

## トラック側面利用広告の広告効果に関して

大都市圏では内照式でスピーカーを備えた広告宣伝車が大きな広告効果をあげていますが「通常トラックの側面を利用して、安価で大きな広告効果をあげられないものでしょうか」

・ 広告効果指標 (DEC) なるものが米国では弊社のエピック社が掲げて確立していましたが、日本の効果評価はCPM等が主流を占めており、DEC指標 (1日の有効通行量) は研究中でした。  
・ この指標 (DEC) は、屋外広告物の中では、特にトラックの広告効果指標として、大いに役に立つものですし、**指標 (DEC) データは国土交通省が3年毎に発行しています「道路交通センサス」を基に作成**されていますので、クライアントに対しても説得力がありますし、非常に信憑性があります。

・ **トラックの側面利用広告は人の目線で移動**しますので、他の媒体と違い、特に携帯ゲーム等をしている若年層は動体視力が長けていますので、認知度が非常に高くなります。よって、これからのトラック側面利用広告市場は、大型看板の規制強化に伴い、大きな市場になるでしょうし、当然広告価値は再評価される事になるでしょう。

・ では通常トラック (夜間でなく昼間に走行) を利用して照明・スピーカー無しに広告効果が挙げられるのかのご質問に対しては、特に団塊世代で定年退職を迎えた多くの人々 (人口比率では逆ピラミッド) は、昼間 (夜間でなく) に散歩・ショッピングをしますので、広告効果は満足のいくものになるのではないかと推測します。

例えば、**通常トラックが運送で東京23区の道路を昼間に東端から西端まで走行**したとしますと、**約50万人以上の人**が**トラックの側面広告を見る事**になります。

・ トラックは全国で675万台以上 (営業車約100万台+自家用車約575万台) ありますが、トラックの側面を利用して第三者広告を出すには都道府県の屋外広告条例がありますので、許可地域・禁止地域・制限地域が設けられており、各自治体に対して確認が必要となります。

・ 禁止制限地区は主に関東圏 (一都六県) に集まっており、弊社はトラック側面を使用した第三者広告を各自治体に解禁して頂く為に、**ラップトラック推進協会を平成23年2月に発足 (幹事会社:東興輸送株式会社様)** させました。

・ 広告で使用される**媒体露出段階の基本的な効果指標として、DEC 指標を国土交通省発行の「道路交通センサス」を利用して作成できる事により、指標の標準化が諮られ、北は北海道から南は沖縄まで、トラック側面利用広告が全国展開ができる**うえに、クライアント様には具体的に何人の人が、この広告を見る事が出来るのか指標を提示する事が出来ます。

平成 25 年 2 月 吉日

ラップトラック推進協会

(ビルボード・システム・ジャパン株式会社内)

代表幹事:有本譲二