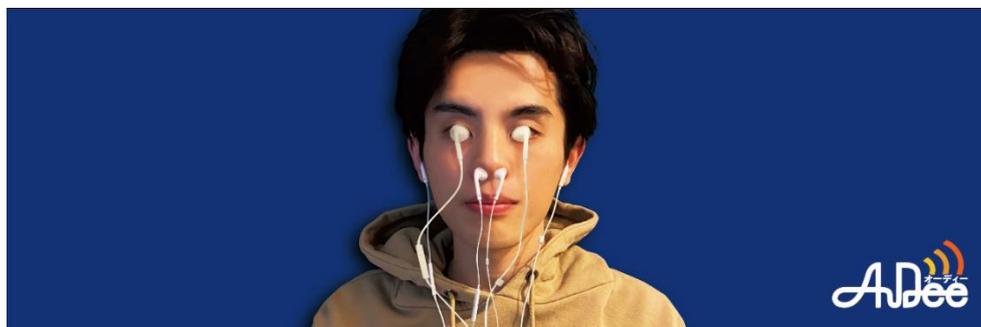


第4回 Metro Ad Creative Award 2020で TOKYO FMの募集企画作品がグランプリ受賞！ 5/1より東京メトロ銀座線ギャラリートレインに掲出！

TOKYO FMは、OOH広告とオーディオコンテンツの組み合わせによるコンテンツマーケティングの実証を行う目的で、株式会社メトロアドエージェンシーと株式会社宣伝会議が主催する「第4回 Metro Ad Creative Award 2020」に協賛、TOKYO FMが運営するオーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」でオーディオコンテンツを聴取させる企画と題し、OOH広告の作品募集を行いました。審査員による審査の結果、TOKYO FMの募集企画に応募された作品「よくばりコンテンツマン」がデザイン部門におけるグランプリを受賞いたしました。

「Metro Ad Creative Award」は、「これからの新しい交通広告・OOH」を創造する株式会社メトロアドエージェンシーが公募型で実施する交通広告アワードで、今回、デザイン部門全体で約700作品の応募がありました。



グランプリ作品は、TOKYO FMが選出した協賛スポンサー賞(TOKYO FM)受賞作品「耳はどこへ行こう。」および他のデザイン部門入賞作品とともに、2021年5月1日～2021年5月15の期間に運行される東京メトロ銀座線一編成を貸切った「ギャラリートレイン」において掲出されます。



東京メトロ銀座線ギャラリートレインでの掲出イメージ
※掲出に関して、駅・係員へのお問い合わせはご遠慮ください。

ーテイメントを提供するという、OOH 広告とオーディオコンテンツが連動した新しい広告企画を受賞者のみなさまと一緒に作り上げます。

今後も TOKYO FM は、オーディオコンテンツ事業者として、放送のみならずデジタル領域においても、「AuDee(オーディー)」を通じて、オーディオコンテンツを主軸にしたエンターテインメントとビジネスを拡大してまいります。

【OOH 広告とオーディオコンテンツの組み合わせによるコンテンツマーケティングについて】

オーディオコンテンツは eyes free(アイズフリー)でお楽しみいただけるエンターテインメントです。通勤や通学における公共交通機関での移動中はもちろん、降車後の徒歩の移動中であっても連続して目的地に着くまでオーディオコンテンツをお楽しみいただくことができます。このような特性を持つオーディオコンテンツが、公共交通機関における中づりをはじめとするポスター広告等の OOH 広告との相性がよいことを実証することを目的に、今回、TOKYO FM は第 4 回 Metro Ad Creative Award 2020 に協賛し、TOKYO FM のオーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」でオーディオコンテンツを聴取させる目的の中づりポスターおよび表参道 AD ウォールの OOH 作品を募集いたしました。その上で、TOKYO FM の募集課題に対して入賞し実際に掲出される 2 作品のクリエイティブをもとに、TOKYO FM がそれらのクリエイティブに沿ったオーディオコンテンツを制作し、オーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」で配信いたします。この実験的な取り組みにより、OOH 広告とオーディオコンテンツの組み合わせによるコンテンツマーケティング手法の確立と有効性の実証を目指します。

【オーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」について】

TOKYO FM は、放送のみならずデジタル領域においてもオーディオコンテンツを提供し、オーディオコンテンツ事業者としてのビジネス拡大を戦略上の柱にしております。これまで TOKYO FM は、放送とデジタルプラットフォームが連携した様々なデジタル体験をリスナーに提供してまいりましたが、さらに放送とデジタルの最適な形での融合により、オーディオコンテンツ事業者としてのデジタルトランスフォーメーションを加速するため、株式会社ジャパンエフエムネットワーク(JFNC)と共同で、オーディオコンテンツプラットフォーム「AuDee(オーディー)」を展開しております。

AuDee は、スマートフォンアプリと WEB サイトの両方でサービスを展開、インターネット用に特化した配信専用の「オンデマンドオーディオコンテンツ」を中心に、TOKYO FM および JFNC が制作する人気番組のスピノフオーディオコンテンツ、広告主のブランド向上とエンターテインメントを兼ね備えた「ブランデッドオーディオコンテンツ」を配信する他、FM 放送の IP サイマル、番組発の記事コンテンツを含め、TOKYO FM と JFNC のデジタルコンテンツが集約されたプラットフォームです。また、2021 年 3 月にはデジタルオーディオアドにも対応することを予定しており、ブランデッドコンテンツと併せてデジタルオーディオ領域での事業拡大を目指します。

TOKYO FM は今後も、オーディオコンテンツ事業者として、ラジオ放送というオフラインメディアとオンラインメディアとのハイブリッドを加速し、TOKYO FM および JFN ネットワークのデジタルトランスフォーメーションを推し進めることで、デジタル領域においてもオーディオコンテンツによるエンターテインメントをリスナーに提供してまいりますとともに、広告主とリスナーの強いエンゲージメント構築に貢献してまいります。

【第 4 回 Metro Ad Creative Award 2020 について】

Metro Ad Creative Award は「これからの新しい交通広告・OOH」を創造するメトロアドエージェンシーとともに、東京メトロの交通メディアを最大限に活用し、新たな価値を生み出すことにつながる表現やアイデアに出会い、そうした才能の発掘および育成を目的としたアワードです。

■協賛企業※順不同

- ・デザイン部門: 株式会社湖池屋、ワタベウェディング株式会社、株式会社伊勢半、TOKYO FM、株式会社ビームス
 - ・プランニング部門: ハウスウェルネスフーズ株式会社、三菱電機株式会社、株式会社チュチュアンナ
- サイト URL <https://maca.sendenkaigi.com/>

【第4回 Metro Ad Creative Award 2020 デザイン部門】

■グランプリ「よくばりコンテンツマン」

受賞者: 安田 翔哉 (博報堂)

共同受賞者: 堀澤 佳乃子 (広美)

■協賛スポンサー賞(TOKYO FM)「耳はどこへ行こう。」

受賞者: 高田 雄大朗 (ADK マーケティング・ソリューションズ)

共同受賞者: 夷藤 翼 (スペースエイジ)

藤原 縁 (ADK マーケティング・ソリューションズ)



【AuDee(オーディー)】

<スマートフォンアプリケーション>

iOS <https://apps.apple.com/jp/app/id1089137028?mt=8>

Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=mobi.gsj.park>

<WEB サイト>

<https://audee.jp/>

