と執務要領」「列車見張員の任務と執務要領」「誘導員の執務要領」「構内立入届の記入方」など実践的な講義が行われ、併せて構内立入届の厳正な取扱いについても周知が図られた。参加者は、触車災害防止のために基本動作の重要性を再認識していた。