

# 交通広告の特長

テクノロジーの発達や社会情勢の変化により、生活者との広告コミュニケーション方法は多岐にわたっています。  
その選択肢として、当社が取り扱っている交通広告の特長をご紹介します。

## 1 反復訴求効果

生活者が日々の通勤や通学で鉄道を利用し、交通広告に繰り返し触れるため、記憶に残りやすく認知獲得やメッセージの刷り込みに高い効果が期待できます。

## 2 リーセンシー効果

駅構内や周辺の購買地点に近いところで購買直前に生活者へ働きかけることができるセールスプロモーション効果の高いメディアです。

## 3 接触率の高さ

大都市圏になるほど鉄道の利用率が高く、交通広告はテレビやインターネットと並ぶほどの高い接触率となっています。

## 4 情報波及効果

生活の中にあるリアルメディアだからこそインパクトがあり、話題性の高い交通広告を見た生活者がインターネットやSNSで情報拡散する波及効果が期待できます。



## 5 自然視認性

駅・車両という生活者の移動経路上に存在し、自然と目に入るメディアであるため、生活者自身が遠ざけてしまうこともある他メディアとは異なり、情報を好意的に捉えていただける可能性が高くなります。

## 6 ターゲットセグメント

地域や商圈を特定できるだけでなく、「ビジネスパーソンの多い路線」「学生の多い駅」など、利用者の特徴からターゲットを絞り込むことで、効果的な訴求が可能です。

## 7 リアルプロモーションメディア

イベントでのタッチアンドトライや特殊広告によるインパクトのある展開や、生活者にリアルなメッセージ届けられる交通広告は、様々な情報があふれる世の中において単なる情報ではなく「ひとつの体験」を提供できる可能性を秘めたメディアです。



# JR東海メディアの強み

交通広告を取り扱う会社が多数ある中、当社の強みや特長など、  
“JR東海エージェンシーだからこそできること”をご紹介します。

## 1 JR東海のブランド力

1964年の開業から『安全・安定輸送』を続けてきた、東京～新大阪間をつなぐ日本の大動脈ともいえる東海道新幹線。東海地区の人々の通勤・通学の足として、地域の暮らしを支える在来線。そして最新の技術を結集し、時速500kmというスピードで東京～名古屋～大阪間を結ぶ計画のリニア中央新幹線。『安全・安定』『安心』『快適』『最先端』—JR東海の車内や駅に掲載される広告は、お客さまに同様のイメージを持っていたことができるのが期待できます。

## 2 ビジネス利用の多さ

東海道新幹線は開業以来、約70億人以上のお客さまにご利用いただいております。その中でも約5割がビジネスでの利用となっています。新幹線の車内や駅には、これらのビジネスパーソンやエグゼクティブに向けて広告訴求をする際に効果的なメディアを多数ご用意しています。



## 3 広告展開範囲の幅広さ

東京・名古屋・新大阪を中心とする新幹線停車駅に加え、東海地区の在来線のうち11路線、約150駅に広告媒体をご用意しています。地区をまたぐ大規模な広告展開から地域密着の広告掲出まで、多様な展開が可能です。

## 4 東海地区での充実したメディアラインナップ

JR東海の在来線は網の目のように広がっており、そのなかでも東海地区の玄関口である名古屋駅や静岡県を中心部である静岡駅・浜松駅は、当社の広告媒体が特に充実しています。同地区での広告掲出をご検討いただく際、多くの広告主様に選ばれる商品を取り揃えています。

## 今後の展開

新たな取り組みとして、推定広告視認者数など広告効果の見える化、デジタルサイネージの動的情報と連動した広告配信、広告視認者数を指標とした取引など、テクノロジーを活用した広告事業を展開していきます。  
また、交通広告の特長である自然視認性を活かした媒体開発も行って参ります。