

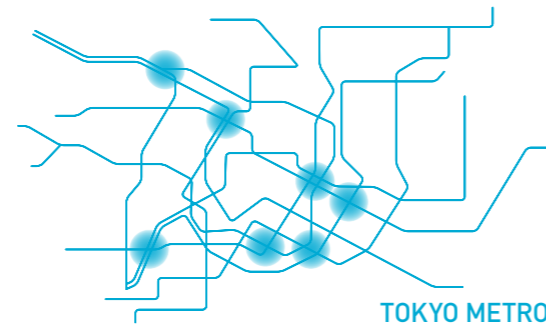


ビジネスパーソンに強い東京メトロ

—MEDIA FOR BUSINESS PERSON—

大企業が集まるエリアをつなぐ東京メトロ。
高い購買力を持つ多くのビジネスパーソンへ、
より強く効率的にアプローチできます。

BtoB広告はもちろん、BtoCにも最適なメトロメディア。
20代~60代の男女に向けてさまざまな業種の広告主が、
広告を出稿しています。大企業の密集エリアを結ぶ東京メ
トロは、ビジネスパーソンの導線。毎日の通勤のなかで自然
と目に触れる媒体です。身近な日用品から高額品まで、
さまざまな商品の情報源として活用されています。



TOKYO METRO

主要駅利用ビジネスパーソン/周辺ビジネスエリア* データ

*駅周囲500m圏内より集計

大手町

ビジネスパーソン(男女合計)
484,616人
(全体利用者599,980人)

男性 **326,575人**
女性 **158,041人**

従業員数別	事業所数
300人~	24 事業所
100~299人	41 事業所
50~99人	44 事業所
10~49人	243 事業所
~9人	348 事業所

合計 **700** 事業所

池袋

ビジネスパーソン(男女合計)
384,978人
(全体利用者603,528人)

男性 **231,658人**
女性 **153,320人**

従業員数別	事業所数
300人~	4 事業所
100~299人	17 事業所
50~99人	29 事業所
10~49人	440 事業所
~9人	787 事業所

合計 **1,277** 事業所

表参道

ビジネスパーソン(男女合計)
288,291人
(全体利用者390,459人)

男性 **169,174人**
女性 **119,117人**

従業員数別	事業所数
300人~	3 事業所
100~299人	8 事業所
50~99人	14 事業所
10~49人	167 事業所
~9人	454 事業所

合計 **646** 事業所

日本橋

ビジネスパーソン(男女合計)
279,902人
(全体利用者348,579人)

男性 **177,169人**
女性 **102,733人**

従業員数別	事業所数
300人~	21 事業所
100~299人	46 事業所
50~99人	61 事業所
10~49人	458 事業所
~9人	854 事業所

合計 **1,440** 事業所

銀座

ビジネスパーソン(男女合計)
267,113人
(全体利用者368,982人)

男性 **143,372人**
女性 **123,742人**

従業員数別	事業所数
300人~	10 事業所
100~299人	30 事業所
50~99人	62 事業所
10~49人	535 事業所
~9人	1,257 事業所

合計 **1,894** 事業所

北千住 (千代田線)

ビジネスパーソン(男女合計)
226,223人
(全体利用者311,083人)

男性 **154,073人**
女性 **72,149人**

従業員数別	事業所数
300人~	1 事業所
100~299人	3 事業所
50~99人	12 事業所
10~49人	140 事業所
~9人	386 事業所

合計 **542** 事業所

ビジネスパーソンに強い東京メトロ

データで見える東京メトロ
ビジネスパーソンに強い東京メトロ

飯田橋 T Y N

ビジネスパーソン(男女合計) **221,327人**
(全体利用者327,901人)

男性 **143,821人**
女性 **77,506人**

従業員数別 事業所数	
300人~	8 事業所
100~299人	19 事業所
50~99人	21 事業所
10~49人	175 事業所
~9人	455 事業所

合計 **678** 事業所

茅場町 H T

ビジネスパーソン(男女合計) **214,012人**
(全体利用者264,880人)

男性 **152,756人**
女性 **61,256人**

従業員数別 事業所数	
300人~	8 事業所
100~299人	29 事業所
50~99人	45 事業所
10~49人	290 事業所
~9人	794 事業所

合計 **1,166** 事業所

霞ヶ関 M H C

ビジネスパーソン(男女合計) **212,829人**
(全体利用者259,605人)

男性 **156,910人**
女性 **55,919人**

従業員数別 事業所数	
300人~	18 事業所
100~299人	12 事業所
50~99人	14 事業所
10~49人	98 事業所
~9人	239 事業所

合計 **381** 事業所

赤坂見附 G M

ビジネスパーソン(男女合計) **211,214人**
(全体利用者256,455人)
※永田町駅からの乗り換え含む

男性 **136,837人**
女性 **74,377人**

従業員数別 事業所数	
300人~	7 事業所
100~299人	17 事業所
50~99人	19 事業所
10~49人	150 事業所
~9人	382 事業所

合計 **575** 事業所

事業所数:「平成26年経済センサス」より技研商事インターナショナル株式会社「MarketAnalzer」で集計

東京メトロ 各駅利用*ビジネスパーソン数 TOP25 (2016年度1日平均) ※駅利用=乗降+乗り換え

ビジネスパーソン(男女合計)			男性ビジネスパーソン			女性ビジネスパーソン		
順位	駅名	人数	順位	駅名	人数	順位	駅名	人数
1	大手町	484,616人	1	大手町	326,575人	1	大手町	158,041人
2	池袋	384,978人	2	池袋	231,658人	2	池袋	153,320人
3	表参道	288,291人	3	日本橋	177,169人	3	銀座	123,742人
4	日本橋	279,902人	4	表参道	169,174人	4	表参道	119,117人
5	銀座	267,113人	5	霞ヶ関	156,910人	5	日本橋	102,733人
6	北千住 (千代田線)	226,223人	6	北千住 (千代田線)	154,073人	6	上野	79,435人
7	飯田橋	221,327人	7	茅場町	152,756人	7	飯田橋	77,506人
8	茅場町	214,012人	8	飯田橋	143,821人	8	赤坂見附	74,377人
9	霞ヶ関	212,829人	9	銀座	143,372人	9	永田町	72,457人
10	赤坂見附	211,214人	10	新橋	136,950人	10	北千住 (千代田線)	72,149人
11	新橋	201,864人	11	赤坂見附	136,837人	11	溜池山王	67,134人
12	上野	201,599人	12	豊洲	125,812人	12	有楽町	66,340人
13	永田町	185,416人	13	上野	122,164人	13	新橋	64,914人
14	有楽町	185,277人	14	有楽町	118,936人	14	茅場町	61,256人
15	豊洲	175,017人	15	九段下	115,484人	15	新宿三丁目	58,649人
16	九段下	170,859人	16	東京	114,008人	16	新宿	58,059人
17	新宿三丁目	165,291人	17	永田町	112,959人	17	霞ヶ関	55,919人
18	新宿	163,965人	18	新宿三丁目	106,643人	18	九段下	55,375人
19	溜池山王	154,038人	19	新宿	105,906人	19	三越前	54,237人
20	日比谷	153,049人	20	日比谷	100,076人	20	恵比寿	53,949人
21	東京	152,051人	21	西日暮里	97,774人	21	日比谷	52,973人
22	渋谷 (銀座線)	142,056人	22	渋谷 (銀座線)	93,521人	22	明治神宮前(原宿)	51,273人
23	西日暮里	129,931人	23	四ツ谷	91,765人	23	豊洲	49,205人
24	高田馬場	128,669人	24	溜池山王	86,904人	24	渋谷 (銀座線)	48,535人
25	三越前	124,258人	25	門前仲町	82,859人	25	高田馬場	46,314人

※東京地下鉄「平成28年度運輸統計年報」(2016年度実績)を基に作成
※人数は割合から算出したものであり、端数処理のため合計が合わない場合があります。

データで見える東京メトロ
ビジネスパーソンに強い東京メトロ



MEDIA FOR BUSINESS PERSON

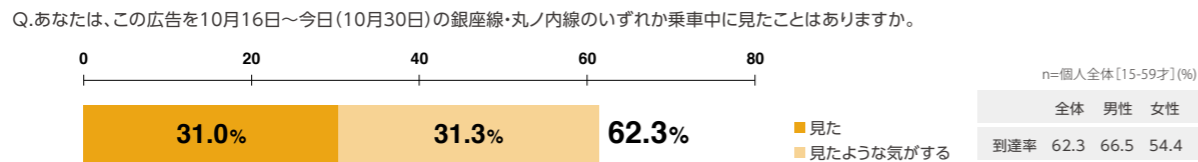
ケーススタディ〈データ&インタビュー〉

貸切電車「Uライナー」で世界観をダイナミックに展開 「まだ見ぬ空へ —ターキッシュ エアラインズで—」

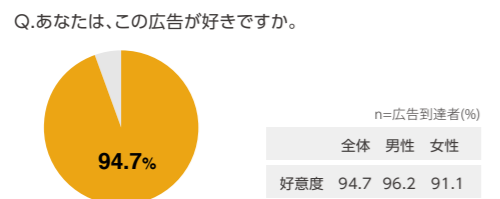


広告主 ターキッシュ エアラインズ 掲載期間 2017年10月16日(月)~10月31日(火)
 使用媒体 Uライナー [銀座線・丸ノ内線]

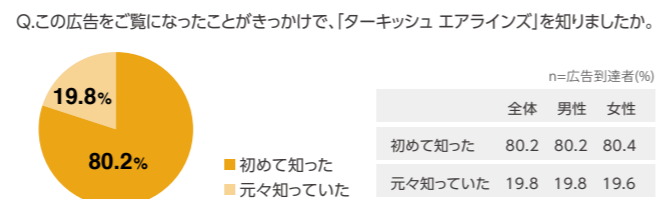
広告到達率



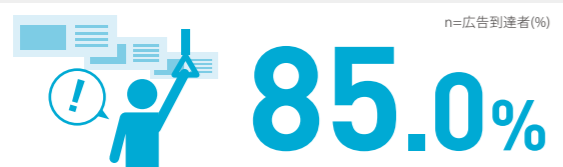
広告好意度



認知度



「この広告展開は目立つ」



「この広告の写真は印象に残る」



INTERVIEW

ターキッシュ エアラインズ 東京支社 ご担当者様

ビジネス、カルチャー、エンターテインメントの中心地を横断する利用価値の高いメディア

世界観・メッセージがしっかりと伝わる仕組みを活用

ターキッシュ エアラインズ (以下、TA。2014年にトルコ航空より改称) は、日本に就航して間もなく30周年を迎えますが、まだご存じない方や、トルコに行くためだけの航空会社だと思われる方も多くいらっしゃいました。今回の広告では、就航国数ナンバーワン(120カ国300都市)ということや、経由地のイスタンブールからヨーロッパのほとんどの都市に4時間以内で行けるといった条件の良さも含めて、TAのことをより知っていただくことを目的としていました。そのためトルコだけでなく、TAが飛んでいるさまざまな国の景勝地や食、文化、スポーツなどを切り取った複数のクリエイティブを用意し、「TAでできること」を幅広くご紹介しました。そうした広告の意図を実現する上で、すべての車内メディアを独占的に使える「Uライナー」は理想的でした。雑多な風景に紛れることなく、均一のクリエイティブで飽きられることもなく、インパクトと同時にTAの世界観をダイナミックに展開することができたのです。今回私たちは、「旅がしたい」と思っている人だけをターゲットにしたのではなく、広く一般にTAのメッセージを届けたかったので、都心の主要な商業地を網羅しているメトロの媒体はメディア戦略の中でも重要な位置づけでした。多くのビジネスパーソンをはじめ、文化や娯楽に関心の高い幅広い層の方々

リーチできる、利用価値の高いメディアだと思っています。

車内の閉じられた空間は、最高のプレゼンテーションの場

おかげさまで、この広告をきっかけにTAを認知いただいた方が非常に多く、調査結果の数字には私たちも驚いています。また、今回は特にキャンペーン仕立てではなく純粋な広告展開だったのですが、「SNSで拡散したい」と思ってくださった方が多かったのも特徴的でした。車内という閉じられた空間で魅力的な旅のプレゼンテーションができたことで、多くの方が反応してくれたのはとてもうれしいことです。また、今回の広告は本国トルコで制作されたものを日本で展開したのですが、大胆な広告手法でビジュアルのインパクトを十分に引き出したことにも満足しています。

大胆でアクティブな広告展開は、ターキッシュ エアラインズそのもの

政情不安や地政学的な問題もあり、ここ最近、各旅行会社様はトルコおよびトルコ経由の商品販売を控えていましたが、「TAさんがこんなに元気なんだったら」と、この広告をきっかけにツアーが再開されたケースもありました。今後はこれまで中心だったグループ旅行のお客様だけでなく、個人旅行や、もっと若い方にもTAをご利用いただきたいという方針がありますので、今回の施策はその足掛かりとして非常にいいスタートを切ったという感触があります。

■ 広告効果測定調査概要

〈調査日〉2017年10月30日(月) 〈調査方法〉インターネット調査 〈調査対象〉調査日当日に当該路線を利用した15~59才男女 〈サンプル数〉300サンプル