

2025年5月12日

Spotifyと連携した「Spotify Podcast Train」実証実験を実施

国内初、車内広告を通じてポッドキャストを楽しめる特別列車の検証結果を公開
体験型OOHでポッドキャストの新たな楽しみ方を提案。車内広告の高い有効性も明らかに

株式会社東急エージェンシーは、「TOQ IMMERSIVE OOH_SOUND」の一環として車内広告を通じて人気ポッドキャストを聴くことができる特別列車「Spotify Podcast Train」を運行し、実証実験を行いました。

「TOQ IMMERSIVE OOH_SOUND」は広告内のQRコードを読み取りイヤホンを利用することで、手軽に立体的な音響を体験できる広告企画です。

このたび、本プロジェクトの検証結果を公開しました。

詳細は、別紙のとおりです。

**東急エージェンシー、Spotify と連携した「Spotify Podcast Train」実証実験を実施
国内初、車内広告を通じてポッドキャストを楽しめる特別列車の検証結果を公開。
体験型 OOH でポッドキャストの新たな楽しみ方を提案。車内広告の高い有効性も明らかに**

株式会社東急エージェンシー

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、世界で6億7,500万人以上のユーザーを有するオーディオストリーミングサービスSpotify（会社名 Spotify A B / 本社 Stockholm, Sweden）（以下、Spotify）と連携し、2025年3月31日（月）から2025年4月13日（日）までの期間、田園都市線にて特別列車「Spotify Podcast Train」（以下、本プロジェクト）を運行し、実証実験を行いました。

本プロジェクトは、Spotify が手がける人気ポッドキャスト※¹ を、車内広告を通じて体験できる日本初の試みです。車内すべての広告枠を Spotify のポッドキャスト広告でジャックし、QRコード※² から音声コンテンツを楽しめる特別仕様の列車を運行。ポッドキャストというニューメディアの魅力を、日常の移動時間の中で気軽に体験していただくことを目的としました。また、本プロジェクトは東急エージェンシーが2025年3月にローンチした「TOQ IMMERSIVE OOH_SOUND」※³ の一環としても実施されています。



■実証実験により明らかになった、OOH 広告によるサイト誘導の有効性

「いつもの電車に、ちょっとした発見を。」をテーマに展開された本プロジェクトでは、車内広告に掲載されたQRコードをスマートフォンなどで読み取ると、専用サイトにアクセスでき、人気ポッドキャストの切り抜き音声が視聴できる仕組みになっています。通勤・通学を中心とした日常の移動時間を、知的でユーモアあふれる音声体験を通じてより楽しいものにすることを目指しました。

また、アンケートを通じて、広告接触者の満足度やその後の行動変容などについても調査を実施しました。

2週間の運行期間中、「Spotify Podcast Train」の車内広告を通じて、QRコードを読み取ったユーザー1人あたり平均約2.7番組を視聴していたという結果が得られました。また、サイト訪問後の行動を分析したところ、多くのユーザーが複数のエピソードや番組を行き来しながらコンテンツを回遊しており、OOH 広告経由でも継続的な視聴や情報探索が行われていたことが確認されました。

さらに、QRコードからアクセスしたユーザーの約73%がエピソード選択をするなど、OOH 広告がオンライン体験の入り口として一定の役割を果たしている可能性が示唆されました。加えて、体験後に実施したアンケート調査※⁴ では、全体の約69%が本プロジェクトに対して「満足」と回答しており、OOH 広告接触を起点とした体験へのポジティブな評価も確認されています。

これらの結果から、OOH 広告は単なる視認媒体にとどまらず、ユーザーの興味喚起やオンラインコンテンツ体験へとつなげる有効な接点としての可能性を有していることが示されました。日常的に接触する車内広告においても、デジタルコンテンツへの導線となり得ることが、本プロジェクトを通じて裏付けられました。

屋外広告・交通広告媒体ブランドTOKYU OOHを有する東急エージェンシーは、今後もSpotifyをはじめとする多様な企業との協業を通じて、東急線沿線のお客さまに唯一無二のエンターテインメント体験をお届けしていきます。

※1 教育番組やトーク番組など、音楽以外の音声コンテンツのことで、Spotifyには、オリジナル番組をはじめとする、さまざまなジャンルの番組が配信されており、Spotifyのアプリ上で視聴が可能です。

※2 「QRコード」は株式会社デンソーウェブの登録商標・JIS、ISO規格です。

※3 株式会社モチハックの技術協力によって実現したTOKYU OOH独自のサービスです。電車を利用するお客さまは、媒体内のQRコードを読み取り、イヤホンを利用することで、手軽に音声を再生することができ、単なる広告接触だけではなく、内容と連動した音声を聴くことにより没入感の高い体験が可能です。

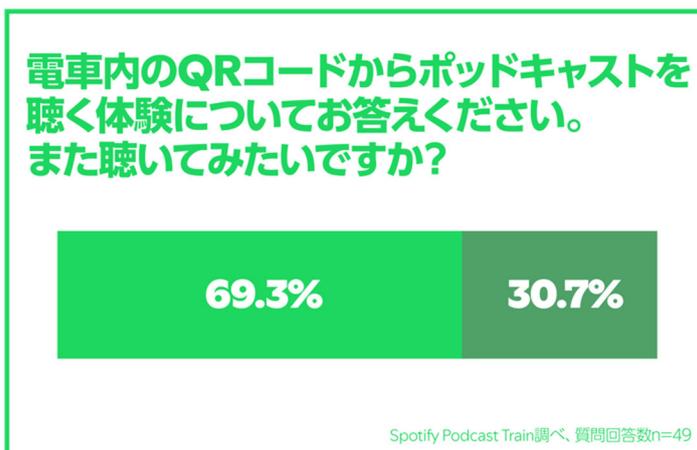
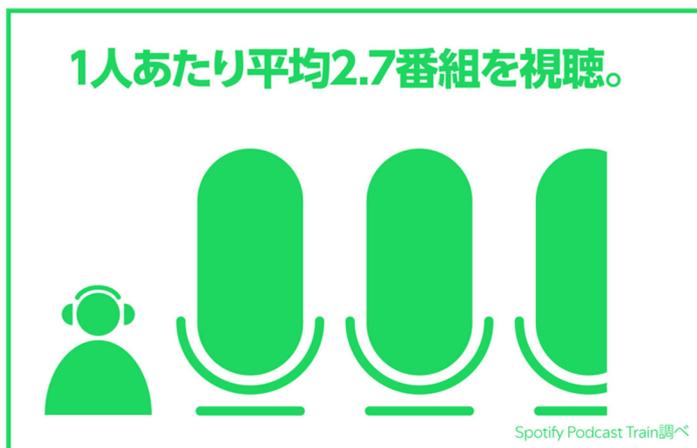
※4 クイズ回答後の「電車内のQRコードからポッドキャストを聴く体験についてお答えください。また聴いてみたいですか？」のアンケートに対し「YES」と回答した人の割合

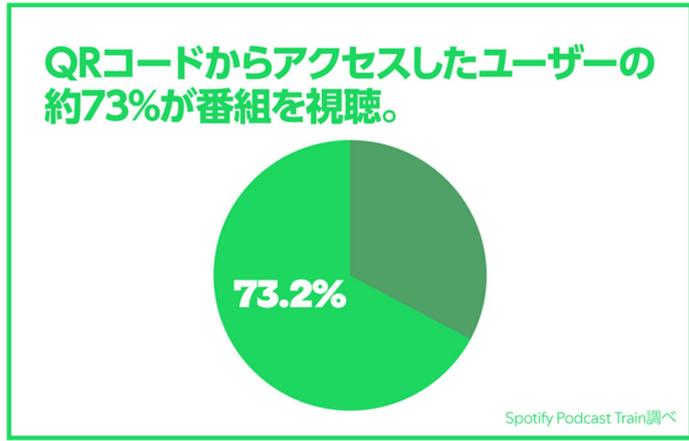
■実証実験の概要

実験期間:2025年3月31日(月)~2025年4月13日(日)(2週間)

検証項目:サイトPV数、サイトスクロール数、サイトセッション数、イベント選択数、ファーストビジット数、ユーザーエンゲージメント、クイズ回答数、アンケート回答数、外部リンク遷移数

■実証実験の検証結果詳細





■「Spotify Podcast Train」の概要

車内の広告を全てSpotifyによるポッドキャストの広告でジャックし、「車両広告を通じてポッドキャストを楽しめる特別列車」の運行を実施しました。

- ・運行期間: 2025年3月31日(月)～2025年4月13日(日)
- ・車 両 : 東急電鉄田園都市線5104編成(10両編成)
- ・運行区間: 東急田園都市線～東京メトロ半蔵門線～東武伊勢崎線・日光線

■車内広告掲出画像





