

鉄道中吊り広告から地域をみる



賑やかな話題をふりまいた平昌五輪が閉幕し、日本勢は冬期五輪史上最多の15個のメダルを獲得しました。2年後の東京大会への期待も大きいようです。

中吊り広告、全体として前月とほぼ同様な傾向です。業種的には不動産が増加し、自社他別では自社率が高くなっています。

3月のダイヤ改正の季節です。新型車両の登場も楽しみです。

【本レポートは、図書館のご協力により、さいたま市立中央図書館及び川越市立中央図書館でご覧いただけます。】

2018年2月レポート

・調査対象路線 東京圏の次の16線

①京浜急行線 ②JR 京浜東北線 ③東急田園都市線 ④小田急線 ⑤京王線 ⑥JR 中央・総武線 ⑦西武線 ⑧東武東上線 ⑨東武伊勢崎線 ⑩京成線 ⑪東京メトロ銀座線 ⑫東京メトロ丸の内線 ⑬東京メトロ半蔵門線 ⑭都営新宿線 ⑮都営浅草線 ⑯JR 山手線
埼玉県関係の次の12線

①JR 宇都宮線・高崎線 ②JR 京浜東北線 ③JR 武蔵野線 ④JR 埼京線・川越線 ⑤西武線 ⑥東武東上線 ⑦東武伊勢崎線 ⑧秩父鉄道線 ⑨埼玉高速鉄道線 ⑩つくばエクスプレス線 ⑪東京メトロ有楽町線 ⑫東京メトロ副都心線 ⑬東京メトロ半蔵門線 ⑭東京メトロ南北線 ⑮東京臨海副都心線 ⑯東急目黒線・田園都市線

・調査月日 平成30年2月8日(木)

・調査結果 東京圏全体と埼玉県関係に大別してまとめました。

東京圏全体

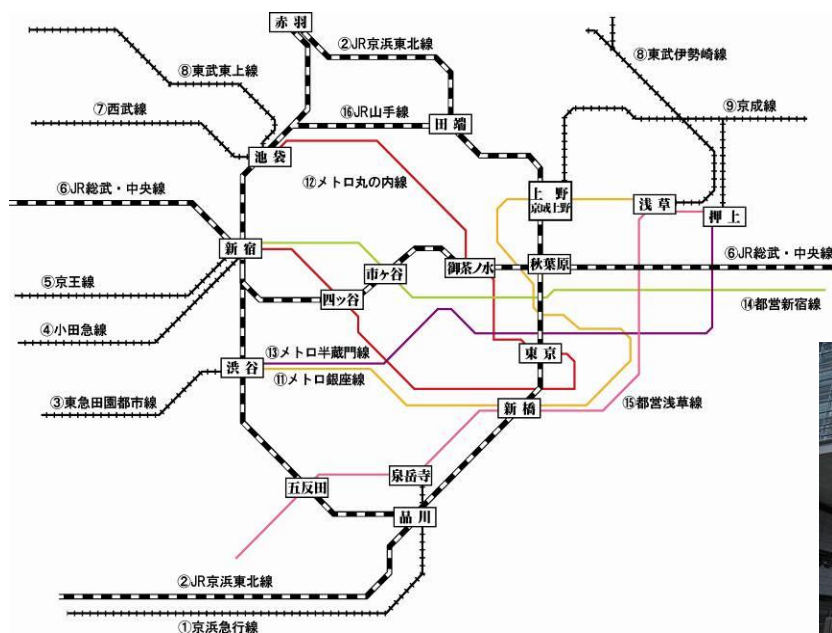
<全体的な状況>

- ① 2月の広告業種別ベスト5は、①旅行レジャー(102)②お知らせ(75)③不動産(47)④食品(43)⑤カード(26)の順で次点は商業施設(20)でした。
- ② 自社と他社別では、自社が205で54.1%、他社174の45.9%で前月より差が拡大しました。
- ③ 空きスペースは、63(14.3%)で前月と同様でした。

<各線ごとのコメント>

- ・②⑥及び⑯のJR各線(京浜東北線、中央線・総武線、山手線)は、ビール三社のダブル広告が影響し、三線いずれも食品がトップ。京浜東北線と中央・総武線で不動産、山手線で旅行レジャーと続く。空欄の計11も目立つ。
- ・①の京浜急行線は、前月どおり旅行レジャーがトップ。不動産、お知らせと続く。8業種。
- ・③の東急線は、7業種で前月よりダウン。カード、各種商品、お知らせと続く。
- ・④の小田急線は、旅行レジャーと商業施設がトップ。不動産、文化芸術、お知らせの順。11業種。
- ・⑤の京王線は、旅行レジャーがダントツ。お知らせと続く。9業種
- ・⑦の西武線は、旅行レジャー、お知らせなど小田急線と同様傾向。相変わらず自社率高い。
- ・⑧及び⑨の東武線(伊勢崎線と東上線)は、両線とも8業種。空欄は東上線で解消したが、伊勢崎線で4。両線とも自社率が上回る。
- ・⑩の京成線は、旅行レジャーと文化芸術が多い。以下商業施設、お知らせと続く。7業種。
- ・⑪から⑬までの東京メトロ各線(銀座線、丸の内線、半蔵門線)は、銀座線で旅行レジャー、丸の内線で不動産、半蔵門線でお知らせがトップ。三線とも出版を死守。

東京圏調査対象路線図



京王帝都電鉄明大前駅



Wikipedia より
明治大学和泉キャンパス



<https://townphoto.net/tokyo/meidaimae.html> より

東京沿線別 広告内容の状況 (全体表)

鉄道種別	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭	⑮	⑯	合計
広告業種	京浜急行線	JR京浜東北線	東急田園都市線	小田急線	京王線	JR中央・総武線	西武線	東武東上線	東武伊勢崎線	京成線	東京メトロ銀座線	東京メトロ丸の内線	東京メトロ半蔵門線	都営新宿線	都営浅草線	JR山手線	
出版	1	1	1			1	1				1	2	3				11
旅行レジャー	10	1	2	12	11	1	17	6	7	8	5		1	7	8	6	102
金融保険		2		1		2					2	2	2			2	13
不動産	4	4	2	1	4	6	3	1	7		4	6				5	47
教育学校		2															2
文化芸術				2	1		1	2	1	5	1		1	1			15
情報通信	1	1				1		1		1			1	1			7
食品	1	8		2		8		2	1		4	4	4	1		8	43
商業	2			1			2	6	2	3	2	2					20
カード	2	3	6	2	2	3				1			3	1		3	26
就職			1	2	1			1	1	1			1	1	1		10
宝くじ等																	0
各種商品			5										2				7
お知らせ	3		3	8	9	1	8	9	4	3	1	4	10	6	6		75
官公庁									1								
その他																	
空欄		6	8	1		5			4	4				14	17	4	63
合計	24	28	28	32	28	28	32	28	28	26	20	20	28	32	32	28	442
自社	22	4	15	24	17	3	27	18	20	13	4	2	11	5	8	12	205
他社	2	18	5	7	11	20	5	10	4	9	16	18	17	13	7	12	174

東武伊勢崎線南羽生駅



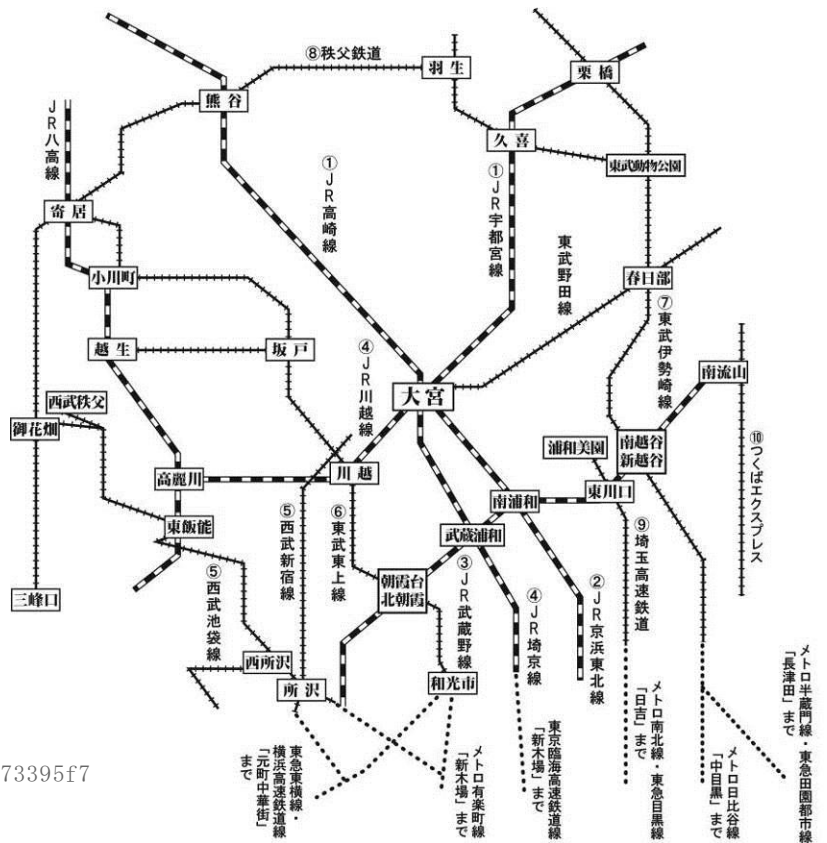
Wikipedia より

南羽生駅近くの千眼寺



<https://blog.goo.ne.jp/masuda-kei/e/0ca573395f780b83d7c0845df71f8d5> より

埼玉県内調査対象路線と相互乗り入れ線



埼玉県内鉄道沿線別の広告内容状況

鉄道種別	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭	⑮	⑯	合計			
広告業種	JR宇都宮・高崎	JR京浜東北線	JR武蔵野線	JR埼京・川越線	西武線	東武東上線	東武伊勢崎線	秩父鉄道	埼玉高速鉄道	つくばEX	東京外有楽町線	東京外副都心	東京外口半蔵門線	東京外南北線	東京臨海都市線	東急黒田園都市線				
出版		1	1		1				1		3						7			
旅行レジャー	4	1	2		17	6	7	4	9		5						55			
金融保険		2	2						2		2						8			
不動産	1	4	4	JR京浜東北線に同じ	3	1	7	1	6	JR山手線に同じ		メトロ副都心線に同じ					27			
教育学校	1	2																		3
文化芸術	1					1	2	1			1			1						7
情報通信		1	1				1													3
食品	3	8	8				2	1			4			4						30
商業						2	6	2			2			2						14
カード	5	3	4											3						15
就職							1	1						1						3
宝くじ等																				0
各種商品									4		7		3	1						5
お知らせ					8	9	4	7	3		6						37			
官公庁							1										1			
その他																	0			
空欄	13	6	6				4	12									41			
合計	28	28	28		32	28	28	28	28		28						256			
自社	10	4	6		27	18	20	10	2		12						109			
他社	5	18	16		5	10	4	6	26		16						106			

- ・⑭及び⑮の都営地下鉄各線（浅草線、新宿線）は、前月に続き両線通じて空欄再び増加で31。両線を通じて旅行レジャーとお知らせが目立つ。

鉄道各線の業種別広告内容は、2・3ページをご覧ください。

埼玉県関係

<全体的な状況>

- ① 埼玉県内に路線を有する鉄道は、JR、東武、西武、秩父鉄道、埼玉新都市交通、埼玉高速鉄道、つくばエクスプレスの7会社ですが、このうち中吊り広告を有する路線を対象に調査を実施しました。
- ② 掲載する中吊り広告は、鉄道各線が次のようにグループ化され同一内容になっています。
 - ・JR 京浜東北線、埼京線、川越線、八高線（注：高麗川以南） ・JR 宇都宮線、高崎線 ・JR 武蔵野線（JR 中央・総武線に同じ） ・西武各線 ・東武線（東上線及び越生線を除く各線） ・東武東上線及び越生線 ・秩父鉄道線 ・埼玉高速鉄道線（東京メトロ南北線と基本的に同一内容） ・つくばエクスプレス（JR 山手線と基本的に同一内容）

<各線ごとのコメント>

- ・①の JR 宇都宮線、高崎線は、空欄 13 と再び増加。カード、食品と続く。
- ・③の武蔵野線は、今月は7業種と増加。食品、不動産、カードで御三家。
- ・⑧の秩父鉄道線は、お知らせ、旅行レジャー、各種商品の順。空欄 12 は前月と同数。
- ・⑨の埼玉高速鉄道線は、旅行レジャーがダントツ。不動産、食品と続く。10 業種と多彩。

—ミニ特集「山手線から中吊り広告がなくならなかったのは何故か?」—

先日、会議出席のため有楽町へ行く折、東京駅で京浜東北線から山手線に乗り換えました。到着した山手線の車内の様子がこの写真です。当NPO法人の広報誌「中吊り広告から地域を見る」の68号（2015.04.16発行）のミニ特集「中吊り広告はなくなるのか?」や82号（2016.06.16発行）の「山手線新型車両の広告スペースから今後を探る」で、山手線の新型車両から中吊り広告がなくなりすべてデジタル化されることについて取り上げましたが、写真のように新型車両には中吊り広告がありました。



当時の新聞発表でJR 東日本は、山手線新型車両では中吊り広告を廃止するとのことでしたが、何故そのようにならなかったかの理由を推察してみたいと思います。

中吊り広告の存続が決まった理由は、出版不況と言われる中で主な広告主の週刊誌や月刊誌を発行する雑誌社からの要望があったのではないかと、また多くの乗客がスマホのゲームや SNS 等に見入り、モニター視聴する乗客が多くないことだったと推察されます。それに加え、鉄道会社は、乗客の輸送による売上と中吊り広告等電車や駅を活かした広告による売上、それに加えて最近では「駅ナカ」と呼ばれるビジネスも拡大させてきています。新しい店舗の開店やイベントの告知に適しているのが車内の中吊り広告や駅広告で、じっくり見られる点でモニター広告より有効だと判断した面もあるのではないのでしょうか。

一方西武鉄道では、2017年に導入した新型車両4000系で中吊り広告が廃止され、すべての広告がデジタル化されています。この車両は、西武池袋線→東京メトロ有楽町線→東武東横線→みどり線→みどり線→みどり線の路線等に導入されているようで、西武鉄道の中吊り広告廃止話題を呼ぶのではないのでしょうか。（K.Y）

参考資料: All About