

電車の広告 ～ J R 神戸線の場合～

1. はじめに

私は、毎日電車を利用して登校している（多分甲南大学に通う学生のほとんどがそうだろうけど）。私は電車の中では、たいてい寝ているか、読書しているか、音楽を聴いている。だが、特に意識することもなく何気なくやっている（やってしまう）ことがある。それは、電車の中の広告を見するという行為である。別に広告を見るつもりはなくても自然と目に入ってくる。忙しい時はある種の気休めに、余裕のある時は暇つぶしとして。広告のある風景は乗客にとって見慣れた風景である。閉ざされた空間だからこそ、広告は乗客の購入意識を高めるのであろう。そこで、広告の働き、有効範囲として、次のことを挙げておく。

- 交通媒体の利点 -

- ・ 交通広告に接する多くは、通勤、通学の会社員・学生など購買力の強い層です。
- ・ 定期券での乗車割合が高く、同一の駅・車内に掲出された広告の反復訴求性が高いことを示しています。
- ・ 車内や駅構内は限定された空間であり、多くの利用者に対し確実な訴求性があります。
- ・ 路線の選択によってターゲットエリアが限定できます。
- ・ 需要地に近く高い訴求効果を持ちます。

（株式会社ジェイアール西日本コミュニケーションズHPより）

2. 問題意識

今までは何気なく見ているだけで、広告に集中して見るということにはなかった。少し気にかけて見てみると、広告は目に付きやすい所に掲示してあり、それでいてうっとうしくもない。

（中略）

広告にはハデなものからシンプルなものまで色々ある。そして上記より、その時期にあったタイムリーな広告に次々に変わっていくことにも気付いた。少し観察してみた限りでは、毎週毎週変わっていく広告もあった。そこで広告にはどのような種類があり、またその広告がどのように掲出されているのかを調べてみようと思った。そして、広告の対象とその対象年齢を調べ、どういった人を対象とした広告が多いのかを観察しようと思った。

3. 仮説

まず、広告には大まかに分けて8種類（雑誌、店、学校、イベント、電車関連、旅行、品物宣

伝)に大別できると考えた。今まで見てきた経験上、「雑誌」の広告が最も多かったような気がした。よって、電車内の広告で大きなウェートを占めているのは「雑誌」である、と仮説を立てることにした。雑誌を読むことは、電車の中で気軽に行える行為の一つである。その上、電車を最も多く利用しているのは会社員や学生である。そういった人を対象とした雑誌の広告が多いだろう。

次に、対象を考えてみる。先ほども述べたように、乗客は会社員と学生が大きな割合を占める。その中でも、朝や夕方のラッシュを考えると会社員の方が割合的には多い気がした。毎朝、私は席を確保するためにたくさんの人と押し合っ、席をとれた時に自分の周りに座っている人と言えば、スーツ姿の会社員だらけだ。会社員の中に一人ぽつんと座っていることがよくあるのだ。そして、その会社員を考えてみると30・40代あたりの会社員がよく見られる。要するに、広告には30・40代あたりの会社員を対象としたものが最も多いのではないかと考えているのだ。

4. 調査概要

調査対象：電車内の広告、駅構内の広告・ポスター（主に、私が登校する時使用するJRを調査する）

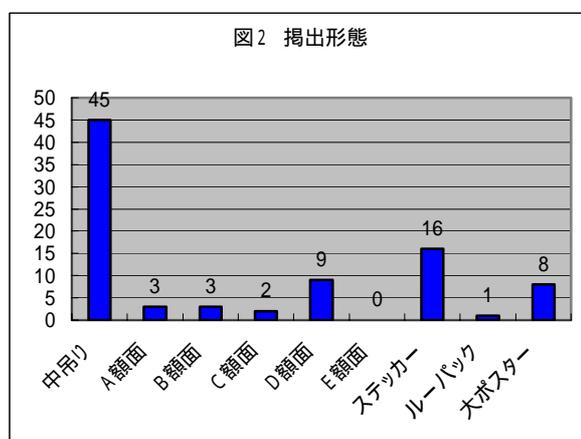
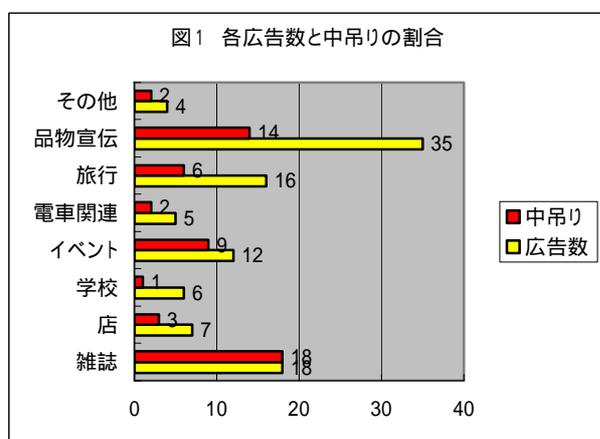
電車は普通電車（三ノ宮～摂津本山） 新快速（姫路～三ノ宮）とする

調査方法：自分の目に見えた範囲の広告をデータとして収集する

調査期日：6/14（水）～7/1（日）

5. 集計・分析

まず、次ページの図1を見てもらいたい。私は「雑誌」が広告数で最も多いものだと考えていたのだが、予想に反して品物宣伝が広告数で最も多かった。また、図2から分かるように掲出形態で最も多いのは、ダントツに「中吊り」である。そこで、広告数と「中吊り」とを照らし合わせてみると、「雑誌」が100%の割合で「中吊り」だった。



これは、「中吊り」が情報提供効果が最も高く、掲出期間も短いので、週刊誌のようなすぐに情報が変更されないといけない広告に対応できるようになっているのだと考えられる。それに対し、「中吊り」の割合が最も低いのは「学校」であった。「雑誌」の逆を考えると分かるように、「学校」はずっと存在しているものである。無くなってしまふことはまずない。よって、掲出期間の長い形態（C額面ポスター）で掲出されているものが多い。また、広告数の上で最も多かった「品物宣伝」は、「中吊り」の割合は5番目だった。

実際、「中吊り」が広告数の上で一番多いのだが、私の目に映る広告形態も「中吊り」が一番多かった。つまり、乗客の乗車位置にもよるが、乗客にとって一番目に映るのは「中吊り」であると言い切れる。

次に、図3の広告の対象である。やはり、大きな偏りがなく、誰でもが広告を見て楽しめるようになっている。あえて偏りのあるところを指摘するとなると、「雑誌」であろうか。「雑誌」は男性向けの雑誌と、女性向けの雑誌と内容が大きく違うからだと思われる。男性向けはマンガや芸能界・政治関係のことに触れたものが中心で、女性向けはファッション関係のことが中心である。その他では、「店」と「品物宣伝」に少し違いが見られる。「店」について言うと、近頃はバーゲンの広告も増えてきた。バーゲンというのは主に衣料品が対象で、女性モノが中心である。だから、「店」においては女性向けのものが多いのである。また、「品物宣伝」における違いは、身の回りの品物である。

基本的には、広告は万人向けに作られていることが図3からは読みとれる。

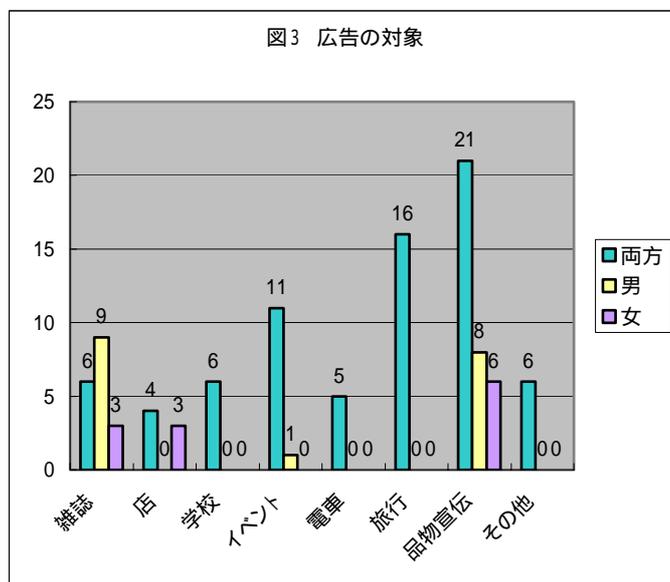
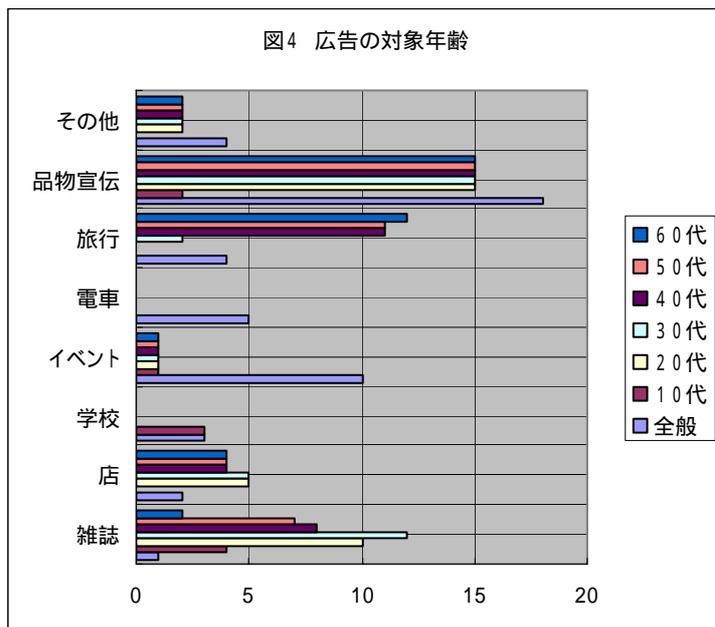


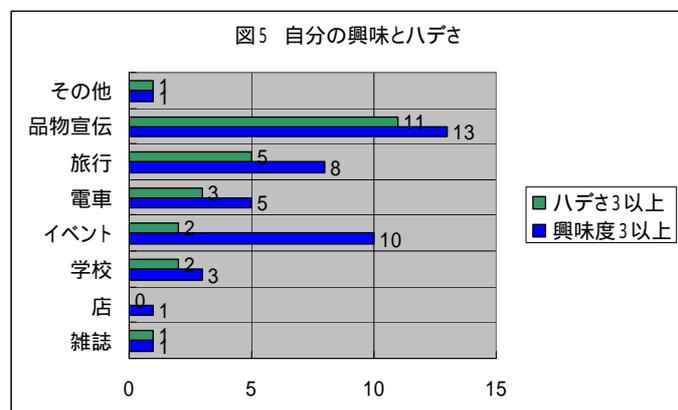
図4は広告の対象年齢についてのグラフだ。広告が対象としている年齢で最も多いのは、なんと「20代」であった。確かに、「20代」は学生もいれば、会社員もいる。対象としては、賢い選択といえるだろう。でも、会社員を見ているとだいたい40代あたりの方が多そうに思えたし、乗客の割合から言っても会社員が多いと思っていたので、この結果は私の仮説に反するものになった。



年齢で大きな差があったのは、やはり「雑誌」と「品物宣伝」である。「雑誌」は年齢においても内容に大きな違いがある。若者向けはマンガ、情報誌系が主である。それに対して、中年向けは芸能界のことにに関する週刊誌的なものが多い。「品物宣伝」については、タバコやお酒といった年齢制限のある品物が思ったよりも多く見られた。「両方」で「全般」に通じる広告は8件と意外に少ないのだ。それぞれに対象を絞った広告が多いようだ。他に意外だったのは「旅行」である。中年以降を対象としたもの

がほとんどだったのだ。中年以降といえば、子供もある程度成長し、そして親の手を離れるぐらいの時期である。そのため、子供にあてていた時間が自分の時間になり、また経済面においてもゆとりができてくる。そのゆとりで旅を楽しんでみてはどうか、ということなのだろう。その反面、JR沿線各地のイベントはかなり全般的なものが多い。家族で楽しめるようなイベントが中心だった。

図5は自分はハデな広告にひかれやすいのかどうかを示すグラフである。項目によって大きな差があり一概には言えないが、だいたい自分の興味にあるものはハデなものが多いようだ。特に「品物宣伝」においてそれが顕著である。確かに、恥ずかしいことに私は見たもの見たもの欲しくなる性格であるため、それがこのグラフに現れたといえよう。



6. 観察を終えて（結論）

一番に思ったことは、広告にはたくさんの種類と形態があるのだなあ、ということである。この観察を行うまでは、特に意識もせず見ているだけだったのだが、行った後は少し広告に対する「視線」が変わったような気がするのだ。適当に空いてるスペースに広告が貼られているだけ、と思っていたものが、実は計算されて貼られているものだったと知った時は、「してやられた」と感じた。また、同じ広告を何度も見ることで乗客の購買意識が知らず知らずのうちに高められ、

閉ざされた空間だからこそ乗客の目を広告へと向けられていたとは、なかなか心理的な作戦で攻められている。

実は、この観察期間のうちに阪急にも乗ってみてJRと比べてみた。すると、JRに比べて阪急の方が自社グループの企業についての広告の割合が多いようだ。JRの自社グループの広告は「電車」と「旅行」についての広告が主だったが、阪急は阪急百貨店や宝塚歌劇などの「店」や「イベント」らしきものも多く見られた。「電車」や「旅行」についての自社グループの広告もちろんあった。このことから、JRよりも私鉄はより自社グループのことに範囲を絞って、その上地元密着型の広告を多く掲出しているといえる。

アメリカではビルボードなどの野外広告が重視されているが、それはアメリカが自動車中心社会だからである。それに対して、日本では鉄道やバスで行けない地域はほとんどないといってもいいくらい交通機関が発達している。それを背景として、交通機関での広告は発達してきた。また、東京都（首都圏）では多くの人々が行き交っており、その往来の手段の中心となっているのが鉄道なのである。首都圏の1日の鉄道利用者数は約3,600万人なので、移動する人の54%は鉄道を利用しているといえる。（株式会社エクスプレス広告社HP）

このように、公共交通機関において広告は非常に価値の高いものであることが分かる。

ラッシュ時の満員電車にはうんざりするが、私は電車に乗ることは好きである。これからも、広告についてまだまだ観察していこうと思う。

* 参考ホームページ *

株式会社ジェイアール西日本コミュニケーションズ：<http://www.jcomm.co.jp>

株式会社エクスプレス広告社：<http://express-ad.co.jp>

7. 素データ表（資料参照）

No.	日付	乗車時刻	場所	広告の種類	宣伝名	掲載形態	対象	興味度	ハズレ
1	6月14日	7:00	新快速	品物宣伝	ダマリン	ステッカー	男/全般	1	2
2	6月14日	7:00	新快速	品物宣伝	ビロエースW	ステッカー	男/全般	1	2
3	6月14日	7:00	新快速	品物宣伝	JTBのギフト券	ステッカー	両方/20代~	1	4
4	6月14日	7:00	新快速	品物宣伝	KENT	中吊り	両方/20代~	1	2
5	6月14日	7:00	新快速	雑誌	とらばーゆ	中吊り	両方/20~30代	2	3
6	6月14日	7:00	新快速	雑誌	KANSAI1 週間	中吊り	両方/20代	4	5
7	6月14日	7:00	新快速	電車	レールスター増巻	D顔面	両方/全般	3	2
8	6月14日	7:00	新快速	電車	5489(ごよやく)サービス	ステッカー	両方/全般	3	3
9	6月14日	7:00	新快速	店	シネキ・ノーローン	D顔面	両方/20代~	1	2
10	6月14日	7:00	新快速	品物宣伝	キリン・クラシックカー	D顔面	両方/20代~	1	2
11	6月15日	11:32	新快速	電車	5489(ごよやく)サービス	中吊り	両方/全般	3	3
12	6月15日	11:32	新快速	イベント	21世紀☆みらい体験博	中吊り	両方/10代・10代以下	3	4
13	6月15日	11:32	新快速	イベント	さざなみ賞競争	中吊り	男/20代~	1	2
14	6月15日	11:32	新快速	雑誌	アサヒ芸能	中吊り	男/30~50代	1	5
15	6月15日	11:32	新快速	雑誌	住宅情報	中吊り	両方/10代後半~	2	5
16	6月15日	11:32	新快速	品物宣伝	CASTER1	D顔面	両方/20代~	1	2
17	6月15日	12:14	普通	イベント	京都駅ビル6月	中吊り	両方/全般	3	2
18	6月15日	12:14	普通	イベント	JR沿線だより	中吊り	両方/全般	3	1
19	6月15日	12:14	普通	旅行	ふくしま	D顔面	両方/40代~	2	2
20	6月15日	12:14	普通	品物宣伝	ローヤルゼリーももの味	ステッカー	女/10~30代	4	3
21	6月15日	12:14	播磨本山線	学校	養台・真蘭園	大ポスター	両方/10代	2	3
22	6月15日	12:14	播磨本山線	イベント	京都駅ビル6月	大ポスター	両方/全般	3	2
23	6月15日	12:14	播磨本山線	イベント	JR沿線だより	大ポスター	両方/全般	3	1
24	6月15日	12:14	播磨本山線	イベント	賞金の差違額	大ポスター	両方/全般	3	3
25	6月15日	12:14	播磨本山線	旅行	比良	大ポスター	両方/40代~	2	2
26	6月15日	12:14	播磨本山線	旅行	奈良	大ポスター	両方/40代~	3	2
27	6月15日	12:14	播磨本山線	旅行	ハウステンボス	大ポスター	両方/全般	4	2
28	6月15日	12:14	播磨本山線	品物宣伝	FIRSTDRIP	大ポスター	両方/全般	3	3
29	6月15日	17:02	普通	雑誌	ヤングジャンプ	中吊り	男/10・20代	1	5
30	6月15日	17:02	普通	その他	ウェルブ六甲道	中吊り	両方/20代~	1	2
31	6月15日	17:02	普通	品物宣伝	マクドナルド・平日半額	中吊り	両方/全般	5	3
32	6月15日	17:02	普通	品物宣伝	8x4足ふきシート	中吊り	女/全般	5	3
33	6月15日	17:02	普通	品物宣伝	C1000レモンウォーター	中吊り	女/全般	5	3
34	6月15日	17:02	普通	品物宣伝	KENT	中吊り	両方/20代~	1	2
35	6月15日	17:02	普通	旅行	5489(ごよやく)サービス	中吊り	両方/全般	4	3
36	6月15日	17:02	普通	品物宣伝	ローヤルゼリーももの味	ステッカー	女/10~30代	3	3
37	6月15日	17:02	普通	雑誌	プレイボーイ	中吊り	男/10・20代	1	4
38	6月15日	17:02	普通	旅行	ふくしま	D顔面	両方/40代~	2	2
39	6月15日	17:02	普通	品物宣伝	パンテリン	中吊り	両方/全般	1	2
40	6月15日	17:17	快速	学校	NOVA	C顔面	両方/全般	3	2
41	6月15日	17:17	快速	品物宣伝	PS2>3	中吊り	男/全般	3	3
42	6月15日	18:00	普通	品物宣伝	キュービーコーフ	中吊り	両方/20代~	1	2
43	6月15日	18:00	普通	旅行	若狭路	D顔面	両方/40代~	2	2
44	6月15日	18:00	普通	旅行	シバダくらぶ	中吊り	両方/60代~	1	2
45	6月15日	18:00	普通	イベント	セレクト大阪	中吊り	両方/全般	1	3
46	6月15日	18:00	普通	学校	英会話イーオン	C顔面	両方/全般	3	3
47	6月15日	18:00	普通	イベント	京都駅ビル6月	中吊り	両方/全般	3	2
48	6月15日	18:00	普通	イベント	JR沿線だより	中吊り	両方/全般	3	1
49	6月15日	18:00	普通	雑誌	ヤングジャンプ	中吊り	男/10・20代	1	4
50	6月15日	18:00	普通	品物宣伝	ダマリン	ステッカー	男/全般	1	2
51	6月15日	18:00	普通	品物宣伝	ブローネ男の毛染め	ステッカー	男/40代~	1	2
52	6月15日	18:00	普通	店	松本引合顔しセンター	中吊り	両方/全般	1	2
53	6月15日	18:00	普通	品物宣伝	白鷺まる	ステッカー	両方/20代~	1	2
54	6月20日	10:03	普通	品物宣伝	アサヒスーパードライ	中吊り	両方/20代~	1	3
55	6月20日	10:03	普通	品物宣伝	パドワイザー	D顔面	両方/20代~	1	2
56	6月20日	10:03	普通	雑誌	関西B-ing	中吊り	両方/20・30代	1	3
57	6月20日	10:03	普通	雑誌	週刊現代	中吊り	男/30~50代	1	5
58	6月20日	10:03	普通	雑誌	週刊ポスト	中吊り	男/30~50代	1	5
59	6月20日	10:03	普通	品物宣伝	ビロエースW	ステッカー	男/全般	1	2
60	6月20日	10:03	普通	学校	英会話ECC	B顔面	両方/全般	3	3
61	6月20日	10:03	普通	店	アコム	B顔面	両方/20代~	1	3
62	6月20日	10:03	普通	品物宣伝	白鷺まる	ステッカー	両方/20代~	1	2
63	6月20日	10:03	普通	雑誌	パーゴルフ	中吊り	男/30代~	1	3
64	6月20日	10:03	普通	雑誌	とらばーゆ	中吊り	両方/20・30代	2	3
65	6月20日	16:35	普通	品物宣伝	新マクナムドライ	中吊り	両方/20代~	1	3
66	6月20日	16:35	普通	旅行	大和の古遺旅行	中吊り	両方/40代~	3	3
67	6月20日	16:35	普通	旅行	西国三十三ヶ所巡礼の旅	中吊り	両方/40代~	2	2
68	6月20日	16:35	普通	旅行	サントリー山崎墓前所	A顔面	両方/40代~	1	2
69	6月20日	16:35	普通	品物宣伝	ダマリンアイスプレー	ステッカー	男/全般	1	3
70	6月20日	16:35	普通	品物宣伝	8x4足ふきシート	ステッカー	女/全般	4	3
71	6月20日	13:02	普通	旅行	JAA日本アジア航空	ステッカー	両方/全般	3	2
72	6月20日	13:02	普通	店	あさひ美容外科	B顔面	女/20代~	1	5
73	6月20日	13:02	普通	学校	大阪芸術専門学校	中吊り	両方/10代	1	3
74	6月20日	13:02	普通	旅行	サントリー京都ビール工場	A顔面	両方/40代~	1	2
75	6月22日	13:02	新快速	品物宣伝	ドコモ夏のキャンペーン	ルーペ/両方	両方/全般	4	4
76	6月26日	20:12	普通	その他	スクラッチ	中吊り	両方/全般	3	4
77	6月26日	20:12	普通	雑誌	FRAU	中吊り	女/30~40代	1	2
78	6月26日	20:12	普通	雑誌	JR時刻表	中吊り	両方/全般	2	2
79	6月26日	20:12	普通	品物宣伝	神戸ワイン	中吊り	両方/20代~	1	3
80	6月26日	20:12	普通	雑誌	ゼクシィ	中吊り	女/20・30代	1	4
81	6月29日	13:54	普通	その他	タウンページ	ステッカー	両方/全般	1	2
82	6月29日	13:54	普通	品物宣伝	DIMAGE	中吊り	両方/全般	3	2
83	6月29日	13:54	普通	電車	それゆけ夏旅・夏列車	中吊り	両方/全般	4	4
84	6月29日	13:54	普通	品物宣伝	FIRSTDRIP	ステッカー	両方/全般	3	3
85	6月29日	13:54	普通	その他	さわやかマナー	D顔面	両方/全般	2	2
86	6月29日	13:54	普通	雑誌	週刊宝島7/1号	中吊り	男/30~50代	1	4
87	6月29日	13:54	普通	雑誌	Selora	中吊り	女/20・30代	1	3
88	6月29日	13:54	普通	旅行	三郷物語	A顔面	両方/30代~	3	3
89	7月1日	9:00	新快速	店	DIAMOR BARGAIN	中吊り	女/全般	4	2
90	7月1日	9:00	新快速	イベント	京都駅ビル7月	中吊り	両方/全般	3	2
91	7月1日	9:00	新快速	イベント	JR沿線だより	中吊り	両方/全般	3	1
92	7月1日	9:00	新快速	品物宣伝	スーパーチューハイ	D顔面	両方/20代~	2	4
93	7月1日	9:00	新快速	電車	Jスルーカード	D顔面	両方/全般	3	1
94	7月1日	9:00	新快速	店	大丸のクリアランス	中吊り	女/20代~	2	3
95	7月1日	9:00	新快速	雑誌	FRASH EXCITING	中吊り	男/20代~50代	1	4
96	7月1日	9:00	新快速	品物宣伝	ナショナルLモード	中吊り	両方/全般	2	2
97	7月1日	9:00	新快速	品物宣伝	オーラメント	ステッカー	女/全般	5	3
98	7月1日	9:00	新快速	品物宣伝	ブローネ男の毛染め	ステッカー	男/40代~	1	2
99	7月1日	9:00	新快速	その他	ラビタス31西宮	ステッカー	両方/20代~	1	4
100	7月1日	9:00	新快速	旅行	銀からほじまるハイキング	中吊り	両方/全般	4	3
101	7月1日	9:00	新快速	旅行	三郷物語	中吊り	両方/30代~	3	3
102	7月1日	9:00	新快速	店	ベルクラシック	ステッカー	両方/20~30代	2	2
103	7月1日	9:00	新快速	学校	名古屋芸術大学	B顔面	両方/10代	1	1
104	7月1日	9:00	新快速	その他	さわやかマナー	B顔面	両方/全般	2	2
105	7月1日	9:00	新快速	品物宣伝	ユニクロのドライカジュアルシャツ	中吊り	両方/全般	4	2