



本レポートもおかげさまで発刊以来 2 年を経過しました。正直いって無我夢中で多少遅れても欠かさず発刊できことは、スタッフのささやかな喜びです。2 年間でどんな動きがみられたか、ミニ特集でふりかえることにしました。

今月は 7 月 14 日 (木) を調査日としましたが、月の前半は暑い日が続いたのに対し、後半は一転して気温が低い梅雨模様で異常気象ではないかと思わせる有様でした。それでも広告内容は季節を忠実に反映させ、前月以上のボリュームでビールや清涼飲料水のワイド版が目を引きました。それに久しぶりにジャンボ宝くじも健在であることを示しました。

前回お知らせしていますが、当 NPO 法人ホームページが開設され、このレポートは勿論、バックナンバーをいつでも自由に閲覧することができます。

(当 NPO 法人のホームページアドレス <http://www.npo-lap.org>)

引き続き、毎月 1 回定点観測のかたちでのレポートにご期待ください。

## 2011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 平成 23 年 6 月 16 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

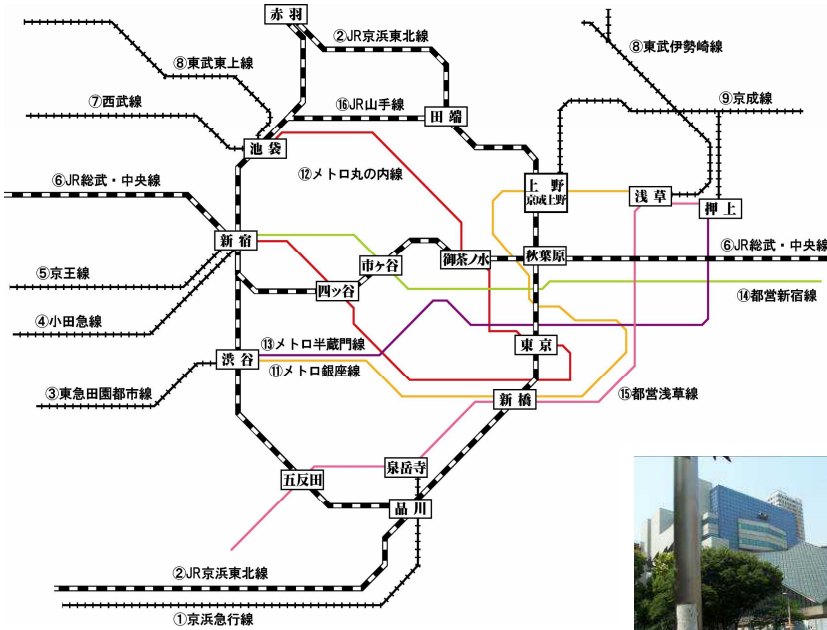
<全体的な状況>

- ① 7 月に広告業種別上位 5 は、①旅行レジャー(96)②食品(61)③出版(58)④商業施設(36)⑤情報通信(27)の順。前月との比較ではお知らせと不動産が圏外へ、新たに食品と情報通信が登場。このところ変動が著しい。
- ② 自社と他社別では、34.1%と 65.9%で他社率が倍近く上回る。これまでで最も大きい差となる。
- ③ 空欄数は、大幅に改善され、27 と前月(62)の半分以下で震災の影響が解消された感が強い。

<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、空きスペースが京浜東北線を除く 2 線で 11 と依然として多い。今月は全体として自社率(34.1%)が低いが、三線で 12.5%とされに下回る。
- ・ ①の京浜急行線は、旅行レジャーを中心に広告業種は 8 で例月並み。
- ・ ③の東急線は、ワイド版広告が 9 でトップ。ソニー銀行広告は当線のみ。業種は 8 で多線並み。
- ・ ④の小田急線は、空きスペースが 14 から 2 へと大幅に減少。11 業種と前線でトップを占める。相変わらず旅行レジャーが多い。
- ・ ⑤の京王線は、11 業種と小田急線と並んでトップを占める。食品と商業施設が多い。

## 東京圏調査対象路線図



JR 池袋東口  
家電量販店の激しい戦いがく  
りひろげられている



西口芸術劇場（西口）は  
工事中でした。

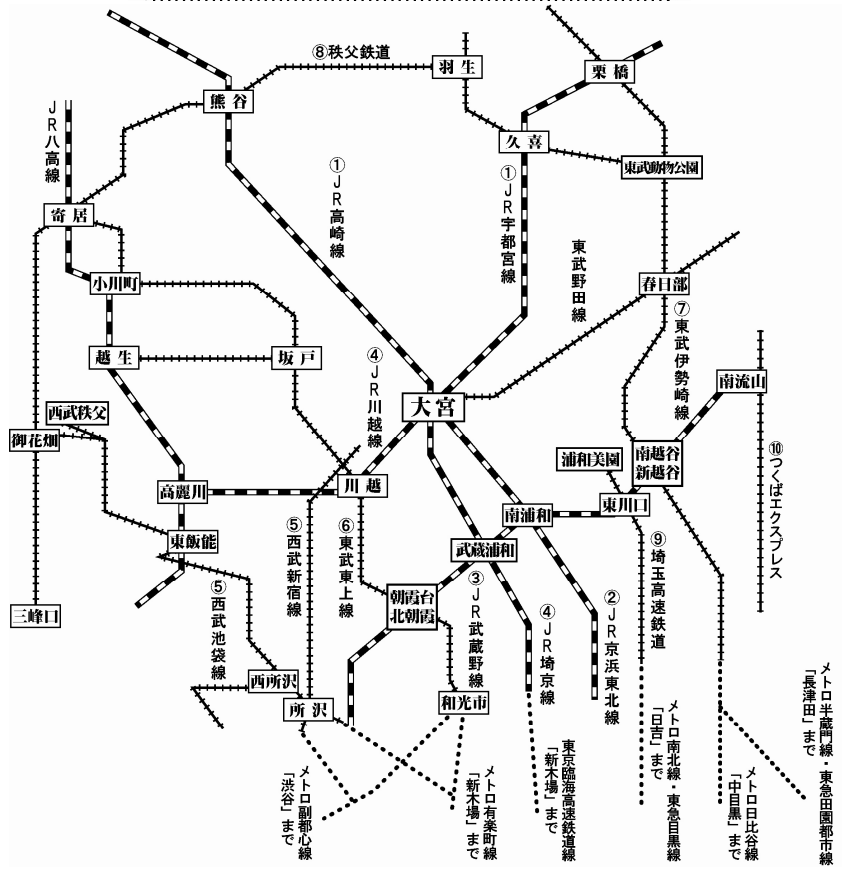
東京沿線別 広告内容の状況（全体表）

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	9	3	2	1	4	1	4		1	6	7	13	2	2	2	58
旅行レジャー	8	1		10	2	4	18	7	13	12	4	2		8	6	1	96
金融保険			2				1		1								4
不動産	4	3	4			3		3	2	3			2			2	26
教育学校		4		4	1	1	2	2	2	2							18
文化芸術	4		1	1	2	2	1	4	1	1	1	1		2	2		23
情報通信			4	2	2				1		2	2	4	2	2	6	27
食品	2		4	6	6	6	2	3	4		6	6	6	3	3	4	61
商業	3	7	2	1	6	2	2		2		1	2	1	5		2	36
カード	1	2		1		1	1							4	4		14
就職					1										1		2
宝くじ等	1	2	4	1	1					1			2	1	1	2	16
各種商品				1	2	2								1	1		7
お知らせ				1	4		2	3	2	3				3	5		23
官公庁																	
その他																	
空欄			4	2		3		2	4	1				1	1	9	27
合計	24	28	24	30	28	25	30	26	28	23	20	20	28	31	27	19	411
自社	11	2	2	11	10	7	20	12	15	14	2	1	1	16	16	0	140
他社	13	26	32	19	18	18	10	14	13	9	18	19	27	15	11	19	281



谷中方面観光案内図

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
	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	東京臨海線	東急目黒線	
出版		9			1	4			4		10						28
旅行レジャー	14	1			18	7	13	3	4		1						61
金融保険					1		1										2
不動産		3				3	2	1			2						11
教育学校	7	4			2	2	2										17
文化芸術	2				1	4	1	2	6		1						17
情報通信							1				1						2
食品					2	3	4		9		6						24
商業	3	7			2	3	2		5		2						21
カード		2			1												3
就職																	
宝くじ等		2									2						
各種商品																	
お知らせ	1				2	3	2	4			3						15
官公庁																	0
その他																	0
空欄	1					2	4	18									25
合計	27	28			30	26	28	10	28		28						205
自社	16	2			20	12	15	3	4		4						76
他社	11	26			10	14	13	7	23		24						128

- ⑦の西武線は、例月同様レジャーが前月を上回る 18 で断然トップ。最大の広告スペース(32)に常に空欄がないことに敬意を表したい。
- ⑧及び⑨の東武線（伊勢崎線と東上線）は、例月同様に自社関係を中心とする旅行レジャーが圧倒的に多い。空きスペースがさらに改善される。
- ⑩の京成線は、例月同様レジャー12 で全広告量の半分を占める。
- ⑪から⑬の東京メトロ各線（銀座線、丸の内線、半蔵門線）は、今月も空きスペース 0 の横綱相撲。前月低かった三線の自社率(30.6%)は 5.9%と驚異的な改善。
- ⑭及び⑮の都営各線（浅草線、新宿線）は、空きスペースの王者であったが、今月は 2。やればできるということか？両線ともレジャーを中心に 10 業種と多彩。

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、空きスペースが 1 と大幅に改善。業種は 5 業種と増加。大学、専門学校など沿線の教育機関が目立つ。
- ⑨の埼玉高速鉄道は、業種も 5 と多くはないが、食品を中心に文化芸術、商業施設が目につく。バラエティに富む。他線では減少している出版がトップ。
- ⑧の秩父鉄道線は、依然として空欄地獄は解消されず。自社の沿線レジャー関係がポツリポツリ。

## － ミニ特集「調査データからみた中吊り広告 2 年間の動き」－

### 1. 掲載件数が上位の広告業種ランキング等（件数が 20 以上のみ）

1号(21.8)	7号(22.2)	13号(22.8)	19号(23.2)	24号(23.7)
①出版 ②旅行レジャー ③各種商品 ④宝くじ ⑤お知らせ ⑥文化芸術	①旅行レジャー ②出版 ③情報通信 ④お知らせ ⑤食品 ⑥文化芸術 ⑦不動産 ⑧カード	①出版 ②旅行レジャー ③お知らせ ④各種商品 ⑤商業施設	①旅行レジャー ②出版 ③お知らせ ④食品 ⑤文化芸術 ⑥不動産	①旅行レジャー ②食品 ③出版 ④商業施設 ⑤情報通信 ⑥不動産 ⑦文化芸術 ⑧お知らせ

### 2. 空欄と自社・他社別の状況

	1号(21.8)	7号(22.2)	13号(22.8)	19号(23.2)	24号(23.7)
空欄	8(1.9%)	25(5.9%)	22(5.2%)	64(14.5%)	27(6.2%)
自社率	34.4%	55.1%	32.1%	61.2%	34.1%
他社率	65.6%	44.9%	67.9%	38.8%	65.9%

### 3. コメント

- ・ 夏枯れといわれていますが、中吊り広告は夏が多く冬が少ない状況です。
- ・ これも意外ですが、夏は出版、冬は旅行レジャーが多数を占めています。
- ・ 特定路線に見られた空欄が半数以上の路線に広がりを見せています。

〈調査員ひとくちメモ〉

東日本大震災に関連して「ACからのお知らせ」の減少とJRの「つなげよう日本」が片断的、広告の雰囲気好感できる路線として「東武線」「西武線」があげられました。