

2025 年 9 月 24 日

一般社団法人 日本船主協会
企画部広報室

「“開運”じゃなくて、“海運”です。」
「海の日」集中 PR キャンペーンの実施結果について

当協会は、海運の重要性や役割の認知度を更に高め、海事産業全体への関心を拡げるため、「“開運”じゃなくて、“海運”です。」をキャッチコピーとする PR プロジェクトを展開しています。

今年度は、5 月に広島・愛媛で TVCM を放映（第一弾）、6 月から大阪メトロ御堂筋線で吊革広告（第二弾）を開始しました。続く第三弾として、7 月の「海の日」の機をとらえ、全国主要都市圏で若年層を主なターゲットとした、集中 PR キャンペーンを実施しました。

YouTube 広告の表示回数は 887 万回、シネマ広告のリーチ（動員）数は 22.8 万人を記録し、「“開運”じゃなくて、“海運”です。」特設サイトの訪問者数は、前回の集中 PR キャンペーン実施時（2025 年 1 月）から 1.8 倍増加するなど、キャンペーンは大盛況のうちに終了しました。結果概要について、別紙と併せてお知らせします。

1. シネマ広告

放映期間：7/18（金）～7/31（木）

放映場所：東京（新宿バルト 9、TOHO シネマズ渋谷）

横浜（T・ジョイ横浜、横浜ブルク 13）

名古屋（イオンシネマ大高）

上記 5 か所の映画館で「劇場版『鬼滅の刃』無限城編」の上映時に、動画広告を放映

結果概要：リーチ数* 22.8 万人 *当協会の広告を放映した回の動員数

2. YouTube 広告・YouTube ショート広告

配信期間：7/18（金）～7/31（木）

配信地域：関東 1 都 6 県、関西 2 府 4 県、中京 3 県、北海道、福岡県、広島県、愛媛県

配信対象は 18～34 歳

結果概要：表示回数 887 万回、クリック回数 1.2 万回

3. 駅貼り広告

掲載期間：7/21（月・祝）～7/27（日）

掲載場所：名古屋（名古屋市営地下鉄 名古屋駅）

大阪（JR 大阪駅）

福岡（西鉄 西鉄福岡（天神）駅）

神戸（神戸市営地下鉄 三宮駅）※7/24（木）～7/30（水）掲載。

結果概要：別紙ご参照

4. 広告を見た方からの「海運」についての印象や、広告を見た感想

日本の貿易において大きな存在であるはずなのに、世にあまり知られておらずもっと知りたいと思いました。

生活にまつわるほとんどのものが海運のおかげで運搬されていることを知り、もっと知られるべき存在だなと思いました。知る機会がほとんどないので、もったいないと思いました。

ほとんどの物資が船で運ばれているという事実には驚きました。他にもサステナブルな運輸手段であるということも知らなかったなので、今回知ることが出来て良かったです。トラックよりも二酸化炭素排出量が少ないなんて、とても驚きました。

物流の「命運」を担うのは海運だという強い言葉が胸に響き、エッセンシャルワーカーとして必要不可欠な存在なんだと再認識しました。

99.6%を海運に頼っているのに世間的に知られていない仕事だと思います。なので、駅などで広告を出されることは非常に嬉しいです。息子が、以前日本船主協会さんのイベントに参加させて頂き、今商船高専で勉強しております。港町に住んでいますが、まだまだ船員養成学校のことも知られていません。もっと多くの人に船員という仕事を知ってもらえたらと思います。

世界の物流を支えているという印象を持ち、海運業へ就職したい気持ちが強まりました。

※いずれも原文ママ

当協会では、本 PR キャンペーンを足掛かりに、海運のみならず海事産業全体を盛り上げていけるよう、会員会社や海事諸団体などと更に連携しながら、引き続き広報活動に注力してまいります。

日本船主協会 X アカウント

https://x.com/jsa_senkyou

@jsa_senkyou



日本船主協会 Instagram アカウント

https://www.instagram.com/jsa_officialp/

@jsa_officialp



「“開運”じゃなくて、“海運”です。」2025 年度 PR プロジェクト

第一弾 広島・愛媛における TVCM 放映 (5/12~5/22)

広島県、愛媛県の「日本テレビ」「テレビ朝日」系列局の番組にて、パリスップの機会をとらえ放映。※1 (画像はイメージ)



第二弾 大阪メトロ御堂筋線 吊革広告の実施 (6/6 から 1 年間)

大阪メトロ御堂筋線なかもず駅～箕面萱野駅間を走行する車両の、1号車の吊革約60本をジャック。



第三弾 「海の日」集中 PR キャンペーン

1. シネマ広告 7/18~7/31

東京 (新宿バルト9、TOHO シネマズ渋谷)、横浜 (T・ジョイ横浜、横浜ブルク 13)、名古屋 (イオンシネマ大高) で、「劇場版『鬼滅の刃』無限城編」の上映時に、動画広告を放映。(画像はイメージ) ※1



2. YouTube 広告・YouTube ショート広告 7/18~7/31

関東1都6県、関西2府4県、中京3県、北海道、福岡県、広島県、愛媛県で、18~34歳の若者が視聴する動画内にランダム表示。(画像はイメージ) ※1



3. 駅貼り広告

① 名古屋（名古屋市営地下鉄 名古屋駅） 7/21～7/27



② 大阪（JR 大阪駅） 7/21～7/27



③ 福岡（西鉄 西鉄福岡(天神)駅） 7/21～7/27



④ 神戸（神戸市営地下鉄 三宮駅） 7/24～7/30



※1 キャンペーンで放映した動画については、以下リンクよりご覧いただけます。

「“開運”じゃなくて、“海運”」篇（2025）

<https://youtu.be/W-MIZyDEMN8>

<https://youtube.com/shorts/-w4lx5w7qkk>（YouTube ショート）

「“開運”じゃなくて、“海運”」99.6%篇（2025）

<https://youtu.be/vYucrSWS7Ws>

<https://youtube.com/shorts/lAoa9N4HqGU>（YouTube ショート）