

BREAK

THE SMOKING ROOM VISION

MEDIA GUIDE

April to June 2026

News
Technology

CONTENTS

| | |
|-----------------------------|------------------|
| ABOUT BREAK | P.03 - 06 |
| SPACE VALUE | P.07 - 12 |
| MEDIA OVERVIEW | P.13 - 17 |
| USER DATA | P.18 - 25 |
| MEDIA MENU | P.26 - 29 |
| CASE STUDY | P.30 - 34 |
| OPTION MENU | P.35 - 41 |
| APPENDIX | P.42 - 49 |

“滞在”の数分が、
ブランドを深く刻む。

通り過ぎる“一瞬”ではなく、
腰を据えた休息の“数分”が、
ブランドと視聴者を“濃密に”つなぐ、新たな広告体験。

BREAK
THE SMOKING ROOM VISION

ABOUT BREAK

THE SMOKING ROOM VISION

月間 600 万人が集う

都心オフィス×喫煙所発の滞在型メディア

BREAKは、

都内最大級(*1)タクシーサイネージ「GROWTH」を手がけるニューステクノロジー社と、

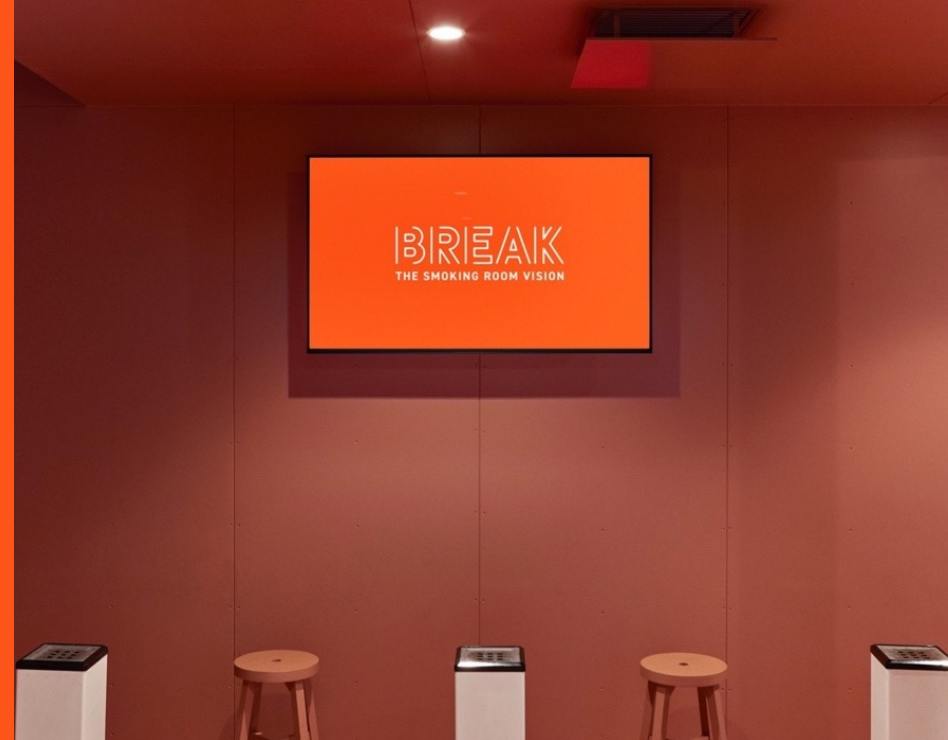
喫煙所ブランド「THE TOBACCO」を展開するコソド社が協業して生まれた、

都心オフィスビル喫煙所に特化した国内No.1(*2)の、滞在型デジタルサイネージメディアです。



※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）



都市型ビジネス層に、効率的にリーチする

喫煙所に集うのは、単なる嗜好層ではない。

消費力が高い

1ヶ月の可処分所得10万円以上の割合

35.9 %

決裁者が多い

会社員91%、役員・部長・課長など役職者割合

42.2 %

トレンド敏感層

新商品・新サービスへの興味関心が、非喫煙者の

1.8 倍

男性セルフケア意識層

美容・身だしなみ等への意識が、非喫煙者の

1.6 倍

ヘルスケア関心層

健康食品やサプリの購買傾向が、非喫煙者の

1.7 倍

※詳細データはP.19-

喫煙者というフィルターが、
都市型ビジネス層へ、“濃密な接点”をもたらします。



ACHIEVE MOMENTS

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

LOTTE

SUNTORY
SUNTORY WELLNESS

niSSin 日清食品

Canon
キヤノンマーケティングジャパングループ

sansan

GMO PlayAd

Yoom

BRAIN
SLEEP

ABEMA
TV for the Future

DAZN

パティル

Ready
Crew

KINGSOFT

めざましコミック

T/ O B U

TBS

TOKIUM

Growth X

WILLGATE
MAKE YOUR WILL COME TRUE

IBJ

PROGRIT

PIVOT

SPACE VALUE

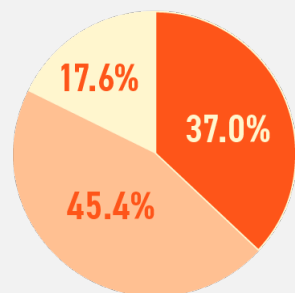
“滞在型メディア”とは

SPACE VALUE

通り過ぎる“一瞬”ではなく、
滞在する“数分”だからこそ生まれる深い接触

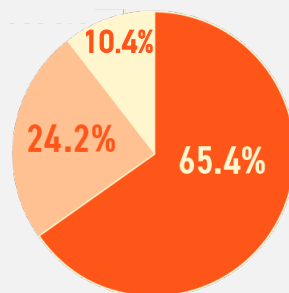
出社あたり 平均 **5回** × 滞在 **6分** ≒ **1日30分間**

1日の喫煙回数



■ 1～3回 ■ 4～7回 ■ 8回以上

1回の滞在時間



■ 5分以下 ■ 6～9分 ■ 10分以上

“一息つく”、心理的にも時間的にも余裕がある
無防備な休憩時間を捉える



SPACE VALUE

手持ち無沙汰な空間に、音と映像で演出
自然と視線がモニターへ 向かいやすい

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

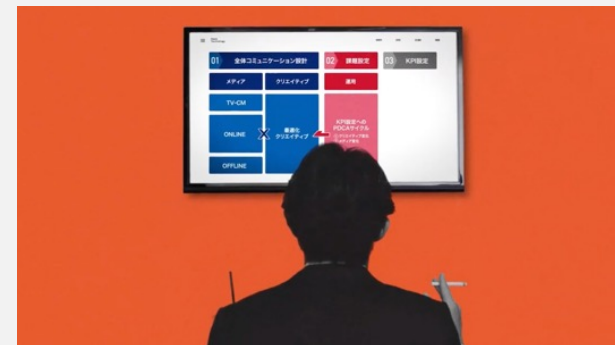
手持ち無沙汰

- |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

3

没入 / 行動する余裕がある

- |B) 喫煙以外の目的がない
興味から行動までのハードルが低い



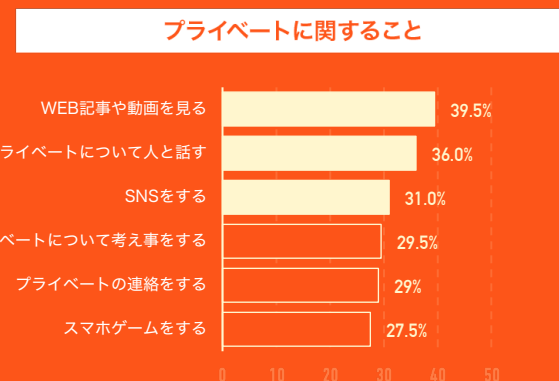
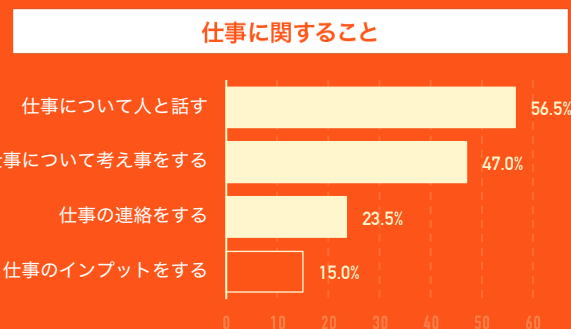
USAGE IMAGE

“仕事を考える場”と“気分を緩める場”の両方として活用されており、
スマホを触っていても、手元に意識を集中させているわけではなく、無防備な時間が流れている。

1日5回の利用イメージ



喫煙所でやっていること



LOCATION

設置されている喫煙所は、
大型ビルを中心に、明るく清潔な空間です



カレッタ汐留 東京都港区東新橋1-8-2



大手町ブレイス 東京都千代田区大手町2-3-1



虎ノ門2丁目タワー 東京都港区虎ノ門2-3-17



ワテラスタワー 東京都千代田区一ツ橋1-1-1



大森ベルポート 東京都品川区南大井6-3-1

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

- ・ 東京スクエアガーデン
- ・ 日比谷フォートタワー
- ・ 銀座松竹スクエア
- ・ 紀尾井町タワー
- ・ 大手町タワー
- ・ 丸の内センタービルディング
- ・ 有楽町駅前ビルディング (有楽町イトシア)
- ・ 日本橋一丁目三井ビルディング
- ・ 日比谷セントラルビル
- ・ 日本橋室町三井タワー
- ・ Daiwa東日本橋ビル
- ・ ワテラス (WATERRAS)
- ・ 東京建物八重洲ビル
- ・ 住友生命赤坂ビル
- ・ 虎ノ門2丁目タワー
- ・ T-LITE
- ・ 新宿エルタワー
- ・ 新宿第一生命ビルディング
- ・ Hareza Tower
- ・ 晴海トリトンスクエア
- ・ 東京ポートシティ竹芝
- ・ 新宿野村ビル
- ・ 郵船ビル
- ・ 品川インターシティ
- ・ PMO品川
- ・ KDX中目黒ビル
- ・ ヒューリック五反田山手通ビル
- その他

530 面
(428施設)

※2026年3月時点での見込み含む
※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。



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
600万人以上にリーチ

23 区

※上記以外の首都圏・地方都市も配信あり

600 万人

※月間のペリーチ数

※2026年3月時点（設置見込みも含む）
※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。

BREAK
THE SMOKING ROOM VISION

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

33,000 社以上

※2026年3月時点での設置数（見込みも含む）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

290 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(2026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)



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

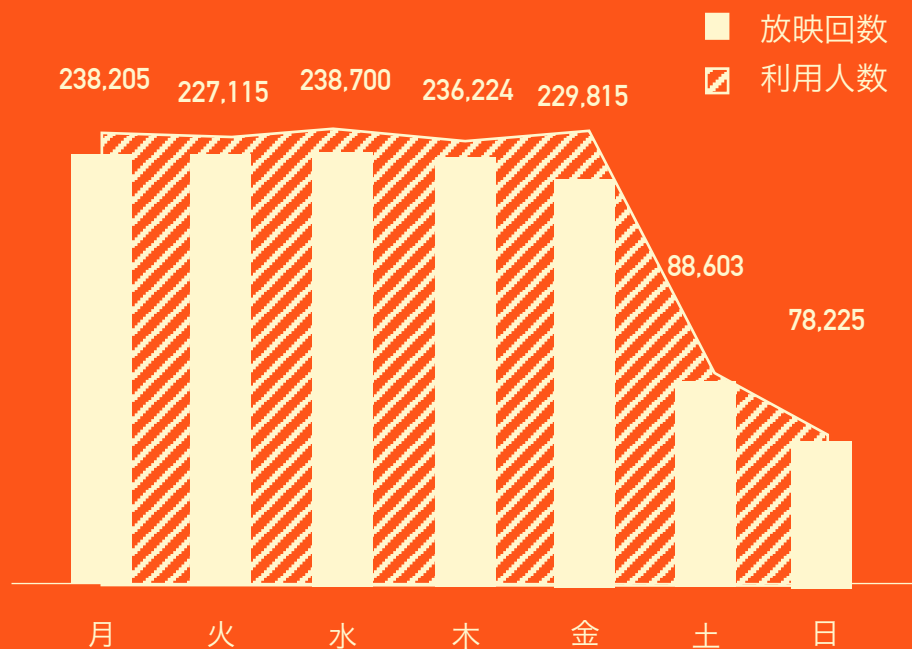
※最大



REPORT

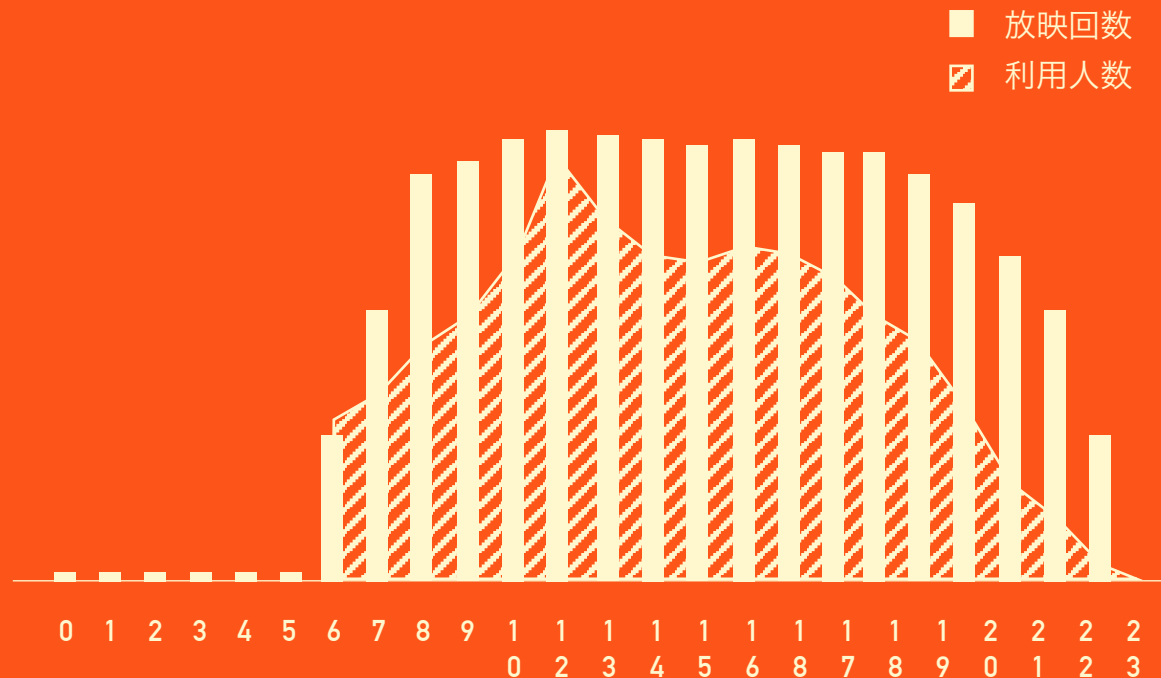
レポートイメージ

曜日別



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

時間帯別

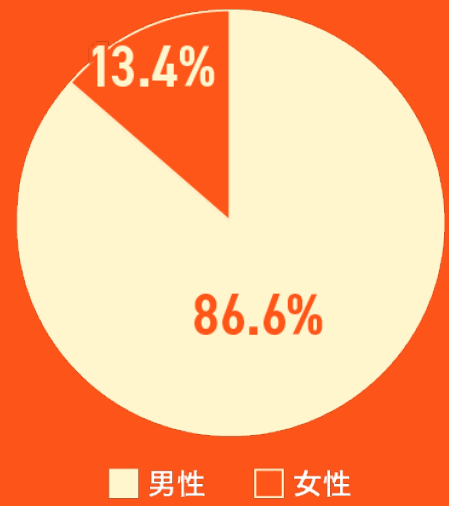


USER DATA

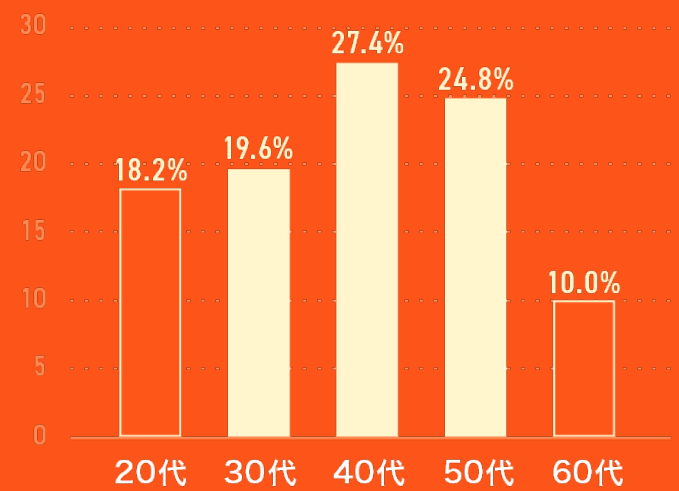
USER DATA

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



年代



20 - 30代で4割、40 - 50代で5割と、幅広い世代にアプローチ可能

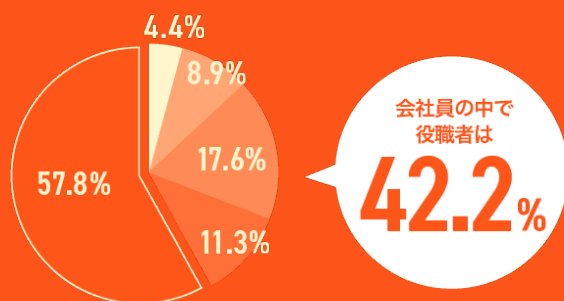
ビジネス空間だからこそ、意思決定者や役職者 さらに外出が少ない内勤者へ直接リーチが可能

91.3 % 会社員

■ 自営業(SOHO含む/フリーランス)
■ 公務員・団体職員
□ 専門職(医師/弁護士/公認会計士)

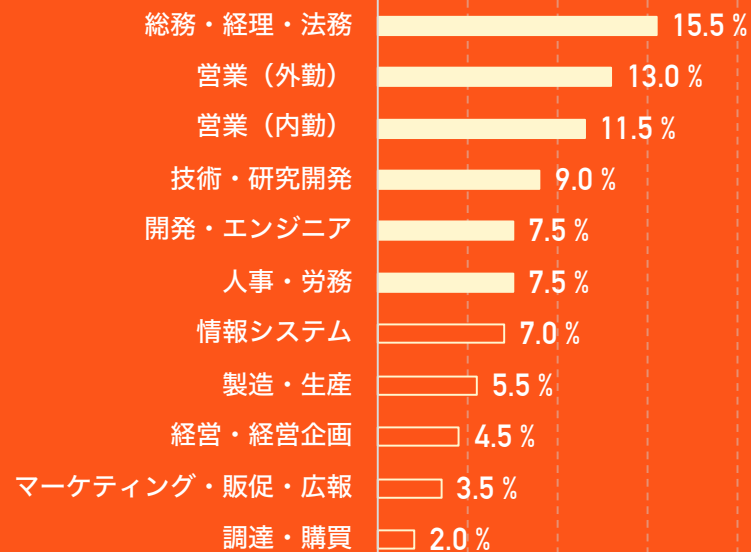
4.9 %
3.0 %
0.8 %

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)

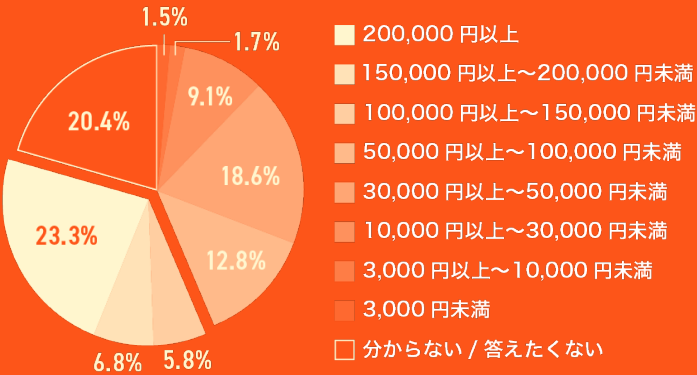
職種



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

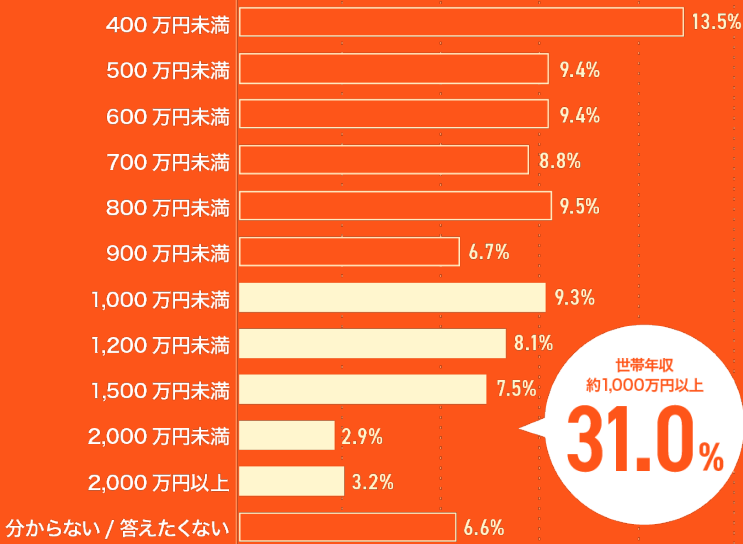
1ヶ月あたりの可処分所得



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



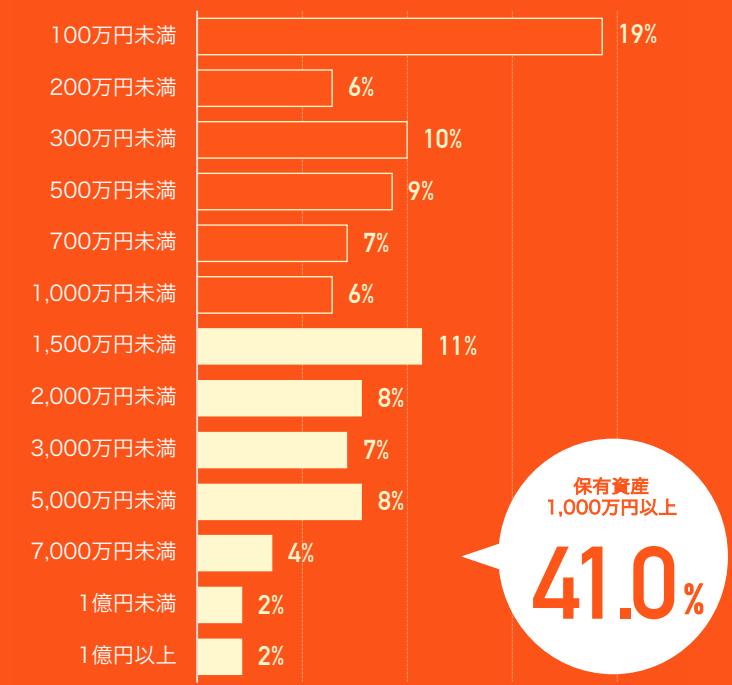
購買・消費傾向



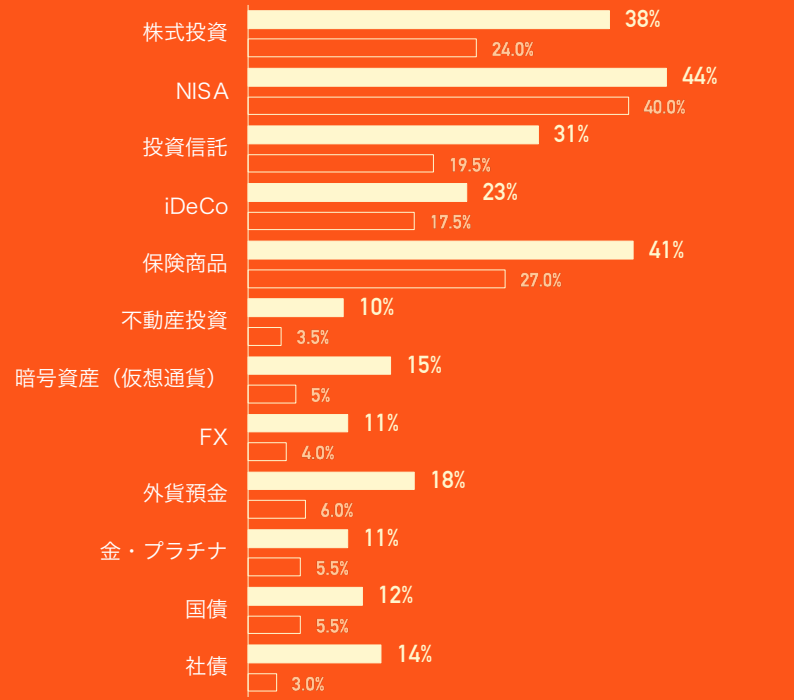
USER DATA

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



保有している投資商品



■ 喫煙者 □ 非喫煙者

※「わからない」「答えたくない」の回答者を除く

※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(2024年6月)

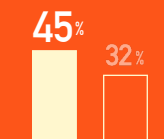


USER DATA

喫煙者の生活意識(1)

■ 喫煙所利用者 □ 喫煙所非利用者

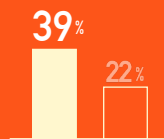
Q 常に新しいことや知らない分野に挑戦しようとしている



1.4倍 >>

好奇心や挑戦意欲が高く、新商品やサービスを試す「アーリーアダプター」的な性質を持つ傾向がある

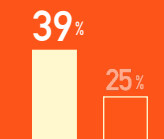
Q 流行やトレンドに敏感だと思う



1.8倍 >>

話題になっている商品・ブランドに興味を持ちやすく、流行発信源としてのポテンシャルが高い

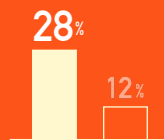
Q つねに魅力的な自分であるために、毎日手間暇をかけることをいとわない



1.6倍 >>

外見や身だしなみへの意識が高く、美容・エチケットなど「自分への投資」に積極的な傾向がある

Q SNSなどで新しい情報を積極的に発信する



2.3倍 >>

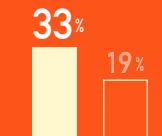
SNSでの口コミ拡散力が高く、友人やフォロワーへの影響力が大きい。バイラル効果が見込める

USER DATA

喫煙者の生活意識(2)

■ 喫煙所利用者 □ 喫煙所非利用者

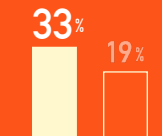
Q 話題の健康食品やサプリメントがあると積極的に試す



1.7倍 >>

一見健康に無頓着と思われがちな喫煙者ありながら、健康リスクを意識するからこそ、相性は抜群

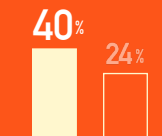
Q 株式投資や仮想通貨などの投資に興味がある／実際に投資している



1.7倍 >>

オフィスワーカーのため、資産形成などへの興味が強い傾向。金融広告や新興サービス訴求に効果的

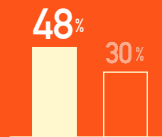
Q 生活を豊かにするための自己投資（資格取得・セミナー参加など）を行っている



1.6倍 >>

向上心が高く、オンライン学習や習い事などに支出する意欲が大きい。ビジネス系の訴求との相性が良い

Q ブランドやデザインを重視して選ぶことが多い



1.6倍 >>

どうせ買うなら良いものを、というプレミアム志向が強く、高価格帯商品の相性が高い

MEDIA MENU

MEDIA MENU

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

6min
(平均滞在)

① 30sec / 15sec

② 30sec / 15sec

③ 30sec / 15sec

④ 30sec / 15sec

⑤ 30sec / 15sec

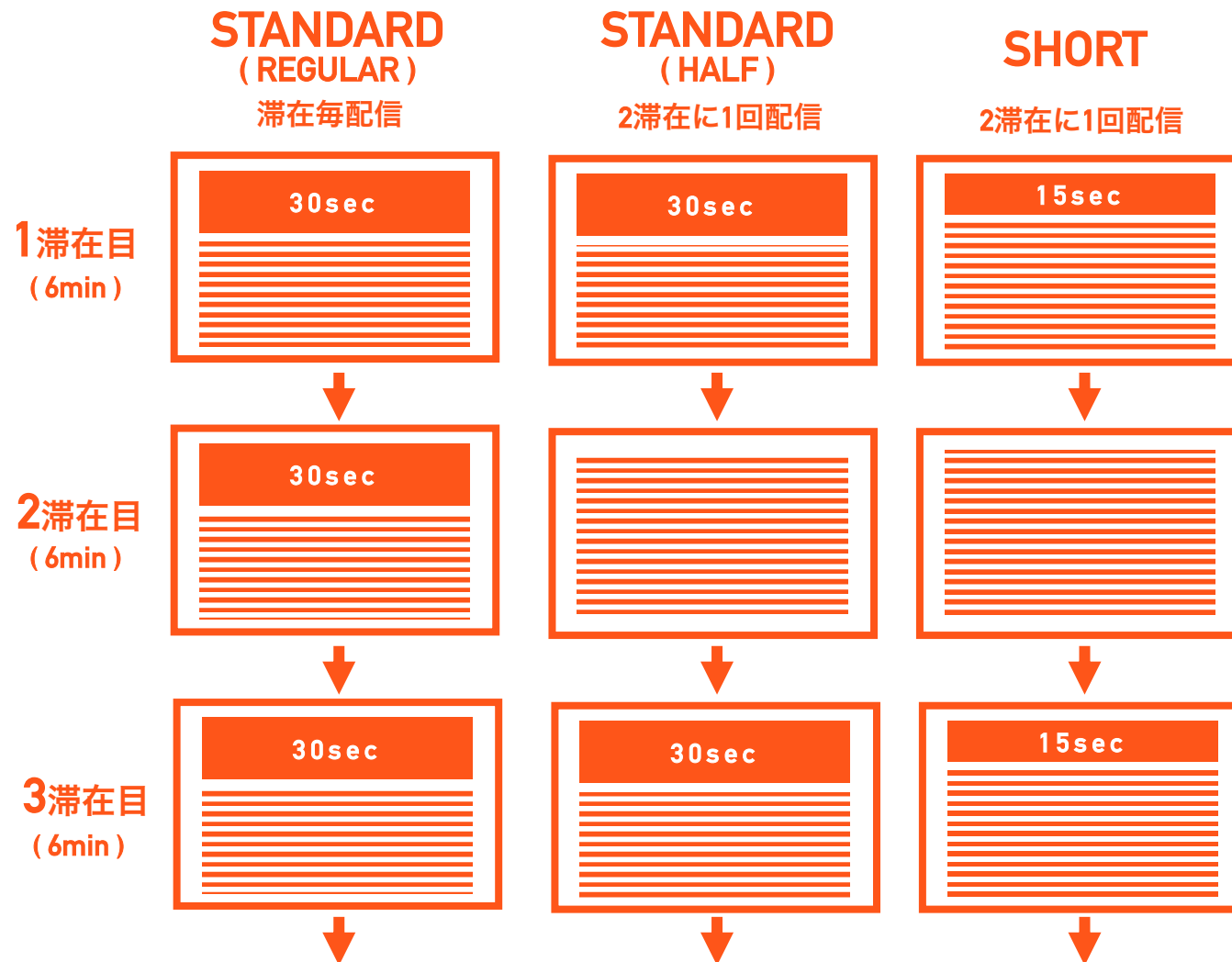
⑥ 30sec / 15sec

⋮

ロール内の枠数は配信メニューにより変動

※放映順番は媒体社にて設定。(指定不可)

各メニュー配信イメージ



| メニュー名 | ※ 形式 | ※ 再生頻度 ロール内 | 配信面数 | 掲載期間 保証形態 | 想定リーチ数 | 広告料金 グロス |
|----------|-----------------|--------------------------------|-----------------|----------------|--|-------------|
| STANDARD | 30 秒 動画 音声あり | REGULAR 1ロール1回 1 滞在 1 接触 | 530 面 428 施設 | 1 週間 期間掲載保証 | 1,500,000 人 想定表示回数 350,000 ~ 500,000 回 | 300 万円 |
| | | HALF 2ロール1回 2 滞在 1 接触 | | | 750,000 人 想定表示回数 175,000 ~ 250,000 回 | 200 万円 |
| SHORT | 15 秒 動画 音声あり | 2ロール1回 2 滞在 1 接触 | | | 750,000 人 想定表示回数 175,000 ~ 250,000 回 | 150 万円 |

※ 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。クリエイティブの途中差し替えにつきまして、原則1回までとなります。
 ※ 1滞在は平均6分となります。※ 設置面数は2026年3月末時点（見込みも含む）での数字となっております。設置状況に変更が出る可能性もあります。申込後にビル審査があり、審査状況に応じて放映台数が変動いたします。
 ※ 放映開始日は月曜日午前6時となります。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。0:00～5:59は掲載を停止しております。祝祭日により、想定リーチ数に影響が出る可能性があります。
 ※ 想定リーチ数は全施設で放映をおこなった場合の見込み数値です。審査による放映可能面数の状況によって想定数を下回るケースがあります。

| | | | |
|--------------|---------------|---------------|----------------|
| 長期出稿 特別料金 | 4 週間 (1ヶ月) | 8 週間 (2ヶ月) | 13 週間 (3ヶ月) |
|--------------|---------------|---------------|----------------|

| | | | | | | |
|---------------------|-----------------|--------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|
| STANDARD REGULAR | 合計料金 1140 万円 | 掲載料金/週 285 万円 | 合計料金 2160 万円 | 掲載料金/週 270 万円 | 合計料金 3315 万円 | 掲載料金/週 255 万円 |
| STANDARD HALF | 合計料金 760 万円 | 掲載料金/週 190 万円 | 合計料金 1440 万円 | 掲載料金/週 180 万円 | 合計料金 2210 万円 | 掲載料金/週 170 万円 |
| SHORT | 合計料金 570 万円 | 掲載料金/週 142.5 万円 | 合計料金 1080 万円 | 掲載料金/週 135 万円 | 合計料金 1677 万円 | 掲載料金/週 129 万円 |

※ 長期割引の適用期間は、原則、媒体資料の対象期間内になります。 ※ 掲載終了日の月締めにてご請求させていただきます。複数月での掲載の場合も掲載月毎のご請求とさせていただきます。
 ※ 長期間のお申込みにつき、ディスカウント料金となりますが、期間途中でのキャンセルを行う場合、1週間料金をもとに1週間毎のキャンセル料が発生いたします。キャンセル規定については、媒体資料内の注意事項よりご確認ください。
 ※ 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。クリエイティブの途中差し替えにつきまして、原則1回までとなります。
 ※ 掲載枠の空き状況につきましては営業担当までお問い合わせください。 ※ お申し込みご希望週のご出稿予定クライアントにより、ご出稿を延期、もしくはお断りする場合がございます。（競合排除等の目的）
 ※ 放映開始日は月曜日午前6時となります。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。0:00～5:59は掲載を停止しております。祝祭日により、想定リーチ数に影響が出る可能性があります。

CASE STUDY

広告接触者の特徴認知率が78.0%、非接触者と2.4倍の差が生まれる結果に



日清食品株式会社様



HEALTH FOOD

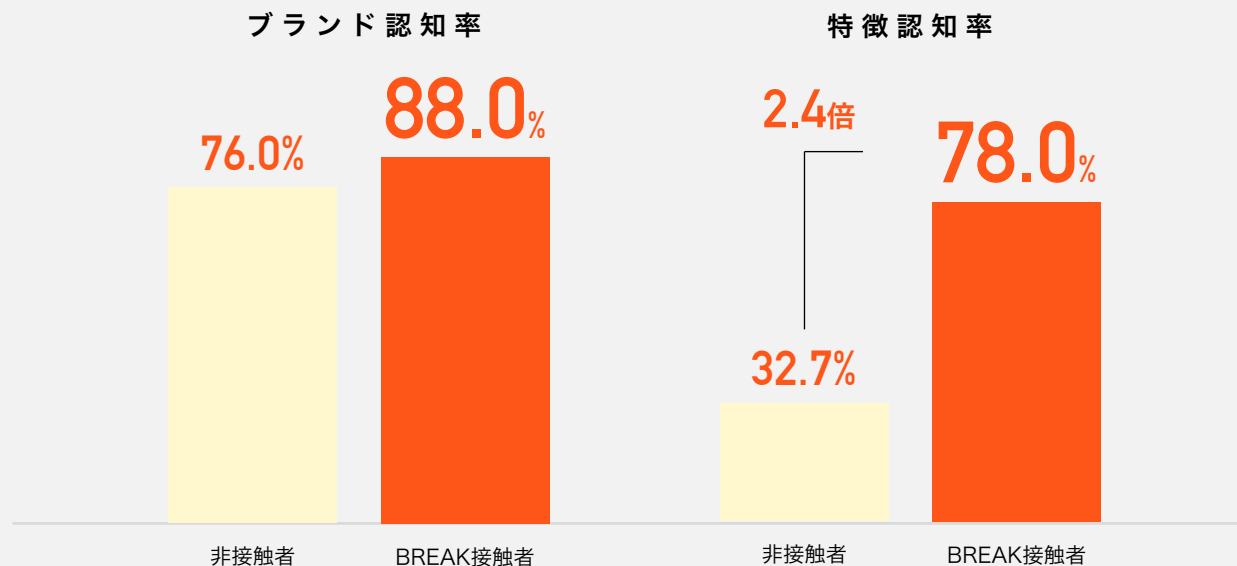
[詳しい事例はこちら](#)

出稿目的

実際に商品を手に取り、継続的に食べてもらうための、
商品特徴の理解促進

主な実績

接触したユーザーの、商品の特徴認知率が大幅に向上した



CASE STUDY

広告接触者の64%が「GINONを覚えた」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



ALCOHOLIC

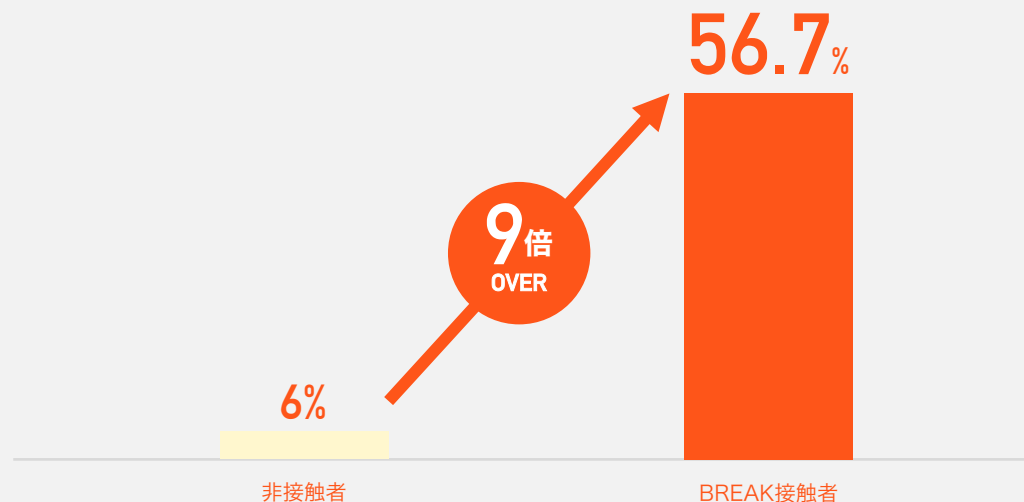
[詳しい事例はこちら](#)

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

主な実績

高い認知率とともに、BREAK”ならではの”認知獲得



広告接触者の68%の認知、サービスの指名検索数も1.2倍増

 **ホリエモンAI学校** ホリエモンAI学校様



E-LEARNING

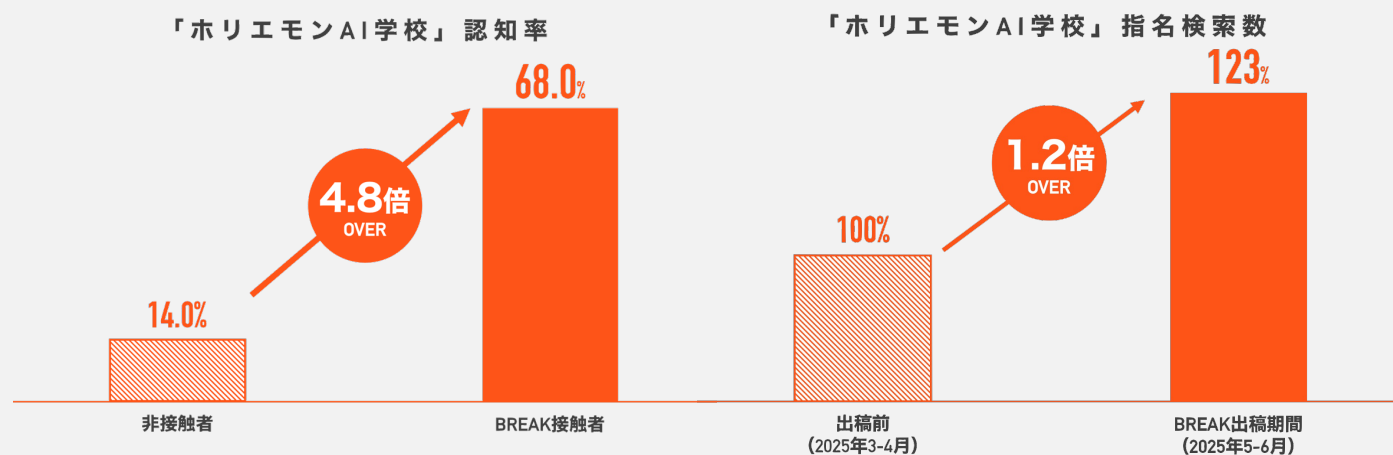
[詳しい事例はこちら](#)

出稿目的

ビジネス層を狙った認知拡大と利用意向の拡大

主な実績

認知率の向上、指名検索も出稿前後比で増加



CASE STUDY

広告接触者の63%が「ブレインスリープ ピロー」を認知→検索・購入行動まで貢献

BR<IN SLEEP 株式会社ブレインスリープ様



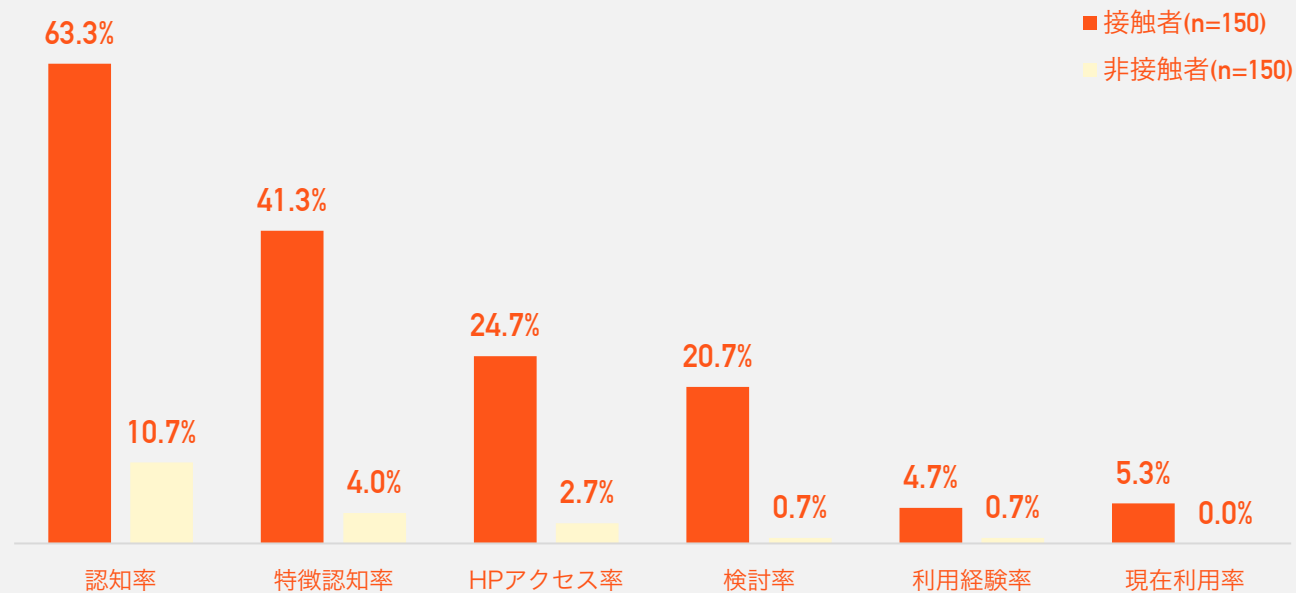
FURNITURE

[詳しい事例はこちら](#)

出稿目的

ビジネス層×アーリアダプターを狙った認知拡大と
購入意向の拡大

主な実績



OPTION MENU

BREAK touch

喫煙所内
リアルプロモーション

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
リアルな接点を生み出す
フルファネル施策

menu

TOUCH&TRY

タッチ&トライ

PROMOTIONAL SAMPLING

接客型サンプリング

SALES PROMOTION

セールスプロモーション

SCRATCH Ads

スクラッチ広告

UX RESEARCH

マーケット調査

STORE JACK

店舗ジャック

※詳細については営業担当までお問い合わせください。

STORES

都心/駅前の好立地にある公衆喫煙所
BREAK THE SMOKING ROOM VISION が保有するオリジナル空間

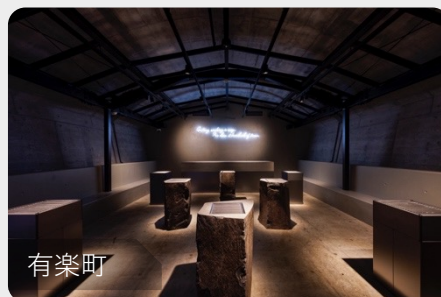
▶ 100 施設 × 利用者 1~5 万人

※2025年12月時点
施策実施可能施設に関しては要調整

※月間のペリーチ数
※施設によって変動あり,詳細別資料



AREA



有楽町



汐留



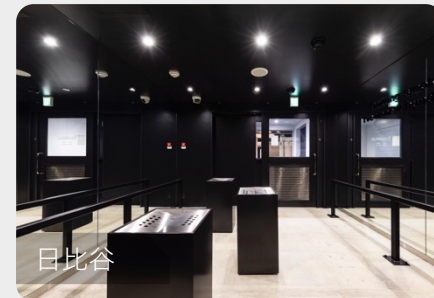
虎ノ門



飯田橋



丸の内



日比谷

東京23区を中心としたさまざまなエリアで
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

BREAK touch 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 200万円 または 4週間 280万円

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。
※記載の金額はネット価格です。
※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。



CASE STUDY

HOME CARE

花王 株式会社 様



Kao

サイネージとタッチ&トライ施策で、商品を手に取り消臭効果をその場で体験

花王株式会社 様

[詳しくはこちら](#)

to BUSINESS

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](#)

ENTERTAINMENT

サミー 株式会社 様



「北斗の拳」キャラクターで施設の内装をジャック&サイネージ独占放映

サミー株式会社 様

[詳しくはこちら](#)

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します。

料金 : 30 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。

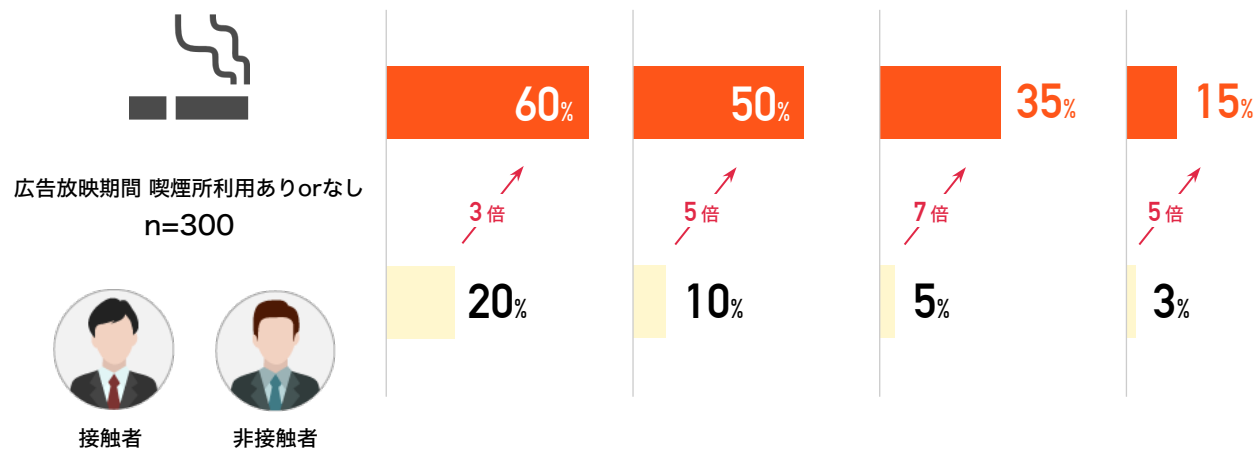
喫煙所での広告認知

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きます。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

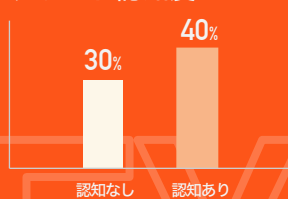
報告書納品
調査終了後の 20 営業日前後を目安

4 週間

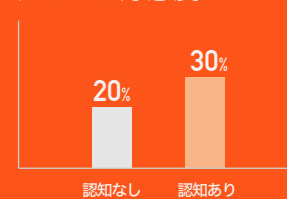
4 週間

レポートイメージ

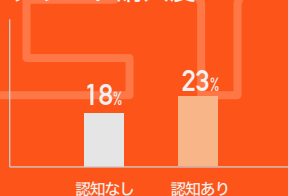
ブランド認知度



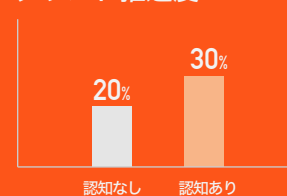
ブランド好意度



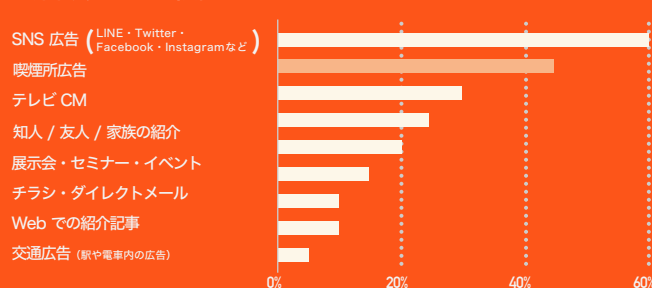
ブランド購入度



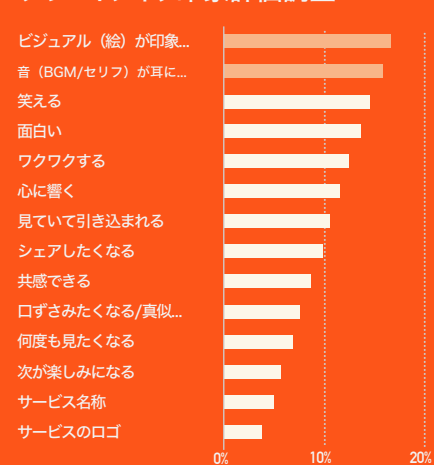
ブランド推進度



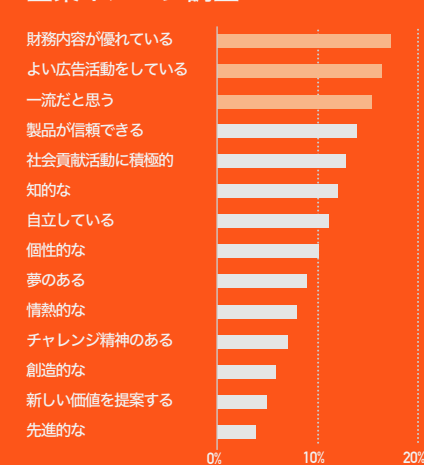
広告接触源比較調査



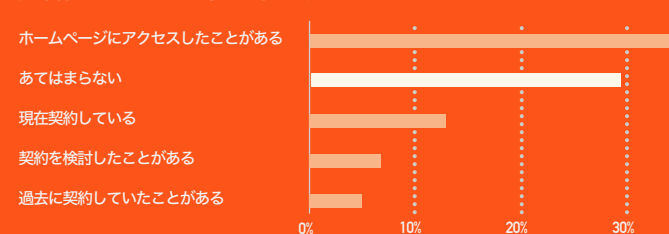
クリエイティブ印象評価調査



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) | 仮押さえ有効期限 申請から5営業日有効 (有効期日の 17:00 に開放) | 掲載期間開始日10営業日前 (前々週月曜日 17:00) ※入稿前の審査は必須となります | 掲載開始日7営業日以内 (前々週木曜日 17:00) ※仮押さえは必須ではありません | 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 弊社より仮押さえ受領を 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 弊社より申込受領を 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、各ビルへの審査を実施いたします。競合等の理由から一部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は、1週間のうち1回まで可能です。入稿期日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 | -24.0LKFS±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) |
|-----------|-----------------------------|----------------------|----------------------|
| 4月6日 (月) | 3月23日 (月) | 3月26日 (木) | 3月26日 (木) |
| 4月13日 (月) | 3月30日 (月) | 4月2日 (木) | 4月2日 (木) |
| 4月20日 (月) | 4月6日 (月) | 4月9日 (木) | 4月9日 (木) |
| 4月27日 (月) | 4月13日 (月) | 4月16日 (木) | 4月16日 (木) |
| 5月4日 (月) | 4月17日 (金) | 4月22日 (水) | 4月22日 (水) |
| 5月11日 (月) | 4月21日 (火) | 4月24日 (金) | 4月24日 (金) |
| 5月18日 (月) | 4月28日 (火) | 5月7日 (木) | 5月7日 (木) |
| 5月25日 (月) | 5月11日 (月) | 5月14日 (木) | 5月14日 (木) |
| 6月1日 (月) | 5月18日 (月) | 5月21日 (木) | 5月21日 (木) |
| 6月8日 (月) | 5月25日 (月) | 5月28日 (木) | 5月28日 (木) |
| 6月15日 (月) | 6月1日 (月) | 6月4日 (木) | 6月4日 (木) |
| 6月22日 (月) | 6月8日 (月) | 6月11日 (木) | 6月11日 (木) |
| 6月29日 (月) | 6月15日 (月) | 6月18日 (木) | 6月18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して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・靈感商法霊視商法、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、表現によっては審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
- ・ タバコ（紙/電子いずれも含む）を使用した表現
- ・ 喫煙そのものを否定、ポイ捨て、吸い殻を想起する表現
- ・ タバコを起因とした症状を想起する表現
(例：慢性閉塞性肺疾患（COPD）など)
- ・ 禁煙を促す表現/商材（例：ニコチン置換療法用製品など）
- ・ 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

