

電車内で各駅の魅力を知ることが出来る電車内窓ビジョン広告の提案

山下愛加

大妻女子大学 社会情報学部 情報デザイン専攻

1. はじめに

現在、電車は、日本の代表的な交通機関の一つである。電車に乗ると、中吊り広告、窓上ポスター、ドア横ポスター、ステッカー広告(図 1.1)などと数多くの広告が目に入る。多くの人が利用する交通機関だからこそ、電車媒体は効果性の高い媒体だ。しかし、上記のような広告は静的な広告であり、車内ビジョン(図 1.2)のような動きによって宣伝効果を高める動的広告は、静的広告と比べてまだ数は少ないのが現状だ。

2020 年に開催される東京オリンピック・パラリンピックでは、世界中から色々な国籍、年齢、職業、身体特性の方が、東京を訪れるために電車を利用する。そこで「東京の駅の魅力を知ってもらうこと」を目的に、電車内の動的広告を新しく提案する。

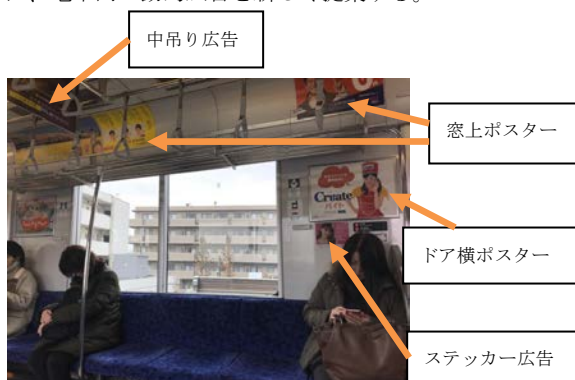


図 1.1 電車内広告



図 1.2 電車内ビジョン

2. 関連研究

関連研究として、「電車内ビジョン広告の効果」[1]がある。この研究は、鉄道広告が、首都圏では接触率の高い媒体だということから、動的な電車内ビジョンの効果はどの程度かという研究である。調査の結果、視聴率、広告到達率、広告関心度、購入意向喚起度の全てにおいて、非常に高い効果があると述べられている。一方、本提案内容は、電車ビジョンより更に電車全体の窓を使った、各駅の魅力を知ることが出来る大きなディスプレイでの動的広告の提案である。

3. 実現方法

構成図を図 3.1 に示す。方法は、電圧をかけることで光の拡散度と着色度に変化する特殊な調光フィルムを 2 枚のガラスで挟み込む。電圧をかけるとスクリーンは透明になり、電圧を切ると透過型スクリーンにすることが出来る。[2]

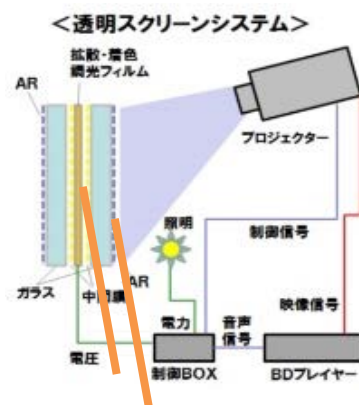


図 3.1 本提案の構成図

このスクリーンを用いて、JR 東日本 列車ロケーション情報(※)を利用して、走行中の列車が駅に近づく区間でプロジェクターから次に停車する駅の写真を投影する。[3]

4. 投影する画像

本提案の内容は、電車の窓ガラスを透明のディスプレイ窓にすることである。

窓に映る画像は、各駅の風景写真や周辺の観光スポット、歴史的建造物などの写真である。人が座った時、写真は見えやすくするために窓上1/2を使って投影する。(図 4.1)電車の走行間に、次に停車する駅の風景写真などが、車両の窓全体(開閉する窓は除く)を使って前から後ろへ流れるように写真が映し出されて行く。(図 4.2)

例えば、次に停車する駅が渋谷駅の場合、走行中に渋谷駅の人気観光スポットであるスクランブル交差点の写真が窓を流れる。東京に訪れた観光客にとっては渋谷駅の魅力が視覚的に伝わる。

また、通学・通勤者が多い朝(午前7時から9時などの限られた時間帯)は、渋谷駅付近のお店の当日限定クーポンが窓を流れ、そのクーポンを写真に撮ってお店に見せることで割引が効く。



図 4.1 電車内窓ビジョンのイメージ図(ドア~窓)



図 4.2 電車内窓ビジョンのイメージ図(窓メイン)

写真自体は Instagram、Twitter などから募集をかけ(図 4.3)、投稿された写真の中から運営側が厳選したものを日替わりで投影する。



図 4.3 Instagram・Twitter からの投稿

日替わりにすることで、毎日同じ電車、車両を利用する人であっても楽しむことが出来るし、自分の撮った写真が実際に電車の窓に映し出されるかもしれないと胸を膨らませる人も増え、知名度が高い駅から低い駅も含めた1つ1つの駅の魅力を知ろうとするきっかけにもなる。

5. 期待される効果

電車全体の窓を使った動的なディスプレイでの動的広告による効果は以下がある。

①大画面で一般の方の実際に撮った写真を流れる様に見ることは、大きなインパクトがあり印象に残る。(図 5.5)



図 5.1 つり革に捕まった目線から見た写真の大きさ (駅近くの公園の花を投影した場合)

②「聞いたことがあるけど降りたことはない〇〇駅」

や「何もなさそうな〇〇駅」という印象が、写真を見ることによって「ここに行ってみよう」と思うきっかけになる。

③それぞれの線によって違いはあるが、電車の駅から駅までの走行区間の時間に大きな差はないので、知名度が高い駅から低い駅まで平等に魅力を伝えることが出来る。

以上により、電車に乗った多くの人の観光や、通勤、通学などに楽しさを加えられることが出来る。

6. まとめ

本稿では、電車内で各駅の魅力を知ることが出来る電車内窓ビジョン広告の提案をした。本提案は、1つ1つの駅の魅力が伝わり知ることが出来ることによって、電車に乗った多くの人の観光や、通勤、通学などにも楽しさを加えられることを可能にする。

また、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックでは、世界中から色々な国籍、年齢、職業、身体特性の方が、東京を訪れるために「電車」を利用するため、よりオープンデータ協議会の目標とされている『世界一複雑とも言われる「東京」の公共交通を誰もがスムーズに乗りこなせるようにすること』を手助けすることが出来る。

7. 参考文献

[1]<http://www.movie-times.tv/study/statistics/5547/>

[2]<http://tech.nikkeibp.co.jp/dm/atcl/event/15/090600076/100300019/?ST=health>

[3]<http://blue-rose.plala.jp/train/>

(※) JR 東日本 列車ロケーション情報の URL

[https://api-tokyochallenge.odpt.org/api/v4/odpt:Train?odpt:operator=odpt.Operator:JR-East&acl:consumerKey=\[%E7%99%BA%E8%A1%8C%E3%81%95%E3%82%8C%E3%81%9F%E3%82%A2%E3%82%](https://api-tokyochallenge.odpt.org/api/v4/odpt:Train?odpt:operator=odpt.Operator:JR-East&acl:consumerKey=[%E7%99%BA%E8%A1%8C%E3%81%95%E3%82%8C%E3%81%9F%E3%82%A2%E3%82%)

AF%E3%82%BB%E3%82%B9%E3%83%88%E3%83%BC%E3%82%AF%E3%83%B3/YOUR_ACCESS_TOKEN]