



BREAK

THE SMOKING ROOM VISION

リピート出稿率 **52%**!

最新成功事例集

- 2024年10月版 -

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

TJ OBU

聖闘士星矢
LEGEND OF JUSTICE

TOKIUM

Growth X

bitkey

Chrono24
The World's Watch Market

PROGRIT

PIVOT

INDEX

1

なぜ、BREAKは選ばれるのか？

2

成功事例 / CASE STUDY-part1

3

リアル活用した成功事例 / CASE STUDY-part2

1

なぜ、BREAKは選ばれるのか？

EXECUTIVE SUMMARY

SPACE

×

USER

×

SPEC

“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

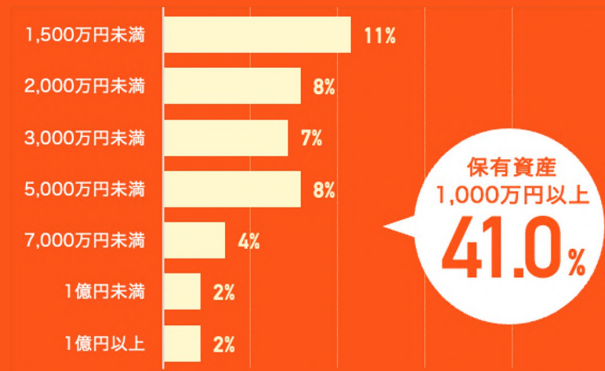
圧倒的なフリークエンシー

音が出せる 密閉された小空間

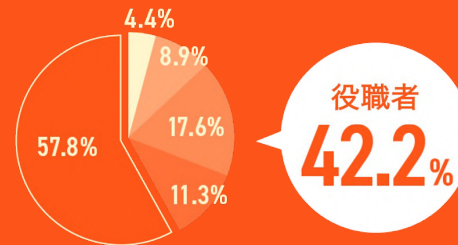
手持ち無沙汰 喫煙以外の
目的がない

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

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%**



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

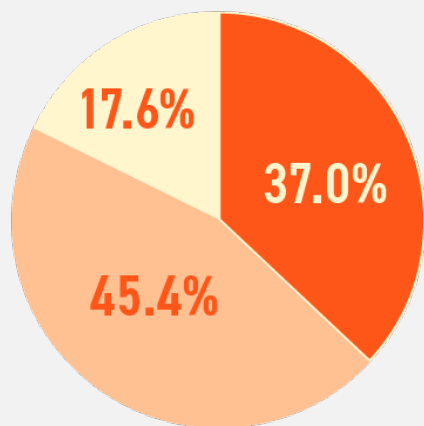
▽設置ビル（例）

- 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

1日平均 **5回** × 滞在 **6分** = **1日30分間**

業界最高水準の接触ポテンシャル

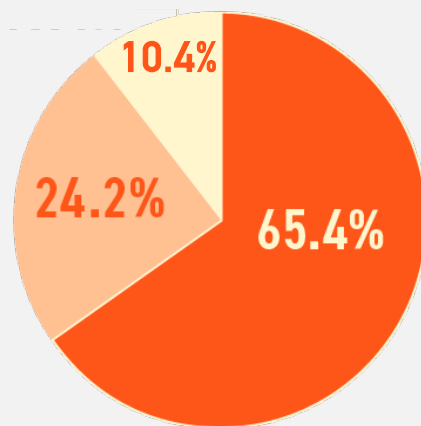
出社時の1日の喫煙回数



1~3回 4~7回 8回以上

平均 **4.8** 回

喫煙所の滞在時間



5分以下 6~9分 10分以上

平均 **5.8** 分



音と映像で**記憶**に残す、興味から**行動**まで完結

1

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

2

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

3

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

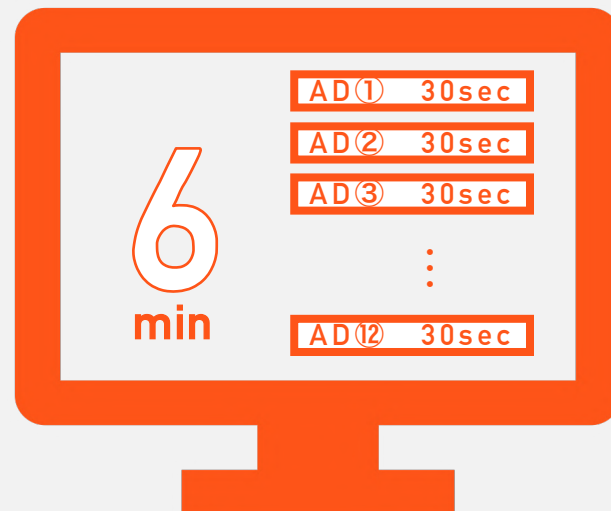


1滞在 = 1接触、訪れるたびに広告に触れる理論設計

喫煙所の1回あたりの平均滞在時間



放映ロールの設定時間



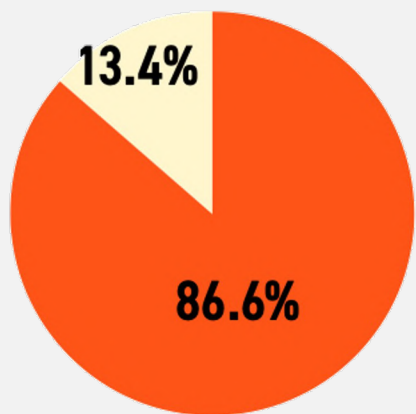
BREAK
THE SMOKING ROOM VISION

※ 30sec × 12枠 = 6min

TVやデジタルでは **セグメンテーション** が希少な

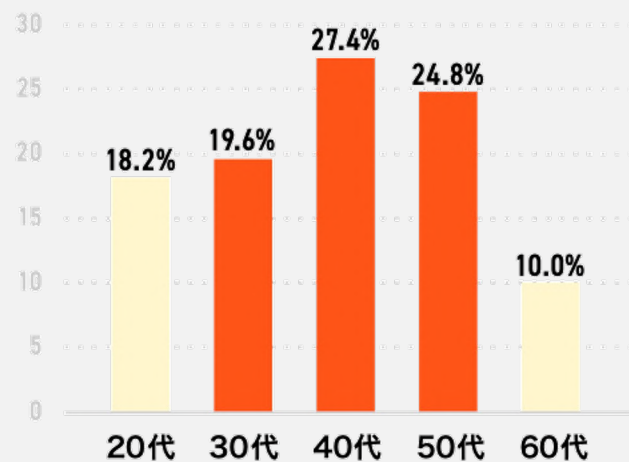
首都圏ビジネスパーソンにアプローチ

男女比



■ 男性 ■ 女性

年代



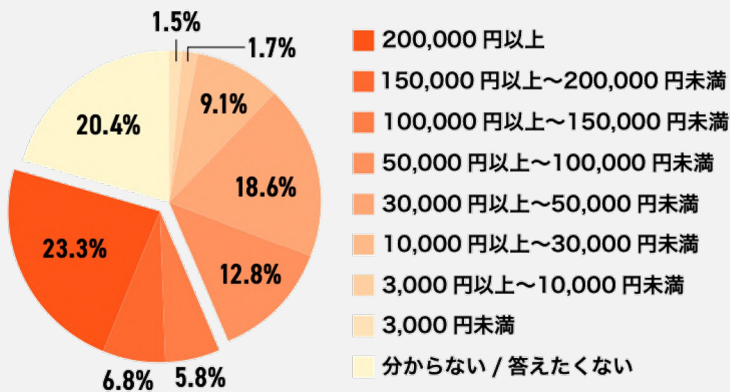
※首都圏喫煙所設置オフィスビルの喫煙所利用者インターネット調査より(2021年8月)



なかでも、**可処分所得・世帯年収が高い**

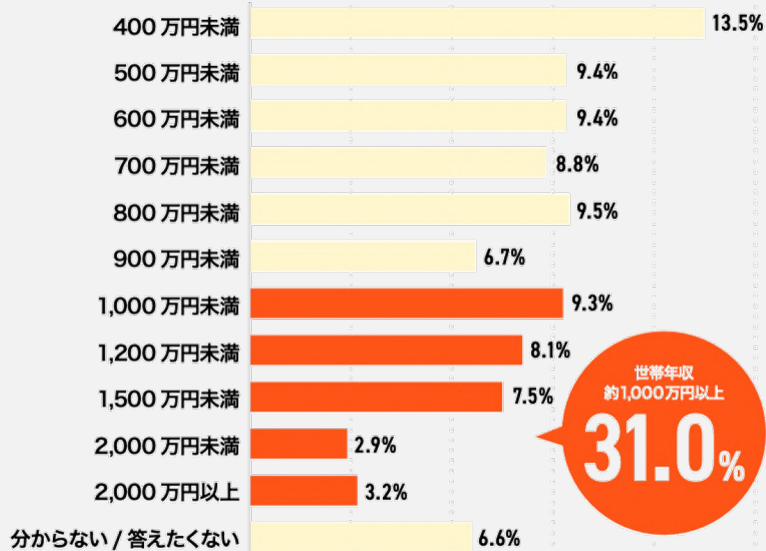
趣味から大きな買い物まで利用/購買傾向が高い ***詳細媒体資料**

1ヶ月あたりの可処分所得



10万円以上 **35.9%**

世帯年収



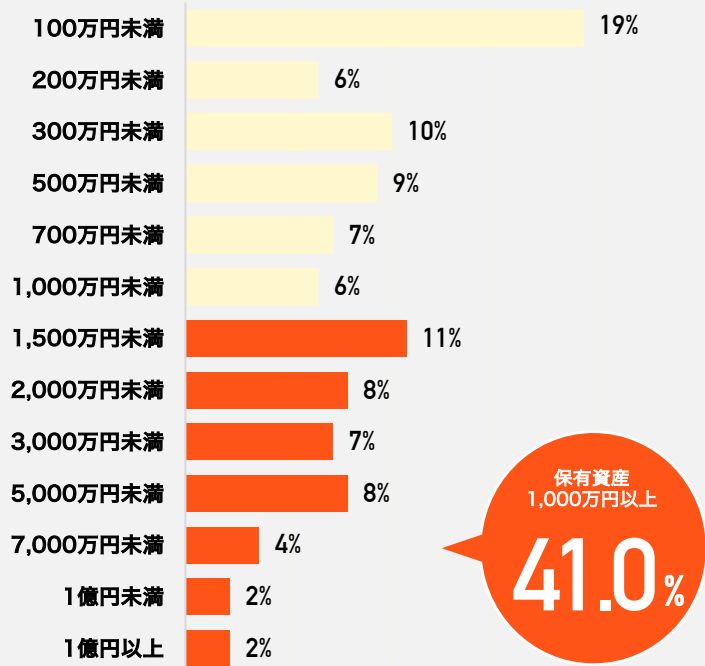
世帯年収
約1,000万円以上
31.0%



約**4**割が保有**資産1,000万円以上**で

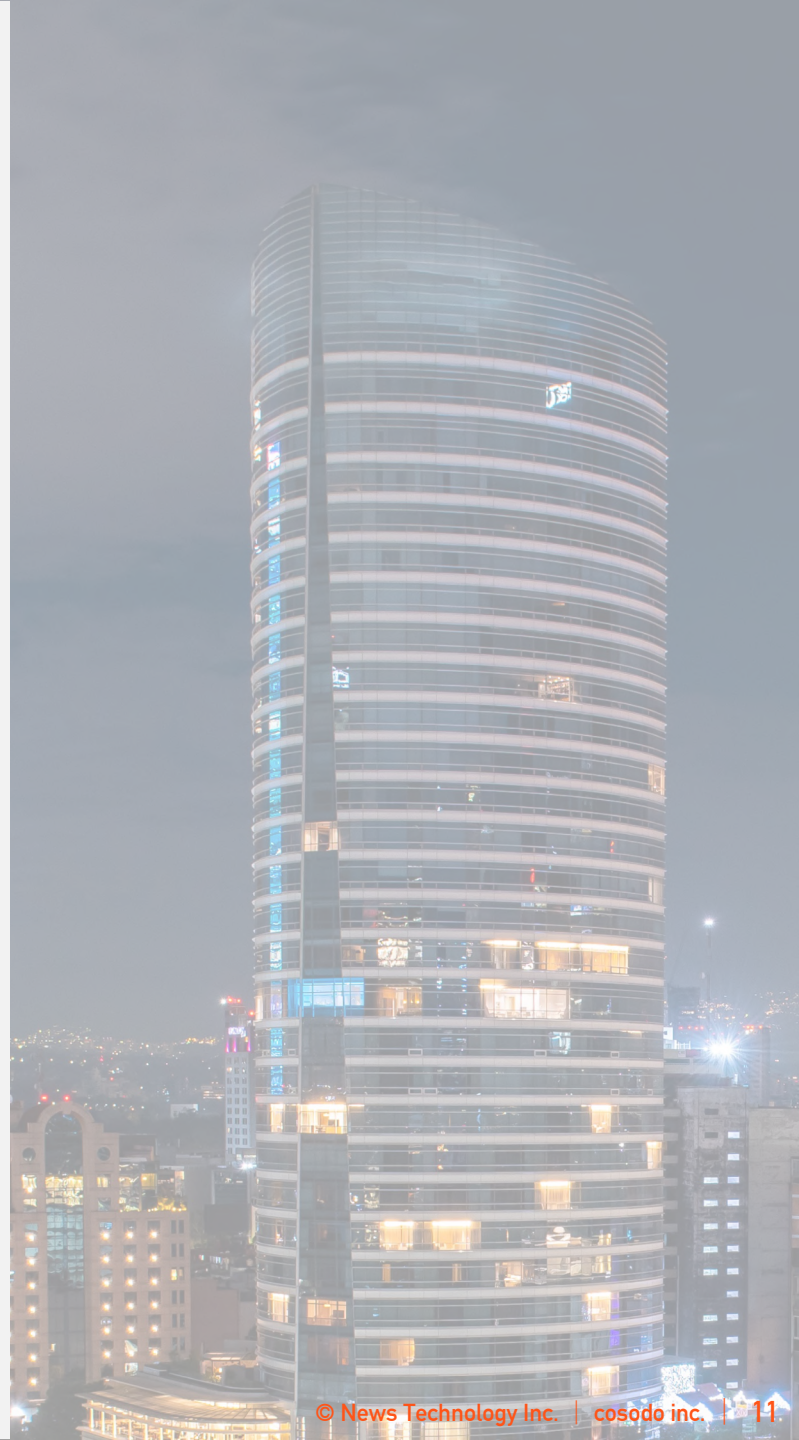
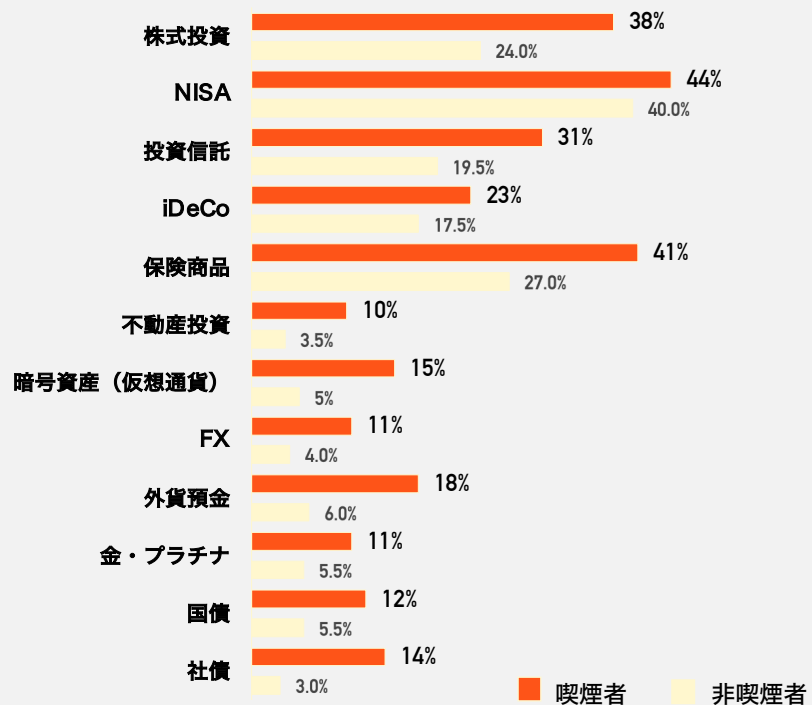
様々な**投資商品への意欲も高い**

保有資産



※「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



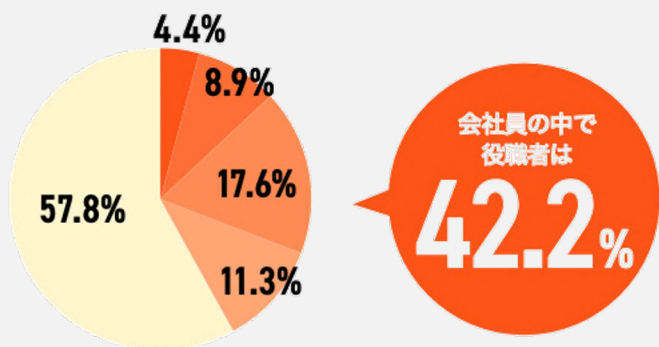
視聴者の魅力

ビジネス空間だからこそ、**意思決定者や役職者**

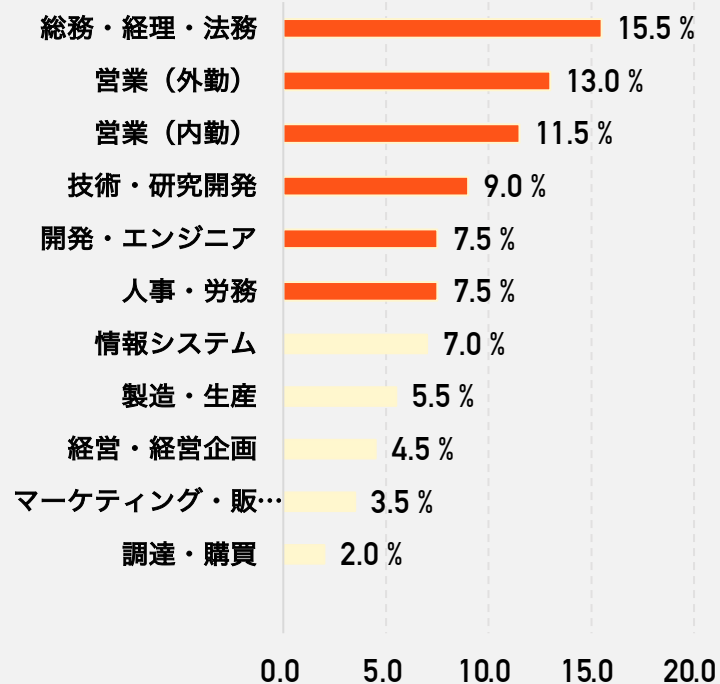
さらに**外出が少ない内勤者**へ直接リーチが可能

役職者割合

職種



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



配信エリア・リーチ数

首都圏のオフィスビルを中心に

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

想定リーチ数

500 万人

※月間のペリーチ数

設置面数

459 面

※順次増加予定

計測方法

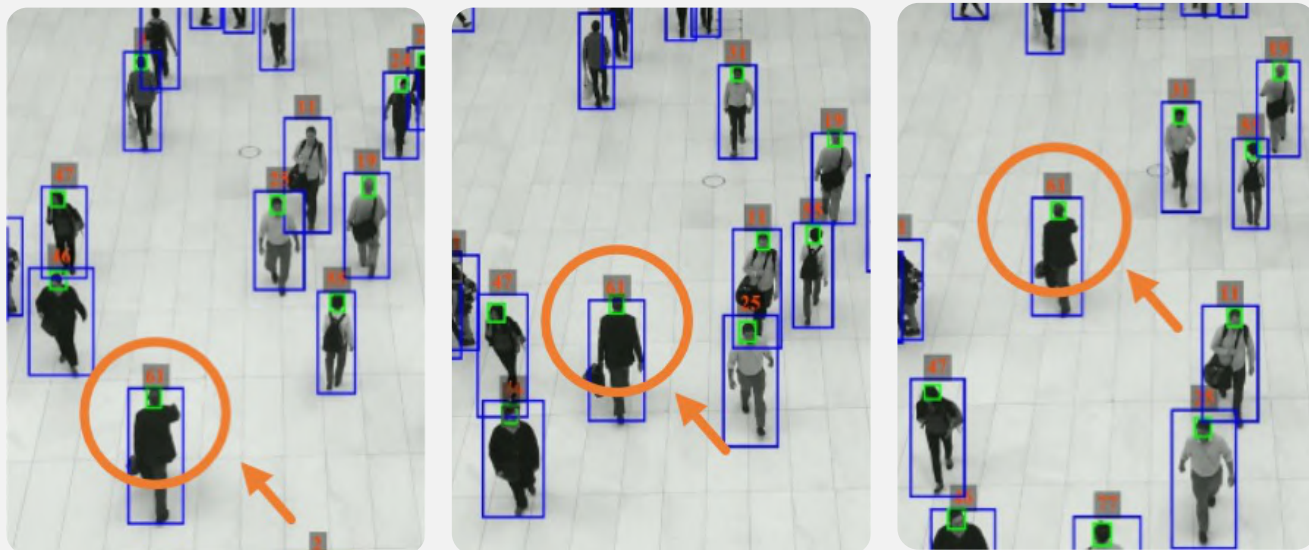
AI カメラ

※喫煙所混雑回避用に設置された
AIカメラデータを用いて、
喫煙所内の滞在人数を算出。



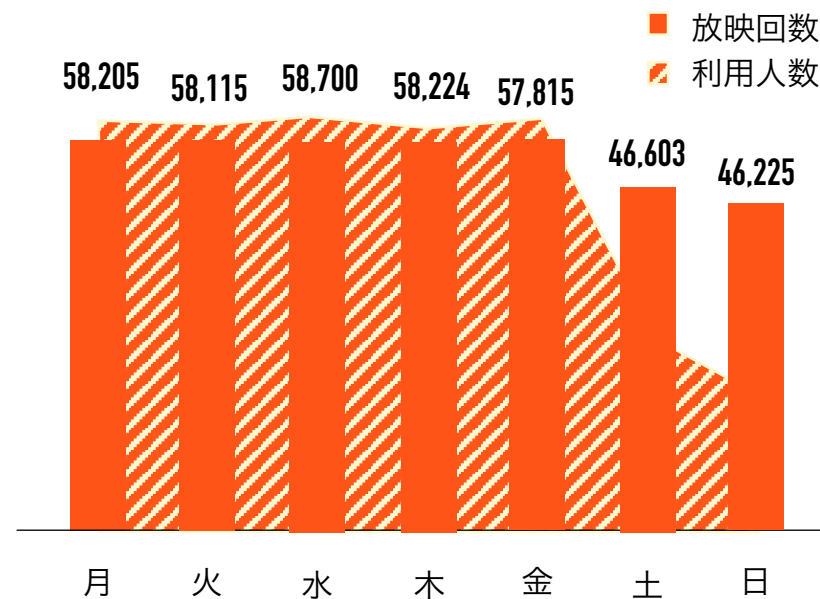
AIカメラによってそれぞれの人物に「ユニークID」を振り分け **正確な人数の把握が可能**

放映回数に加えて **利用人数もレポートニング**



- 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

曜日別レポートイメージ



2

成功事例 / CASE STUDY-part1

飲料（アルコール）

アサヒビール様 / ジンサワー「GINON」

Asahi

訴求商品

30,40代の日常的に飲酒するユーザーを

ターゲットとした、素材本来のおいしさが
楽しめる果実ひきたつ無糖の“ジンサワー”

出稿目的

新ブランドの全国発売をきっかけとした

メインターゲット層へのブランド認知拡大と

BREAK出稿による 態度変容効果の把握

[事例紹介ページはこちら](#)



飲料（アルコール）

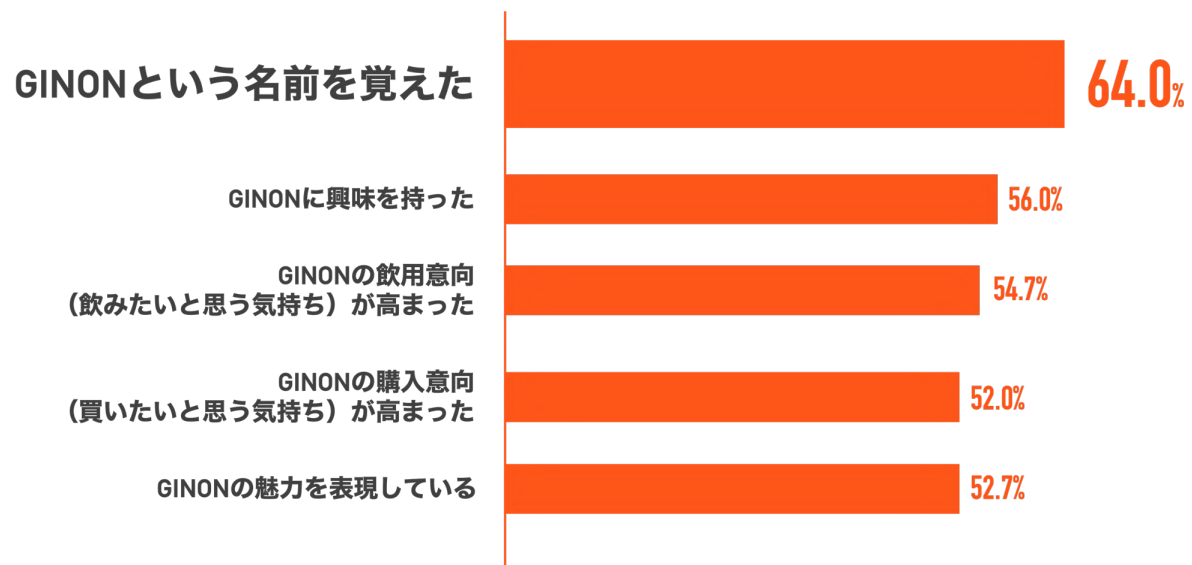


64%が「GINONを覚えた」と回答し、

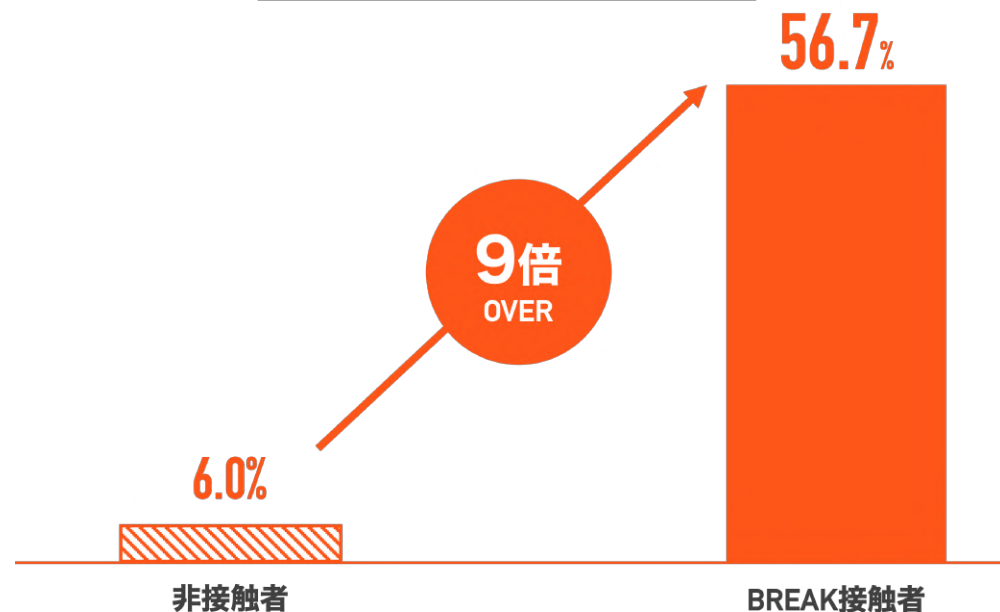
BREAKを通してターゲット層への商品認知に貢献

さらに「購入を検討」「ネットで検索」など**具体的なアクションへの効果**も見られた

態度変容



「GINON」認知率



社内向けビジネスツール

GMOプレイアド様 / PlayAds byGMO

訴求商品

管理画面上の操作だけで
完成前にCM動画のクリエイティブを評価できる、
CM制作工程をDXする **社内向けのビジネスツール**

出稿目的

TVCMを実施している

企業向けのサービス認知拡大

[事例紹介ページはこちら](#)

PlayAds byGMO

PlayAdsでムダの無い革新的なCM制作を実現しましょう!

制作中のCMに不安はないですか?

しかしPlayAdsならこれらを解決できます!

食べたい

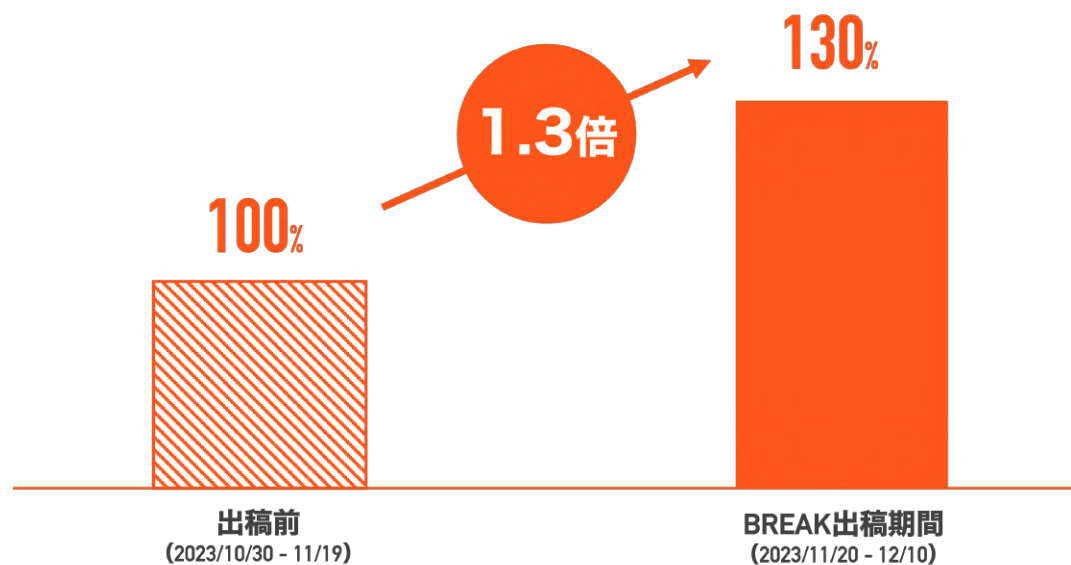
メッセージが伝わっているのか把握できます

放映前後でWEBアクセスが1.3倍となり、

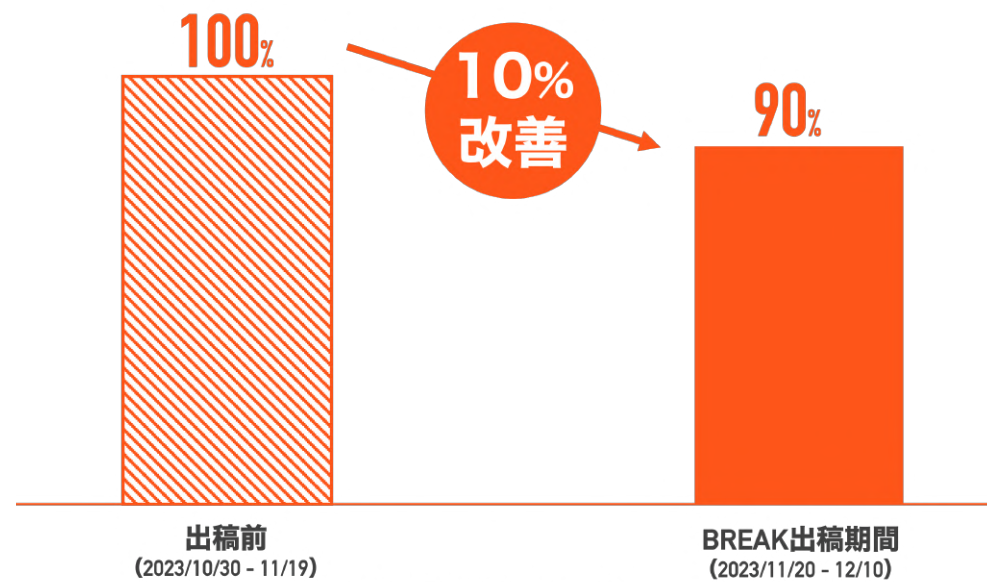
BREAKによるサイト流入数増加へのインパクト を実感

さらに直帰率も改善し **良質なユーザーのWEBサイト誘導** に貢献

WEBサイト流入数



WEBサイト直帰率の改善率



※QR以外も含む全トラフィック

寝具（枕）

BR<IN
SLEEP

ブレインスリーブ様 / ブレインスリーブピロー

| 訴求商品

「ブレインスリーブピロー」は
独自素材を使用し90%以上が空気層でできており、
睡眠時に発生する熱や湿気がこもらず、快適な睡眠環境を作る

| 出稿目的

ビジネスパーソンへの認知拡大における
ターゲット層がいると判断したため

[事例紹介ページはこちら](#)

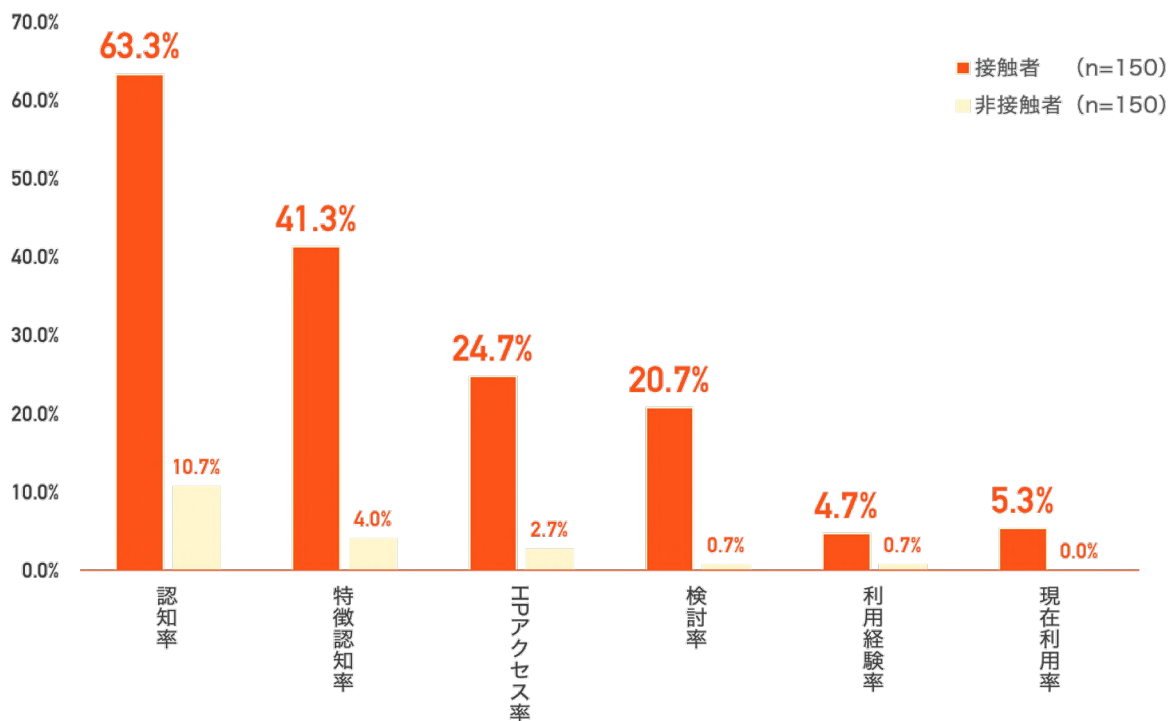


寝具（枕）

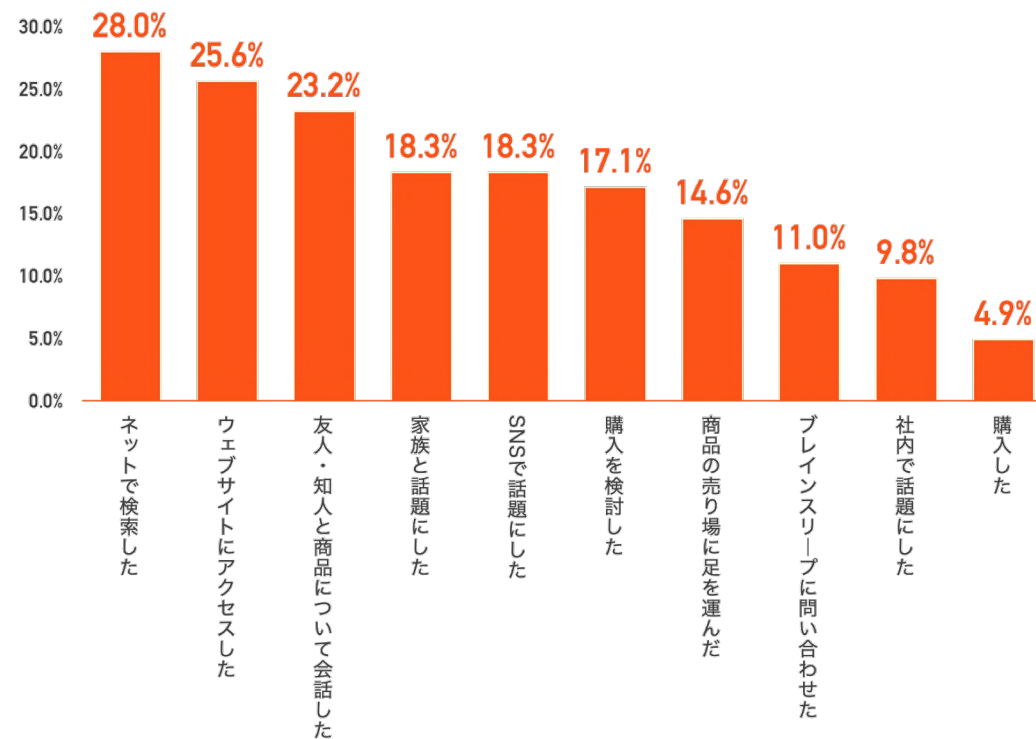
63%が「ブレインスリープピロー」を認知

さらに **検索・購入検討の具体的なアクション** にまで貢献

ブレインスリープピローブランドファネル



広告閲覧後の行動



特急列車

東武鉄道様 / スペースX



| 訴求商品

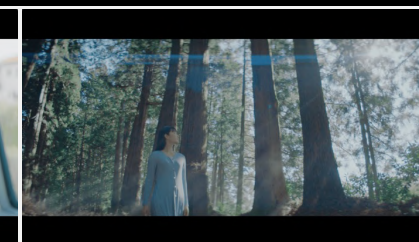
2023年7月に登場した浅草～日光・鬼怒川方面を結ぶ新型特急シートバリエーションは全6種と豊富で、様々な旅のスタイルに合わせて選ぶことができる

| 出稿目的

新型特急の運行開始における

サービス認知拡大

[事例紹介ページはこちら](#)



プログリット様 / シャドテン

訴求商品

リスニング力向上に効果的な「シャドーイング」の
トレーニングに特化したサブスクサービス
英語のプロフェッショナルによる的確なアドバイスにより、
ビジネスパーソンのリスニング力の向上を支援する

出稿目的

ビジネスの現場で英語のリスニングに課題を抱える
ビジネスパーソンへのサービス認知拡大

[事例紹介ページはこちら](#)

シャドーイング×プロの添削で
リスニング力がぐっとUP!

 SHADOTEN

7日間無料体験実施中!!



 SHADOTEN

リスニングクイズ

かっこに入る単語は
何でしょう?

I didn't () know that.

*2023年8月末時点

累計2.3万名以上が
プログリット流シャドーイングで効果を実感。

7日間無料体験実施中!!

正解は

I didn't **even** know that.

英語のリスニング力を上げるなら、


7日間無料体験実施中!!

聞き取れましたか?

Point

didn't ~~even~~
ディドゥニーヴン

「消失」と「連結」という音の変化です。

VODサービス

DAZN Japan Investment様 / DAZN



| 訴求商品

好きなスポーツをいつでもどこでも楽しめる

スポーツファン向けのスポーツ専門VODサービス

圧倒的な種類のスポーツコンテストを
ライブ中継と見逃し配信で楽しめる

| 出稿目的

サービスの

認知拡大、およびブランディング

[事例紹介ページはこちら](#)



スマホアプリ（ゲーム）



WANDA CINEMAS GAMES様 / 聖闘士星矢レジェンドオブジャスティス

訴求商品

「聖闘士星矢」初の縦持ち放置型RPG
3Dグラフィックで再現した漫画原作の世界で
聖闘士たちと熱き戦いを追体験

40,50代をターゲットとしたスマホゲームアプリ

出稿目的

サービスの

認知拡大、およびDL促進

[事例紹介ページはこちら](#)



3

リアル活用した成功事例 / CASE STUDY-part2

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

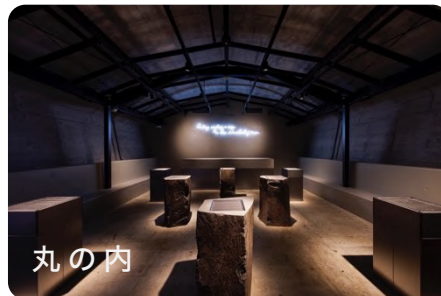
BREAK THE SMOKING ROOM VISION 独占保有空間



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

消費財（衣類用消臭フレグランス）

ラフラ・ジャパン様 / PROUDMEN.



訴求商品

気になるニオイを消して、ほのかな香りを残す
スーツリフレッシャー

汗やタバコのニオイがついた喫煙後のスーツなど
毎日洗えない衣類にひと拭きするだけで清潔感をプラス

出稿目的

ビジネスパーソンへの認知拡大

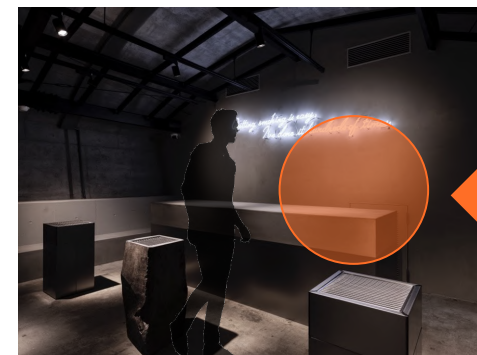
喫煙中のニオイケア意識が高まるタイミングでの購買促進

[事例紹介ページはこちら](#)

BREAK放映



Touch & Try



体験用商品 & 告知名刺

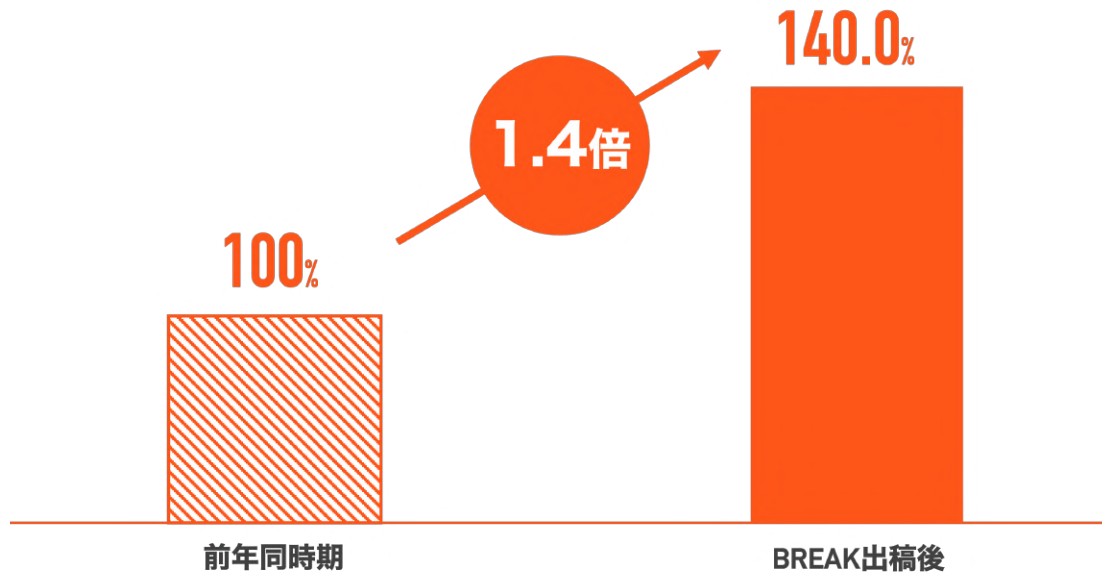


消費財（衣類用消臭フレグランス）

WEBサイト流入数は1.4倍に

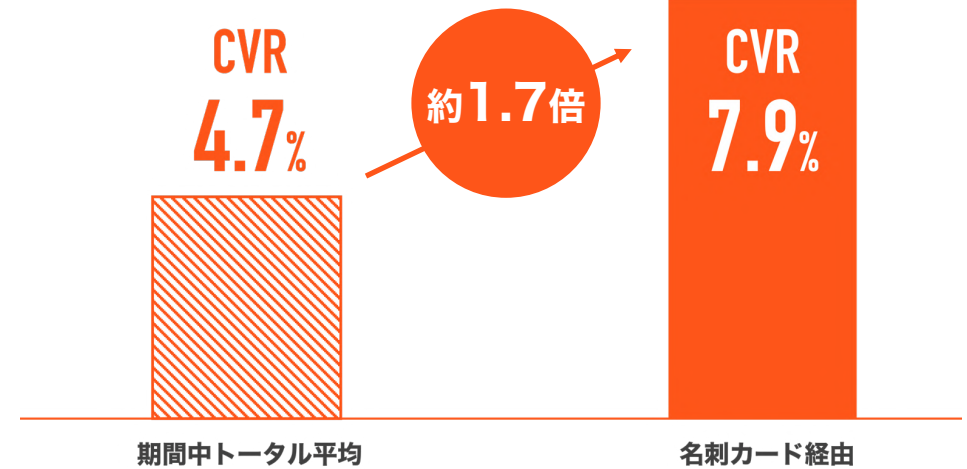
さらに、商品利用後に持ち帰った名刺カード経由でのCVRは約1.7倍となり、リアル空間を活用したタッチ&トライ施策が購買促進に貢献

WEBサイト流入数



※QR以外も含む全トラフィック

名刺カード経由購入率



※一部関節CV含む

社内向けビジネスツール

Yoom様 / Yoom ナレッジ



訴求商品

企業が保有する情報を最大限に活用するための
AIナレッジオートメーション
企業の生産性向上と情報共有の効率化を実現する

社内向けビジネスツール

出稿目的

バックオフィスに向けたサービスの認知拡大と

放映による営業活動強化

[事例紹介ページはこちら](#)

BREAK放映



Sales&Promotion

事前告知



アンケート実施



リード取得



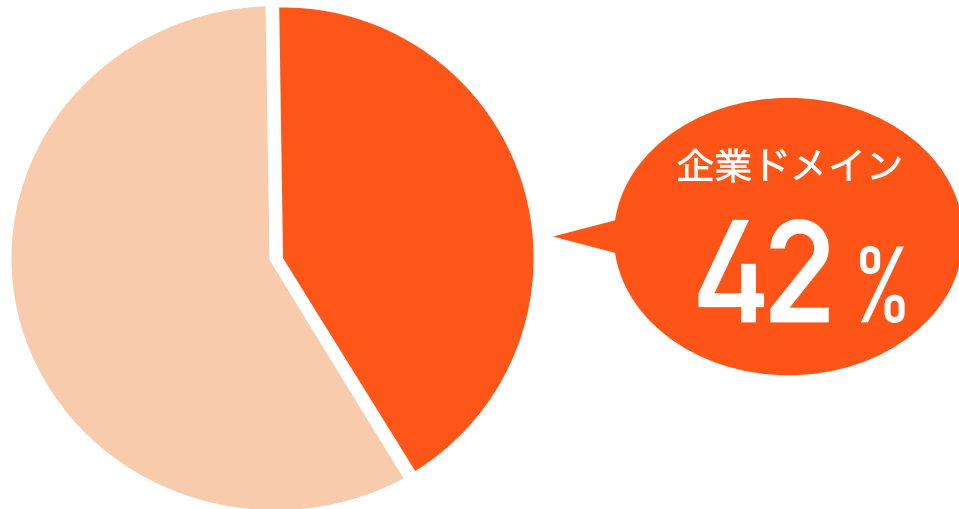
社内向けビジネスツール

店頭でのアンケート施策を掛け合わせることで、

600件超のリード獲得に成功

他施策と比較しても、本施策での獲得数の方が多結果に

リード件数 **605件**



- “Client Voice”
- 企業ドメイン比率は通常マーケティング水準
 - フリーアドレスでもナーチャリングに活用できるので嬉しい
 - 展示会の平均獲得数よりも多い
- ”

BREAK

THE SMOKING ROOM VISION

[最新の媒体資料ダウンロードはこちら](#)

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

