

BREAK

THE SMOKING ROOM VISION

MEDIA GUIDE

October to December 2024

News
Technology

ABOUT BREAK

THE SMOKING ROOM VISION

音と映像で、記憶に残せる。 首都圏オフィスビルの喫煙所デジタルサイネージ

都内最大級(*1)のタクシーサイネージメディア

「GROWTH」の運営ノウハウをもつ株式会社ニューステクノロジーと、
心地よい分煙の実現を目指す喫煙所ブランド

「THE TOBACCO (ザ・タバコ)」を運営する株式会社コソドの協業による
オフィスビルの喫煙所サイネージに特化した国内No.1メディア(*2)です。



※1 東京特別区・武三交通圏における当社のタクシーサイネージネットワーク導入数は11,500台。東京特別区・武三交通圏の法人タクシー26,983台（令和5年3月末時点関東運輸局調べ）に対する利用者カバー率となります。

※2 喫煙所内のサイネージ設置数及び、リーチ数（弊社調べ）



SPACE

“届く” “動く”
唯一無二の視聴環境

休憩空間 1日5回・1回6分間滞在

圧倒的なフリークエンス

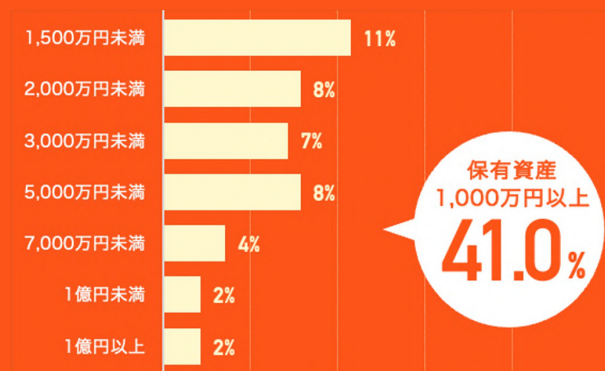
音が出せる 密閉された小空間

手持ち無沙汰 喫煙以外の
目的がない

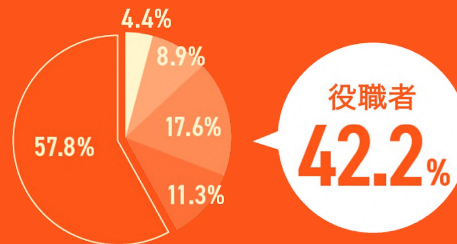
興味→行動までのハードルが低く
“何か”に没入する余裕がある

USER

資産・消費力が高い、
エグゼクティブ層が多い



1ヶ月の可処分所得 10万円以上 35.9%



SPEC

首都圏ビジネスパーソン

500 万人リーチ
※月間延べリーチ数

AI カメラ = 正確な人数計測

都内ランドマークタワーを優先的に

360 施設に設置

想定アプローチ企業数は 29,000 社

▽設置ビル (例)

- 東京建物日本橋ビル
- マークライト虎ノ門
- 渋谷キャスト
- 日比谷フォートタワー
- 丸の内センタービル
- 銀座松竹スクエア
- Hareza Tower
- 紀尾井町タワー
- 新宿野村ビル
- 虎ノ門二丁目タワー
- カレッタ汐留
など

ACHIEVE

ビジネスターゲットから
一般消費者向け商材まで
様々な業界の企業様が出稿

Asahi

KaO

Canon

キヤノンマーケティングジャパングループ

SUNTORY
SUNTORY WELLNESS

TBS

めっちゃコミック

JAITLE

GMO PlayAd

Yoom

Minna no Ginko

BRAIN
SLEEP

DAZN

sansan

ノベルティ・オリジナル・販促品と名入れ
販促グッズドットコム

KINGSOFT

IBJ

TOBU

聖闘士星矢
LEGEND OF JUSTICE

TOKIUM

Growth X

bitkey

Chrono24
The World's Watch Market

PROGRIT

PIVOT

SPACE VALUE

VALUE SPACE

喫煙所は、ビジネスパーソンの休憩空間。

オフィスビルには、執務スペースをはじめ、
ゆったりとパーソナル休憩できる空間が少なく、

喫煙所は、「**ビジネスON Time**」から**開放**される休憩空間です。

入社時の**利用頻度**、**1日平均5回/1回あたり滞在時間6分**

業界最高水準の接触ポテンシャルがあります。



VALUE SPACE

1

音と映像に集中できる小空間

- |B) 空気が外に漏れないほどの密閉空間
室外の音が入りにくい構造

2

喫煙以外の目的がない

- |B) “何か”に没頭=行動する余裕がある
興味から行動までのハードルが低い

3

手持ち無沙汰

- |B) モニターの他に視線を奪うものがない
スタンバイモード状態



USAGE IMAGE

1日5回の
利用イメージ

生活の一部＝ルーティン



出勤前

9:00

(打合せ/訪問)

11:00

ランチ

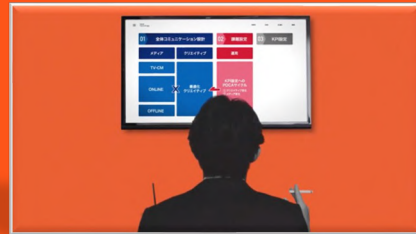
13:00

(打合せ/訪問)

16:00

退勤後

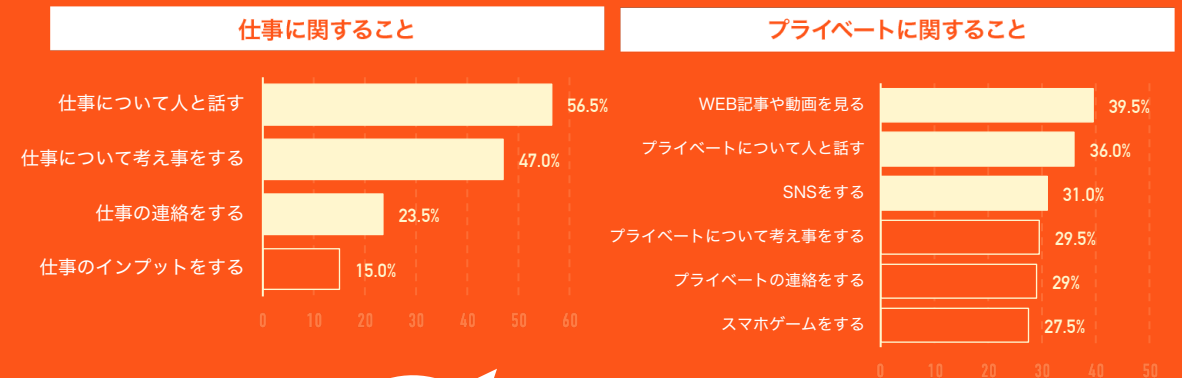
19:00



喫煙所で
やっていること

仕事もプライベートも
サイネージ広告との親和性が高い

喫煙スペースでタバコを吸っているとき、よくやっていること



会話が
生まれやすく

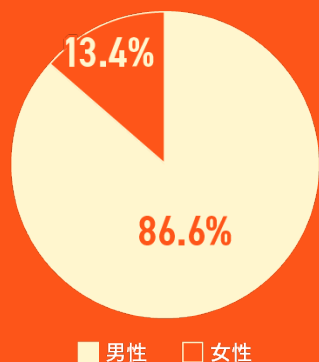
動画が
話題に
なりやすい

USER DATA

USER DATA

オフライン広告の中でもセグメントされた属性の視聴者へフリークエンシー高く、リーチすることが可能

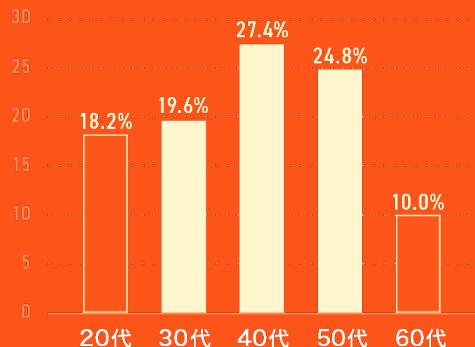
男女比



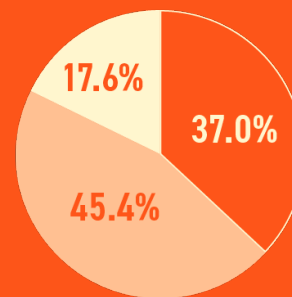
■ 男性 □ 女性

30 - 50代の男性エグゼクティブ層が中心

年代



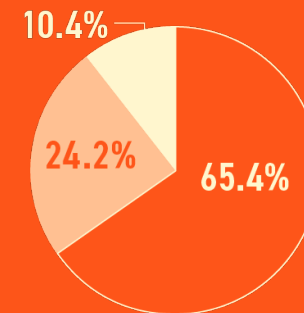
出社時の1日の喫煙回数



□ 1~3回 ■ 4~7回 ■ 8以上

平均 4.8回

喫煙スペースの滞在時間(1回)



□ 5分以下 ■ 6~9分 ■ 10分以上

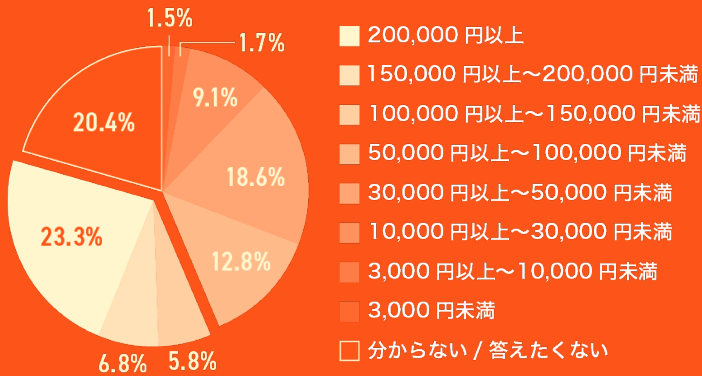
平均 5.8分

業界最高水準の
接触ポテンシャル

USER DATA

オフィスビルの喫煙者は可処分所得が高く 約3割が世帯年収1,000万円以上

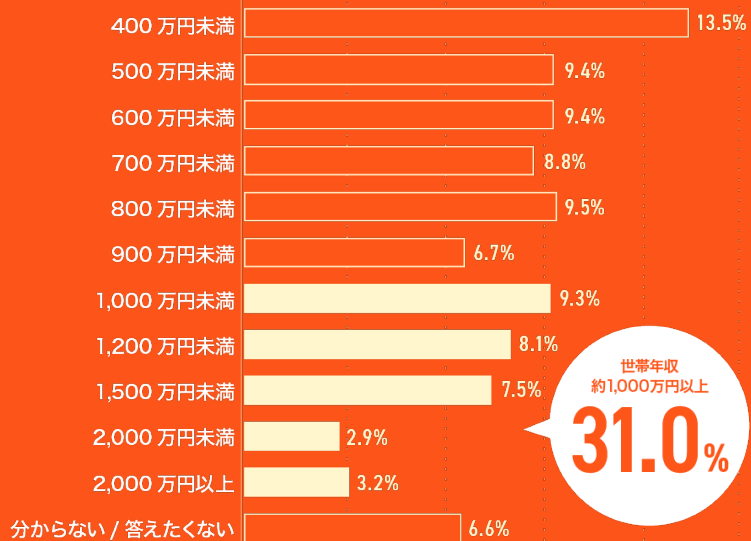
1ヶ月あたりの可処分所得



10万円以上 **35.9%**

※一部省略

世帯年収



世帯年収
約1,000万円以上
31.0%



USER DATA

「非喫煙者」と比較した、利用・購買傾向が高いカテゴリ

■ 喫煙所利用者 □ 喫煙所非利用者

利用傾向

※月1回、もしくは週1回以上の利用



購買・消費傾向



※毎月の購入有無



※1年以内の購入有無



※1年以内の購入有無



※1年以内の購入有無



※1年以内の購入有無

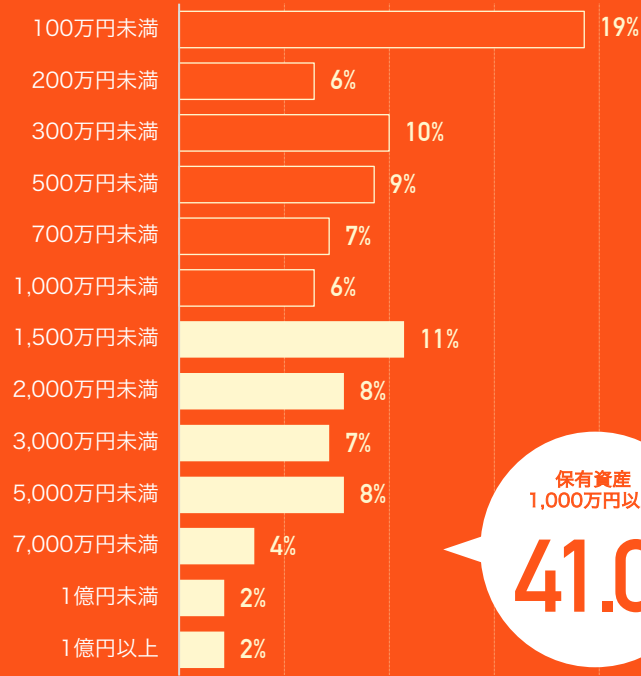


※1年以内の購入有無

USER DATA

約4割が保有資産1,000万円以上で
様々な投資商品への投資意向も高い

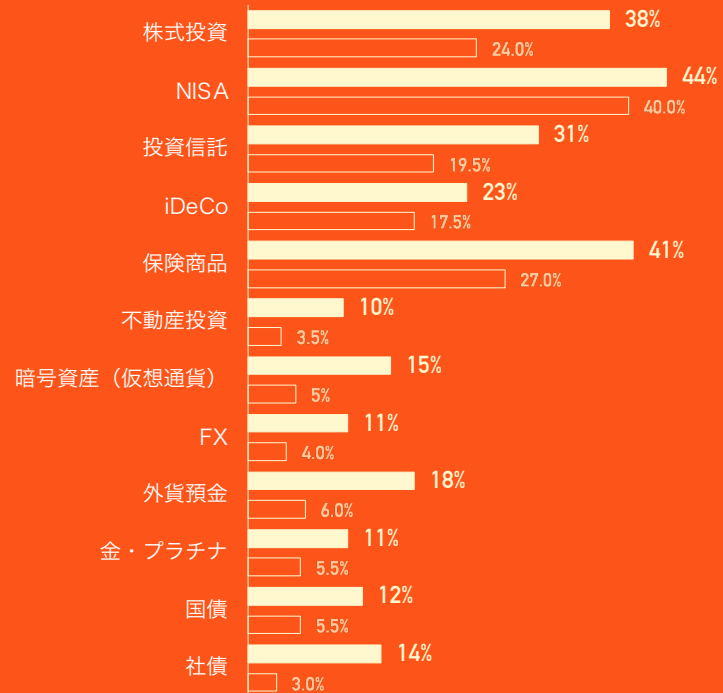
保有資産



保有資産
1,000万円以上
41.0%

※「わからない」「答えたくない」の回答者を除く

保有している投資商品



■ 喫煙者 □ 非喫煙者

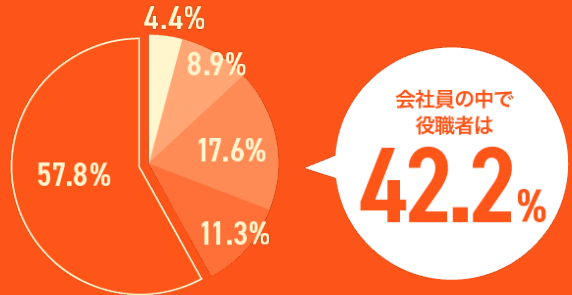


USER DATA

ビジネス空間だからこそ、意思決定者や役職者 さらに外出が少ない内勤者へ直接リーチが可能

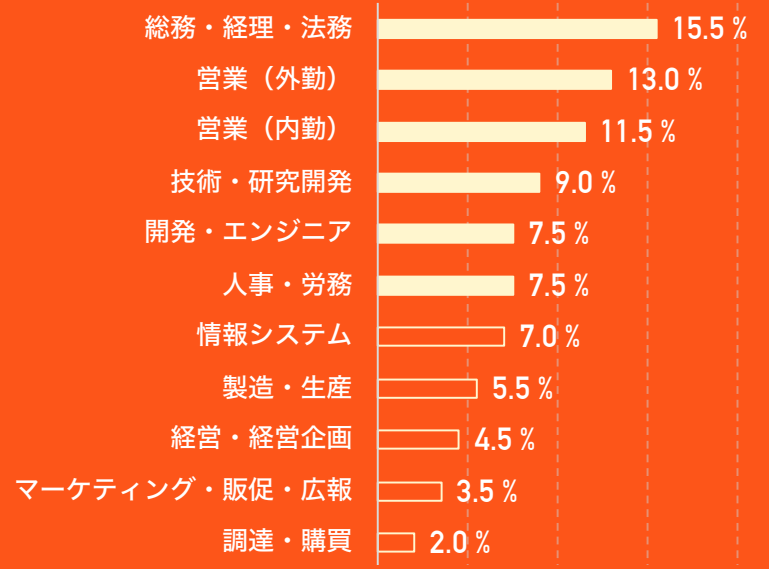


役職者割合



- 会社員(本部長/執行役員/経営者等)
- 会社員(部長クラス)
- 会社員(課長クラス)
- 会社員(係長クラス)
- 会社員(一般/契約/派遣)

職種



MEDIA OVERVIEW

首都圏のオフィスビルを中心に
富裕層・エグゼクティブ層
500万人以上にリーチ

主要エリア

23 区

※上記以外の首都圏・地方都市も配信あり

リーチ数

500 万人

※月間のペリーチ数

BREAK
THE SMOKING ROOM VISION



※最新の設置施設・面数は、弊社営業担当までお問い合わせください。

LOCATION

千代田区、中央区、港区など 都内ランドマークタワーへ展開

- 大手町タワー
- 東京スクエアガーデン
- 日比谷フォートタワー
- 東京ポートシティー竹芝
- 銀座松竹スクエア
- Hareza Tower
- 紀尾井町タワー
- 丸の内センタービルディング
- 日本橋一丁目三井ビルディング(コレド日本橋)
- ワテラス
- 新宿エルタワー
- Daiwa東日本橋ビル
- 東京建物八重洲ビル
- 小田急第一生命ビル
- 住友生命赤坂ビル
- 有楽町駅前ビルディング(有楽町イトシア)
- 郵船ビル
- 新宿野村ビル
- 日比谷セントラルビル
- 中野セントラルパーク
- 品川シーサイドパークタワー
- 虎ノ門二丁目タワー
- カレッタ汐留
- 東急プラザ銀座
- KDX中目黒ビル
- ヒューリック五反田山手通ビル
- PMO品川

その他

360 施設 459 面

※2024年10月時点
※最新の設置施設・面数は、弊社営業担当までお問い合わせください。



LOCATION

上場企業・豊富な業種

圧倒的なアプローチ企業数

想定アプローチ企業数

29,000 社以上

※2024年10月時点での設置数から算出

※路面店喫煙所利用者も含めた、のべリーチ企業数

▶ 設置ビルには上場企業も多数入居

上場企業数

287 社

テナント業種

147 業種以上

※設置オフィスビルテナントより(2024年3月)

▶ 意思決定者・役職者割合が高い

意思決定者割合

55 %

役職者割合

42 %

※首都圏喫煙所設置オフィスビルの喫煙所利用者インターネット調査より(2021年8月)



MEDIA SPEC

最大 55 inch の大型モニター

音と映像で 記憶に残せる

音声配信

ON 音声有 - 個室空間に響く

計測方法

AI カメラ - 人数を正確に計測

モニターサイズ

55 インチ - 高い視認性

※最大

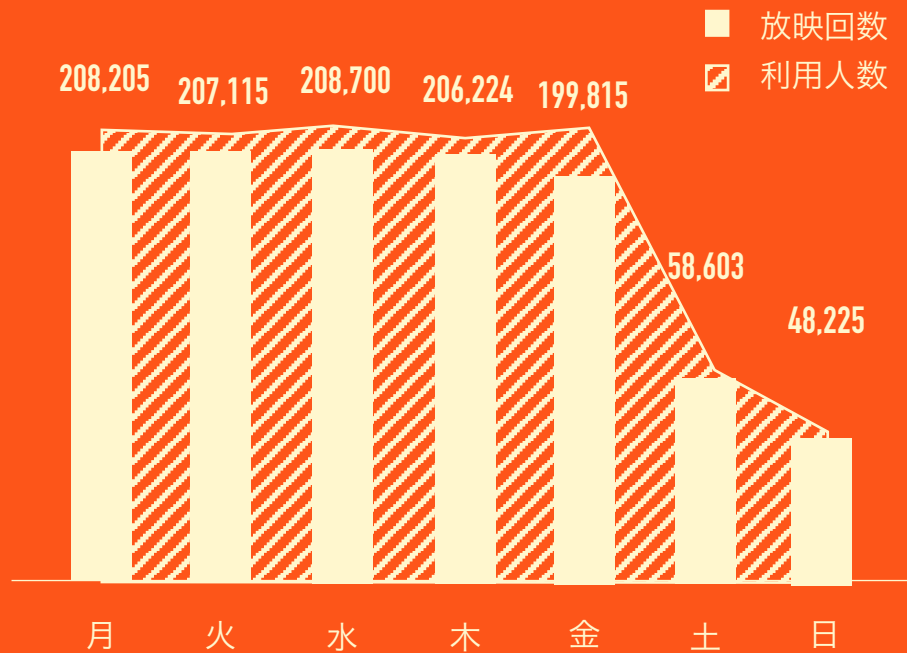


REPORT

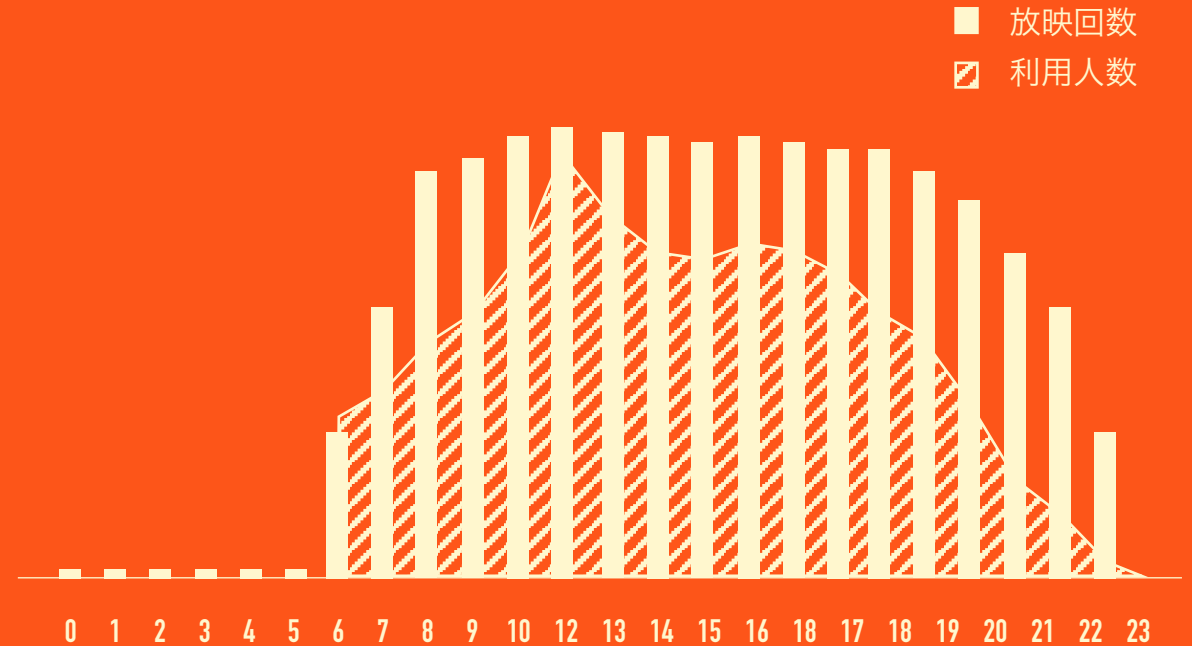
レポートイメージ

曜日別・時間帯別の放映回数、
利用人数（AIカメラ計測）を
1週間毎にレポートिंग

曜日別



時間帯別



REPORT

AIカメラによってそれぞれの人物に
「ユニークID」を振り分け

AIカメラ/ユニーク解析機能

正確な人数の把握が可能



- 同じ人を別々のフレームで検知してもダブルカウントはせず、1名としてカウント（1滞在時間につき1カウント）
- ユニークIDは、人物の特徴や移動速度をAIが学習・自動振り分け

CASE STUDY

CASE STUDY

非常に高い「**広告到達率**※」が見込めるメディア

*広告到達率（「見た」+「見たような気がする」）

広告認知率

62.7%

広告理解度

72.7%

広告関心度

70.7%

※インターネットパネルリサーチによる、BREAK設置ビル喫煙者調査 媒体接触者 n=150ss 非接触者 n=150ss 2022年11月

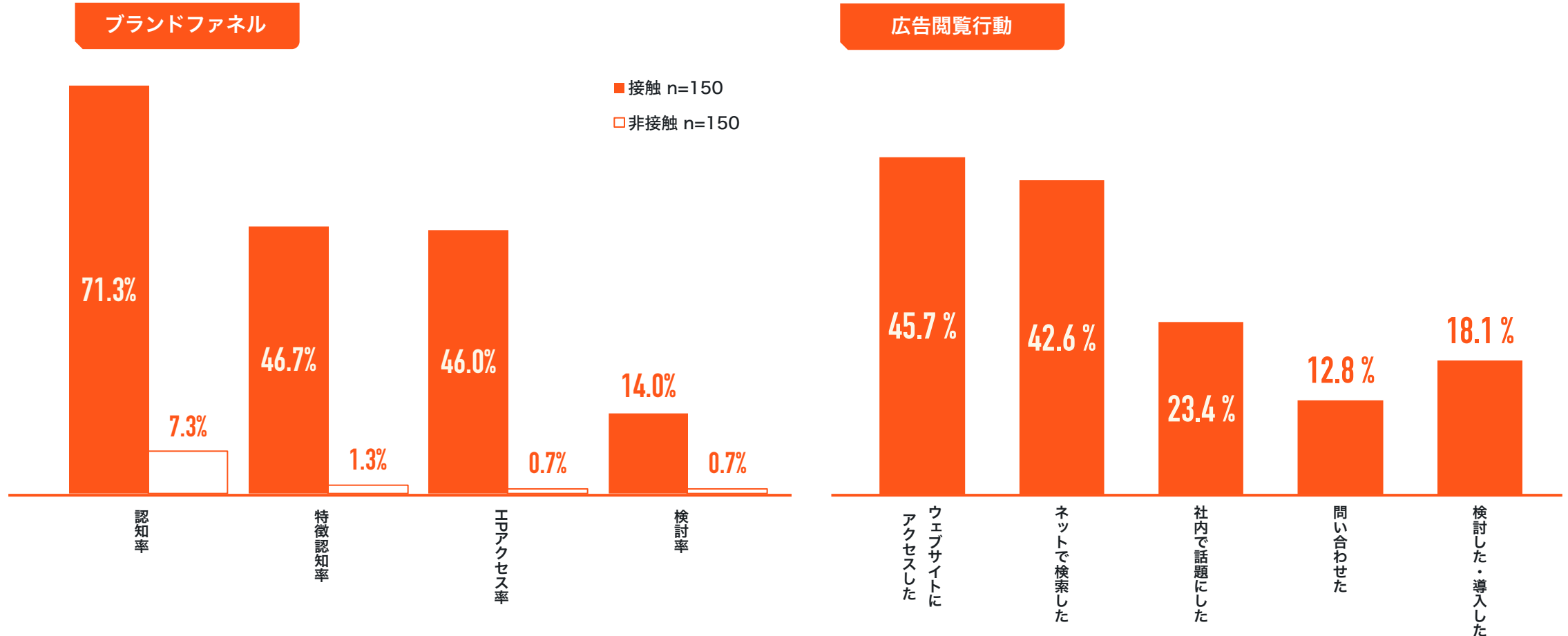
※ 広告認知率：媒体接触者のうち、調査期間中に調査対象広告を対象ビルにある喫煙所で「確かに見た、見た気がする」と回答した人の割合。

※ 広告理解度：対象ビルにある喫煙所で、広告を閲覧して、どのような印象・考えをお持ちですか。「内容がわかりやすい」に「あてはまる、ややあてはまる」と回答した人の割合。

※ 広告関心度：対象ビルにある喫煙所で、広告を閲覧して、どのような印象・考えをお持ちですか。「興味をひかれる」に「あてはまる、ややあてはまる」と回答した人の割合。

CASE STUDY

認知/理解 → その後の「アクション」を実感



※インターネットパネルリサーチによる、BREAK設置ビル喫煙者調査 媒体接触者 n=150ss 2022年11月

※ ブランドファネル：媒体接触者のうち、調査期間中に調査対象広告を対象ビルにある喫煙所で「対象サービスについて、どの程度ご存知ですか。」の質問に対し「よく知っている」「ある程度知っている」「名前だけ知っている」と回答した人の割合、「内容をよく知っている」「ある程度知っている」と回答した人の割合。「対象サービスについて、それぞれあてはまるものをすべてお選びください。」「ホームページにアクセスしたことがある」と回答した人の割合、「広告出稿を検討したことがある」と回答した人の割合。

※ 広告閲覧後行動：対象ビルにある喫煙所で、広告を閲覧して、ご覧になったことをきっかけに、何らかのアクションを起こしましたか。」から回答した人の割合。

CASE STUDY

ラフラ・ジャパン株式会社 様



サイネージとタッチ&トライ施策で、Webサイト流入数は1.4倍に

ラフラ・ジャパン株式会社 様

[詳しくはこちら](#)

アサヒビール株式会社 様



64%が「GINONを覚えた」短期間でターゲット層への認知拡大に成功

アサヒビール株式会社 様

[詳しくはこちら](#)

DAZN Japan Investment 合同会社 様



臨場感を「音と映像」で伝える、DAZNの認知拡大・ブランディング訴求

DAZN Japan Investment 合同会社 様

[詳しくはこちら](#)

CASE STUDY

東武鉄道株式会社 様



SPACIA X

東武鉄道様、新型特急「スペーシア X」
の運行開始における認知拡大

東武鉄道株式会社 様

[詳しくはこちら](#)

Yoom株式会社 様



Yoom

店頭でのアンケート施策を掛け合わせ
「600件超」のリードを獲得

Yoom株式会社 様

[詳しくはこちら](#)

WANDA CINEMAS GAMES株式会社 様



スマホゲームの認知拡大・アプリDL促進
を目的に、配信開始にあわせて訴求

WANDA CINEMAS GAMES株式会社 様

[詳しくはこちら](#)

MEDIA MENU

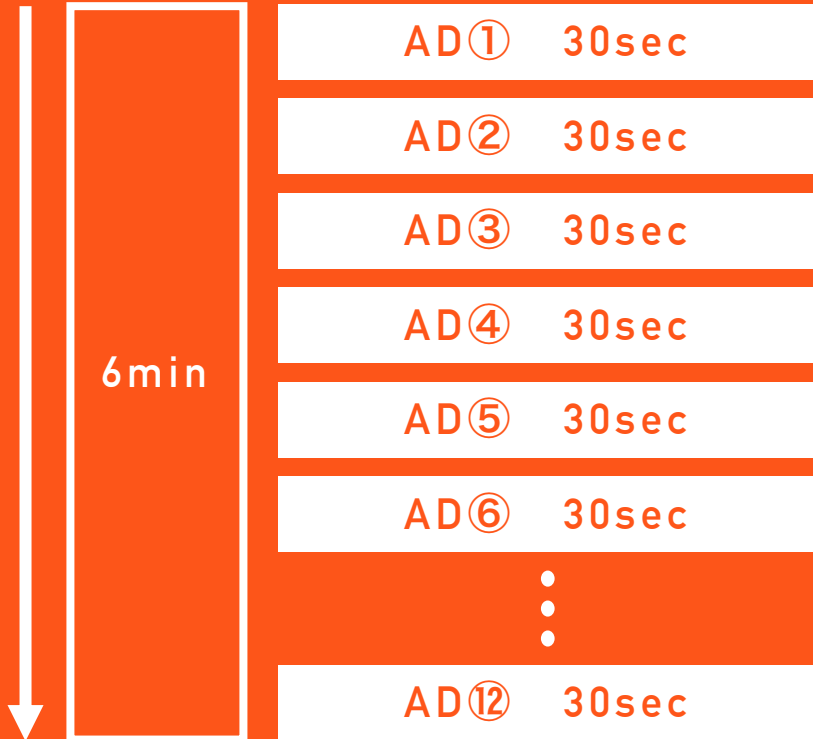
MEDIA MENU

ロール設定

音声配信

360 秒 ON 音声有

※平均滞在時間5.8分のため1ロール6分（360秒）設定となります



喫煙所 1 回利用あたりの
平均滞在 6 分 = 360 秒 を 1 ロールに設定

MEDIA MENU

メニュー名	形式	放映台数	保証形態	掲載期間	想定表示回数 (15秒×2枠の場合)	広告料金 (グロス)
SHORT VIEW	動画 音声あり 30 秒	施設数 360 施設	期間 掲載保証 月曜日 午前6時 掲載開始 (0:00-6:00は停止)	4 週間	1,880,000回 (3,760,000 回) 想定リーチ数 500 万人	400 万円 想定再生単価 2.1 円 (1.1 円)
	or 15 秒× 2 枠	サインージ面数 459 面				
				1 週間	470,000回 (940,000 回) 想定リーチ数 125 万人	110 万円 想定再生単価 2.3 円 (1.2円)

※ 放映内容は1申し込みにつき、1商品・1サービスが基本となります。同一商材であれば、掲載尺内で異なるクリエイティブの組み合わせも可能です。
 クリエイティブの差し替えにつきまして、4週間のうち4回まで（原則月曜開始）可能です。
 ※ 放映日及び放映時間は各施設に準じます。施設によって営業日・営業時間が異なりますので、予めご了承ください。
 ※ 実施確定後にテナント審査がございます。審査状況に応じて放映台数が変動いたしますので、あらかじめご了承ください。
 ※ 想定放映回数は全施設で放映をおこなった場合の数値です。審査状況によって想定を下回るケースがございますので、予めご了承ください。

TRIAL - PLAN

最短1ヶ月の
効果検証をしたい

長期出稿
特別料金

メニュー名

動画尺

4 週間
(1ヶ月)

BASIC - PLAN

複数クリエイティブを検証
スピーディに事業拡大したい

13 週間
(3ヶ月)

BALK - PLAN

半年～年間を通して
プロモーションを行いたい

26 週間~
(6ヶ月~)

SHORT
VIEW

30 秒

or

15 秒 × **2** 枠

合計表示回数
1,880,000 回
(3,560,000 回)

想定リーチ数
360~400万人

合計料金
400 万円

掲載料金/週
100 万円

想定再生単価
2.1円
(1.1円)

合計表示回数
6,110,000 回
(12,220,000 回)

想定リーチ数
1170~1300万人

合計料金
1100 万円

掲載料金/週
84 万円

想定再生単価
1.8円
(0.9円)

合計表示回数
12,220,000 回
(24,440,000 回)

想定リーチ数
2340~2600万人

合計料金
2000 万円~

掲載料金/週
77 万円~

想定再生単価
1.6円~
(0.8円~)

※ 放映日及び放映時間は各施設に準じます。施設によって営業日・営業時間が異なりますので、予めご了承ください。
※ 15秒×2枠の場合の想定表示回数を指しております。
※ 想定再生単価は、想定表示回数をもとに算出した単価となります。

TIEUP MENU

ファミ通

特別タイアッププラン

日本最大級のゲームメディア
「ファミ通」編集部による
番組風動画制作付きパッケージ

タイアップ媒体：**ファミ通**

掲載期間：4週間 ※BREAK配信期間に準ずる

実施費用：動画制作費——100万円
BREAK放映費——400万円

パッケージ特別価格 400万円

制作：BREAK用動画（30秒×1パターン）

動画尺：最大30秒（BREAK掲載枠）

基本構成：タイトルコール(5秒)
ファミ通スタッフによるゲーム紹介/プレイ(20秒)
まとめ/告知(5秒)

申込期限：放映開始の45営業日前まで

二次利用：二次利用費40万円(N)～ 使用可能期間 3ヶ月

備考：制作付きパッケージのため、お申し込み直後よりキャンセル費用が発生いたします。
（申込後～撮影前：50%、撮影後：100%）
基本構成以外の内容に関しては制作費要相談となります。



長年のゲームメディア運営で培ったノウハウと、
数多くの動画、生放送を制作してきた実績をフル活用

ファミ通スタッフによる

実機プレイ

レビュー

ゲーム紹介

▽イメージ



番組内容はファミ通編集部が
プロデュース・撮影を実施

※出演者はファミ通所属の演者が基本となります。
外部タレント等の起用をご希望の場合は別途ご相談ください。

ゲームのツボを押さえた映像コンテンツを制作

▽放映までの流れ



URBAN LIFE METRO

特別タイアッププラン

Metro Ad Agencyが
発信するWEBメディア
「URBAN LIFE METRO」
との記事タイアッププラン

タイアップ媒体： URBAN LIFE METRO

費用内訳：BREAK掲載料金 + 記事タイアップ費

制作物：BREAK用タイアップ動画 + ULM記事

編集費：掲載プラン料金に含む

動画尺：最大 30 秒 (BREAK掲載枠)

二次利用：原則不可

【タイアップ内容】

アーバンライフタイアップ取材記事 (WEB)

実施期間：継続掲載

アーバンライフメトロ中吊り見出し枠 (中吊り)

実施期間：約3週間 (空き枠に応じて掲出)

掲出範囲：東京メトロ全9路線

※詳細については営業担当までお問い合わせください。

東京は「面白い」であふれている



アーバンライフメトロ 🔍

PIVOT

特別タイアッププラン

ビジネス映像メディア
PIVOTタイアッププラン
情報感度の高いビジネス層へ
広いリーチが可能

タイアップ媒体： **PIVOT**

掲載期間： ※BREAK出稿期間に準ずる

実施費用： 掲載費 + タイアップ費 + 再編集費

制作： PIVOT本編 + BREAK用ダイジェスト(30秒)

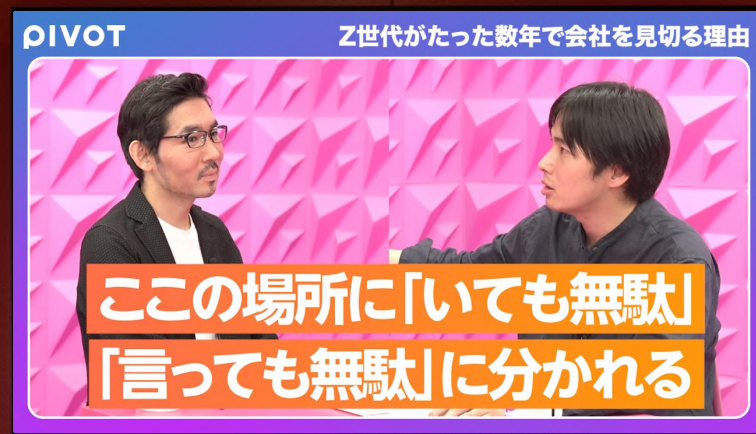
再編集費： 50万円～ ※都度お見積り

動画尺： 最大 30 秒 (BREAK掲載枠)

【 PIVOTタイアップ可能メニュー / 費用 (グロス/税別) 】

& questions	企業トップへの質問	750万円～
& SKILL SET	コーチング形式	1000万円～
& ISSUE	テーマについて議論	1250万円～
& DOCUMENTARY	密着 or 潜入レポート	1000万円～

※詳細は営業担当までお問い合わせください。



OPTION MENU

REAL PROMOTION

喫煙所内セールスプロモーション

広告視聴から商品体験まで
一連の流れを喫煙所内で
完結できる特別な施策

ポスター掲出

サンプリング

タッチ&トライ

セールス
プロモーション

詳細は弊社営業担当まで
お問い合わせください

都心 / 駅前の好立地にある公衆喫煙所

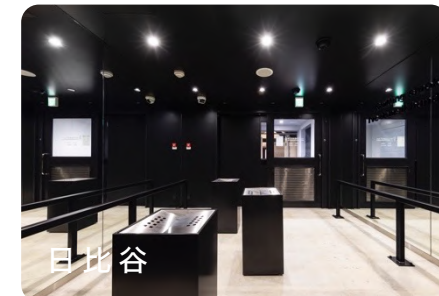
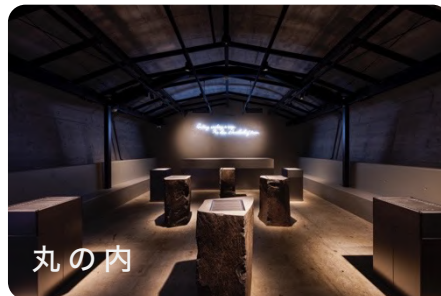
BREAK 保有空間
THE SMOKING ROOM VISION



90 施設 × 1~5 万人

※2024年9月末時点

※月間のベリーチ数
※施設によって変動あり,詳細別資料



ユーザー体験型の
リアルな接触を仕掛けることができます

REAL PROMOTION

店舗ジャックプラン

丸の内・有楽町エリアにある

『THE TOBACCO 2:50.76』を
ジャック可能な特別施策

実施店舗：THE TOBACCO 2:50.76
(東京都千代田区丸の内3-7-15)

実施内容：壁面・灰皿ラッピング
店舗内サイン独占放映
什器設置
BGM放送 etc

実施期間：2週間 または 4週間

実施金額：2週間 180万円 または 4週間 260万円

申込期限：30営業日前 18:00まで

※詳細については営業担当までお問い合わせください。

※店舗ジャックのみの実施は不可となります。

※記載の金額はグロス価格です。

※上記金額にBREAK放映費用は含んでおりません。

※店舗内サインはBREAKとは異なります。



BRAND LIFT SURVEY

ブランドリフト調査

喫煙所サイネージ視聴者の
広告閲覧後の広告認知度や
態度変容をレポートニング

広告放映期間にBREAK設置ビルの喫煙所を
利用したユーザー（接触者）と
利用していないユーザー（非接触者）
における態度変容を調査

料金 : 50万円 - ※ネット料金

※調査内容に応じて金額が変動いたします

詳細については営業担当までお問い合わせください。

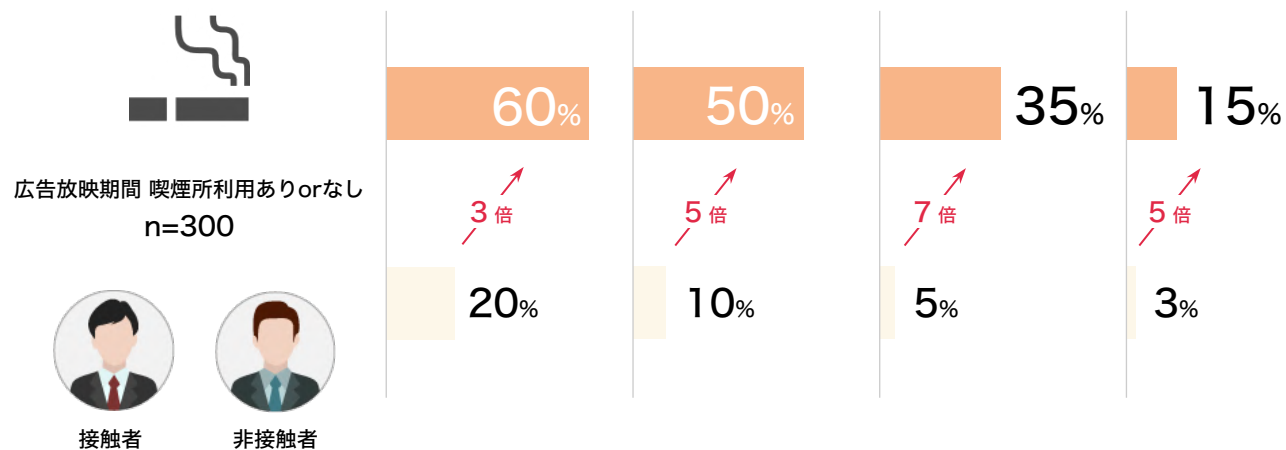
喫煙所での広告認知

特徴理解

推奨意向

検討意向

利用経験



※上記レポートイメージはサンプルとなります。実際の調査は上記と異なる場合もございますので、予めご了承ください。
※競合における、ブランド認知や特徴理解の調査実施も可能です。

ブランドリフト調査 =調査概要=

調査概要

調査方法	： インターネット調査（スクリーニング調査(SCR)+本調査）
抽出フレーム	： ネットモニターより適格者を抽出
対象地域・対象者条件	： 一都三県 22-60歳 男性・女性 ※キャンペーン商材に合わせ調整
除外条件	： 本人および同居家族の職業がマスコミ・広告・市場調査関連の場合
サンプルサイズ	： SCR：40,000s 回収目標 本調査：300s 回収目標（広告認知者：非認知者）
接触あり	： 放映期間中 BREAK設置喫煙所利用あり
認知なし	： 放映期間中 BREAK設置喫煙所利用なし ※認知有無はアンケートより（記憶ベース）
集計・分析仕様	： ウェイトバック集計 スクリーニング調査：日本人口を母集団として実施 本調査：なし 多変量解析：なし 統計的検定：なし
納品物	： 集計表（Excel）、報告書（チャート+統計コメント+サマリー1ページ程度）

調査目的

- 1. 商品・サービス浸透**
商品やサービスに対する、認知や利用意向を把握することができます。
- 2. 媒体比較**
多数のメディアで出稿の際、併用メディアとの認知を比較することができます。
- 3. Key メッセージ浸透**
放映したクリエイティブのメッセージの浸透率を把握することができます。
- 4. ブランド印象評価**
企業やブランドに対する印象を把握することができます。
- 5. 広告印象評価**
放映クリエイティブの表現に対する印象を把握することができます。

※上記よりいずれかを選択いただけます。調査票を別途、営業担当よりお送りさせていただきます。

ブランドリフト調査 =調査概要=

調査スケジュール

申し込み
調査開始 25 営業日前まで

調査、目的・設計、提出
調査開始 15 営業日前まで

調査票確定
調査開始 10 営業日前まで

調査

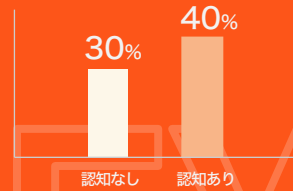
報告書納品
調査終了後の 20 営業日前後を目安

4 週間

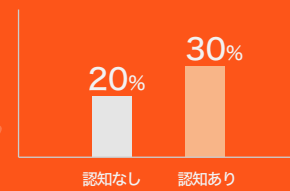
4 週間

レポートイメージ

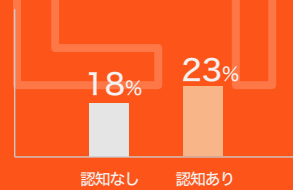
ブランド認知度



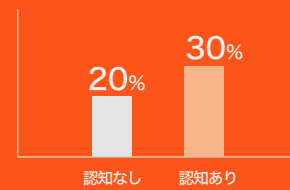
ブランド好意度



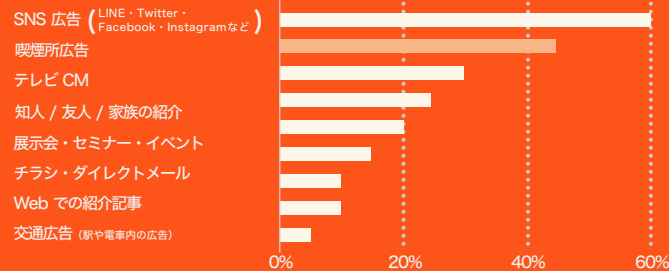
ブランド購入度



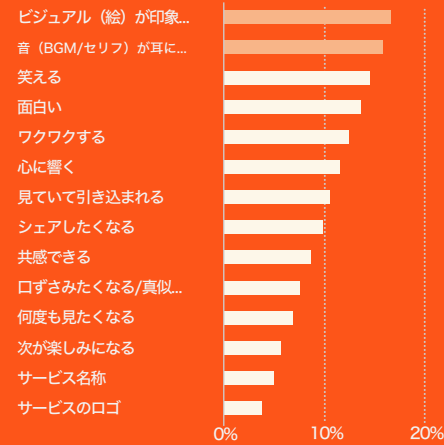
ブランド推進度



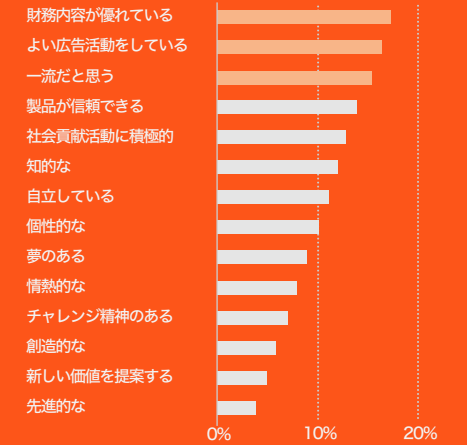
広告接触源比較調査



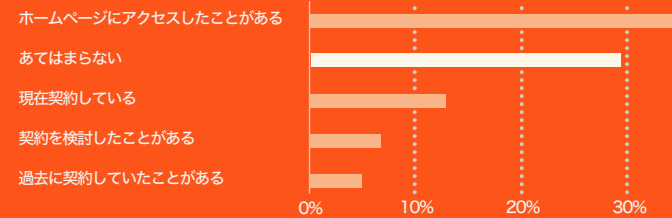
クリエイティブ印象評価調査



企業イメージ調査



商品・サービス利用経験



※上記はサンプルとなります。実際の調査は上記と異なる場合もございます。予めご了承ください。

APPENDIX

HOW TO APPLY

申し込み方法

項目	1.広告主審査	2.仮押さえ	3.クリエイティブ審査	4.申込	5.入稿
原則締切	掲載期間開始日10営業日前 (前々週月曜日 17:00)	掲載期間開始日10営業日前 (前々週月曜日 17:00)	仮押え後3日営業日以内	仮押え後5営業日以内	掲載開始日7営業日以内 (前々週木曜日 17:00)
必要期間	1~2営業日以内に 弊社より審査結果を メールにてお送り致します。	1~2営業日以内に 弊社より仮押え受領を メールにてお送り致します。	1営業日以内に 弊社より審査結果を メールにてお送り致します。	1営業日以内に 弊社より申込受領を メールにてお送り致します。	1営業日以内に 弊社より入稿受領を メールにてお送り致します。
フォーマット	https://form.run/@break-examination	https://form.run/@break-order	https://form.run/@break-examination	https://form.run/@break-order	https://form.run/@break-submit
主な 確認事項	広告メニュー名 掲載開始日及び終了日 広告主名 商材名 放映クリエイティブ	広告メニュー名 掲載開始日及び終了日 広告主名 商材名 放映クリエイティブ	クリエイティブ素材	広告メニュー名 掲載開始日及び終了日 広告主名 商材名 申込金額	クリエイティブ素材

※ お申込後に、各テナント（ビル）への審査を実施いたします。競合等の理由から一部テナント（ビル）において放映不可となる可能性もございますので、予めご了承ください。

※ クリエイティブの差し替えにつきまして、4週間のうち4回まで（原則月曜開始）可能です。差し替え希望日の7営業日前までにご入稿をお願いいたします。

REGULATION

入稿規定

入稿素材	素材詳細	カテゴリ	詳細
動画クリエイティブ	SHORT VIEW	フォーマット	Mp4形式
		サイズ	1,920 x 1,080
		尺	15秒 30秒 ※1
		ファイルサイズ	最大100MB
		映像コーデック	H.264
		音声コーデック	AAC LC
		平均ラウドネス値	-15.0LKFS±1
		フレームレート	29.97FPSまたは30FPS
		ビットレート	10Mbps以上
		走査方式	プログレッシブ方式（インターレース方式は不可）
		最低級数	26pt

※ 放映内容は1申し込みにつき、1商品・1サービスが基本となります。同一商材であれば、掲載尺内で異なるクリエイティブの組み合わせも可能となります

SCHEDULE

締切スケジュール

ご掲載開始週	クリエイティブ審査締切日 (当日17:00まで)	申込締切日 (当日17:00まで)	入稿締切日 (当日17:00まで)
10月7日 (月)	9月20日 (金)	9月26日 (木)	9月26日 (木)
10月14日 (月)	9月30日 (月)	10月3日 (木)	10月3日 (木)
10月21日 (月)	10月4日 (金)	10月9日 (水)	10月9日 (水)
10月28日 (月)	10月11日 (金)	10月17日 (木)	10月17日 (木)
11月4日 (月)	10月21日 (月)	10月24日 (木)	10月24日 (木)
11月11日 (月)	10月25日 (金)	10月30日 (水)	10月30日 (水)
11月18日 (月)	11月1日 (金)	11月7日 (木)	11月7日 (木)
11月25日 (月)	11月11日 (月)	11月14日 (木)	11月14日 (木)
12月2日 (月)	11月18日 (月)	11月21日 (木)	11月21日 (木)
12月9日 (月)	11月25日 (月)	11月28日 (木)	11月28日 (木)
12月16日 (月)	12月2日 (月)	12月5日 (木)	12月5日 (木)
12月23日 (月)	12月9日 (月)	12月12日 (木)	12月12日 (木)
12月30日 (月)	12月16日 (月)	12月19日 (木)	12月19日 (木)

※上記スケジュールは、クリエイティブ審査(放映10営業日前)、申し込み・入稿(放映7営業日前)にて記載しております。
クリエイティブは入稿規定(P36)をご確認の上、ご入稿をお願い致します。入稿規定に合わない場合、入稿締切までにご修正を頂く必要がございます。予めご了承ください。

ACCEPTABILITY STANDARD

掲載可否基準1

下記業種・サービスは広告掲載をお断りしております。
詳細は別途お問い合わせの上、ご確認願います。

- ・ 情報商材
- ・ ギャンブル関連 (射幸心をそそる表現のもの)
- ・ アダルト
- ・ 占い
- ・ 宗教関連 (魔除け・霊感商法霊視商法、神社仏閣等)
- ・ 無限連鎖講
- ・ 探偵業
- ・ 家政婦紹介・斡旋
- ・ 産経用品 (避妊具、女性用体温計)
- ・ 武器全般
- ・ 毒物劇物
- ・ 政党/政治関連
- ・ 公益法人 (NPO/NGO、社団法人)
- ・ 生体販売

- ・ 入札権購入型オークション、オークション
- ・ ファクタリング
- ・ 過払い金請求
- ・ ICO
- ・ 転職、退職、またそれに類する行動を促すサービス
- ・ 競合サービス
- ・ たばこ、電子たばこ (たばこ関連サービスも含む)
- ・ 不動産
- ・ 設置オフィス入居企業の競合サービス
- ・ その他、当社が不適切と判断したもの

ACCEPTABILITY STANDARD

掲載可否基準2

広告表現の注意点は下記ご確認ください。

以下の基準でNGで無い場合にも、表現によっては考査が通らないケースがございます。

- ・ 1枠で複数クライアント、複数ブランド、複数アイテムの広告を流すこと
- ・ 事実と異なる虚偽の情報を掲載したもの
- ・ 優良誤認表示や有利誤認表示などの不当表示となるもの
- ・ 「最大」「最高」「最小」「最速」「No.1」「世界初」などの言葉を表示する際に客観的な出典がないもの
(放映開始日を起点とし、直近1年以内のデータのみ有効)
- ・ 順位、割合、件数など調査結果等の定量的な言葉を表示する際に調査年月の記載がないもの
- ・ 公正取引協議会が定める公正競争規約で定められた表示を遵守していないもの
- ・ 比較広告
- ・ 税込価格と誤認される恐れのある税抜価格の表示
- ・ 誹謗中傷するもの、名誉を毀損するもの
- ・ 著作権や商標権等の知的財産権を侵害するもの
- ・ プライバシーを侵害するもの、個人情報の取得、管理、利用等に十分な配慮がされていないもの
- ・ 他人を差別するもの、人権を侵害するもの
- ・ セクシュアルハラスメントとなるもの
- ・ バイオレンス、暴力的な描写、表現
- ・ 投機心、射幸心を著しくあおる表現のもの
- ・ 非科学的または迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるもの
- ・ 犯罪を肯定、美化、助長するもの
- ・ 反社会的勢力によるもの
- ・ 醜悪、残虐、猟奇的等で不快感を与えるもの
- ・ サービス、商品の内容が不明確なもの
- ・ 業界で定めるガイドラインなどに違反し、または、違反するおそれのあるもの
- ・ その他、当社が不適切と判断したもの

PRECAUTION

注意事項1

仮押さえ・申し込み及び入稿時には、
下記項目ご確認の上対応をお願い致します。

1.入稿素材に関する権利処理について

入稿素材および当該入稿素材からの誘導先（ドメイン名、URL、同一ドメイン内のウェブサイト、アプリなどを含み、以下「誘導先」）における権利処理（JASRAC等著作権管理団体への支払いを含みます。）は原則広告主様にて対応していただきます。広告主様は当社に対して、本媒体資料において予定されている入稿素材の利用を可能とするために必要な権利を付与するものとします。権利処理について質問等ある場合には、担当営業にお問い合わせください。

2.入稿素材および誘導先の審査について

入稿素材の内容および形式ならびに誘導先については掲載ガイドライン等に従って当社所定の審査がありますが、当該審査は、入稿素材または入稿素材からの誘導先の内容の適法性、安全性、信頼性、正確性、完全性、有効性、特定の目的への適合性、セキュリティなどに関する欠陥、エラーやバグ、権利侵害など、事実上または法律上の瑕疵がないことをなんら担保するものではありません。

3.申し込みキャンセルについて

申し込みメール送付後、広告主様都合による出稿停止の場合、違約金が発生します。

配信開始予定日の15営業日より前：50%、配信開始予定日から15営業日以内：80%、配信開始予定日から5営業日以内：100%

※キャンセル対象週毎に違約金発生となります。

4.仮押さえについて

仮押さえ期間終了タイミング（5営業日17時）に連絡ない場合は原則仮押さえ枠の自動開放となります。

同一商材・サービスでの再度の仮押さえに関しては、仮押さえ枠リリース後の5営業日後から1回まで可能となります。

PRECAUTION

注意事項2

仮押さえ・申し込み及び入稿時には、
下記項目ご確認の上対応をお願い致します。

4. 広告主様の責任について

広告主様は、入稿素材および誘導先が、(1)第三者の著作権、産業財産権、パブリシティ権、プライバシー権その他一切の権利を侵害していないこと、(2)薬事法、不当景品類および不当表示防止法その他一切の関連法令に抵触していないこと、(3)正確かつ最新の記載であり、かつ利用者に混乱を生じさせたり、コンピューターウイルスや虚偽の内容を含んだり、相互に無関係な内容となっていたりしないこと、(4)デッドリンクとなっていないこと、(5)公序良俗に反し、または第三者を誹謗中傷したり、名誉を毀損する内容を含まないこと、(6)掲載ガイドライン等に抵触していないことを当社に対し保証します。入稿素材または誘導先に関して当社が第三者よりクレーム、請求等を受けた場合、広告主様の責任および費用において、当該クレーム、請求等に対応するものとします。また、入稿素材または誘導先に関連して当社が損害を被った場合は、広告主様は当該損害（逸失利益、特別損害、合理的な範囲での弁護士費用などを含みますがこれらに限られません。）を当社に対して速やかに賠償するものとします。

5. 掲載停止について

当社は、入稿素材の内容および形式ならびに誘導先について掲載ガイドライン等に従って当社所定の審査をした後においても、(1)入稿素材および当該入稿素材からの誘導先について当社所定の審査をした後において入稿素材もしくは当該入稿素材からの誘導先が変更になった場合、(2)本媒体資料に規定する広告主様の保証義務または遵守事項の違反がある場合、または当該違反のおそれがあると当社の裁量により判断された場合、または(3)社会的要因により入稿素材もしくは当該入稿素材からの誘導先を広告として掲載することが当社の裁量において不適切とみなされる事情が発生した場合、当該入稿素材にかかる広告掲載契約が成立した後または当該入稿素材にかかる広告の掲載が開始された後においても、当社の裁量において、広告主様に対する債務不履行責任、損害賠償責任等の一切の法的責任を負うことなく、広告主様より受注しております広告商品の全部または一部の掲載を直ちに停止、中断、または中止できるものとします。なお、この場合、広告主様は、当該入稿素材にかかる広告掲載契約に基づき既に発生した広告料金の支払いを免れるものではありません。

BREAK

THE SMOKING ROOM VISION

03-5544-8775 | smokead@newstech.co.jp

NT News
Technology