



# 東広会ニュース

10月号

2020年(令和二年)

Vol.192

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

## &lt;2020年度 上半期 媒体別売上実績&gt;

(単位:百万円)

| 媒体        |                       | 上半期    |        |        |        |
|-----------|-----------------------|--------|--------|--------|--------|
|           |                       | 2020年度 | 2019年度 | 前年比    | 増減     |
| 車両メディア    | 中づり                   | 829    | 1,898  | 43.7%  | -1,069 |
|           | まど上・ドア上               | 776    | 1,504  | 51.6%  | -728   |
|           | ドア横新B                 | 1,221  | 1,739  | 70.2%  | -517   |
|           | ステッカー                 | 1,043  | 1,330  | 78.4%  | -287   |
|           | ADトレイン・車体広告           | 252    | 674    | 37.4%  | -422   |
|           | 新幹線・ローカル・他社線          | 136    | 234    | 57.9%  | -99    |
|           | 車内デジタルサイネージ           | 2,476  | 4,390  | 56.4%  | -1,914 |
|           | 計                     | 6,734  | 11,770 | 57.2%  | -5,036 |
| 駅メディア     | 駅ポスター                 | 399    | 951    | 41.9%  | -552   |
|           | SP メディア               | 720    | 1,491  | 48.3%  | -771   |
|           | サインボード                | 3,441  | 3,661  | 94.0%  | -220   |
|           | フリーペーパーラック<br>店舗ラッピング | 240    | 259    | 92.7%  | -19    |
|           | 駅デジタルサイネージ            | 773    | 1,488  | 51.9%  | -715   |
|           | 計                     | 5,572  | 7,849  | 71.0%  | -2,277 |
| メディア計     |                       | 12,306 | 19,619 | 62.7%  | -7,313 |
| その他（工事 他） |                       | 50     | 33     | 152.4% | 17     |
| 総計        |                       | 12,356 | 19,652 | 62.9%  | -7,296 |

## J企交通媒体本部「2020年度上半期売上」まとまる

J企交通媒体本部の2020年度上半期の売上は新型コロナウイルス感染症拡大に伴う社会情勢の影響を受け123億56百万円、対前年62.9%となった。メディア別では、車両メディアの売上は67億34百万円で対前年57.2%、駅メディアの売上は55億72百万円で対前年71.0%となった。

■車両メディア(実績67億34百万円、対前年57.2%)

『中づり』『まど上・ドア上』『ステッカー』『ドア横新B』『ADトレイン・車体広告』は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により大口出稿が減少し、第1四半期、第2四半期ともに前年度を下回った。

『車内デジタルサイネージ』は、企画商品の積極的な販売を行ったが、第1四半期、第2四半期ともに前年度を下回った。

6月に「トレインチャンネル」で「天気予報」コンテンツのジャック展開が行われた。7月から「車両メディア」「車内デジタルサイネージ」

で「New Normal時代の生活者へメッセージを込めた広告」展開が実施された。8月に「トレインチャンネル」「J・ADビジョン(品川駅自由通路)」で「真夏の花火大会」の放映が行われた。

■駅メディア(実績55億72百万円、対前年71.0%)

『駅ポスター』は、小口案件出稿が減少したこと等により、第1四半期、第2四半期ともに前年度を下回った。

『SPメディア』は、大口出稿が減少したこと等により、第1四半期、第2四半期ともに前年度を下回った。7月より期間限定のSPメディア「新宿東西自由通路スパーパノラマ」の展開が開始された。

『サインボード』は、飯田橋駅等での計画開発の他、「継続クライアント謝恩セール」等を実施したが、第1四半期、第2四半期ともに前年度を下回った。

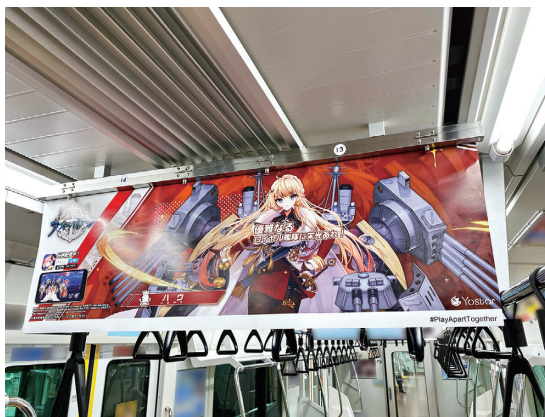
『駅デジタルサイネージ』は、大口出稿が減少したこと等により、第1四半期、第2四半期ともに前年度を下回った。7月に東京駅新幹線北乗換口で4面、8月に新橋駅南改札外で7面、新橋駅改札内南北通路で14面、9月に新橋駅北改札外で10面の「J・ADビジョン」の放映が新たに開始された。

## JR東日本車両メディアで「New Normal時代の生活者へメッセージを込めた広告」の掲出を開始

生活者に対する様々なメッセージを込めた広告をJR東日本の車両メディアにおいて一斉掲出する企画商品の第一弾が開始された。

広告主は株式会社Yostarである。

山手線等9路線とゆりかもめで放映される「トレインチャンネル（全線セット）」、山手線で3面連続の集中放映できる「まど上チャンネル」、首都圏のJR線にB3×2のサイズで掲出できる「中ぶりワイド（3線群セット）」「まど上短期ワイド（2線群セット）」の他、乗客の目線の高さで連続的な掲出ができる「ドア



中ぶりワイド

横新B（3面セット）」の車両メディアに、「#PlayApartTogether」（離れていっしょに遊ぼう）というWHOの新型コロナウイルス感染症予防対策を広めるために世界のゲーム関連会社が提唱しているタグが掲載された広告が一斉に掲出され、首都圏のJR利用者の注目を浴びた。

展開期間は「トレインチャンネル（全線セット）」「まど上チャンネル」「中ぶりワイド（3線群セット）」「まど上短期ワイド（2線群セット）」は7月20日（月）から8月9日（日）、「ドア横新B」は7月20日（月）から7月26日（日）まで、8月2日（日）から8月9日（日）まで。



トレインチャンネル

## 車内・駅デジタルサイネージで「真夏の花火大会」を放映

車内デジタルサイネージと駅デジタルサイネージで「花火大会」の映像が放映された。

広告主は株式会社タカラレーベンである。

山手線等9路線とゆりかもめで放映される「トレインチャンネル（全線セット）」と品川駅自由通路で放映される「J・ADビジョン（品川駅自由通路セット）」において、18時から21時台の間に「トレインチャンネル」は20分間隔で、「J・ADビジョン」は3分間隔で「花火大会」の映像が放映された。

展開期間は8月17日（月）から8月23日（日）まで。



J・ADビジョン（品川駅自由通路セット）

## トレインチャンネルで「天気予報」のジャック版を展開

山手線、中央線快速、京浜東北・根岸線、京葉線、横浜線、埼京線、南武線、常磐線各駅停車、中央総武線各駅停車のトレインチャンネルで「天気予報」コンテンツがジャック版として展開された。

広告主は株式会社ジャパネットたかたである。

一般財団法人日本気象協会が提供する当該線区の天気予報コンテンツが「ジャパネット夏のエアコン祭り」天気予報」として放映される。

展開期間は7月13日（月）から7月26日（日）まで。



トレインチャンネル「天気予報」ジャック



## 「新宿東西自由通路スーパーパノラマ」の展開を開始

新宿駅東西自由通路において、期間限定のSPメディア「新宿東西自由通路スーパーパノラマ」の展開が開始された。

広告主は株式会社Yostarで、「アークナイツ」のPRが行われた。新宿駅東西自由通路は西口と東口を自由に往来できる通路であり、その通路壁面に横35m×縦1.8mの超大型サイズでインパクトのある広告展開が開始された。

展開期間は7月18日(土)から8月2日(日)まで。



新宿東西自由通路スーパーパノラマ

## 「首都圏11社局まど上ドリームネットワークセット」の展開を実施

関東地区における交通広告を販売・管理する鉄道事業社ならびにハウスエージェンシーの11社局による共同ネットワーク商品「首都圏11社局まど上ドリームネットワークセット」の展開が実施された。

広告主は大正製薬株式会社で、「リポビタンD」のPRが行われた。首都圏11社局の各路線をカバーした今回の展開は、各路線利用者の注目を浴びた。

展開期間は7月13日(月)から7月26日(日)まで。



首都圏11社局まど上ドリームネットワークセット

## 山手線2編成で「車体広告」の展開を実施

山手線2編成において「車体広告」の展開が実施された。

広告主は赤穂化成株式会社で、昨年に続き2年連続で「熱中対策水」の各商品のPRが行われた。

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2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7月10日(金)から8月7日(金)まで。



山手線車体広告

## 新橋駅・有楽町駅で「J・ADビジョン」の放映を開始

新橋駅・有楽町駅において「J・ADビジョン」の放映が新たに開始された。

新橋駅では8月17日(月)から南改札外において70インチで7面、8月31日(月)から改札内南北通路において70インチで14面、9月21日(月)から北改札外において70インチで10面、計31面の「J・ADビジョン」の放映が新たに開始された。

有楽町駅では10月1日(木)から中央口改札外において60インチの「J・ADビジョン」2面の放映が新たに開始された。



J・ADビジョン (新橋駅改札内南北通路)



## 第2回理事会を開催

第2回理事会を10月7日(水)に開催した。会議内容は、令和3年「新年賀詞交歓会」開催の審議並びに上期に実施された各種会議、行事等に関する報告が行われた。

議案として 第1号議案

令和3年「新年賀詞交歓会」の件が審議され承認された。

報告事項として

1 各種委員会の開催結果

(1) 総務委員会(第2回)

実施日 7月2日(木)

(2) 駅メディア委員会(第1回)

実施日 6月18日(木)

(3) サインボード・安全委員会(第1回)

実施日 6月18日(木)

(4) 車両メディア委員会(第1回)

実施日 6月19日(金)

2 交通広告関係社員研修実施結果

実施日 7月8日(水) 募集人員 50名

受講者 30社60名

3 暑中広告の業界紙への掲載

第33回ゴルフ大会募集経過

開催日 10月16日(金)

開催場所 カメリアヒルズカントリークラブ

申込状況 (10月1日現在41社55名)

5 今後の主な会議・行事予定等が報告された。

## 東日本鉄道東京広告会「令和3年新年賀詞交歓会」について

2021年1月7日(木)に予定していた東日本鉄道東京広告会「令和3年新年賀詞交歓会」は、10月7日(水)に開催された第2回理事会において、新型コロナウイルスの集団感染防止に必要な「密閉」「密集」「密接」の3密をさけることが困難であるため、会員社各位の健康と安全を優先し、中止することを決定しました。なお会員各社には、例年通り「新年の

ごあいさつ」の冊子を作成して配布させていただきます。

## 交通広告関係社員研修を開催

東広会総務委員会主催の「交通広告関係社員研修」を7月8日(水)にコロナ禍を受け初めてオンラインセミナーを開催した。今年で17回目を迎えた社員研修には、会員社の新入社員並びに交通広告の経験が浅い方々を対象に募集したところ、30社60名の受講申込みがあった。

講師には、(株)ジェイアール東日本企画交通媒体本部交通媒体局担当局長「中村歩氏」はじめ幹部の方々から交通広告の現況、各種メディアの特性、安全対策及び審査について、具体的な事例を示しながらわかりやすく説明が行われた。受講者からは「オンライン研修でありましたが、講師から各部門別の講義を詳細に説明があり大変ためになりました」との声が多くあった。

これからの交通広告の将来を担う若い社員たちにとって意義のある1日となった。

【感想文から】

○6月1日に交通メディア課に配属され、この一か月間で交通広告についてはある程度知識が増えたかなと思っていました。しかし、今回の研修は初めて知ることが多く基礎的な部分や知らないことがまだまだ沢山あると実感しました。交通広告の強みとして説明していただいたイメージリー・トランスファー効果が非常に勉強になりました。鉄道利用時間帯の前後に見た広告を想起させる働きがあるというのは、テレビCMなど他メディアとの関係も利用できると思いました。

講義の中で、デジタルメディアと交通広告の説明が興味深かったです。トレインチャンネルやJ・A・Dビジョンなど、デジタルの媒体が普及している印象でしたが、実際にデータを説明されるとデジタルメディアの需要がこれか

らも伸びることに確信が持てました。デジタルは人の目につきやすいうえに、情報提供が迅速にできる、他サイネージとの連携など広告の可能性がぐんと広がるのだと感じました。デジタルの分野はこれから更に発展していくだろうし、最先端技術もどんどん出てくると思います。交通広告もそれらを生かして、より魅力的で価値のある広告を創り上げていくと面白いと感じました。今回の研修で「広告」投資。投資する価値のある広告なのか」というフレーズが印象に残りました。本日に投資する価値ある広告なのかと聞かれたら、イエスと言えるように、クライアントが必要とする広告を提案、展開していく必要があると感じました。

コロナ禍で、交通広告は厳しい状況に立たされていると思います。マイナスなことばかりでなく、この状況でできることを模索し広告の可能性を見出し、いかなければならないと、この研修を通じて思いました。

○本日は交通広告業界の動向からOOHの概要などを学び、これまでに目を通したデータや資料についても復習をしながら頭の中に入れることができました。広告展開の一例として挙げられた山手線を回転寿司のレーンに見立てたスシロー様の全駅出店プロジェクトなどはその規模の大きさも含めて印象的でした。メディアガイドにも記載がされていたが、その路線や地域、利用者の特性を活かしたプロモーション展開も自分の方法で考えていけるようにしたいです。今まであまり知ることがなかった交通広告グラブの詳細についても触れることができました。各部門別に交通広告の多様な実例を吸収できる場にもなっているので、毎年開催される様子もチェックしておきたいです。交通広告とデジタル(モバイル)との

関係性の講義でも多様なメディアと連動した例が紹介されており、存在価値の大きさを改めて感じました。目まぐるしく変わる流行や価値観の変化にも対応できる態勢を整えていきたいです。駅、車両メディアの掲出事例に関する設備安全対策についての講義では事故が起きた状況や要因を解説していただきながら、安全管理の重要性を学びました。まずは第一に安全面の確保を重視し、作業員の方の危険予知も含めて広告が掲出された後の動きに対しての想像力を持った行動も心がけたいです。意匠審査についての講義では公共性のある駅や電車という空間が持つ意味を理解し、利用する方々の心情も配慮した広告のデザインやキャッチコピー、掲出方法にすることの必要性も学ぶことができました。今回の研修で得た知識や情報をもとにしながら今後の業務に励んでいきます。

## J企の主な人事異動(交通媒体本部関係)

・主な人事異動 (10月1日付)

中尾 規生 氏

交通媒体局 次長 (J・R出向入社)

## 会員名簿変更

・所在地変更

鉄道広告(株) (8月26日付)

〒100-0002 東京都千代田区外神田3-6-9

電話・FAX番号変更なし 沖村ビル4階

〒107-0005 東京都港区赤坂9-6-29 (8月31日付)

電話・FAX番号変更なし パシフィック乃木坂909

〒107-0005 東京都港区赤坂9-6-29 (9月23日付)

電話・FAX番号変更なし 東京レクラム新社(株)

〒151-0005 東京都渋谷区代々木3-31-5

電話・FAX番号変更なし アルカサル2階

電話・FAX番号変更なし