
交通広告

ご案内資料

■交通広告とは

メリット

- **ターゲティングが可能**

不特定多数向けの媒体というイメージがありますが、掲出場所によりある程度ターゲットを絞ることが可能です

- **地域に密着した広報が可能**

エリアを絞って地域の生活者や通勤・通学者に対して広告掲出するため、地元密着した企業や店舗には効果的な広告の一つと言えます

- **反復効果で記憶に残りやすい**

通勤・通学で利用する交通広告は、毎日のように繰り返し目にすることにより、記憶に残りやすく、覚えてもらえる可能性が高くなります

- **信頼性があり親近感がわくメディア**

公共交通機関に掲載される交通広告は、広告表現に関する審査も厳しいため、信頼度が高いメディアです。日常的に接するため、商品やサービスに親近感を持ってもらいやすく、イメージアップにつながります

デメリット

- 掲出物の作成～媒体審査など掲載までに時間がかかる
- 他の広告との差別化が難しい
- 効果測定が難しい

■ 交通広告の種類

駅広告

駅構内やコンコースに掲出する広告です。利用者だけでなく通行人など、多くの人々に対して繰り返し露出できるため、認知度の向上や定着に非常に有効です。特に大きなターミナル駅では、1日に何万人もの人々が利用するためリーチが獲得できます。

< 駅広告メニュー一例 >

- 駅ポスター
- 駅看板
- 柱広告
- 大型ボード
- 自動改札広告
- ホームドア広告

車両広告

車両内・車両外に掲出される広告です。通勤・通学利用者をはじめとする乗客や、その沿線で生活する人へ訴求が可能です。車両空間に掲出されるため、強制視認性、広告接触数が高いことが特徴です。

< 車両広告メニュー一例 >

- 車内の中張り
- 窓ステッカー
- つり革広告
- 車内デジタルサイネージ
- 車体ラッピング

デジタルサイネージ

ディスプレイを使って、動画や静止画を放映する広告です。動画コンテンツは短時間で情報を伝えやすく、また音声出力が可能な媒体もあり、よりインパクトのある訴求が可能です。様々なクリエイティブを放映出来ることから、非常に人気の媒体です。

< デジタルサイネージ広告メニュー一例 >

- 電車内サイネージ
- 駅構内サイネージ
- 駅大型ビジョン

バス広告

バス車内・バス車外に掲出される広告です。通勤・通学はもちろんのこと、地域に根差した乗り物のため、電車よりもローカルな展開が可能です。反復効果が期待でき、乗降客の記憶に残りやすいことが特徴です。

< バス広告メニュー一例 >

- 窓上広告
- 車内アナウンス
- 車内デジタルサイネージ
- 車体全面ラッピング
- 車体後部ラッピング

タクシー広告

タクシーを利用した広告です。タクシーは高所得者の利用率が高いため、富裕層向けのBtoC広告や経営者向けのBtoB広告が適しています。閉鎖空間のため、視認性が高いことが特徴です。

< タクシー広告メニュー一例 >

- 車内広告
- 車外広告
- 座席後ろのアドケース
- 助手席背中部分のデジタルサイネージ

空港広告

空港内に掲出される広告です。レジャー目的の比較的经济力がある利用者や、ビジネスマンへ効果的に訴求ができます。インバウンド向けの広報にも最適です。

< 空港広告メニュー一例 >

- 電照看板
- デジタルサイネージ
- バナー広告
- ブッシュカート広告
- イベントプロモーション