

生活者と、もっと“つながる”メディアへ進化 [Metro Wall Vision]

進化し続ける東京メトロのデジタルメディア Metro Wall Visionのご紹介



人々のコミュニケーションが変化していくなかで、東京メトロの交通メディアも進化しています。液晶モニターを採用した新型車両導入に伴い、車内で初の映像放映(下図・左)を開始。その後、丸ノ内線にホームドアが新設されたタイミングで、主要6駅のホームでデジタルメディア(下図・中央)を設置。さらに、地下鉄ならではの柱を活かしたデジタルメディア(下図・右)の運用が始まりました。そしてついに、リアルタイム配信を可能にした新しいデジタルメディア、Metro Wall Vision(MWV)が登場。この春より、19駅23エリアでネットワーク展開していきます。



Tokyo Metro Vision (TMV)



M Station Vision (MSV)



Metro Concourse Vision (MCV)

リアルタイム配信事例(実証実験)



2019年8月6日(火)から8月9日(金)にかけて、株式会社ookamiから提供されるスポーツコンテンツを配信。メトロ全10駅13エリアで野球の試合の得点状況をリアルタイムで放映し、対戦結果や試合日程もフォロー。2020年4月の本格稼働に向け、運用の改善を重ねました。

<Metro Wall Visionの特性>

■ 液晶モニター最大クラス80インチ横型を採用

改札付近や人の流れの多いコンコースの壁面に液晶モニターでは最大クラスの80インチ横型画面(表参道駅は55インチ×4面:160インチ相当)を設置して、広告認知を高めています。

■ ネット広告連動などフレキシブルな対応力

WEB画面のダイレクト表示が可能で、ネット広告と連動させるなどクロスメディア戦略の強化に貢献。Youtubeなどに見られる「5秒広告放映」にも対応し、素材流用の幅が広がります。アクティブでインターネット利用頻度の高い都市型ビジネスパーソンに訴求力を発揮します。

■ 気になる情報をタイムリーに発信

例えば、メトロ沿線にある人気レストランのランチ・ディナー情報や、映画館の空席状況、ショップのタイムセール情報など、忙しい都市生活者の「知りたい」情報をタイムリーに発信、店舗誘導も期待できます。



ボルボ・カー・ジャパン株式会社



サッポロビール株式会社



日本調剤株式会社



国土交通省 国土政策局 地方振興課 半島振興室

生活者と、もっとつながるメディアへ

スマートフォンの普及やSNSが浸透した現代では、通常のマスメディアでメッセージを届けることがますます難しくなっています。このような状況の中、移動時間のひとときに訴求できる駅メディアの可能性をもっと広げるべく、今後は最新の通信ネットワーク活用を踏まえながら多種多様なコンテンツを配信し、刻々と変わる街中のニーズに「リアルタイム」に対応することで、社会・企業と東京メトロ利用者をつないでいくメディアを目指します。

今回のメディアは… [Metro Wall Vision]

■ メディア概要

- ・モニターサイズ: 80インチ液晶モニター (表参道駅は55インチ×4面:160インチ相当)
- ・駅・エリア: 19駅23エリア(2020年4月時点)
- ・放映期間: 1週間
- ・放映開始: 月曜日

[1weekスポット]

- ・販売単位: 15秒1枠 (5秒放映素材の場合は3回に分けて放映)
- ・販売枠数: 4枠
- ・広告料金: 1,200,000円(税別)

[1weekジャック]

- ・販売枠数: 1枠
- ・広告料金: 3,000,000円(税別)

※詳細は下記までお問い合わせください(弊社ホームページトップの右上にある「東京メトロ交通メディアの紹介」からもご覧いただけます)。

発行・お問い合わせ

株式会社メトロアドエージェンシー 媒体本部

〒105-0003 東京都港区西新橋1-6-21 NBF虎ノ門ビル7階
TEL 03-5501-7835 FAX 03-3593-6150
http://www.metro-ad.co.jp