



2017年3月17日

(29-7)

東急エージェンシー、ビーコン技術を活用し電車内の広告を 拡張する新規メディアを開発

～AIRDOが実証実験の第一弾として、TOKYU OOHとLINE Beacon
の試験的取り組みに参加し東急東横線・みなとみらい線にて3月20日
から北海道航空券プレゼントキャンペーンを展開～

株式会社東急エージェンシー(本社：東京都港区 取締役社長：桑原常泰)は、「LINE Beacon」の技術を活用し、電車内における中づり広告とコミュニケーションアプリ「LINE」を組み合わせた新たな広告商品の実証実験を開始します。その実証実験の第一弾として、株式会社AIRDOが企画した「北海道へ行こう！当たる2week!キャンペーン」を3月20日から東急東横線とみなとみらい線にて展開します。鉄道における「LINE Beacon」を活用した取り組みは日本初となります。

こちらの詳細、ならびにお問い合わせ先は、別紙のとおりです。

2017年3月17日
株式会社 AIRDO
株式会社東急エージェンシー

報道関係各位

【共同リリース】

**東急エージェンシー、ビーコン技術を活用し電車内の広告を拡張する新規メディアを開発
AIRDO が実証実験の第一弾として、TOKYU OOH と LINE Beacon の試験的取り組みに参加し
東急東横線・みなとみらい線にて3月20日から北海道航空券プレゼントキャンペーンを展開**

株式会社東急エージェンシー（以下「東急エージェンシー」）は、「LINE Beacon」^(※1)の技術を活用し、電車内における中づり広告とコミュニケーションアプリ「LINE」を組み合わせた新たな広告商品の実証実験を開始します。その実証実験の第一弾として、株式会社 AIRDO（以下「エア・ドウ」）が企画した「北海道へ行こう！当たる2week！キャンペーン」^(※2)を3月20日から東急東横線とみなとみらい線にて展開します。鉄道における「LINE Beacon」を活用した取り組みは日本初となります。

※1 LINE Beacon

「LINE Beacon」は、LINE 株式会社が運営するコミュニケーションアプリ「LINE」上で、街中などに設置された Beacon 端末からの信号情報と連動して、ユーザーとコミュニケーションを行うことのできるサービスです。

※2 「北海道へ行こう！当たる2week！キャンペーン」

エア・ドウ LINE 公式アカウントを友だち追加してキャンペーンサイトからエントリーすると、抽選で10名様に東京⇄北海道の往復航空券、100名様に HOKKAIDO SOUP SET が当たるエア・ドウのキャンペーンです。

【実施の背景】

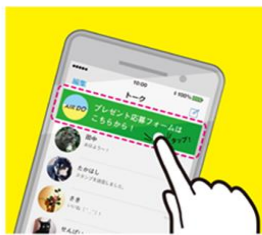
近年、電車内の過ごし方としてスマートフォンを利用する乗客が増加しています。東急エージェンシーでは、このような生活者の行動様式に即して効果的な情報配信モデルを模索するため、既存の交通広告とスマートフォンを連携させることで電車内での情報接触体験を進化させる新しいメディアの実証実験を開始します。また、エア・ドウではこれまで「LINE」を活用して、LINE スタンプなどのコミュニケーションにとどまらず、エアライン初（LINE 調べ）の「LINE」による搭乗サービスの提供など、さまざまな取り組みを進めてまいりました。今回は、生活者に幅広く浸透している「LINE」をプラットフォームとして活用し、交通広告の新しい可能性に実証的に挑戦することが大きな特徴です。

【本実証実験について】

「LINE Beacon」を活用する広告商品の実証実験第一弾として、東急東横線・みなとみらい線車両の乗車時間を告知機会とした「北海道へ行こう！ 当たる2week！ キャンペーン」を3月20日より展開いたします。乗客は電車内で Bluetooth が受信可能な状態のスマートフォンで「LINE」を立ち上げると、本キャンペーンを告知する緑色のバナーが表示されます。乗客はこの告知バナーをタップし、指示に従って進めることで、キャンペーン応募用のメッセージを受信できる仕組みとなっています。



Bluetooth 受信可能な状態のスマートフォンを持ち乗車



「LINE」を立ち上げバナーをタップ



「LINE Beacon」サービスの利用同意 AIRDO LINE 公式アカウントを友だち追加



AIRDO からのメッセージが届く

※OS や LINE のバージョン、端末によって受信フローが異なる場合がございます。

【実施概要】

実施目的： 中づり広告とコミュニケーションアプリ「LINE」との連携による、情報への接触機会や接触体験の向上

実施期間： 2017年3月20日(月)～4月2日(日)の2週間

実施場所： 東急東横線・みなとみらい線の電車 44 編成にて
(相互直通運転により、東急線以外でも体験可能)

主な仕組み： 東急東横線・みなとみらい線の電車の各車両に BLE Beacon を設置。乗客が車内で「LINE Beacon」を受信したタイミングで中づり広告と連動したコンテンツを「LINE」を通じて配信し、乗客にスマートフォン上での広告メッセージによってより深い理解を促し、幅広い広告体験を提供するものです。

【今後の狙い】

エア・ドウは、「LINE」活用の幅をさらに拡げて搭乗顧客や潜在顧客に提供するさまざまな体験を、これまで以上により豊かにすることにチャレンジしていきます。

東急エージェンシーは、今後の可能性として、この広告商品を活用することで、キャンペーン情報、クーポンのみならず、音楽、動画などのスマートフォンならではの情報量のある限定コンテンツを乗客に直接届けることを実現していきます。また、今後もデジタルテクノロジーを活用し交通広告や屋外広告と掛け合わせることで、広告手法の活用方法を進化させていきます。それにより電車内、駅中、街中での双方向性やエンターテインメント性を追求し、広告主への新しい広告ソリューションの提供とユーザーベネフィットの提供を追及していきます。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社AIRDO CSR企画推進室・広報担当

電話：011-252-5590

株式会社東急エージェンシー 経営企画局秘書・広報部

電話：03-3475-9382