

# 鉄道中吊り広告から地域をみる



七夕

NO. 119

本レポートも次号で 10 年、120 号の節目を迎えますが、このところ中吊り広告のスペースの減少の傾向がみられます。具体例として、JR 山手線が新型車両に置き換えられ、広告スペースが 28 から 24 となり、京浜東北線などもこれに歩調を合わせ中吊り掲載数が少なくなっています。民鉄でも東急線が同様な方向をみせています。反面、ドア上の壁面に映像装置を設け、動画によるニュースや広告提供が増加し、中吊り広告の今後への影響が注目されます。

中吊り広告では、旅行レジャーの 1 位は不動ですが、2 位以下は前月あるいは前年同月と比較し、かなり変動がみられました。

## 2019年6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 令和元年 6 月 6 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

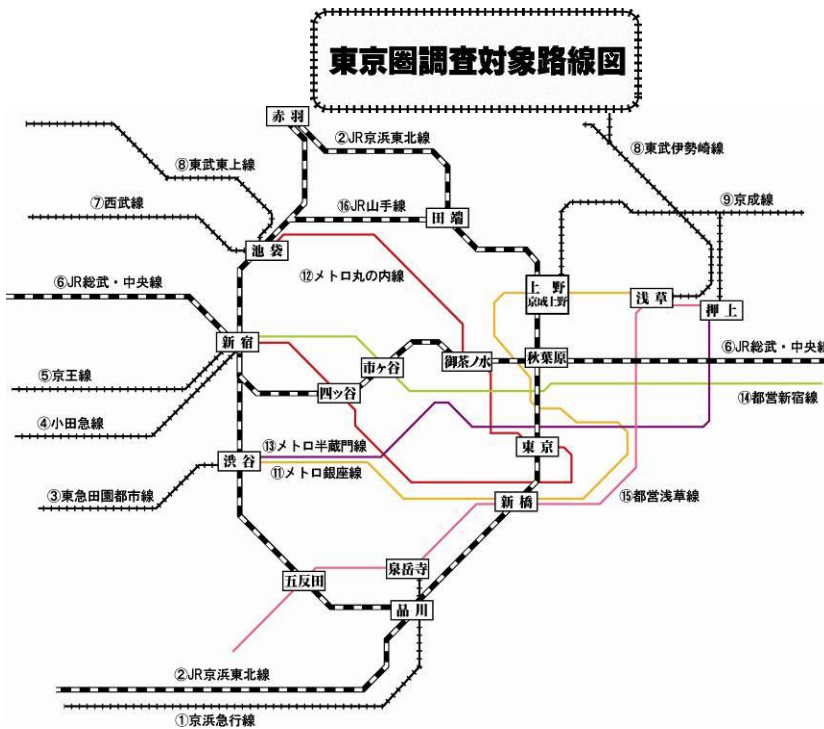
#### <全体的な状況>

- ① 6 月の広告業種別ベスト 5 は、①旅行レジャー (91)②お知らせ (58)③食品 (50)④各種商品 (43)⑤情報通信 (37)の順で、次点は就職 (19)でした。  
② 自社と他社別では、自社が 179 の 47.6%で他社は 197 の 52.4%で前月に続き僅差でした。  
③ 空きスペースは 60 (13.8%)で前月より実数で 8 上回りました。

#### <各線ごとのコメント>

- ・①の京浜急行線は、久しぶりにお知らせがトップ。以下旅行レジャー、教育学校、情報通信などの順。
- ・②⑥及び⑯の JR 各線 (京浜東北線、中央線・総武線、山手線) は、三線ともダブル広告が減少気味。目京浜東北線で情報通信とのお知らせ、中央・総武線で食品と各種商品、山手線で不動産と情報通信が目立つ。
- ・③の東急線は、各種商品がトップ。自社施設での文化芸術公園が続く。9 業種で前月より増加。
- ・④の小田急線は、今月も旅行レジャーが大きく減少したが各種商品と並んでトップ。今月も空欄 6。
- ・⑤の京王線は、旅行レジャーが首位。お知らせ、商業施設、就職、各種商品等が続く。
- ・⑦の西武線は、イベント事業で旅行レジャーが独走でトップ。相変わらず自社比率は高い。
- ・⑧及び⑨の東武線 (伊勢崎線と東上線) は、引き続き両線とも自社率が高い。両線で旅行レジャーがトップ。以下東上線で商用施設、不動産、伊勢崎線でお知らせ、各種商品が続く。
- ・⑩の京成線は、旅行レジャーをトップにお知らせ、カード等が続く。自社率が高い。
- ・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、丸ノ内線で食品、半蔵門線で情報通信。三選を通じて他社率の際立った高さが目立つ。ダブル広告が多いのも三線共通。

京王帝都電武多摩霊園駅



Wikipedia より

多磨霊園入口



Wikipedia 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	2	2	2		1						1			2	12
旅行レジャー	5	3		8	8		24	11	6	10	2	2	1	3	6	2	91
金融保険			1														1
不動産			2	1		1		4	2							5	15
教育学校	3		2		1			1				2					9
文化芸術			4						1								5
情報通信	3	4	2	2			2	2	2	2	2	2	9			5	37
食品	2	3			2	7	2		1		8	8	8	3	3	3	50
商業	2				3			7	2								14
カード		3		2	1	3	2	1		3			1			2	18
就職		2	1		3					2	3	3	3	1	1		19
宝くじ等	1	1								2							4
各種商品		3	5	8	3	7			4		3	2		2	2	4	43
お知らせ	7	4	1	3	5	2	1	2	6	5	2	1	5	6	7	1	58
官公庁																	0
その他																	0
空欄		4	8	6		8			4					17	13		60
合計	24	28	28	32	28	28	32	28	28	24	20	20	28	32	32	24	436
自社	11	7	9	18	14	7	26	21	19	16	3	2	7	6	4	9	179
他社	13	17	11	8	14	13	6	7	5	8	17	18	21	9	15	15	197

秩父鉄道石原駅

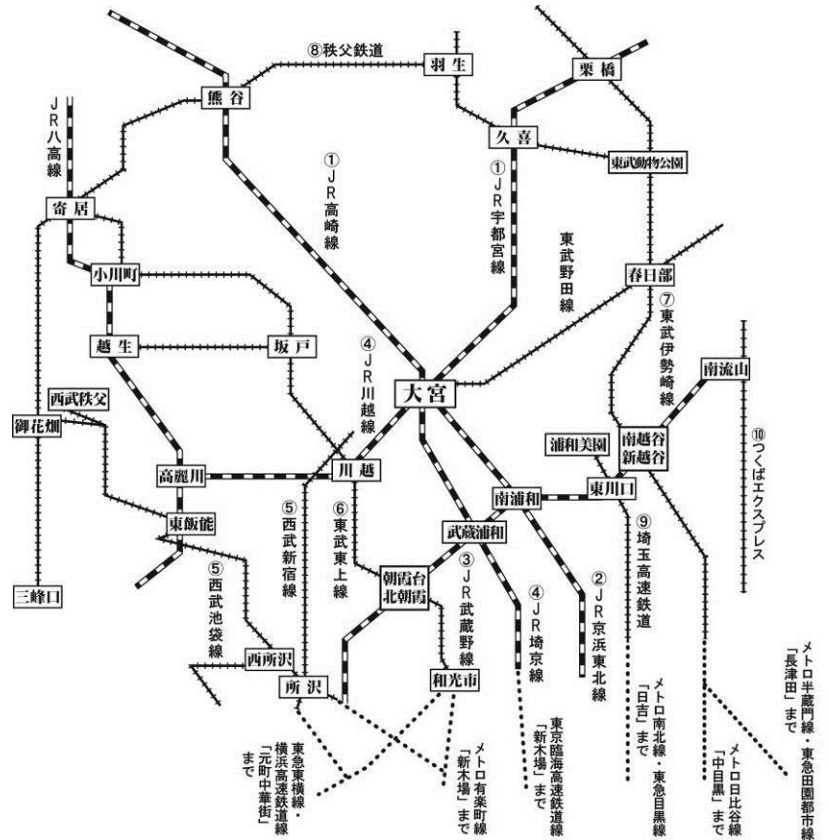


Wikipedia より  
石原公園



plaza.rakuten.co.jp/miekomagic/diary/201506280000/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・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	東京外口有楽町線	東京外口副都心	東京外口半蔵門線	東京外口南北線	京臨海都市線	東武東上線	合計			
出版		1	2		1						1						5			
旅行レジャー	6	3	2		24	11	6	1	6		3						62			
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	2			1			1						8
教育学校	1						1							2						4
文化芸術								1	1		4									6
情報通信	3	4				2	2	2			2			2						17
食品	3	3	6			2		1	1		8			8						32
商業							7	2												9
カード		3	3			2	1													9
就職	2	2									3			3						10
宝くじ等	3	1	1																	5
各種商品	2	3	7				4	3	2		5						26			
お知らせ	2	4	2		1	2	6	6	2		6						31			
官公庁																	0			
その他																	0			
空欄	6	4	5				4	16									35			
合計	28	28	28		32	28	28	28	28		28						256			
自社	9	11	5		26	21	19	6	4		6						107			
他社	15	17	18		6	7	5	6	24		22						120			

- ・⑭及び⑮の都営地下鉄各線（浅草線、新宿線）は、改善傾向にあった空欄が両線でさらに悪化。自治体のお知らせが多く、広告が放つ活力や華やかさに欠ける。

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。情報通信、食品、宝くじ等の順。空欄 6。
- ・③の武蔵野線は、各種商品がトップで2位は食品。以下ドングリ状態。7業種。空欄 5。
- ・⑧の秩父鉄道は、お知らせがトップ。以下各種商品と続く。5業種で減少。
- ・⑨の埼玉高速鉄道は、食品が首位。旅行レジャー、文化芸術、就職の順。8業種でダウン。

### —ミニ特—集「高齢者と踏み切り」—

2025 頃には団塊の世代が 75 歳（後期高齢者）になり、また国民の 4 人に 1 人が同様に 75 歳以上になるといわれています。それに伴い、医療費、社会保障費の増加やその他の課題にどう取り組んでかが昨今話題となっています。いわゆる「2025 問題」です。

介護認定で要支援から要介護レベル 1 までの新規の認定基準の 1 位は、歩く、立つとといった運動機能が低下した\*運動器症候群（ロコモティブシンドローム）であり、一般的に 75 歳を過ぎると、足腰が弱り少しの段差やチョットの隙間で転倒するリスクが急激に高まるといわれています。

ケースを垣間見ることができます。鉄道関係では、昨今都市部では少なくなってきましたが依然として踏み切りが多く残っており、足腰の弱い高齢の方々にとっては、踏切横断中に転んだり、すぐに起き上がれない等で電車にはねられる危険性をはらんでいます。鉄道関係各位には、リスクへの対応として障害物検知装置等の設置等安全な踏切を目指していただきたいと思えます。(S.0)

#### （参照）運動器症候群

骨、関節、筋肉などの運動器の働きが衰えると、くらしの中の自立度が低下し、介護が必要になったり、寝たきりになる可能性が高くなります。運動器の障害のために、要介護になったり、要介護になる危険の高い状態がロコモティブシンドロームです。

【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](mailto:info@npo-lap.org)