

報道関係各位

2010年(平成22年)3月31日

株式会社オリコム

代表取締役社長 正盛和彦

黄金の電車、銀座線を走る。特殊企画「ゴールドバーのつり革」を実施。

株式会社オリコム(本社:東京都港区、社長:正盛和彦、資本金1億6,500万円)は、2010年4月2日(金)より4月末日まで東京メトロ銀座線で、株式会社徳力本店(本社:東京都千代田区、社長:山口純、資本金1億円)の、同社のシンボルマークであるゴールドバーをつり革に見立てた特殊企画を実施します。

この企画は、乗客が何気なく手にするというつり革の媒体特性を活かして、ゴールドバーを電車に揺られる乗客に握っていただくことで、金と同社をアピールします。春・夏に店舗にて実施する催事に先駆けて、企業認知と好感度を高めることを狙いとし、特に店舗が所在している東京メトロ銀座線車内の乗客にアピールします。

つり革広告は電車内の長期掲出媒体としては、最も広告注目率(※東京メトロ調べ)が高いことで知られ、広告主が1社に絞られることから、ブランディングに最適です。この黄金の電車は期間中、1日あたり5編成走ります。

走行ダイヤ等媒体に関する詳しいことは、株式会社オリコム 交通メディア局:担当飯沼(いぬま) 電話03-6733-2330までお問い合わせください。

企画背景・意図については株式会社オリコム 営業本部:担当 小家(こいえ) 電話03-6733-2145までお問い合わせください。

参考データ:東京メトロ銀座線つり革広告 6両編成(232箇所)×5編成に掲出。

掲出期間:4月2日~4月30日。 広告注目率は20%と、ステッカー(15%)

まど上広告(14%)などを超える。2007年東京メトロ調べ n=369

※本リリースに関するお問い合わせは、下記までお願い致します。

株式会社オリコム 経営企画局 桜井
TEL:03-6733-2021

「ゴールドバーのつり革」の掲出イメージ

