

東京メトロにおけるDOOH(デジタルOOH) 展開事例とトピックスについて

2018年2月20日

(株)メトロアドエージェンシー
媒体本部 媒体販売局
西村 勉



1. 東京メトロDOOHのご紹介及び新規設置媒体について
2. 展開事例のご紹介
3. 今後の取り組みについて

1. 東京メトロDOOHのご紹介及び新規設置媒体について

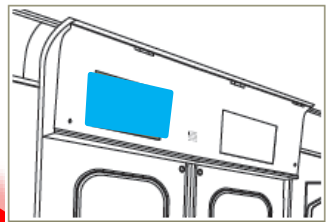
2. 展開事例のご紹介

3. 今後の取り組みについて

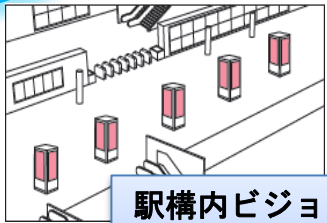
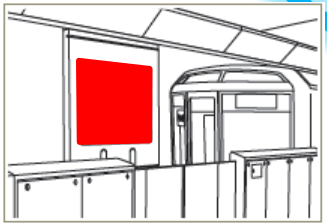
1. 東京メトロDOOHのご紹介

広告用サイネージ

車内ビジョン : Tokyo Metro Vision
(導入開始 : 2008.6~)



**駅構内ビジョン (ホーム)
M Station Vision**
(導入開始 : 2009.10~)



**駅構内ビジョン (コンコース)
Metro Concourse Vision**
(導入開始 : 2013.4~)

業務用サイネージ

改札口ディスプレイ
(導入開始 : 2008.6~)



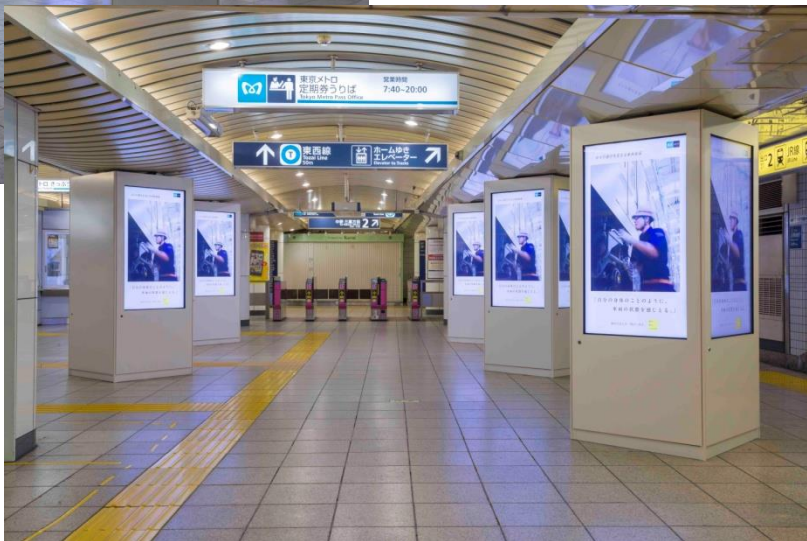
ホームドアサイネージ
(導入開始 : 2016.3~)



1. 東京メトロDOOHの売上推移(車両)

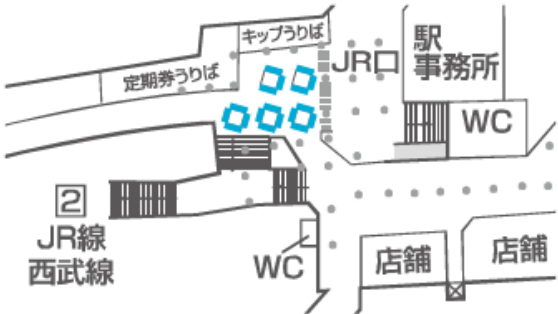
1. 東京メトロDOOHの売上推移(駅)

1. 東京メトロDOOHの新規設置媒体について



2017年10月
Metro Concourse Vision (MCV)
高田馬場駅 追加

- 立地: JR口改札
- サイズ: 60インチ
1080×1920
- 仕様: フルスペックハイビジョン対応
液晶ディスプレイ
- 柱本数: 5本
- 面数: 18面

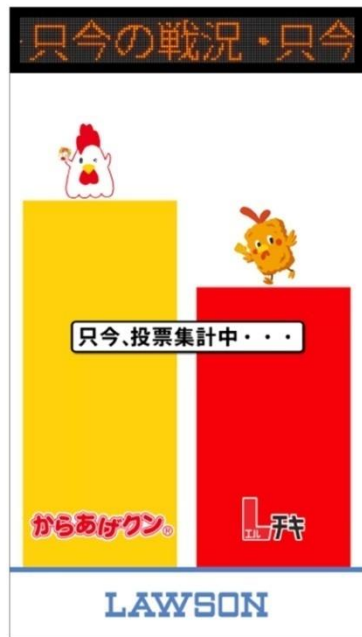


1. 東京メトロDOOHのご紹介及び新規設置媒体について

2. 展開事例のご紹介

3. 今後の取り組みについて

2. 展開事例①ローソン様「からあげクン VS Lチキ リツイートキャンペーン」



①RT数に応じていずれかの商品クリエイティブを出し分け

②実際のRT数を集計し、クリエイティブに反映

2. 展開事例②TOHOシネマズ様「リアルタイム満空情報」

2018/01/25
TOHOシネマズ六本木ヒルズ 18:34 現在

場を愛する女
Usa wo aishuru onna / JAPANESE

SCREENS

10:20	11:00	11:40	12:20	21:00
SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN

ジオストーム (字幕版)
GEOSTORM / English

SCREENS

09:30	11:00	12:00	12:45	19:10	21:35
SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN

ジオストーム (M X 4 D・3D・吹替版)
GEOSTORM / Japanese M4D 3D

SCREENS

10:00	12:00
SCREEN	SCREEN

パディントン2 (字幕版)
Paddington2 / English

SCREENS

12:00	12:45	1:30	1:45	19:20	21:45
SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN

パディントン2 (吹替版)
Paddington2 / JAPANESE

SCREENS

10:25	11:15	1:00	20:05
SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN

キングスマン ゴールデン・サークル (字幕版)
Kingsman: The Golden Circle / English

SCREENS

09:20	12:20	12:25	18:30	21:35
SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN

スター・ウォーズ 最後のジェダイ (字幕版)
Star Wars: The Last Jedi / ENGLISH

SCREENS

20:55
SCREEN

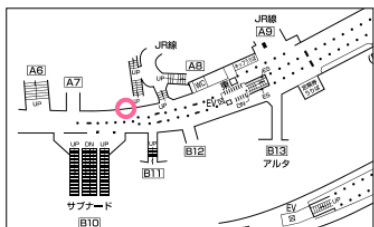
SCREENS

09:30	12:00	12:10	19:30
SCREEN	SCREEN	SCREEN	SCREEN

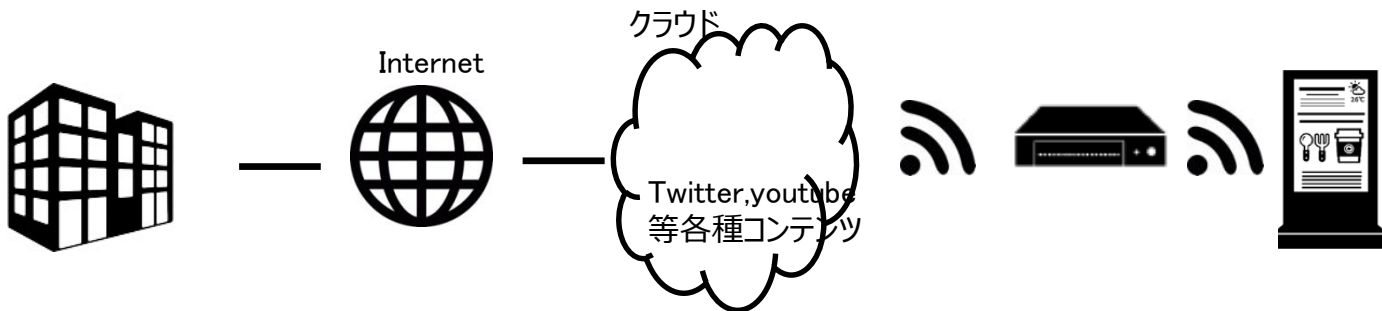


2. 特殊展開③クラウド型デジタルサイネージ実証実験

M 08 新宿



- 実施駅 : 丸) 新宿駅、千) 赤坂駅、銀) 虎ノ門駅
- 媒体 : 内照式看板 各駅1面=計3面
- 実施期間 : 2017年2月～
- 放映時間 : 7時～23時 ※看板点灯時間と同じ
- モニターサイズ : 65インチ フルHD
- 通信方法 : 無線通信 (Wi-Fiを使用)



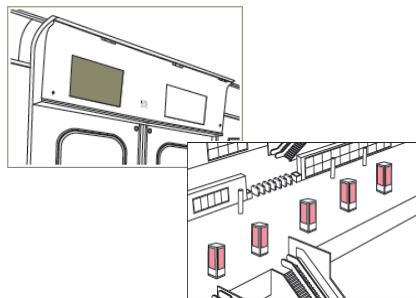
1. 東京メトロDOOHのご紹介及び新規設置媒体について

2. 展開事例のご紹介

3. 今後の取り組みについて

3. 今後の取組について

現在



(量的拡大)
面数については今後頭打ち。

今後



(量的拡大)
媒体開発
リプレイスの検討



(質的向上)
1週間全時間帯の予約型が主流。ダイナミックDOOHの事例の創出。



(質的向上)
ダイナミックDOOHの推進
広告取引の自動化

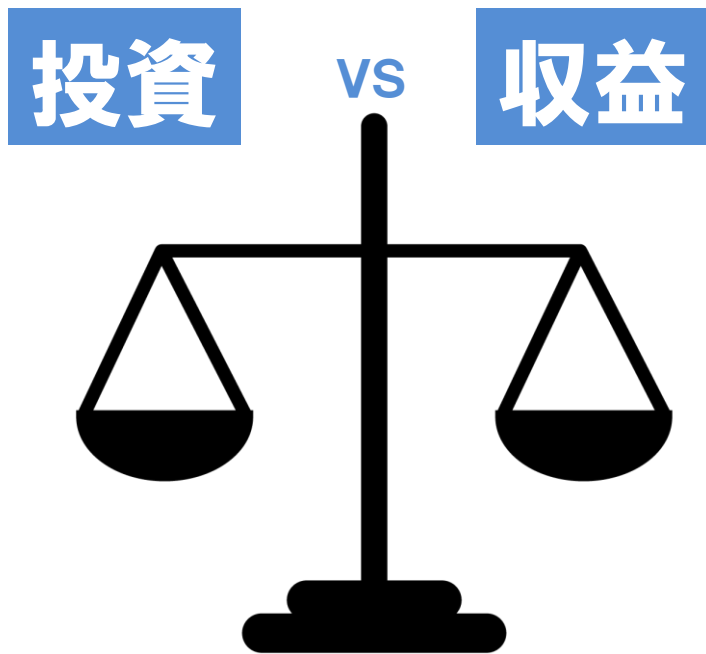
3. 媒体開発に関する取り組みについて



＜銀座線1000系特別仕様車＞
 ドア横ポスターと貫通部額面ポスターのDS化

- 1編成(2018年2月20日現在)
- 23.5インチ(ドア横)
18インチ(貫通部)
- 1920×1080
- 先頭車10面
中間車14面 計62面
※4号車除く
- それぞれ面別放映が可能

3. 媒体開発に関する取組について



やみくもに新規設置やリプレイスを行ってしまえば、投資額が膨大する一方で収益が追いついてこない…

市場は？

ポジショニングは？

ナショナルorローカル？

製品スペックは？

配信方法は？

3. 媒体価値向上の取組について





ご清聴ありがとうございました。

TOHOシネマズ株式会社と共同で、Metro Concourse Visionに おけるダイナミックDOOHの実証実験を開始します。

株式会社メトロ アド エージェンシー（本社：東京都港区、代表取締役社長 肥後 謙一）は、2018年1月29日（月）～2月4日（日）までの期間限定で、東京メトロの広告用デジタルサインージ「Metro Concourse Vision」において、コンテンツをリアルタイムで配信するダイナミックDOOHの実証実験を開始いたします。

今回の実証実験は、TOHOシネマズ株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 瀬田 一彦）と共同で行い、1月29日からの1週間、駅の最寄りにある映画館の満空情報をリアルタイムにMetro Concourse Visionに放映するというものです。東京メトロの広告用デジタルサインージに、webサイトや映画館内で表示しているようなリアルタイム性の高い満空情報をダイレクトに放映するのは今回が初の試みとなります。

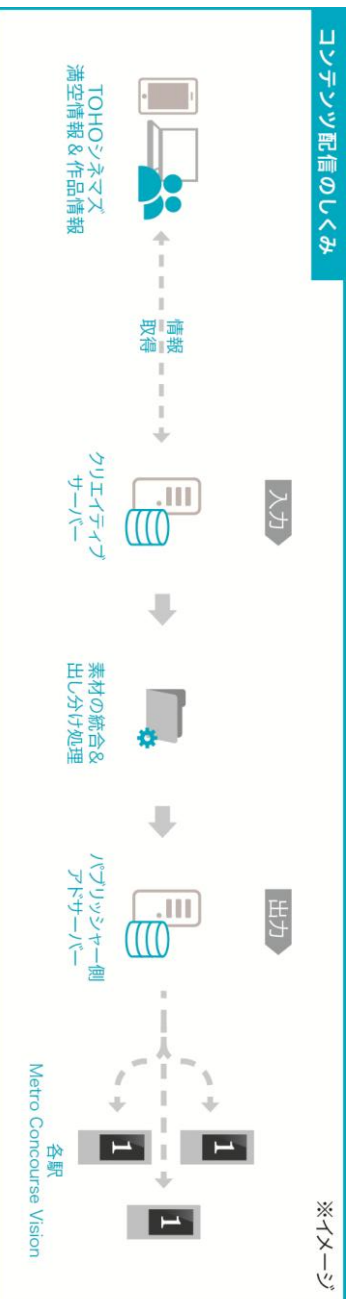
今回の取組みのように、デジタルサインージに店舗の満空情報をはじめとするタイムリーな情報発信が実現することで、駅利用者に対する潜在的なニーズ喚起と集客効果が期待できます。

今後メトロ アド エージェンシーは、交通広告の可能性を追求した新しい取組みを続けてまいります。

【実証実験概要】

- 実験期間：2018年1月29日（月）～ 2018年2月4日（日）
- 実験箇所：「Metro Concourse Vision」
 - 六本木駅 — 六本木交差点方面改札・西麻布方面改札
 - 銀座駅 — 銀座線松屋口改札・丸ノ内線改札内・日比谷線コンコース
 - 有楽町駅 — そごう口・銀座口改札

■ コンテンツ配信の仕組み



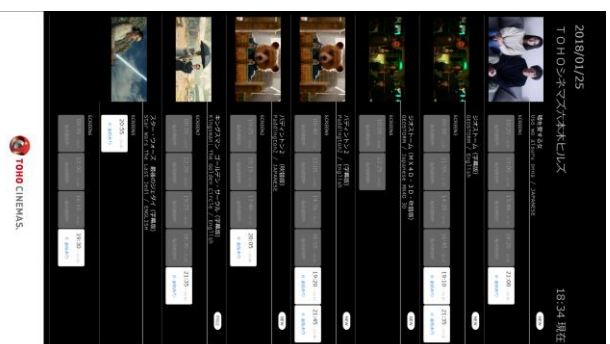
【Metro Concourse Visionについて】

東京メトロ駅構内の主要エリアの柱に連続で設置されたデジタルサイネージ。ネットクーポン販売や、単駅ジヤック販売など多様な商品構成となっています。動画や静止画の配信や、複数の連動したクリエイティブなコンテンツの配信も可能で、より多くの生活者に対しインパクトのある広告展開を実現いたします。



【ダイナミックDOOH 放映イメージ】

今ヒマ？



【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社メトロアドエージェンシー
営業本部 営業推進局 営業推進部 竹山 TEL: 03-5501-7986



Metro Ad Agency

株式会社メトロアドエージェンシー

Metro Ad Agency Co.,Ltd.

株式会社メトロアドエージェンシー

総務局総務部

〒105-0003 東京都港区西新橋1-6-21 NBF虎ノ門ビル
TEL:03-5501-7831

報道関係各位

2017年2月16日
株式会社メトロアドエージェンシー
代表取締役社長 肥後 謙一

東京メトロ 新宿駅、赤坂駅、虎ノ門駅で クラウド型デジタルサイネージシステムの実証実験を開始します

株式会社メトロアドエージェンシー（本社：東京都港区、代表取締役社長 肥後 謙一）は、このたび株式会社電算システム（本社：岐阜県岐阜市、代表取締役社長執行役員COO 田中 靖哲）の協力のもと、GoogleのChrome OS (TM) を搭載したSet Top Box（映像受信端末。以下、「STB」と言う。）である「ChromeboxCommercial（クロムボックスコマmercial）」と、それに対応したクラウド型デジタルサイネージシステム「StratosMedia（ストラタスメディア）」を使用した共同実証実験を、東京メトロ新宿駅、赤坂駅、虎ノ門駅の3駅にて開始いたします。

東京メトロの広告用デジタルサイネージにおいて、クラウド型の利用は史上初の試みであり、本実証実験を通じて、リアルタイムなコンテンツ配信や外部データ・コンテンツとの連携の活性化など、デジタルサイネージの新たな価値の創造や、広告価値をさらに高められる方式を模索していきます。

- ChromeboxCommercial（クロムボックスコマmercial）の特徴
 - ・小型である。
 - ・ファンレス仕様であるため、耐熱、耐塵性が高い。
 - ・従来のSTBに比べ安価。
- StratosMedia（ストラタスメディア）の特徴
 - ・クラウド型システムであるため、サーバーの構築が必要なく、低コストで、スピーディーな導入が可能。
 - ・コンテンツの作成から管理、配信までのシステムでの提供が可能。
 - ・Web上のリアルタイム情報と連携し、提供することが可能。
 - ・導入コンサルティングから保守・サポートまで、一貫したサービスの提供を受けられる。

● 実証実験内容
東京メトロの3駅の内照式看板の中に65インチディスプレイとSTBを設置し、StratosMedia（ストラタスメディア）で作成したコンテンツや番組を無線配信で放映する。

● 期間
2017年2月15日～2018年3月頃（予定）

● 実施駅
東京メトロ 新宿駅・赤坂駅・虎ノ門駅の計3駅（各駅詳細は次ページ）

【本リリースに関するお問い合わせ先】

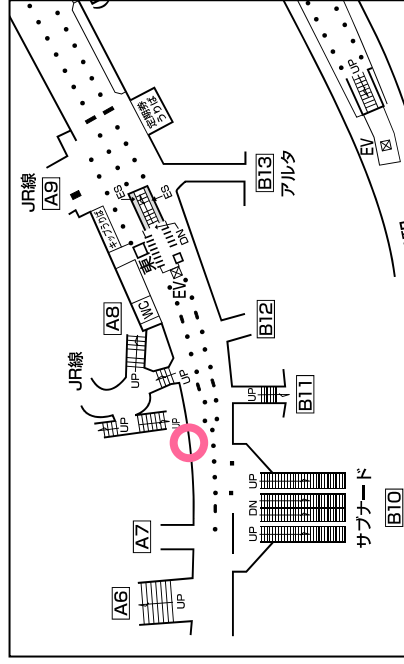
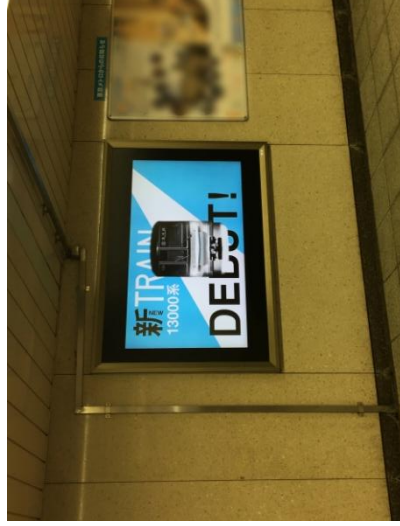
株式会社メトロアドエージェンシー

媒体本部 媒体戦略局 戦略企画部 浜田・上原 Tel. 03(6206)6790

● 実施駅詳細

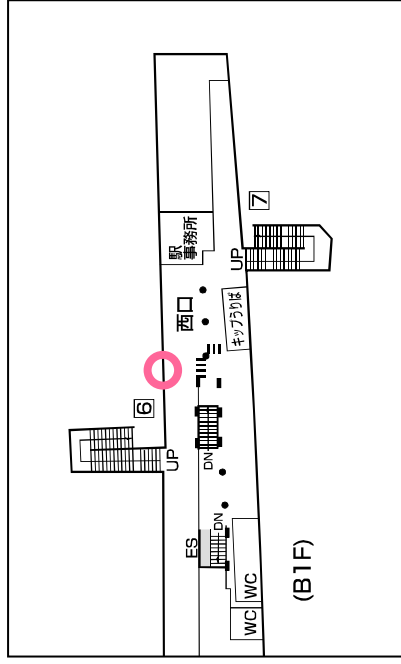
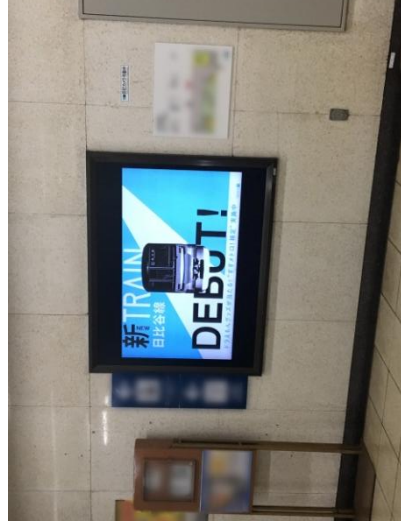
■ 新宿駅 実施概要

1. 設置箇所：東京メトロ丸の内線新宿駅 B11出口前 No.35看板内
2. 放映時間：7：00～23：00
3. 設置外観および設置場所：



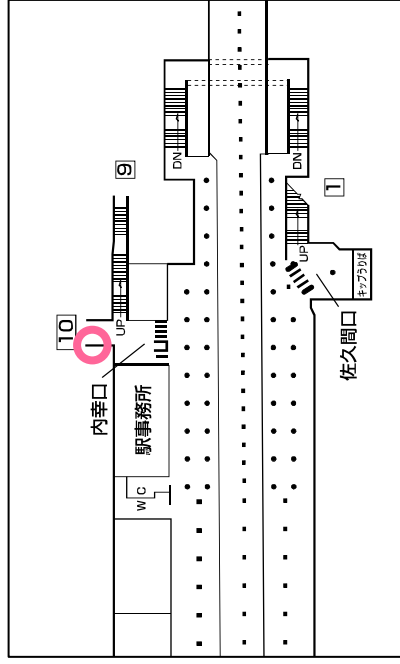
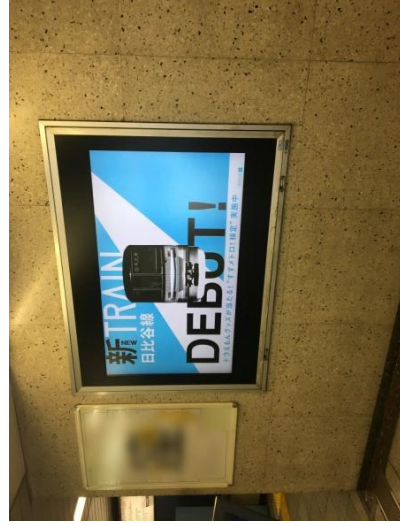
■ 赤坂駅 実施概要

1. 設置箇所：東京メトロ千代田線赤坂駅 西口改札外 No.34看板内
2. 放映時間：7：00～23：00
3. 設置外観および設置場所：



■ 虎ノ門駅 実施概要

1. 設置箇所：東京メトロ銀座線虎ノ門駅 内幸口改札外 No.19看板内
2. 放映時間：7：00～23：00
3. 設置外観および設置場所：



株式会社ローソンと共同で、Metro Concourse Vision における ダイナミック OOH の実証実験を開始します。

株式会社メトロアドエージェンシー（本社：東京都港区、代表取締役社長 肥後 謙一）は、2017年10月17日（火）～29日（日）までの期間限定で、東京メトロの広告用デジタルサイネージ「Metro Concourse Vision」において、コンテンツをリアルタイムで配信するダイナミック OOH の実証実験を開始いたします。

今回の実証実験は、株式会社ローソン（本社：東京都品川区、代表取締役社長 竹増 貞信）と共同で行い、10月17日からローソンが Twitter で開催する「からあげクン VS Lチキ、あなたはどっち派？ リツイートキャンペーン」の投票状況に応じて、クリエイティブを自動で生成し、Metro Concourse Vision で放映するというものです。東京メトロの広告用デジタルサイネージ、ソーシャルメディアの情報を連携させた広告展開は今回が初の試みとなります。

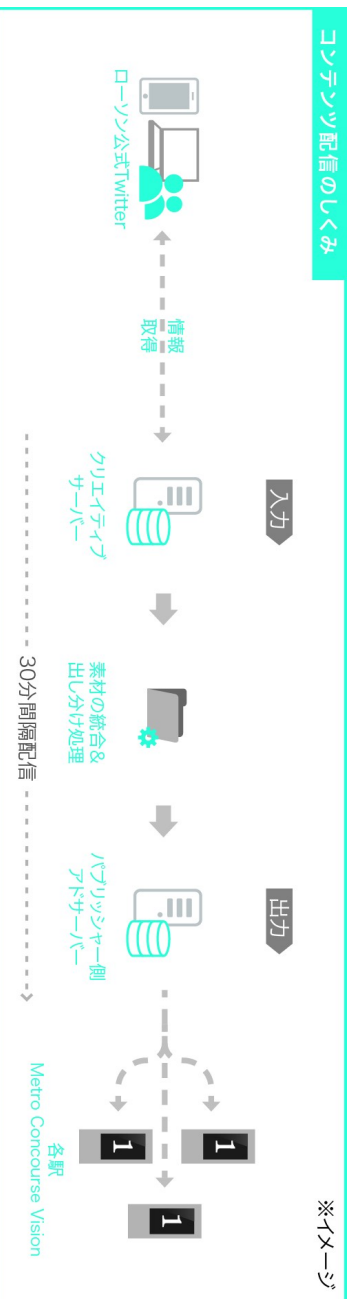
今回の取組みのように、デジタルサイネージとソーシャルメディアが連携することで、オンライン施策における新たな生活者への接点の創出、オンラインとオフラインを横断したコミュニケーションプランニングが可能となります。また、リアルタイム性のあるコンテンツを配信することで、従来の交通広告よりも深いコミュニケーション効果が期待できます。

【実証実験概要】

- 実験期間： 2017年10月17日（火）～ 2017年10月29日（日）
- ※ ダイナミック OOH 放映期間： 2017年10月23日（月）～ 2017年10月29日（日）

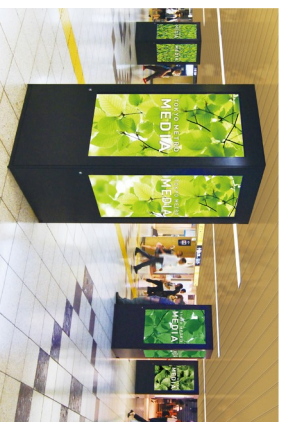
- 実験箇所： 「Metro Concourse Vision 1week スポット」 放映の 12 駅
銀座駅、溜池山王駅、新宿駅、池袋駅、六本木駅、恵比寿駅、
秋葉原駅、飯田橋駅、明治神宮前駅、豊洲駅、有楽町駅、高田馬場駅

■ コンテンツ配信の仕組み



【Metro Concourse Vision について】

東京メトロ駅構内の主要エリアの柱に連続で設置されたデジタルサインネーゾ。ネットワーク販売や、単駅ジャック販売など多様な商品構成となっております。動画や静止画の配信や、複数面の連動したフレキシブルなコンテンツの配信も可能で、より多くの生活者に対しインパクトのある広告展開を実現いたします。

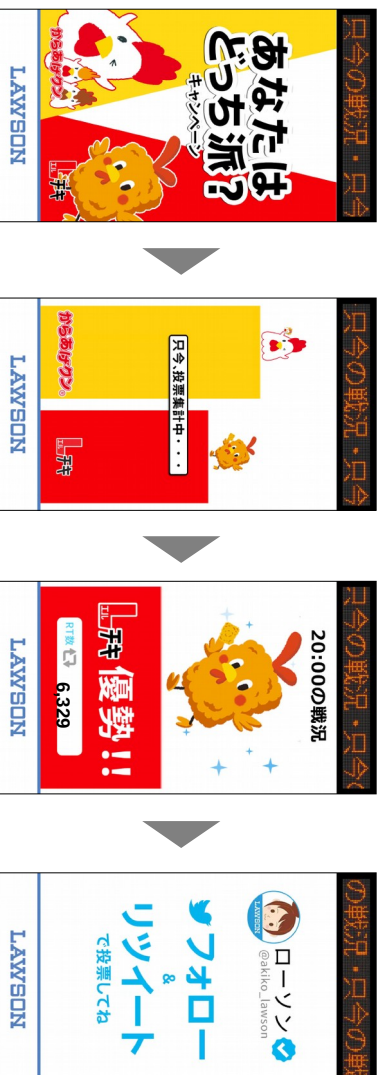


【からあげクン VS Lチキ、あなたはどっち派? リツイートキャンペーン 概要】

期間中、ローソン公式 Twitter アカUNT 「ローソン (@akiko_lawson)」 をフォローし、各キャラクターへ投票（対象ツイートをリツイート）頂いた方の中から抽選で以下の賞品をプレゼントいたします。

- プレゼント賞品：各キャラクター（からあげクン／エルチキンちゃん）のぬいぐるみ
- 当選人数：各ツイートをリツイートいただいた方の中から抽選で各1名（合計2名様）
- リツイート期間：2017年10月17日（火）10:00（予定）～ 2017年10月30日（月）23:59
※キャンペーン開始時刻は、ローソン公式アカUNTが対象ツイートをつぶやいてから開始となります。

【ダイナミック OOH 放映イメージ】



【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社メトロアドエージェンシー

営業本部 営業推進局 営業推進部 竹山 TEL 03-5501-7986



Metro Ad Agency

株式会社メトロアドエージェンシー

Metro Ad Agency Co.,Ltd.

株式会社メトロアドエージェンシー

総務局総務部

〒105-0003 東京都港区西新橋1-6-21 NBF虎ノ門ビル
TEL:03-5501-7831