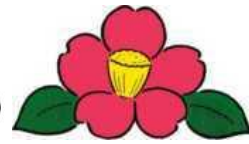


鉄道中吊り広告から地域をみる



椿

NO. 114

平成の時代もいよいよフィナーレです。回顧にはまだ早いかもしれませんが、災害が多かったことや人口減少による各般の影響が垣間見られた時代でした。

1月の広告ですが、旅行レジャーのトップは不動ですが、各種商品、お知らせ、商業施設三者の2位争いは熾烈で僅差で順位が決まりました。各種商品が2位を占めたのは全身脱毛のダブル版による集中広告でした。一時減少した空欄が再び増加し、常連の都営二線に東急線、小田急線、京王線などが仲間入りしています。今後注目してみましよう。

2019年1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31年1月8日(火)

・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

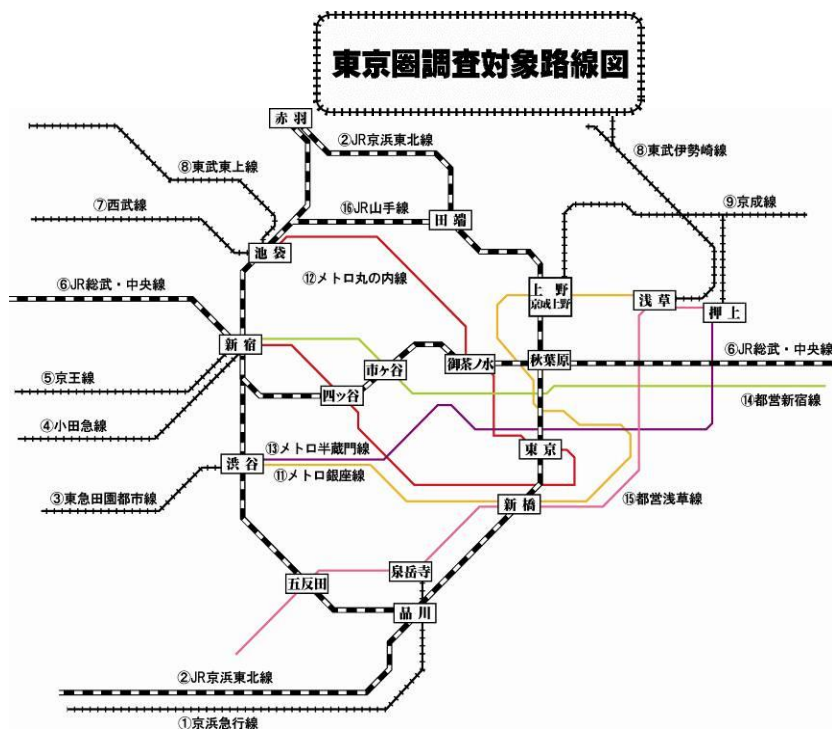
<全体的な状況>

- ① 1月の広告業種別ベスト5は、①旅行レジャー(99)②各種商品(56)③お知らせ(55)④商業施設(52)⑤食品(25)の順で、次点は不動産(22)でした。
- ② 自社と他社別では、自社が162の47.9%で他社は198の52.1%で僅差でした。
- ③ 空きスペースは60(12.6%)で前月を大幅に上回りました。

<各線ごとのコメント>

- ・①の京浜急行線は、旅行レジャーがトップ。不動産とお知らせで2位を分ける。5業種と少ない。
- ・②⑥及び⑩のJR各線(京浜東北線、中央線・総武線、山手線)は、三線を通じて各種商品がトップ。ダブル広告が多いことから三線ともか7業種。
- ・③の東急線は、前月に続きお知らせが首位。商業施設など8業種。空欄8。
- ・④の小田急線は、常にトップだった旅行レジャーが前月に続き大幅に減少した2位に陥落。代わって各種商品が王座に。9業種と増加。
- ・⑤の京王線は、商業施設が群を抜く首位。旅行レジャー、教育学校、就職などの順。11業種と多彩。
- ・⑦の西武線は、旅行レジャートップで前月より復調。出版、商業施設、各種商品と続く。9業種。
- ・⑧及び⑨の東武線(伊勢崎線と東上線)は、両線ともお知らせがトップ。東上線では旅行レジャー、伊勢崎線では商業施設が続く。自社他社別では両線とも自社が高い。
- ・⑩の京成線は、お知らせをトップに旅行レジャー、宝くじ等の順。前月より減少して6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、三線で旅行レジャーと各種商品がトップの座を争う。銀座線、丸の内線で9業種と多彩。半蔵門線で商業施設が目立つ。
- ・⑭及び⑮の都営地下鉄各線(浅草線、新宿線)は、両線とも改善傾向にあった空欄が再び悪化。東北自治体の観光広告など旅行レジャーが圧倒的にトップ。業種数も新宿線で7。浅草線で5。

京王帝都電布他駅



Wikipediaより
常性寺



<https://tessow.jp/>より

東京沿線別 広告内容の状況 (全体表)

鉄道種別 広告業種	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭	⑮	⑯	合計
	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	東京外口銀座線	東京外口丸の内線	東京外口半蔵門線	都営新宿線	都営浅草線	JR山手線	
出版		1		2		1	4	1			3	2					14
旅行レジャー	10	2	2	5	3	1	16	8	5	6	4	7	7	10	10	3	99
金融保険																	0
不動産	6	4			1	6										5	22
教育学校			1	1	2		1				1	1	2	1			10
文化芸術			1		1				3			1	2				8
情報通信			1	1							2	2					6
食品		5		4	1	5	1				1	1		1	1	5	25
商業	1	2	5	5	8	3	3	7	6	1	2		5	1		3	52
カード	1			2	1		2	1	1	1			1			1	11
就職					2					5							7
宝くじ等		1	2	1	1	1	1			2	1	1		1	1	2	15
各種商品		7	1	6	2	7	3	2	2		4	4	7	1	3	7	56
お知らせ	6		7		2		1	9	7	9	2	1	4	4	3		55
官公庁																	0
その他																	0
空欄		6	8	5	4	4			4					13	14	2	60
合計	24	28	28	32	28	28	32	28	28	24	20	20	28	32	32	28	440
自社	16	5	9	17	12	7	26	15	14	15	4	7	8	8	8	11	182
他社	8	17	11	10	12	17	6	13	10	9	16	13	20	11	10	15	198

秩父鉄道東行田駅



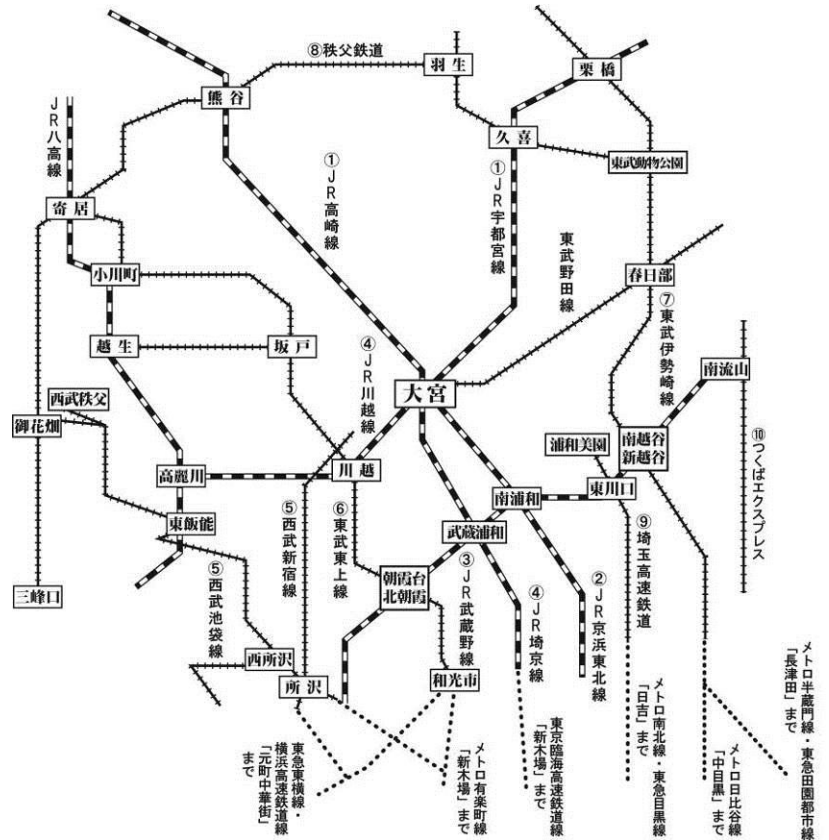
Wikipedia より

忍城



Wikipedia 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		4	1			4		7						18			
旅行レジャー	5	2	1		16	8	5	4	7		6						54			
金融保険				JR京浜東北線に同じ						JR山手線に同じ		メトロ副都心線に同じ					0			
不動産	4	4	6																	14
教育学校	1					1			1		1			1						5
文化芸術								3	1		1			1						6
情報通信											4			2						6
食品		5	5			1			1		1			3						16
商業	4	2	5			3	7	6												27
カード	1					2	1	1												5
就職	1																			1
宝くじ等	2	1	1			1					2			1						8
各種商品	2	7	7		3	2	2	6	4		4						37			
お知らせ					1	9	7	8	4		3						32			
官公庁																	0			
その他																	0			
空欄	8	6	2				4	7									27			
合計	28	28	28		32	28	28	28	28		28						256			
自社	10	5	7		26	15	14	13	5		11						106			
他社	10	17	19		6	13	10	8	23		17						123			

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、旅行レジャーがトップ。不動産と商業施設が続く。6業種。空欄 8。
- ・ ③の武蔵野線は、前月より 7 業種と減少。各種商品をはじめ不動産、食品、商業施設の順。空欄 2 でさらに減少。
- ・ ⑧の秩父鉄道は、お知らせ、各種商品、旅行レジャーの順。6 業種で若干の改善。
- ・ ⑨の埼玉高速鉄道は、旅行レジャーがトップで食品、出版、各種商品、お知らせが続く。9 業種。

—ミニ特集—集「中刷り広告の変遷」—

今年のお正月に近くの本屋に行くと、老川慶喜著による「JR 高崎線・宇都宮線の不思議…」(実業之日本社刊)が目につくところに並ばれてあったので立ち読みした所、高崎線等々の成り立ちの歴史等が細かく書かれていたので購入した。

ところで、中刷り広告のスタートは、明治 18 年頃馬車鉄道として始まったといわれ、一度取りやめとなったが鉄道収入の減収により再開されたという。昔は「貼り広告」今は「中刷り広告」として、東京オリンピックの開催と同時期に大きく変貌し、週刊誌等の広告として期間限定の情報発信として活用されてきた。

今年度から、JR の山手線は全て液晶パネルのデジタルサイネージ(電子看板)に置き換えられていくとの発表がなされているようだ。昔は電車に乗ることで、グラビア雑誌の中刷りに美女たちの立ち姿の写真が大きく掲載され、非常に講読心をあおり、下車したキヨスク等で雑誌を購入したものだ。また、女性向けの美容広告等も多く取り上げられ、通勤・通学客に楽しみを与えてくれた存在だと思っていた。また近年は、雑誌ものが廃刊になると、日能研の学習クイズ等が中刷りとして現れ、少し知識を得ようとする気持ちにもなり、「中刷り広告」の経済効果は非常に大きい物であったと思われる。

近頃はスマホ等を操作する人が増え、中刷り広告の役割もだいぶ少なくなったものと感じられるが、電車に乗ると周囲を必ず見るので、これからもインパクトの強い広告であれば、我々の興味をひくものと思われる。(T.M)

【本レポートは、当法人のホームページ及び図書館のご協力により、さいたま市中央図書館及び川越市中央図書館でご覧いただけます。】

発行人 : NPO 法人地域活性化プラザ 理事長 石原猛男 編集 山崎研一 調査 石原猛男 堀越正夫
〒350-1101 埼玉県川越市大字的場字宿 1310 番地 5 TEL 090-3684-3812 FAX 042-989-9545
URL (ホームページアドレス) <http://www.npo-lap.org> E-mail (メールアドレス) : info@npo-lap.org