



東広会ニュース

12月号

2008年(平成20年)

Vol.54

発行所 東京都渋谷区恵比寿南1-5-5
JR恵比寿ビル14F

東日本鉄道東京広告会

電話 03(5447)7928

E-MAIL info@tokokai.jp

2009年度商品計画・販売施策発表される J企交媒局広告会社説明会を開催

2009年度商品計画・販売施策の概要を発表する広告会社説明会が12月11日(木)10時30分から池坊お茶の水学院6Fホールで開催された。説明会には各広告会社から約260名が出席した(関連2・3ページ)。

この説明会は、J企交媒局の2009年度商品計画・販売施策の概要をJ企と契約する広告会社各社に説明するために開催された。説明会では、冒頭に近藤常務取締役交通媒体局長が施策方向性について語り、その後、各メディア部長が商品計画・販売施策内容を説明した。

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。車両メディアについては、広告ニーズ・需要動向及び媒体環境の変化に対応し新商品の開発や各種商品の見直しが行われる。

新商品として、「まど上A3ステッ



説明会には、各広告会社から多数の来場者があり会場を埋め尽くした

カー」「まど上グレードアップステッカー」の設定。

各種商品の見直しでは、「中ぶり、まど上フリースポット」の設定。「トレインチャンネル」の広告料金の見直し。「ドア横新B」料金区分の見直しおよび企画商品、「車体広告 山手4編成2週間」の設定。「3線群まど上長期」の増枠。「首都圏全線ドア上(ペーパーラジオ)」の広告料金見直し。

「長期事前申込み」では、広告ニーズ及び需要動向等を鑑み、上限設定等を見直す。

駅ポスターについては、広告ニーズや需要動向等に対応し各種セットを見直し商品力を強化する。

新商品の設定・販売として、有楽町・秋葉原・原宿・新宿・池袋の各駅に新商品もしくは既存商品の拡充を図ったセットの設定・販売。

各種商品の見直しでは、「山手セット ミニA・B」、「山手シングルA・B」、「中央総武シングル」、「京浜エリアシングル」等の設定・販売。また、2008年度に引き続き、期間限定で「特別企画

商品」を設定し販売する。

SPメディアについては、駅スペースの有効活用により新規媒体の開発を積極的に行う。また、集中貼りの加工費・運搬費の広告料金への内包化や自動改札ステッカーのシーズン料金を廃止する等、分かりやすい料金体系に整備する。

新商品の設定・販売として、東京・秋葉原・新橋・吉祥寺・蒲田の各駅にシート広告、横断幕、フラッグ等を設定・販売。渋谷駅・秋葉原駅には、イベントスペースが新設される。また、渋谷・恵比寿・原宿駅にセット商品を設定・販売する。

サインボードについては、「ベンチ広告」および「駅周辺案内図広告」のリニューアルを2008年度に引き続き実施するとともに、リニューアルしたベンチ広告はセット化し「ベンチセットボード」として販売する。また、空き媒体等の活性化施策も展開する。デジタルポスター・ステーションチャンネル・ナビタッチについては、設置拡大等商品力を強化し販売拡大を図る。審査部からは、規制緩和(公営競技・貸金業)の内容が発表された。

この他、オレンジカード販売拡大、各種広告取付撤去作業時における事故防止を図る安全管理の徹底、決算報告書が未提出の広告会社に対し早期の提出が要請された。

車両メディア

車両メディアでは以下のような商品計画・販売施策が発表された。

1 新商品の設定・販売

(1)「まど上A3ステッカー」の設定
 山手線群・中央線群のまど上に「A3ステッカー(1ヶ月)」が新たに設定され販売される。新型車両では、ドア上という乗降客の注意が向く位置掲出となる。また、紙ではなくステッカーとなるので、長期間にわたって掲出をされても綺麗な掲出状態を維持でき注目の高まりが期待できる。

(2)「まど上グレードアップステッカー」の設定

3線群まど上(短期)に4週間以上の長期間掲出する広告主限定で、ポスター下部分に広告主名・商品名等の横長ステッカーを掲出する「グレードアップステッカー」が新たに設定され販売される。長期間掲出されるまど上に加え、山手線・京浜東北線等の主要路線の新型車両中心にポスター下部分にステッカーを同時掲出し、商品価値を高める。ステッカーを掲出することにより、他の枠との差別化ができ、広告主様独自の枠となることで注目の高まりが期待できる。

2 各種商品の見直し

(1)「中づり、まど上フリースポット」の設定

「中づり、まど上」にフリースポットを設定し通年販売する。掲出対象期間は6ヶ月、3ヶ月、1ヶ月の3パターンで、期間によって広告料金と出稿量が設定される。

(2)「トレインチャンネル」の広告料金および一部商品の見直し

(3)「ドア横新B」料金区分の見直しおよび企画商品の設定

(4)「車体広告 山手4編成2週間」の設定

(5)「3線群まど上長期」の増枠

(6)「首都圏全線ドア上(ペーパーラジオ)」の広告料金見直し

3 「長期事前申込み」各ユニット申込み上限の見直し等

2003年度より開始された長期事前申込みは、広告主様・広告会社様に浸透しているが、2009年度も継続し、より精度の高いものになる。

また申込み状況を鑑みて、ドア横新B、トレインチャンネルの全クライアント申込みの期毎上限枠数、1クライアント月内申込み可能枠数が変更される。また、出版社のインセンティブ(申込み金額の集計方法)を、誌面「ごから広告主」に変更される。また、今まで「長期事前申込み」では各月1枠以上で申込み受付をしてきたが、単月から申込みが可能となる「早増申込み」が新たに設定された。

※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へお問い合わせください。

駅メディア

○駅ポスター

駅ポスターでは、広告ニーズの高い駅ジャック型セットの拡充・新設や、山手線内駅の商品充実など、需要動向等に対応し各種セットを見直し商品力を強化する。最も販売が苦戦する閑散期には、期間限定で「特別企画商品」を設定し販売されることが発表された。

1 新商品「有楽町セット」「秋葉原セット」の設定・販売

乗降客が多く広告ニーズの高い有楽町駅、秋葉原駅の改札付近や階段壁面など注目度の高い場所を選び各々B0サイズが7ヶ所掲出できる「有楽町セット」「秋葉原セット」を新たに設定し販売される。両セットともにB0×7枚掲出することができ、改札付近や、階段壁面など注目度の高い場所を選び、一般ポスターとして購入するよりも、お求めやすい価格設定となっている。

2 駅ジャック型セットの見直し・拡充

(1)「原宿ハーフジャック」の拡充
 需要の高い竹下通り口改札横のB0ポスター枠2枠(連貼)を増設し、掲出箇所の拡充を図る。

(2)「新宿セット」の拡充

新宿駅の中でも流動が多く広告ニーズの高い箇所のB0ポスター2枠(連貼)を増設し、掲出箇所が拡充される。また他のセットと合わせ、掲出開始日を水曜日から月曜日に変更される。

(3)「池袋セット」の拡充・見直し

乗降客が多く広告ニーズの高い池袋駅にB0ポスター6枠(連貼3箇所)を増設し、掲出箇所が拡充される。また他のセットと合わせ、掲出開始日を水曜日から月曜日に変更される。

3 山手線セットの充実等、各種セット商品の見直し

(1)「山手セットミニA・B」の見直し・拡充

品川駅・上野駅・秋葉原駅を追加し、恵比寿駅・五反田駅・西日暮里駅・大塚駅・駒込駅・市ヶ谷駅を除く。

掲出駅数は計17駅となり、広告料金を変更する。また、2009年度からセット数を2本(A・B)に拡充される。

(2)「山手シングルA・B」の設定

山手線主要15駅にB0単貼を掲出できるリーズナブルなセット。A・Bの2本を設定される。

(3)「中央総武シングル」「京浜エリアシングル」の設定

「中央総武シングル」は中央・総武線主要19駅に、「京浜エリアシングル」は京浜東北線・東海道線・横浜線主要23駅に、B0単貼を掲出できるリーズ



蒲田サンルーフフラッグ

ナブルなセット。一般ポスターとして購入するよりも、お求めやすい価格設定となっている。

(4) 広域エリア展開型セットの名称変更
セットの特性をより分かりやすくするため、広域エリアに展開するセットを、次の通り名称変更する。

「首都圏リーチ(旧首都圏A)」
「首都圏リーチミニ(旧セレクト13)」
「近郊エリアセット(旧首都圏B)」
「ターミナル(旧ターミナルA)」
4 「特別企画商品」の設定

期間限定の「特別企画商品」を、内容を新たに2009年度も設定し販売する。

5 駅ランクの見直し
各駅の乗降人員、需要動向等を鑑み、長野支店エリア14駅、高崎支店エリア1駅の駅ランクを見直しする。
※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
駅ポスター・SP部へお問い合わせ
ください。

○SPメディア

SPメディアでは、駅スペースの有効活用により新商品の設定・販売を積極的に行い、また、集中貼りの加工費・運搬費を広告料金への内包化や自動改札ステッカーのシーズン料金を廃止し等、分かりやすい料金体系に整備される。

1 新商品の設定・販売

(1) 東京駅「八重洲中央口ライトシート広告」

東京駅八重洲中央口改札手前に大型シート(3.0^{メートル}×4.1^{メートル})を掲出できる。

(2) 東京駅「八重洲中央口シート広告」
東京駅八重洲中央口改札手前に大型シート(2.87^{メートル}×3.14^{メートル})掲出できる。

(3) 秋葉原駅「中央改札内3面シート広告」
秋葉原駅中央改札内上部に大型シート(4.20^{メートル}×6.16^{メートル}×2面、4.20^{メートル}×8.80^{メートル}×1面)を掲出可能。

(4) 新橋駅「烏森口横断幕広告」
ビジネスパターンの多い新橋駅烏森口に横断幕(0.6^{メートル}×4.5^{メートル}×両面)を掲出する注目率の高い媒体。

(5) 新橋駅「ゆりかもめ口横断幕広告」
「ゆりかもめ」から乗り換えするお

客さまに、視認性抜群の媒体(0.9^{メートル}×5.4^{メートル}×片面)。

(6) 吉祥寺駅「シート広告B」
ご好評いただいている「吉祥寺駅シート広告A」同様に視認性も良く、高い広告効果が期待できる媒体として「吉祥寺駅シート広告B」(1.032^{メートル}×6.745^{メートル})を設定し販売される。

(7) 蒲田駅「蒲田サンルーフフラッグ
広告」

駅のリニューアルおよびグランデュオの開業によりお客さまの流動が多くなり、注目度のアップした蒲田駅に橋上自由通路天井部の大型フラッグ「蒲田サンルーフフラッグ」(3.1^{メートル}×4.4^{メートル}×両面)を設定し販売される。

(8) 蒲田駅「蒲田電照ロングシート広告」
蒲田駅の中央口改札内上部に内照式アクリル壁「蒲田電照ロングシート」(0.785^{メートル}×6.41^{メートル})を設定し販売される。

2 イベントスペースの設定・販売

(1) 渋谷駅「中央改札内」

(2) 秋葉原駅「電気街口改札内」

3 料金設定の見直し

(1) 「集中貼り」は、加工費、運搬費を広告料金に内包化し、広告料金を見直す。

(2) 「自動改札ステッカー」は、シーズン料金を廃止し広告料金を統一。また、2週間、4週間設定に加え1週間、

3週間が追加設定される。

4 セット商品の設定・販売

(1) 渋谷駅「集中貼り+ハチ公階段壁面のオールラッピング」

(2) 恵比寿駅「恵比寿SPジャックセット」

(3) 原宿駅「表参道口SPセット」

4 SPメディア駅ランクの見直し
乗降人員の増加、駅の環境、需要動向等を鑑み、駅ランクの見直しが行われます。具体的には、大崎駅(6等級)5等級となる。

※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
駅ポスター・SP部へお問い合わせ
ください。

○サインボード

サインボードでは、「ベンチ広告」および「駅周辺案内図広告」のリニューアルを2008年度に引き続き実施するとともに、リニューアルしたベンチ広告はセット化し「ベンチセットボード」として販売する。また、空き媒体等の活性化施策も展開される。

いずれも、商品概要、販売方法については、決まり次第、別途ご案内する予定。

※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。

香港、深圳、広州の屋外広告・交通広告の現況

「東日本鉄道東京広告会」香港、深圳、広州広告研修」に参加して

□ 広告研修概要

東広会は第3回の海外広告研修(香港・深圳・広州)を10月30日(木)11月2日(日)に実施した。大村義親団長(株弘重社)をはじめとして総勢30名の会員各社の代表者が現地の研修を行なった。その内容については、参加したJ企交通媒体局サイネージ部神谷泰良氏のレポートをご参照いただきたい。

■ はじめに

さる10月30日(木)から11月2日(日)にかけて、三泊四日の行程で東日本鉄道東京広告会の主催による「香港、深圳、広州広告研修」が実施されました。これは1997年イギリス統治から主権返還された「香港」、香港の北側に接する「深圳」、華南最大の商業都市として国際企業が多数進出して、近年発展の著しい中国第3の都市「広州」において、屋外広告・交通広告の現状を視察するもので、「東広会」としては

3回目の海外研修です。

ツアーには30名の会員が参加し、「雅昌企業有限公司」(芸術・商業印刷会社)、「広州地鉄广告有限公司」(広州地下鉄広告管理会社)の現地関係者や社長等と活発な意見交換が行われました。

極めて限られた時間の中での視察ではありましたが、以下に香港、深圳、広州における屋外広告・交通広告についての雑感をまとめてみました。



芸術・商業印刷会社「雅昌企業有限公司」の前で



「広州地鉄广告有限公司」の朱総経理(社長)の講演



ロードサイドのボード



高速道路脇のボード



高層ビルの壁面広告

■ 屋外広告について

○ダイナミックな大型屋外ボードによる展開

香港、深圳、広州の屋外広告には、ダイナミックな大型屋外ボードが乱立しているが、日本の規制にあたる詳細な「屋外広告条例」となるものは存在しないらしい。しかし、近年、都市再開発計画に伴い、政府により街の景観向上のために、媒体の規制や撤去が行われつつあると聞く。特にビルの壁面や屋上、ロードサイドのボードは、大型のものが多く、運転者・歩行者の目を惹く意匠となっている。歩道協の意匠も、工事現場の

目隠しに利用しているものもあるが、大型のシート貼り壁を造り、美観的意匠を掲出している。

○ラッピングバスとバス停サイン

香港、深圳、広州のバスは市内を網の目のように路線が走り、自転車とともに各都市における市民の重要な交通手段となっているが、バスの車体はそのほとんどが広告シートでラッピングされており、クライアントもデザインも多種多様にラッピングされている。また、バス停にも大型ボードが道路及び歩道に向けて設置され、自動車の運転者・バスの乗客、歩道の通行人に向けて訴求している。このバス停ボードは、大型の



香港の二階建てバス



▶ 広州の路線バス
◀ 広州のトロリーバス



内照シートのものが主流であったが、一部に上下スクロール式のものが見受けられた。

○大型のネオンサイン

香港における大型ネオンサインは、昔から「100万ドルの夜景」と絶賛されるように、日本では見られないダイナミックなものである。高層ビルをライトアップさせ、レーザーの光で雰囲気を出し、華麗に企業ブランドイメージを演出する絶好のステージ。しかし、中国の電力事情からポイント時間が短くなり、今後の省エネの視点から、さらなる見直しが行われるかも知れない。

深圳、広州の屋外広告もネオン・シ



バス停広告ボード(広州)



バス停広告ボード(香港)



ート広告で大型のものが圧倒的に多く、全体的に、遠くからでも目を引く意匠で表現しているのが印象的であった。



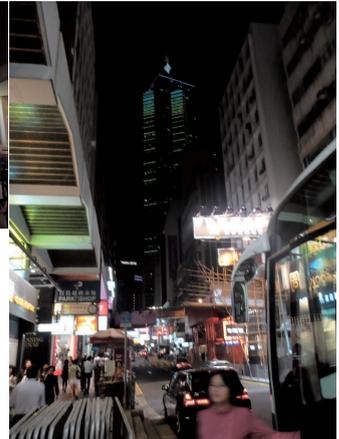
広州の夜景



香港100万ドルの夜景



夜の風景(香港島)



■交通広告について

香港・深圳・広州の3箇所については、中国でも代表する大都市に当たり、近年、地下鉄も見直され益々路線が増え続ける傾向にあり、利用者も多く、広告の出稿も増加してきている。

しかし、交通手段としては、まだまだ自転車や路線バス利用者が大部分を占めているため(広州においては、バイクの利用は禁止されている)広告の価値観は路線バスやバス停留所に向いている。

路線バスはほとんどがラッピングされており、バス停留所の広告についてはスクロール化の大型媒体で囲われていることから交通広告に力をいれていることがうかがわれる。



線路脇大型ボード



ホームドアのシート貼り広告



ホームビジョン

○地下鉄構内広告(サインボードが主流)

地下鉄での媒体設置の状況については、大規模に大型で統一された媒体になっている。特に、線路脇の媒体も大型内照式で統一されており、見学したすべての駅がガラスのホームドアで仕切られ、大型媒体意匠が隠れることの無いように設置されている。また、ホームドアには、大胆にシート広告が掲出されている駅もある。電車の利用者に注意喚起する表示が少なく、ホームドアで広告展開がしやすくなっている感じがする。さらに、各駅のホーム上には、乗車位置付近に、ホームビジョンも展開しており、音声も流している。



スクロール中



フラッグ
大型内照式ボード
アドビラー

駅ジャック広告



コンコース等では、壁面となる通路に沿って大型内照式サインボードが連続して設置され、数多く並んだすべての意匠が15〜20秒位の間隔で、同時に一気にスクロールさせている。柱面は当然のごとくシートで巻き、フラッグ広告も躊躇なく連続で掲出させ、コンコース・ホーム全体をジャックさせている駅が多くあり、オールかハーフジャックが当たり前のごとく行われている。これにより注目率がアップすることはもちろん、広告

意匠に統一感があり、洗練されたものであったことも印象的であった。さらに、媒体と媒体の間のスペースにも、媒体に掲出している同一広告主のデザインシート意匠が貼られ、ユニークな広告展開のものもあり、認知度も相当高いと思われる。また、駅構内は、電照式サインボードが主流であり、駅ポスターにあたる紙メディアが全く見当たらないのも印象に残った。



液晶モニター



アドストラップ(意匠を挟み込むタイプ)

○車内
香港に到着して、最初に空港駅から九龍駅まで「エアポートエクスプレス」に乗車した。いきなり、広告貸切電車で、車体と車内がラッピングされていた。車内は、外の景色を見るための窓ガラスまでラッピングして、外の景色は全く見えなくなっていた。(苦情?)、座席前のテーブル広告、窓の横には、自由に持ち帰れる配付広告まで設置されており、驚くほどに



アドトレイン
(車内ラッピング、
配付広告、
テーブル広告)

大胆な広告展開となっていた。香港、深圳、広州の地下鉄は、車内の天井が低く、中ぶりのスペースが無く、そのためにドア脇・ドアガラス・座席脇が主流であり、一部ドア脇にモニターもあり、映像を放映している。中ぶりが無いかわりに、アドストラップが、日本よりも大型で目立っていたのが印象的であった。なお、この3都市の地下鉄の乗降者は非常に多いように感じられた。

○香港、深圳、広州の路線・駅構内

今回の研修では、下記の列車・地下鉄に乗車し、駅や車内における広告媒体の実態を見学した。

香港【空港駅→九龍駅(列車)、佐敦駅→尖沙咀駅(地下鉄)、尖東→羅湖駅(電車)】

深圳【羅湖駅→科学館駅→会展中心駅(地下鉄)】

広州【越秀公園→公園前→体育西路→林和西→黄沙(地下鉄)】

駅媒体は、内照式サインボードが中心であり、香港、深圳、広州ともに、アドピラー、フラッグ、大型壁面ボードなど、日本にある媒体はほとんど商品化しているものが多かったが、大胆に整然と展開していることが



アドストラップと車内風景



座席脇広告(透明板へのシート)



スクロール大型ボードとボード間でのシート貼り広告



駅階段LED広告



駅ハーフジャック



駅オールジャック

印象的であり、車両の内外、ホームコンコースも大胆な掲出方法やデザインで展開している。また、車内やホーム乗車位置上部にもモニターが設置されていて、音声を流して放映を行っている。モニターの音量は、

駅内・車内の案内放送を邪魔する音量ではなかった。ホームは、電車との間がホームドアで完全に遮断され、ホームドアが開くまで、電車に接触することがないため、案内放送も少なく、映像の音もはっきりと聞き取れていた。

ただし、広告出稿の申し込みは少なく、苦戦していることが関係者からの話であった。

■まとめ

香港は、100万ドルの夜景と評されてきたが、夜景の華麗さは少し無くなってきた印象を受けた。また、日本企業のネオン広告も少なくなったと感じたのは私だけだろうか。

深圳の地下鉄は、2004年12月に開通、新しい町で、新しい路線ができ、新しい駅舎で、既存の媒体を気にすることがなく、デザインや表現は大胆に展開することが可能であり、発展途上にあるとも言える。

広州地下鉄は、現在4路線あるが、2010年に同都市で開催予定のアジア大会に向け、新規3路線を建設



広州空港フラッグ広告



広州空港大型ボード



駅構内大型内照式ボードの照明器具



歩道大型内照式ボードの照明器具

中でもあり、歴史のある町ではあるが、地下鉄は発展途上にあり、広告展開も発展中である。日本では、新たな路線計画も少なく、既存の媒体が、乱雑に設置・掲出されている駅が多くあり、現状の駅空間の中で、大規模な広告展開を実現するまでには、かなり骨の折れることが多くある。

しかし、駅改良工事等が進められる中での、媒体整備を少しでも早行い、媒体価値の向上を目指し、広告主ニーズに合った今後の広告展開を考える上で、今回の研修は非常に参考となった。

東広会の理事会・各委員会が開催

東広会では厳しい経済情勢の中、業界動向等の情報を共有化し、媒体社と広告会社が一体となって媒体価値向上並びに収入確保に結びつけるための理事会、各種委員会を開催し活発な討議を行なった。

12月11日(木)には第3回理事会を開催、各委員会においては今年度第2回目の開催で12月9日(火)に駅ポスター・SP委員会及びサインボード・安全委員会、12月10日(水)には車両メディア委員会及び総務委員会において



第3回理事会



駅ポスター・SP委員会



サインボード安全委員会



車両メディア委員会



総務委員会

ては第3回目の会議をそれぞれ開催した。

また、各委員会に属する分科会の活動は次のとおりである。

◇車両メディア分科会は6月9日(月)から12月2日(火)までに9回開催し、駅ポスター分科会は8月27日(水)から11月12日(水)、SPメディア分科会は8月21日(木)から11月14日(金)までにそれぞれ4回開催した。サインボード・安全分科会においては9月9日(火)、10月27日(月)、12月4日(木)の3回を開催し21年度販売施策等実務に即した討議が活発に行なわれた。

平成20年度第2回

「実車訓練」が行われる

広告意匠交換を行う作業員の安全確保における広告作業関係者を対象とした「実車訓練」が12月5日(金)東大宮訓練センターで行われた。現地では実際に電車を動かしての訓練で、電車及び作業員の安全を守るための「信号炎管点火動作」、列車を緊急停止させる「列車防護訓練」などが本番さながらの中で繰り返し行われ、安全確保に必要な知識を身をもって体感した。



「退避合図訓練」を行う受講者

年末・年始の意匠交換に関わる

作業規制

JR東日本管内の列車運転の確保及び安定輸送を図るため、年末年始輸送に伴う「作業等調整期間」が設定され、この期間中の広告に関する作業等については、原則として工程の繰上げ、繰り下げを行い調整期間中には作業を行わないこととなっている。

「年末・年始作業等調整期間」

東京支社・横浜支社・八王子支社

12月26日(金)22時～1月5日(月)9時

大宮支社

12月26日(金)22時～1月5日(月)17時

千葉支社

12月26日(金)22時～1月5日(月)9時

※詳細は東京メディア・サービス設備管理部安全指導課(電話03・5391・1246)へ

会員名簿変更

・社名変更 (1月1日付)

(新) (株)KOUKOKUエージェンシー
(旧) (株)興国エージェンシー

・所在地変更

(株)日本広明社 (12月22日付)

〒162・0065

東京都新宿区住吉町1・16

ISEビル7F

※電話・FAX番号は変更なし