

発行所：社団法人 全国鉄道広告振興協会  
〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南1丁目5番5号 JR恵比寿ビル10階  
TEL：03-5791-1808 FAX：03-3443-1616 メールアドレス：information@jarap.jp  
URL：<http://www.jarap.jp/>

巻頭レポート

## 東北の主軸となる仙台都市圏と 交通メディアの動向

### ● 駅周辺を取り巻く環境

東北エリア最大の商圏、仙台。この玄関口がJR仙台駅であり1日平均21万人の利用客がある。首都圏などから来仙してくる観光客やビジネス客を市内中心部へ誘導する交通の要としてゆるぎない存在となっている。

およそ150<sup>2</sup>mを有する駅構内には約110店舗の営業店を連ね、乗降客のみならず市民にも人気の高い、いわば「商業ビル」ともいえる風格を表現しつつある。初代駅舎は明治20年(1887年)に開業し、現駅舎は昭和52年(1977年)新幹線開業に先駆けて6代目の駅舎として誕生し現在に至っている。

この仙台駅を取り巻く環境として昭和62年(1987年)には地下鉄南北線が開業し、JR仙台駅から連絡通路を介して中心部へのアクセスが便利になったほか地下鉄仙台駅に隣接して平成12



JR仙台駅



仙台空港鉄道車両

年(2000年)にはJRあおば通駅が開業し、仙台近郊への足にも利便性を高めている。

そして今年、3月18日に待望の仙台空港アクセス鉄道が開業し仙台都市圏を

よりグローバルな活動拠点として東北エリア全体をのみ込む勢いである。

現在仙台市では「アクセス30分構想」を掲げ急激な都市化と人口増加、郊外に進出する大型店等、都市構造の変化に対

東日本支部PR委員会  
(株)ジェイアール東日本企画  
仙台支店  
中田 則男



駅周辺の再開発事業についても来年夏開店予定の「パルコ」をキーテナントとした複合ビルの建設、同年11月には大塚家具ショールームとホテルを同居させた商業施設等、一大商業集積が完成予定である。

現在、仙台駅前で「イービーンズ」ロフト」さららの百貨店、改装を終えたばかりの「エスパル」と10代、20代を吸引している傾向が強いエリアであるが、今後はこの競争に拍車がかかるのは必ずである。

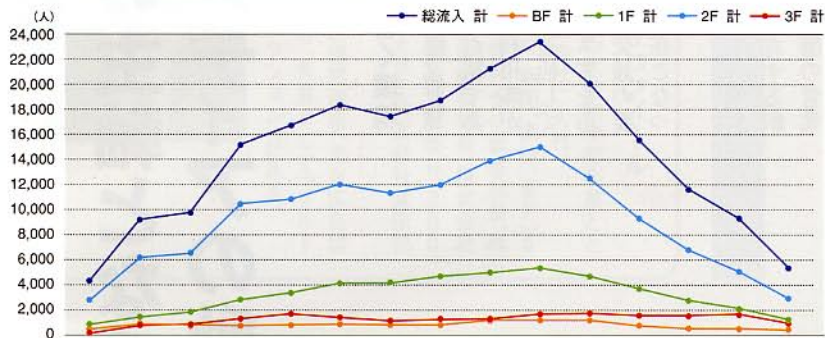
先に紹介した空港アクセス鉄道駅「もりせきのした駅」には郊外商業施設の代表とも言える東日本最大S.C「ダイヤモンド



仙台空港鉄道杜せきのした駅

### 10月15日(日)7:00~22:00の構内流入(フロア間流動除く)

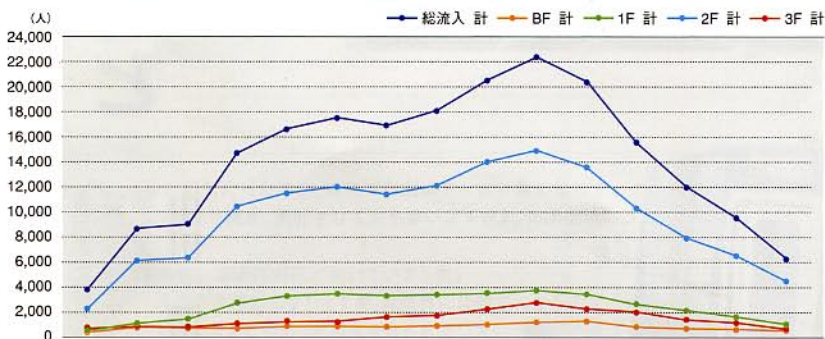
- 15日(日)のフロア間流動を除いたコンコース外からの総流入は、216,274人。2Fからの流入が最も多く137,637人で、総流入の64%を占めている。次いで1Fからの流入で48,121人。総流入の86%は1F・2Fからの流入であった。
- 総流入ピーク時間帯は16時台で23,336人で、総流入の11%を占める。ピーク前後の「15時台~17時台」で64,761人で、総流入の30%を占めている。
- 1日の流動状況は、7時台の4千人台から増加し、10時台から1万5千人に達し、15時台に2万人を越え16時台のピークを向える。ピーク後は減少に転じ、20時台に1万人を割る。



	合計	7時台	8時台	9時台	10時台	11時台	12時台	13時台	14時台	15時台	16時台	17時台	18時台	19時台	20時台	21時台
総流入計	216,274	4,303	9,237	9,733	15,310	16,722	18,390	17,421	18,677	21,226	23,336	20,199	15,529	11,554	9,293	5,344
BF計	12,180	407	844	798	758	800	924	898	840	1,141	1,270	1,180	793	561	537	429
1F計	48,121	896	1,483	1,725	2,917	3,385	4,171	4,133	4,652	4,966	5,386	4,807	3,718	2,778	1,992	1,112
2F計	137,637	2,842	6,145	6,431	10,430	10,850	12,011	11,325	11,973	13,856	15,028	12,569	9,394	6,755	5,105	2,923
3F計	18,336	158	765	779	1,205	1,687	1,284	1,065	1,212	1,263	1,652	1,643	1,624	1,460	1,659	880

### 10月15日(日)7:00~22:00の構内流出(フロア間流動除く)

- 15日(日)のフロア間流動を除いたコンコース外への総流出は、211,593人。2Fからの流出が最も多く143,064人で、総流出の67%を占めている。次いで1Fからの流出が36,196人で、1F・2Fからの流出が総流出の85%を占める。
- 総流出ピーク時間帯は総流入と同様16時台で22,428人で、総流出の10.6%を占める。ピーク時間帯前後の「15時台~17時台」で63,347人で、総流出の30%を占めている。
- 1日の流動状況も総流入と同様の波動を示し、7時台の3千人台から増加し、10時台から1万人を越え、15時台に2万人に達し、16時台のピークを向え、その後は減少に転じる。



	合計	7時台	8時台	9時台	10時台	11時台	12時台	13時台	14時台	15時台	16時台	17時台	18時台	19時台	20時台	21時台
総流出計	211,593	3,711	8,665	8,961	14,709	16,595	17,473	16,901	18,022	20,511	22,428	20,408	15,521	11,986	9,456	6,246
BF計	11,873	345	778	729	705	824	903	781	921	961	1,136	1,287	809	680	542	472
1F計	36,196	506	1,077	1,351	2,640	3,192	3,423	3,190	3,336	3,451	3,689	3,372	2,542	2,080	1,480	867
2F計	143,064	2,260	6,050	6,198	10,366	11,417	11,977	11,405	12,075	13,969	14,896	13,486	10,229	7,907	6,443	4,386
3F計	20,460	600	760	883	998	1,162	1,170	1,525	1,690	2,130	2,707	2,263	1,941	1,319	991	521



美田駅



仙台空港駅



ダイヤモンドシティ連絡通路



ンドシテイ」がすでにオープンしており、駅に隣接した新しいタイプの商業施設のあり方を追及している。

### ●JR仙台駅での大規模流動調査実施

昨年10月、JR仙台駅にて過去に例を見ない大規模な駅内流動調査が行われた。仙台市・エスバル・JR東日本の共同事業として詳細な調査が実施されこれによって駅構内の各フロアの流動を始め、各フロアを昇降する階段の上下流動、駅東西から駅への流入出、時間帯統計等、駅利用の実態が正確に把握できることとなった。

現在この調査資料の取りまとめが行なわれており、今後駅メディア販売促進ツールとして活用が期待されている。

### ●交通メディアの実態

ご存知の通り昨今では全国的に交通メディア事情も以前と比べると大いに変化を遂げている。駅ジャックをはじめとする柱巻き、フラッグ、壁面シート等スペースさえあれば全てが媒体として変貌していく。

仙台エリアに於いてもその状況は顕著に現れておりJR仙台駅には大型フラッグをはじめ、柱巻き、大型ポスターボード等インパクトのある媒体が駅構内を装飾している。

空港アクセス鉄道への導線上には、ホーム階への昇降階段横に全面壁面を利用したシート広告が設置され、壁面ラッピ

ングとして利用者への期待度を膨らませるものとなっている。

地下鉄においても仙台駅北口に58本もの柱を巻いたアドビラー・大型ポスターボードが存在し、従来の常識を超えた媒体として人気を勝ち取っている。

最近の広告主としての要望は、単に料金での判断というよりは媒体価値を費用対効果の原則で測定している場面が増えており高額であっても効果が期待できるものには相応の負担をいとわないといった状況がみられる。

大型もしくはセットものといった媒体になれば媒体そのものの数に限りがあるということもあり抽選ともなれば広告主としての媒体獲得意欲に拍車がかかることは言うまでもない。以前は、大型＝高額の製作費といった条件が常であったが、最近の製作についてもより早く、より精度の高いものが安価で手に入るようになってきた。これらの事情が大型媒体の販促に追い風になっていることも間違いないといえるであろう。

### ●商圈と交通機関との微妙な関係

仙台都市圏は東北の中核を担う都市であることは紛れもない事実ではあるが、商圈の観点から言えばまだまだ発展途上にあるという現実も隠しきれない。「質の中心商店街」「量の郊外店舗」と以前は明確な住み分けが出来ていたが、昨今では郊外店舗が専門店の誘致を行うモール化が進んでおり市場の分散が起こりつつあ

る。郊外店舗の出店により移動手段が自家用車となり、公共交通機関の利用にも影響が出てくる可能性も否めない。

このような状況を踏まえ交通アクセス整備が急務になっているのが現状といえるであろう。都心機能を強化していく上では軌道系交通機関を機軸とした集約型の市街地形成を目指していく必要がある。

効率的なインフラ整備を行なっていくことが都市機能を向上させ、都市の魅力を引き出すことになる。

東北全体での経済活性化の牽引役を担う仙台には、今後益々期待がかかることになるであろう。



JR仙台駅大型フラッグコンコース掲出の一例



地下鉄仙台駅ビッグボード



地下鉄仙台駅アドビラー



## 広場

# 「牛窓航海日誌より」

常任理事 清水 英明

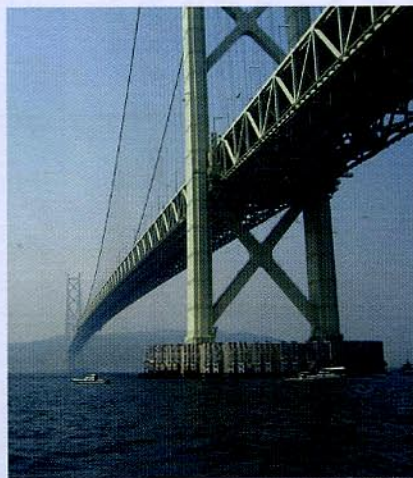
昭和28年、当社は初めて東京に支店を開設いたしました。場所は御茶ノ水と万世橋との中間、神田川に沿った約10坪の平屋でした。事務所は5坪で奥に4畳半の部屋があり、その奥はすぐに神田川でした。今となつては、理由は定かではありませんが、当時5歳の私を連れて父は特急ツバメに乗り東京で1泊して夜行急行大和で帰ってくるという強行軍の出張をしたのでした。朝5時ごろ、どこからともなくドツドツドツド、と音が聞こえてきます。裏へ出てみると、神田川を喫水ぎりぎりまで荷物を満載した船が川を上り下りしています。当時は神田川が東京の物流の中心だったのでしよう。よく見ると、船尾には舵棒を持った船長がおり、その下には小さな船室がありました。外がまだ薄暗いのでランプのついた中の様子がよく見えるのですが、隅に布団を積み上げてありその横で奥さんらしき女性が朝の味噌汁を作っています。さらにその周りには4、5歳の子供たちが走り回っているではありませんか。世の中にはこんな生活があるものなのだ、と感じると同時にあの子達のような生活をいつかしてみたい、という気持ちがあっても鮮明なくらいに脳裏に焼きつきました。

### 5月3日 天気快晴。風力0。

8:00 西宮港出航。明石海峡東流への転流は10:30。時間がないので神戸空港北の空港橋の下を通過。橋は20m。我が艇のマストは17m。かろうじて通過。

9:15 神戸港沖通過。針路260度。エンジン2400回転。巡航速度7.5ノット、で明石海峡大橋北端を目指す。明石海峡には本船航路があり混雑。小型船舶、特に帆船は航路を避けて吊り橋支柱の北側を通過。

10:25 海峡通過。水深370フィート。まだ西



明石海峡大橋

流が少し残っているらしく対地速度8.9ノット。本船航路離脱後27.5度に転針。岡山県牛窓を目指す。

13:40 家島諸島通過。急に風が強くなる。西南西の風20ノット。対地速度5.7ノット。

16:35 牛窓湾到着。水深計は8フィート。喫水2mの我が艇ではぎりぎり。浅瀬を避けながら無事牛窓港入港。

船の航海は事業の運営と共通点が多い。最終決定権と責任の所在は常に船長ただ一人にあること。常にリスクを想定しながら乗組員と船の安全を目指す。リスクから逃げるのが必ずしも安全とは限らない、等々。子供のころに見た、船で暮らす夢は夢として、現実には水上生活などとても無理な話なのです。

社団法人 関西ヨットクラブ専務理事  
清水 英明

今回は常任理事富田栄次氏の予定です、お楽しみに。

## 「エキからエコ。」が日本全国で話題に!!

当協会では平成19年4月28日(土)5月11日(金)の2週間にわたり「地球温暖化防止キャンペーン」を展開し、39の鉄道会社をはじめ、関係するハウスメーカー、広告会社、掲出撤去作業会社の全面的な協力により、全国の鉄道メディアを活用して延べ40万枚のポスターを掲出することができました。また、クリエイティブ

についても、現代を代表する著名アーティストである平山郁夫氏、宮田亮平氏、大津英敏氏、日比野克彦氏及びコピーライターの眞木準氏、アートディレクターの蝦名龍郎氏に、キャンペーンの趣旨に賛同いただき、ボランティアとしてご協力をいただきました。ここに深く謝意と敬意を表させていただきます。

さて、今回のキャンペーンですが、芸術的で美しいビジュアルと、鉄道広告を使っただ集中的なキャンペーン効果が相乗し、駅や電車で見つけた気になるポスターとして、全国各地で様々な話題を提供しています。例えばインターネットの大手サイトのGoogleで「エキからエコ」と検索をすると、実に1200件以上の検索結果を得ることが出来ます。その中のブログコメントを中心に、鉄道利用者のみならずの反応をこ紹介したいと思えます。

### ■キャンペーン趣旨に関するコメント

●省エネ交通機関である鉄道を利用することが「エコ」なのであるという広告ですね。なかなかいいですね、この広告。心とみます。

●自然を大事にしなきゃと、この絵一枚で思いました。

### ■クリエイティブに関するコメント

●絵のセンスや、「エキからエコ。」のキャッ



チフリーズの良さで、大変好感度が高く、JARAP様の取り組みに大変共感できました。

●ポスターには美しいグラフィックとともに「エキからエコ」のコピーがあり、キレイなデザインは雑然とした車内で目を引くものでした。

●「エキからエコ」というキャッチコピーから、環境保護の広告なのだと思いましたが、何と言っても絵そのものに目がきました。

●駅がちよっとしたギャラリィに感じられました。

●某私鉄で発見したポスター。遠目に見てもすっきりしていて近くで見たいという気を取りこさせる。

●最近はこちらした環境広告の広告も珍しくなくなりましたが、ビジュアル提供しているメンバーが何とも豪華。

■アーティストの作品に関するコメント

●ポスターの、特にイルカが気になっていました。宮田亮平さんのポスター、いいですね。文字よりアートで伝わることってあると思います。

●オレンジ色のポスターに描かれているものは、実はこれ、ウミウシです。電車の中でウミウシポスターに大興奮でした。あえてウミウシというチョイス。それが一番この広告が素晴らしいと思ったところ。

●駅構内に貼られた「エキからエコ」のポスター。キリンだったので思わずパチリ。アンニュイなキリンの表情が印象的。

●平山郁夫氏、大津英敏氏のポスターを見た瞬間にとっても感銘を受けました。まさに趣旨にあったポスターだと思います。

■鉄道利用・鉄道広告に関するコメント

●鉄道を利用するときぐらいは、アートな広告を見て安らぎたい。

●良い意味で目を引くポスターがあると、ただの満員電車での通学時間が素敵な時間にならなくて嬉しくなる。

●アートのような広告が増えて、電車の車内が美術館のようになれば、電車の利用者は増えていくと思う。

●売らんかなの営利的ポスターの中にひととき輝く作品。このような洗練された作品が増えれば利用者の感性も磨かれ、利用客増に繋がるでしょう。

●今度、列車の旅でもしてみようかなあ。

■JARAPに関するコメント

●調べてみるとJARAPという社団法人のキャンペーンポスターであることがわかった。

●JARAPは鉄道広告の倫理性、品位の保持に関する事業をやっている会社のようなのだ。

●全国鉄道広告振興協会(初めて知った)なるところが発案・実行されたエコキャンペーンのようです。

■その他のコメント

●思わずはがしてもって帰りたくなった。

●改札で駅員さんにポスターくださいといったがポスターをあげるのを禁止されているとのこと、もらえなかった。

●40万枚というポスターを貼るだけでエコになるのか正直疑問に感じる。

●他にもJARAP事務局へは、キャンペーンポスター

についての問合せやご提案、ご意見が数多く寄せられています。全国各地で「エキからエコ」を話題として、多くの人にこのキャンペーンに関心を持っていただいていることをご報告させていただきます。



JR東日本・渋谷駅B0ポスター



JR北海道・札幌駅B0ポスター



名古屋鉄道中吊りポスター



東京メトロ・南北線中吊りポスター



JR四国・琴平駅B1ポスター



京阪電鉄・淀屋橋駅B0ポスター



南海電鉄・なんば駅B0ポスター



JR九州・博多駅B1ポスター

★左に紹介した以外にも各鉄道会社に掲出されたモニター写真を多数いただいております。スペースの関係でごく一部しかご紹介できませんが、皆さまのご協力に感謝いたします。



調査研究委員会

「香る」電飾移動ボード  
東京メトロ銀座駅  
コンコース内で実施

これまで交通広告の世界では「香り」を表現することは難しいとされてきた。

「香り：におい」は人により好き嫌いがわかれる嗜好性の強いものである。このため公共のスペースかつ不特定多数の集まる場所では「香り」を用いたPR展開をためらう意見が多かった。

今回(2月6日～11日)「香り」を用いた展開を実施したのは株式会社ギヤガコミ

近畿・中国・北陸支部

京阪・京橋駅「駅ナカ」に  
映像広告が誕生

京阪・京橋駅3階コンコースでは、「おいしいお茶」など伊藤園のCM映像が流れる新広告媒体「アドテレー」を3月30日から設置しました。

ユニケーションズ(東京都港区 代表取締役社長：宇野康秀)。当社所有の電飾移動ボードに「香り」の仕掛けをして、同社の配給する話題の映画『パフェム』ある人殺しの物語』の劇場公開(3月3日)にむけたプロモーションに使用された。「パフェム」という言葉には「香り」の意味が含まれ、映画のイメージからバラの「香る」電飾移動ボードによる広告は、まさにこの映画が持つテーマである「香り」に合致したものになった。

当然、前述した問題を解決するためにいくつかの対策を施しての実施となった。

技術的には、プロモツール株式会社(東京都文京区 代表取締役：井上賢一)の販促用芳香システム「セントONE」の技術を利用しており、ボードに仕掛けられ

京阪・京橋駅は京阪モールや大阪ビジネスパーク、大阪城などの最寄り駅であり、観光やショッピングに便利で魅力ある大阪の東の玄関口です。またJR環状線、学研都市線と地下鉄鶴見緑地線に接続しており、1日の乗降人員が約20万人という京阪沿線でも多くのお客さまがご利用されるターミナル駅です。

この京橋駅の駅コンビニ「アンスリー」前で展開する映像広告は、購買直近媒体

たボタンを押すと本作品のイメージのひとつであるバラの香りが放出される。このシステムは、噴出される香りがミストでないため拡散せず、且つ数秒後には香りが消えてしまうため「広告を見ている人にピンポイントで香りを届ける」ことを可能にした。

電飾移動ボードはこれまでも立体映像を用いた3Dボードなど、特殊効果を狙った広告に利用されてきた。移動ボードという特性を活かし、ターゲットに最も効果的に届く場所、五感に訴えるインパクトのある表現方法による広告は今後の交通広告の可能性を広げてい



として抜群の広告効果が見込めると期待しています。

今回設置した映像広告は通常のポスターや看板に代わり、画像の上部2/5程度にテレビコマーション用の動画を組み込み、残り3/5に動画で紹介した商品を静止画で表現しています。このことで複数のビジュアルを一媒体で見せることができ、高精度な映像ディスプレイを用いているため多様な表示が可能です。

くであろう。このような技術とクリエイティブをもつてすれば、公共性の高い場所での広告の新たな役割も生まれてくるはずである。

(株)オリコム 佐藤 大輔



支部便り



京阪・京橋駅「アドテレー」





カラーコードを活用した媒体の実証実験

更に、通常駅構内では音声を出すことはできませんが、この映像広告「アドテール」は音声を出すことで記憶や認知に適した媒体で、筐体の前面には商品お茶のペットボトルを展示できるウィンドーがあり、全体の装飾には広告主の「伊藤園株式会社」が開発した茶殻とプラスチックを混合した複合樹脂「茶配合樹脂」を利用してリサイクルとともに抗菌効果を実現しています。

(株)京阪エージェンシー  
媒体グループ

### 「JR大阪駅でPDPを使用した「カラーコード」の実証試験開始

3月30日からJR大阪駅桜橋口コンコースにおいて、プラズマディスプレイを使用したインターネットアドレス認証コード「カラーコード」を活用した広告媒体の実証試験を行っています。

カラーコードは、5×5マスのセル上に赤・青・緑・黒のカラーパターンを配置し、

携帯電話などで撮影すると、そのパターンからアドレスを認識し、インターネットのホームページにアクセスする仕組みです。接写の必要がなく離れた場所からも認識でき、左右それぞれ約70度以内の角度なら斜めからでも読み取りが可能で、セル上にロゴや文字等をデザインできます。

今回の試験は、PC内蔵型の50インチプラズマディスプレイを使用し、JR西日本の「JRおでかけネット」や日本旅行の旅行商品情報をカラーコードにより発信していきます。

約半年間の実験で、カラーコードを用いた最適なコンテンツ提供や広告販売等を検討していきます。

(株)ジェイアール西日本  
コミュニケーションズ  
交通媒体本部

### 九州支部

### 西鉄福岡(天神)駅 ソフトバンクホークス ストロングホークス 開幕告知

西鉄福岡(天神)駅に  
内野グラウンドが出現!?

### 掲出事例：ステーションジャックプラス



中央階段より撮影



北口改札側より撮影

上/アドピラー  
中/コンコースフラッグ  
下/アドスクリーン



ホームフラッグ



2007年3月下旬から福岡天神地区でソフトバンクホークスの開幕キャンペーン「ストロングホークス開幕」がスタートしました。

今回は西鉄福岡(天神)駅のステーションジャックプラスに加えて、北口外コンコース上に内野グラウンドを再現するなど、注目を集める初の試みを行っております。

グラウンドはアドフロア、キャッチャーをインフォメーションシート枠に展開。ピッチャーマウンドからホームベース上までの距離も忠実に再現することでLIVE感も演出しました。

他にもほぼ同時スタートで、フルラックピングバス3台とカラー電車(車体広告)



6両及び、カラー電車掲出車両内での広告貸切電車も運行されました。

カラー電車は、福岡ソフトバンクホークスの36選手の等身大の後ろ姿を乗降ドアの左右にひとりずつ掲出しており、この試みも大変好評をいただいております。

■広告期間..

2007年3月21日～3月27日

【使用媒体】

インフォメーションシートナードフロア  
ステーションジャックプラス

事務局からのお知らせ

人材育成委員会よりお知らせ

人材育成委員会では第4回セミナーを次のおり開催します。  
多数の会員の皆様の出席をお願いいたします。

●開催日 2007年5月28日(月)

16時30分

●場所 セルリアンタワー東急ホテル

(渋谷)B2階

ボールルーム(昴・星)

●講師

サントリー株式会社

宣伝部長 松浦 由一氏

●演題

「商品のライフステージと広告」

※会員社の皆様へは、詳細をご案内しております。

【タイアップ展開】

フルラッピングバス

3台/年間契約

カラー電車(特急運用車両)6両  
2007年3月21日～5月7日  
広告貸切電車..2007年3月  
21日～4月5日

【お問い合わせ】

(株)西鉄エージェンシー

メディア本部T A事業部

Tel 092-781-1165

(担当:矢野・大鶴)

松浦 由一氏 プロフィール

1973年3月早稲田大学商学部卒業とともに、サントリー株式会社に入社。  
宣伝部で媒体(テレビ、新聞、雑誌、SP)を担当。制作部長、広報部長、文化事業部長、株式会社サンアド代表取締役社長、株式会社アドギア代表取締役会長を歴任し、2006年1月より、サントリー株式会社宣伝部長に就任。  
全日本シーエム放送連盟理事、東京広告協会理事を務めており、共著として「ポルドーワインベストセレクション」がある。



フルラッピングバス



カラー電車(車体広告)



広告貸切電車



新しく協会に入会された会員社様をご紹介いたします。  
よろしくお願いいたします。

正会員(1社)

首都圏支部

(株)鉄道広告協力会

東京都豊島区

嶋田 雄一

(敬称略)

●会員社の代表者に変更になった場合など、変更届はJARAPホームページ(<http://www.jarap.jp>)の「各種届出書類」に用意してまいりますのでご記入の上、事務局宛にお送り下さい。  
ご協力お願いします。

編集後記

最近、朝は汗ばむ陽気だったのに、帰宅する頃はすっかり寒くなって...という、はっきりしない天候が続き、風邪をひく人も多いようです。体調管理には気をつけてください。

そんな中、早くも白い紫陽花の花が咲いていました。

雨の日は外に出るのは億劫になりますが、自然界には梅雨になるのを心待ちにしている動植物もいるんだなぁとちょっと考えさせられました。

皆様からの初夏のお便りお待ちしております。

●メールと写真、ご意見、ご感想はこちらへどうぞ。  
[information@jarap.jp](mailto:information@jarap.jp)

●次号Vol.17は6月20日発行予定です。楽しみに。