

BREAK
touch

MEDIA GUIDE

April to June 2026

cosodo

FEATURES 噫煙空間の特徴

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。

BREAK TOUCHは出社時の利用頻度、
業界最高水準の接触ポテンシャルを持つ
喫煙所を活用した「滞在型販促サービス」です。



About BREAK TOUCH

BREAK TOUCHはTHE TOBACCOが展開するリアルメディア販促サービスです。以下のような他にはなユニークな特徴を持っています。



01

高い滞在時間と集中力

平均5分以上の滞在。密度の高い接触が可能
・サイネージ+空間ジャックで「没入体験」
・タッチアンドトライも短時間で十分な印象形成

03

「自分時間」に届く、 自然なプロモーション

喫煙所は“リセット空間”。他人に邪魔されない
・強い営業感が苦手な層にも自然に届く
・限られた時間・空間の中で、
スタッフによる上質な声かけや接客が有効

02

情報感度の高い層がターゲット

新しいモノ・コトへの関心が高いユーザーが多い
・トレンドや新商品に対する好奇心が強い
・高関与/高単価商材への投資金額も比較的多い
・ユーザーエンゲージメントが高い

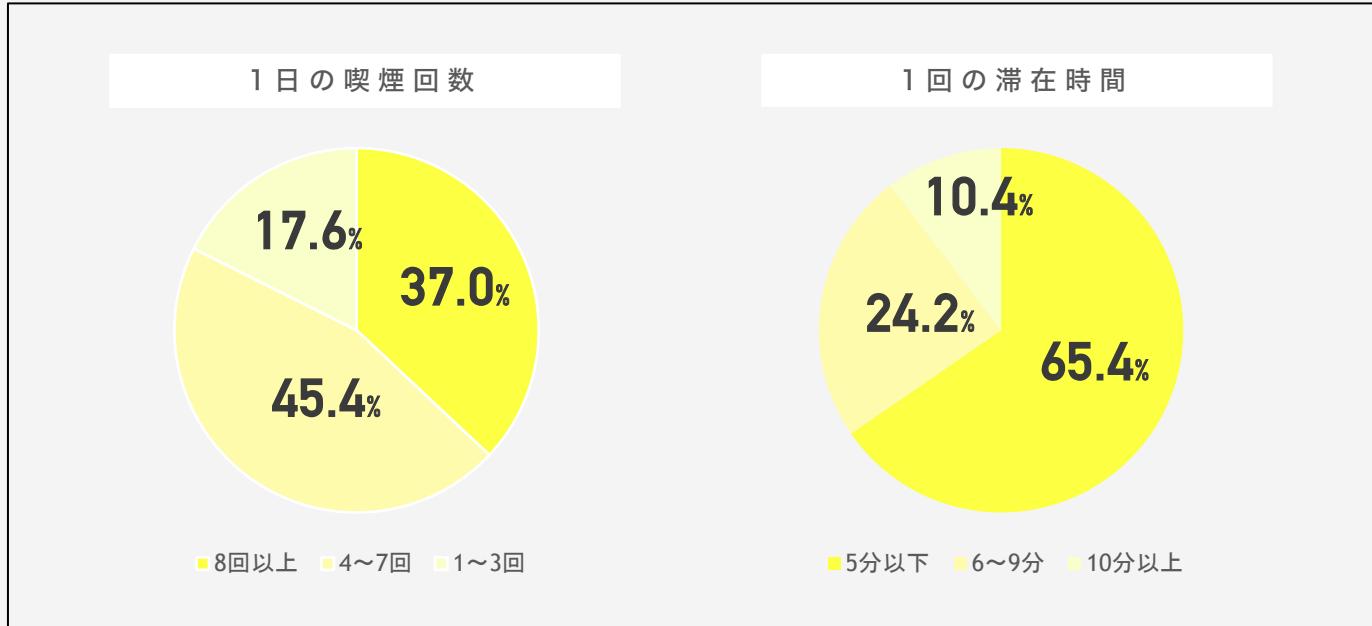
04

職場へのリーチを持つ導線

喫煙所は“オフィスのすぐ外”。
体験したものを持ち帰りやすい
・試供品やサンプルがそのまま社内へ浸透しやすい
・同僚との会話を通じた口コミ効果にも波及

滞在する場所として圧倒的な接触頻度

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



“一息つく”、心理的にも時間的にも余裕がある
無防備な休憩時間に1日何度も接触できます



都市型ビジネス層ヘリーチ可能な空間

喫煙者というフィルターが、 都市型ビジネスパーソンへ効率的に届く数少ない接点に。



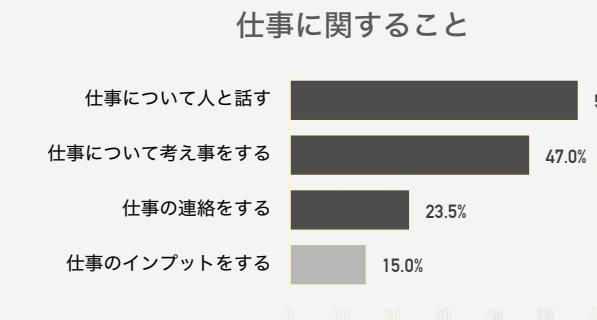
ONとOFFの貴重な空間

“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



About THE TOBACCO 施設展開

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

- 2:50.76(丸の内フラッグシップ店舗)
 - 東急プラザ銀座
 - 新東京ビル
 - テラススクエア
 - 銀座松竹スクエア
 - カレッタ汐留
 - 新宿NSビル
 - ヒューリック虎ノ門ビル
 - パレスサイドビル
 - SHIBUYA CAST
 - MH水道橋ビル
 - 野村不動産天王洲ビル
- その他

全200 施設

※2025年12月時点

※最新の置施設・面数は、弊社営業担当までお問い合わせください。





SERVICE MENU

SERVICE MENU

目的にあわせたサービスメニューをご用意しております。

目的	内容	メニュー
認知獲得	1日複数回・長時間滞在する喫煙者に対し、認知を獲得することが可能です	①店舗ジャック 準備中
理解促進	滞在空間でコミュニケーションを図りながら行う、体験型プロモーション	③セールスプロモーション ④スクラッチAds ⑤タッチアンドトライ
リード獲得	都内ランドマークにある喫煙所だからできる、ビジネスマン向けのリード獲得施策	⑥LEAD GENERATION
顧客理解	喫煙者をターゲットとした顧客調査	⑦UX RESEARCH



SERVICE MENU

(認知獲得)

①店舗ジャック

『THE TOBACCO』で
壁面・灰皿ラッピングやサイネージ独占放映など
内装を広告ジャックする特別施策です。

■仕様

期間	2週間 または 4週間
ラッピング可能箇所	壁面、灰皿横、ベンチ面、カウンターテーブル側面など (店舗により異なります)
規定	別途ご案内
納品形態	データ納品

申込：実施30営業日前
ラッピングデータ納品：実施25営業日前

■注意事項

- ※消費税は別途となります。
- ※店舗での商品販売は不可となります。
- ※設置にはデザイン審査がございます。
- ※実施時期や店舗の都合により、急遽実施ができなくなる場合がございます。

■掲載イメージ「THE TOBACCO 2:50.76 (SSランク)」(丸の内)

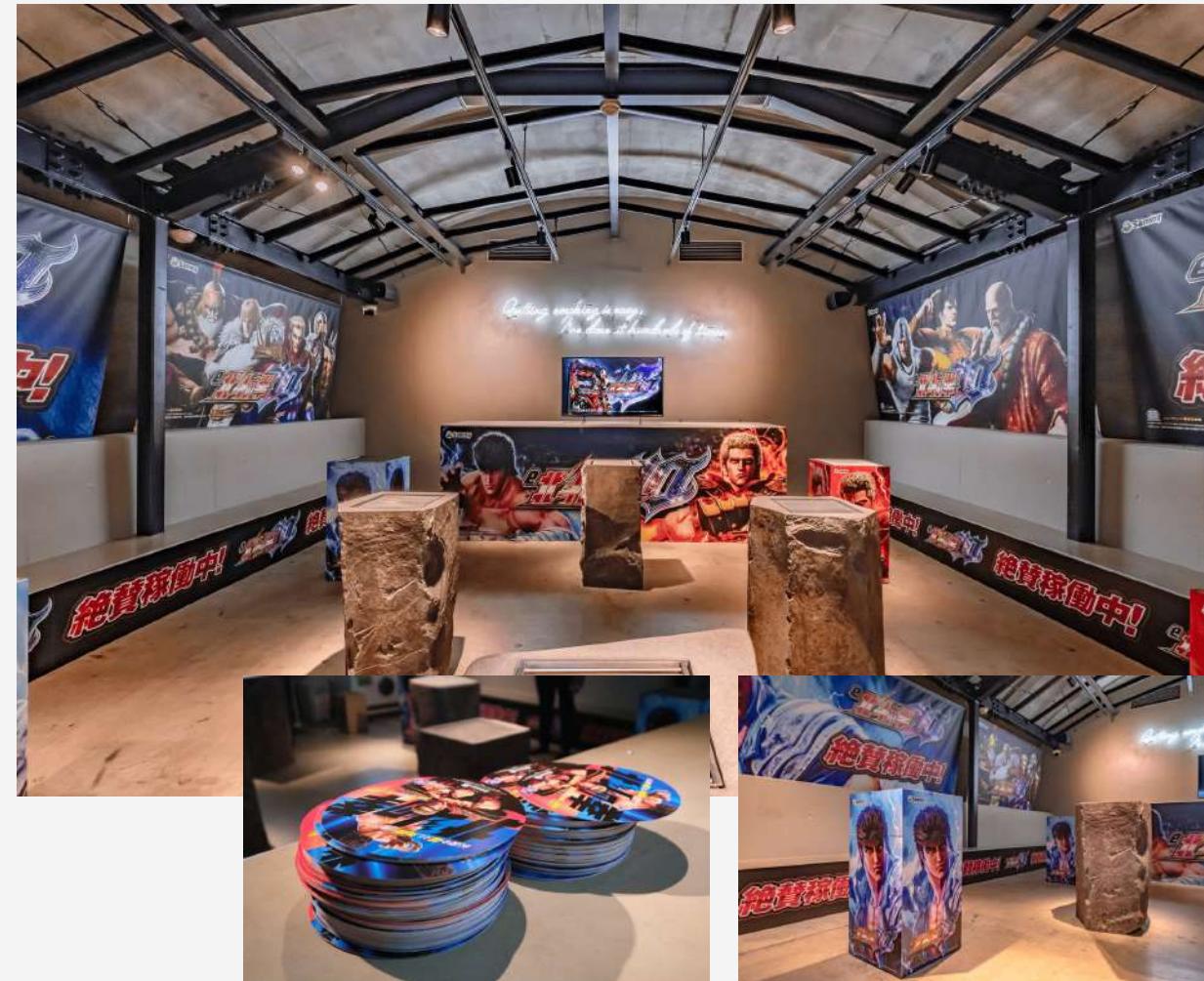


価格 2週間： ¥2,000,000 (NET)

※SSランク店舗の価格となります。
※店舗のランクにより価格が変動いたします。
※店舗ごとの価格については担当にご確認ください。

USE CASE

北斗の拳 店舗ジャック



施策の目的

- 喫煙所利用者への認知拡大
- 導入ホールへの集客

設置実績

- 時期：2024年8月
- 店舗：THE TOBACCO 2:50.76

『THE TOBACCO 2:50.76』を「北斗の拳」で空間ごとジャックし、サイネージ・BGM・手渡しノベルティで話題性と体験価値を高めながら、月間45,000人に強力リーチを実現しました。

SERVICE MENU

(理解促進)

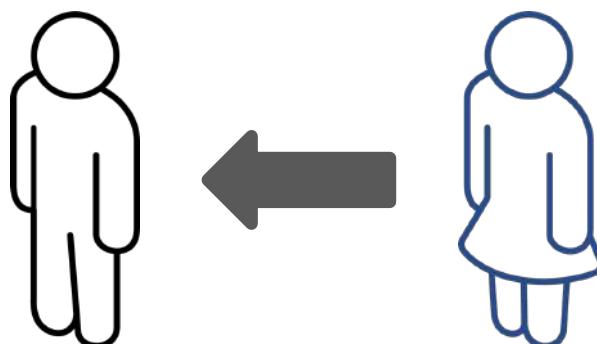


体験型サンプリング

滞在空間だから実現できる、体験型サンプリング

従来のサンプリング

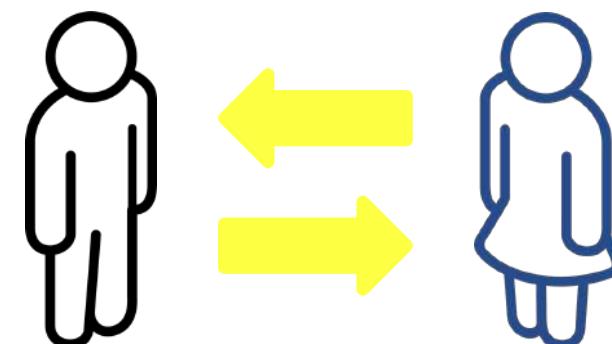
- ▶ 商品を配布するだけ
- ▶ 会話はほとんどなく、一方通行



一方的コミュニケーション

BREAK
touch

- ▶ 滞在しているから説明・体験が可能
- ▶ 感想や声を聞ける、双方向の対話



双方向コミュニケーション

③PROMOTIONAL SAMPLING 体験型サンプリング

喫煙所店舗にスタッフを派遣し、
都内で働くビジネスパーソンに配布します。
配布されたサンプルは
オフィスや自宅の持ち帰るため、
周囲やSNSへの拡散性も期待できます。

■仕様

配布個数	別途協議
実施店舗	10店舗 ※商材により変動いたします
期間	1週間 (平日5日間)

■注意事項

- ※消費税は別途となります。
- ※実施店舗はご希望の配布数に応じて要調整となります。
- ※実施時期や店舗の都合により、途中で実施店舗数・各店舗の配布数が変更になる場合がございます。
- ※商品サンプルと合わせて、POP・販促物の設置も可能です。（現物納品）

申込：実施45日前
販促物納品：実施10営業日前



スタッフが
期間中常駐し
手渡しで
サンプリング

価格 5日間：¥600,000~ (NET)

③PROMOTIONAL SAMPLING

サンプリング 過去実績

弊社サンプリングサービスの過去実績となります。

想定成果数は過去実績を元にした数値となります。対応内容・対象商品によって変化しますので目安としてご覧ください。

またここにないパターンでの対応も可能です。ご相談ください。

対応内容	1日想定成果数	過去実績
スタッフが常駐して商品を手渡し	500個～	マウスウォッシュ配布 スタッフによる手渡し、任意でメアド取得も実施
スタッフがアンケート取得	30件～	Yoom(BtoBサービス)、クレジットカード 企業名、お名前、メアドを取得し、オリジナルライターやデジタルギフト300円を進呈
スタッフによるアプリインストール	50～60件	MMORPG(スマホゲーム) インストールしたらデジタルギフト300円進呈

CASE STUDY

SUNSTAR



Ora²
PREMIUM

マウスウォッシュ ダブルクレンジング

医薬部外品・先口液

販売名：薬用オーラツーマウスウォッシュ A
効能：口臭予防、口中浄化



**Ora²
PREMIUM**

喫煙後にケアしている人

「ハミガキをする」
「ガムを噛む」
「マウスウォッシュをする」ほか

81.3%

※喫煙をしている400名(男性:N=202名)
女性(N=198名)が喫煙後にケアをしていると
回答した割合 2025年サンスター調べ

コーヒー や 喫煙 の 後 に
お手軽ケア!

口臭原因菌を殺菌し、歯の着色汚れの元を洗い流す
お口まるごと Wクレンジング

Ora² PREMIUM
マウスウォッシュダブルクレンジング

販売名:
薬用オーラツーマウスウォッシュA
リフレッシュクリアミント/リフレッシュフローラルミント
医薬部外品・洗口液

お近くのドラッグストアやスーパー、
コンビニでお買い求めください!

この案内を受け取った方限定特典!

Amazonで使えるクーポンコード

SUNSTAR

CASE STUDY

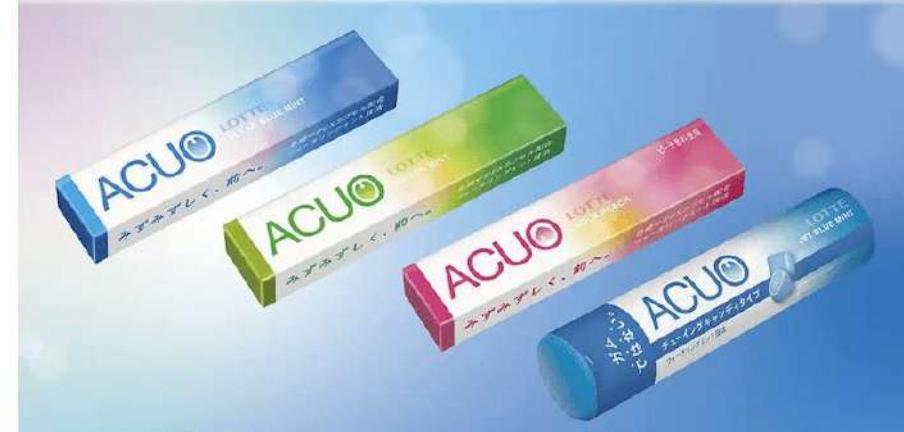
LOTTE

OK、
これでいいける。



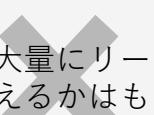
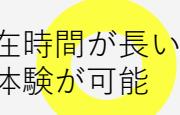
NEW ACUO

みずみずしく、前へ。



④SCRATCH Adsとは

「スクラッチAds」は、リアル空間での“体験”を通じて、高い注目・記憶定着・行動喚起を同時に実現し、他手法と比べてKPIに直結する設計が可能な販促メディアです。

	スクラッチAds	サンプリング（街頭・店頭）	紙媒体（チラシ・DM）
リーチ	大人数への配布は難しい 	場所によっては大量にリーチ可能 	場所によっては大量にリーチ可能だが手にとっともらえるかはものによる 
記憶定着	当たり／ハズレの“ワクワク”が発生し、触覚+行動体験で記憶に残りやすい 	一時的な印象に留まりやすい 	一方的情報で記憶に残りづらい 
環境適応性	喫煙所など滞在時間が長い空間で自然な配布・体験が可能 	人が多い空間でないと非効率 	空間に置いても気づかれにくい 
CVR	削る→結果を見る→QRなどの動機が明確 	体験からの自然導線が作りづらい 	受け取り→後日行動のハードルが高い 

④SCRATCH Adsのしくみ

喫煙所内で「スクラッチを削る」という行動により、単純に広告に接触するよりも高い認知獲得と、高いオンライン誘導率と広告効果の可視化が可能な広告商品です。

喫煙所で配布する“削るくじ”形式のプロモーションツール



その場で何かもらえるかもしれない
ワクワク感の演出



持ち帰ることでの
再認知が可能！

物理的接触と「当たり／ハズレ」というエンタメ要素で高い記憶定着



単なるチラシではなく
ゲーミフィケーションや
削るという行為により
広告定着率をアップ！

削った先のQRでECやアンケート、
LINE登録へ誘導可能



オフラインで取りづらい、
広告効果の可視化や
オンライン誘導を実現！

④SCRATCH Adsの広告効果

スクラッチAdsは従来の広告商品と異なり、以下の広告効果が期待できます。

認知の強化

削るという“能動的な体験”が、ブランドへの印象を深く刻みます。

ユーザー自身が手を動かして情報に触れることで、受動的なサイネージ閲覧や紙面広告よりも、記憶に残る接触が実現します。視覚+触覚の複合刺激により、広告内容の記憶定着率が高まります。

興味・関心の喚起

スクラッチに組み込まれた“ゲーミフィケーション要素”が、ユーザーの興味を引き出します。

「削って当たりが出るかもしれない」というゲーム的な仕掛けにより、ユーザーは能動的に広告に関与し、楽しみながらブランドに触れることができます。

購買促進 (CV誘導)

削った先のQRから、クーポンやサンプル体験へと直結。

ユーザーに“行動の理由”を提示することで、ECや申込ページへの遷移率が高まり、購買・体験行動を喚起します。メリットが明確なため、CV率を底上げできます。

顧客接点の拡大 (CRM導線)

LPからLINE登録・メール取得へと自然につなげる設計が可能です。

スクラッチで得た特典の詳細を受け取るには登録が必要、という形情報取得が可能になり、中長期的なCRM施策のスタート地点として活用できます。特に“ハズレ”を出発点にしたWチャンス誘導なども有効です。

④SCRATCH Ads

喫煙所という限られた空間と、
ユーザーの“手持ち無沙汰な時間”。
この環境に「削る」という
能動的な体験を掛け合わせることで、
広告への注意と記憶が自然に生まれます。

さらに、削った結果に特典やクーポン、
QR誘導を組み込むことで、
興味喚起から購買・登録といった
具体的な行動へつなげることが可能です。

スクラッチAdsは、ただの視認ではなく、
“関与”を生む行動喚起型広告です。

■仕様

発行枚数	500枚
実施店舗	3店舗
期間	平日3日間

■注意事項

※消費税は別途となります。
※実施時期や店舗の都合により、途中で実施店舗数・各店舗の配布数が
変更になる場合がございます。
※当賞品・クーポン原資は広告主様負担となります。

申込：実施45日前

販促物納品：実施10営業日前

今すぐ全商品に使えるお得割

THE TOBACCO スクラッチ

コインで削ってクーポンGET！

2030年10月30日(月)まで

オンラインシ



カードの裏面は広告面としても！

価格

¥600,000～ (NET)

※企画・ディレクション費を含みます。
※券面デザインの制作を当社で承ることも可能です。

CASE STUDY

Tabio



あなたの選択で、ラストは変わる。

塙塚洋介主演スペシャルショートムービー

THE SOCK CODE

それを知った者は、履かずにはいられない。

オフィスビルサイネージメディア「BREAK」

| Scratch! |



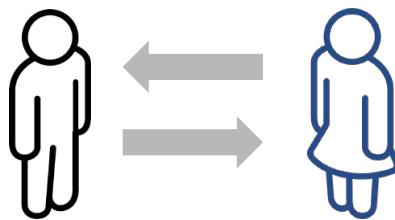
Tabio MEN

豪華景品がその場でもらえる！
スクラッチくじ配布を実施

スクラッチAds 企画概要 - 全体フロー

本スクラッチ企画に参加していただく中で、
IGアカウントフォロー獲得／THE SOCK CODEキャンペーン認知も目指す。

① お声がけ



- ◆スクラッチ企画概要の説明
- ◆インスタフォローのご案内

② 企画参加

Instagram



+



- ◆Tabio MEN
IGアカウントフォロー（参加条件）
- ◆スクラッチを1枚配布し、
削っていただく

③ プライズ付与

1. Tabio賞
2. ザ・タバコ賞
3. 参加賞

- ◆出た等賞によりプライズ付与
※計3賞を想定
※プライズ内容は後述

④ クローズ



- ◆THE SOCK CODE
キャンペーンについて
口頭でご案内



表面



裏面



実施の様子



実施の様子



⑤タッチアンドトライ

喫煙所店舗に商品のテスターを設置します。
商品の認知から興味・関心、商品体験、さらには
購入までの行動ステップを一度に完結できる
特別なプロモーション施策です。

■仕様

設置個数	別途協議
実施店舗	10店舗 ※商材により変動いたします
期間	2週間 (平日10日間)

申込：実施45日前

販促物納品：実施10営業日前

■注意事項

※消費税は別途となります。

※店舗での商品販売は不可となります。

※設置にはデザイン審査がございます。

※実施時期や店舗の都合により、急遽実施ができなくなる場合がございます。

その際はご指定条件に合った代替店舗を再度し、

その店舗での実施へ切り替えさせていただきます。

※商品テスターと合わせて、POP・販促物の設置も可能です。（現物納品）



価格 ￥1,000,000～(NET)

※商材により応相談となります。

CASE STUDY





イメージ

ワイドジェット ストロング





BIRIEAK
THE SILENT BREAK





SERVICE MENU

(リード獲得)

⑥LEAD GENERATION

THE TOBACCOを「企業とビジネスパーソンを繋ぐリアル接点」として活用。
ノベルティ提供を起点に、高精度なBtoBリード獲得を実現。

都心オフィスビル内の喫煙所空間「THE TOBACCO」は、
月間45,000人超の利用者を誇る、
情報感度が高く行動意欲のあるビジネスパーソンとの接点です。
さらにその場でサービス案内やQRコード誘導、簡易アンケートを実施することで、
興味関心層の可視化と確度の高いBtoBリード獲得が可能です。
配布物の企画から現場オペレーション、リード回収・報告までワンストップで対応。

申込：別途協議
販促物納品：別途協議



■注意事項

※消費税は別途となります。
※店舗での商品販売は不可となります。

価格 ¥1,200,000~ (NET)

※アンケート回答者へのノベルティ種類によって、金額が変動いたします。

USE CASE

Yoom株式会社

600件を超える
BtoBリード獲得



施策の目的

- バックオフィスに向けたサービスの認知拡大
- アンケート回答者へのノベルティ提供を通じたリード獲得

設置実績

- 時期：2024年1～2月
- 公衆喫煙所「THE TOBACCO」の一部店舗活用
- 同時期にBREAKでの放映も実施

成果

- 企業ドメイン比率は通常マーケ施策と同水準
- 展示会での平均獲得数よりも多いリード獲得



SERVICE MENU

(顧客理解)

⑦UX RESEARCH

THE TOBACCOを「企業と生活者を繋ぐコミュニケーション空間」として提供。企業の新商品などを展示するだけでなく、有人スタッフによる商品説明やアンケート調査を実施し、展示商品の興味度や購入意向を把握することで、クライアントのマーケティング活動に役立てていただけます。アンケートにかかる調査設計とレポーティングの領域を業界最大手のリサーチアセットを保有するクロス・マーケティング社が担うことで、精度の高い調査データを提供いたします。

■仕様

期間	平日5日間
実施店舗	10店舗
想定サンプル数	200 ~ 250
想定設問数	13 ~ 15問 (設問内容は別途ご案内)

申込：別途協議

販促物納品：別途協議

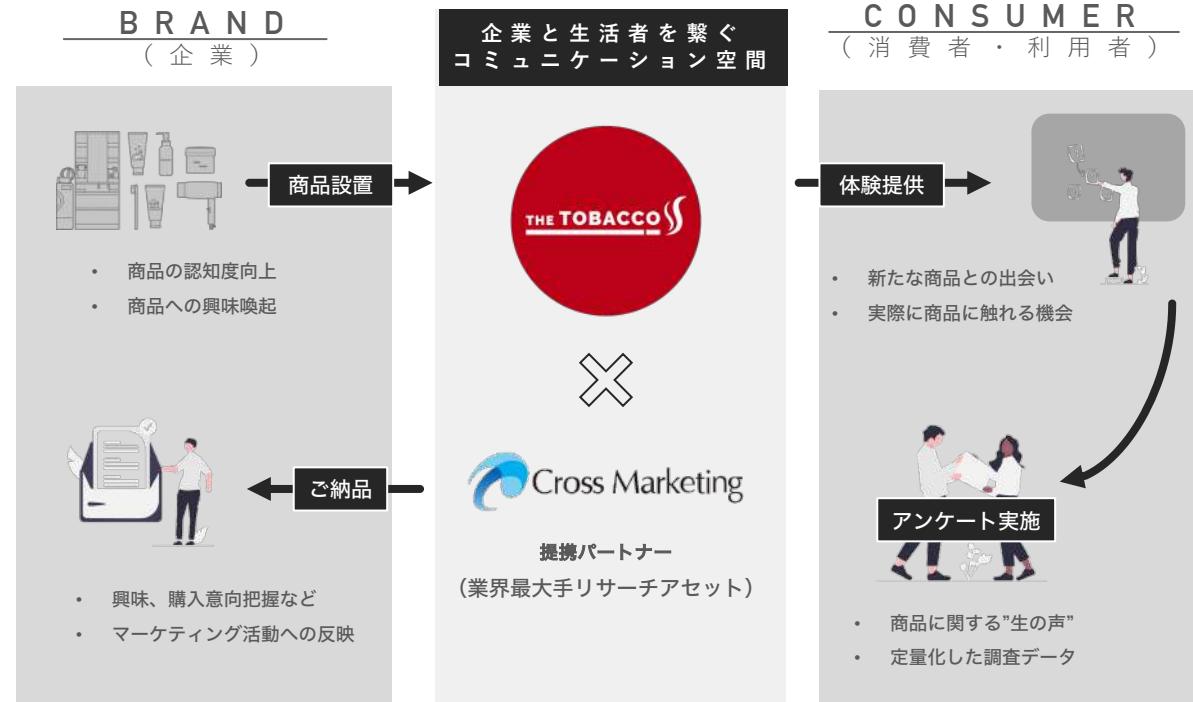
■注意事項

※消費税は別途となります。

※店舗での商品販売は不可となります。

※実施店舗はご希望の配布数に応じて要調整となります。

※実施時期や店舗の都合により、途中で実施店舗数・各店舗の配布数が変更になる場合がございます。



価格 ¥1,200,000~ (NET)

※アンケート回答者へのノベルティ種類によって、金額が変動いたします。



STORE IMAGE

THE TOBACCO / 2:50.76

東京都千代田区丸の内3-7-15(東京駅・有楽町駅・京橋駅)

月間利用者数

45,000人

面積

53.23 m²



THE TOBACCO / KANDA SECOND

東京都千代田区神田紺屋町21 高山ビル1F (神田駅)

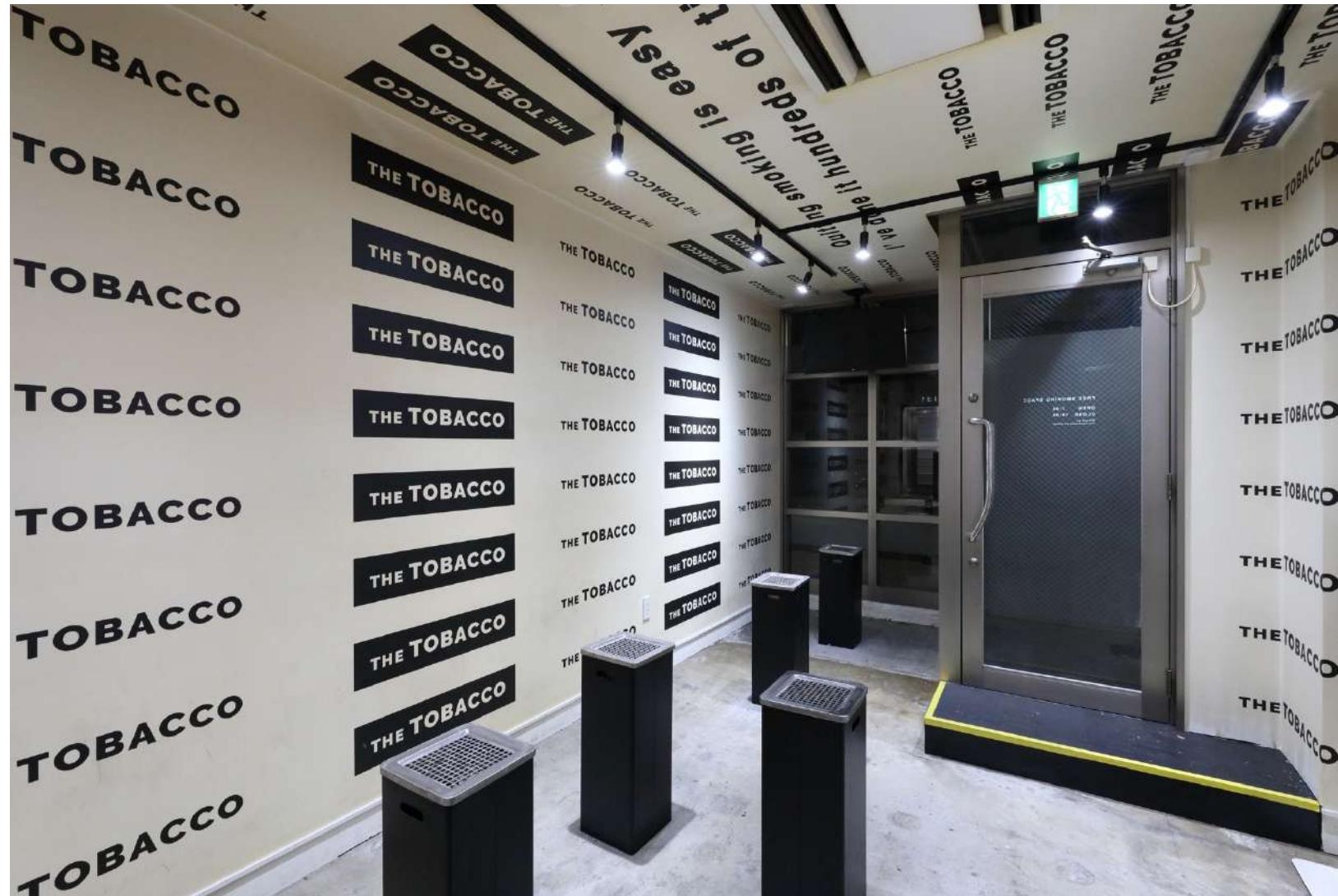


月間利用者数	30,000人
面積	21.48 m ²

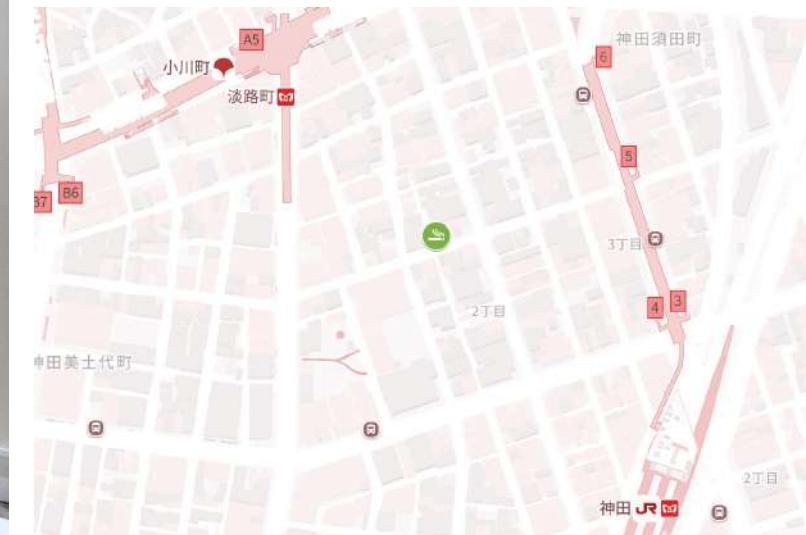


THE TOBACCO / KANDA THIRD

東京都千代田区神田多町2-9-14 神田M.I.Cビル1F
(神田駅・淡路町駅)



月間利用者数	30,000人
面積	19.6 m ²



THE TOBACCO / MARUNOUCHI

東京都千代田区丸の内3-3-1新東京ビルB2F (東京駅・有楽町駅)

月間利用者数

30,000人

面積

24.125 m²



THE TOBACCO / MARUNOUCHI SECOND

東京都千代田区丸の内3-3-1新東京ビルB1F (東京駅・有楽町駅)



月間利用者数

75,000人

面積

33.1 m²

THE TOBACCO / TORANOMON

港区虎ノ門2-3-17 虎ノ門2丁目タワー1F (虎ノ門ヒルズ駅・虎ノ門駅)

月間利用者数

45,000人

面積

24.99 m²



THE TOBACCO / OTEMACHI YUKIAN

東京都千代田区大手町2-5-9 (大手町駅)

月間利用者数

45,000人

面積

33.5 m²



THE TOBACCO / SHIBUYA

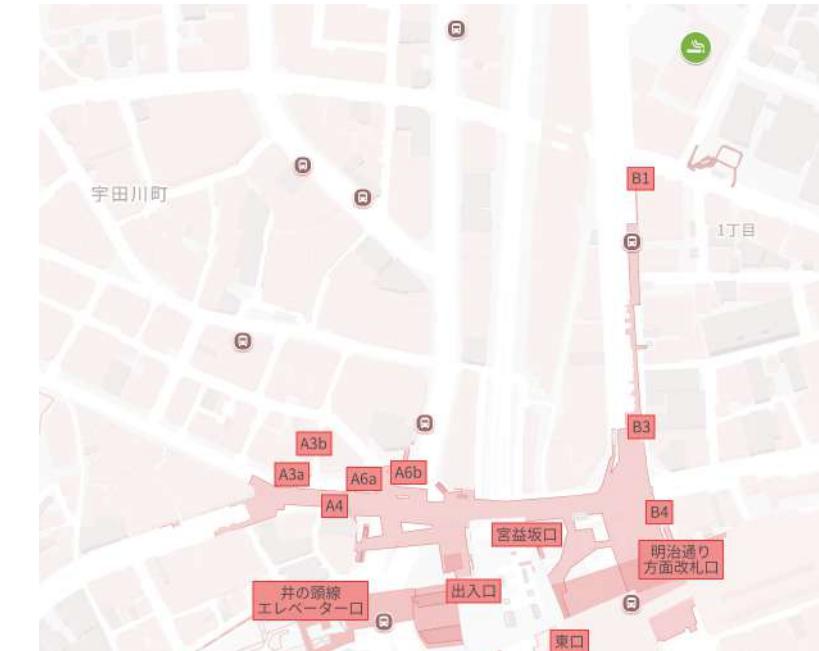
東京都渋谷区渋谷1-23-21 SHIBUYA CAST B1F (渋谷駅)

月間利用者数

15,000人

面積

16 m²



THE TOBACCO / SHIBUYA THIRD

東京都渋谷区宇田川町15-1 渋谷パルコ1F(渋谷駅)



月間利用者数	45,000人
面積	--



THE TOBACCO / TAKEBASHI SECOND

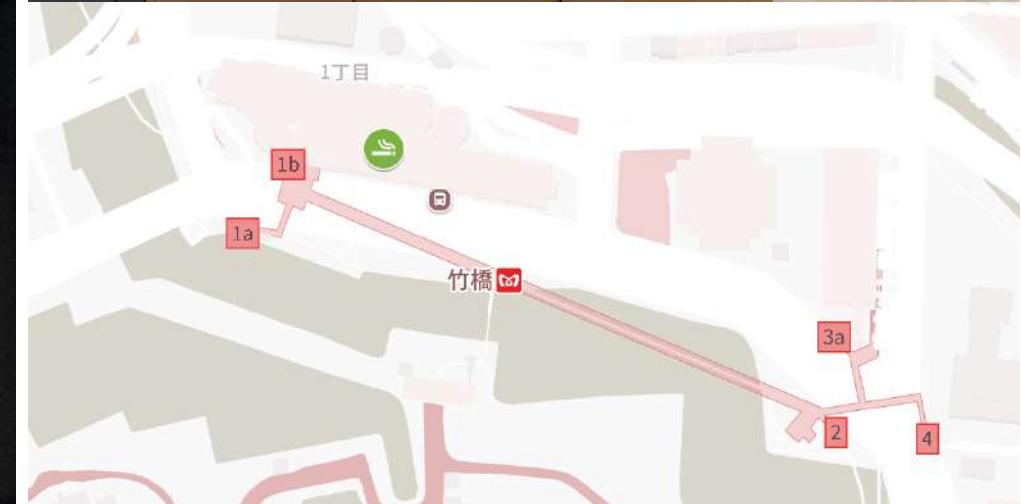
東京都千代田区一ツ橋1-1-1 パレスサイドビル1F(竹橋駅)

月間利用者数

60,000人

面積

22.2 m²





施設情報・周辺企業リスト

合計企業数
24057社

施設名称	郵便番号	所在地	面積m ²	月間利用者	サイネージ	エリア	周辺企業数
THE TOBACCO KANDA	〒101-0047	東京都千代田区内神田2-12-2 このはなビル1F	27.13m ²	45,000 人	○	神田	938
THE TOBACCO KANDA SECOND	〒101-0035	東京都千代田区神田紺屋町21高山ビル1F	21.48m ²	15,000 人	○	神田	643
THE TOBACCO TOKYO	〒100-0005	東京都千代田区丸の内1-9-1東日本東京駅構内 グランルーフ3F	149.2m ²	45,000 人	○	東京	831
THE TOBACCO TOKYO SECOND	〒100-0005	東京都千代田区丸の内1-10-15はとバス待合室横	15m ²	30,000 人	○	東京	-
THE TOBACCO 2:50.76	〒100-0005	東京都千代田区丸の内3-7-15	53.23m ²	45,000 人	-	丸ノ内	-
THE TOBACCO MARUNOUCHI	〒100-0005	東京都千代田区丸の内3-3-1新東京ビルB2F	24.125m ²	30,000 人	○	丸ノ内	-
THE TOBACCO MARUNOUCHI SECOND	〒100-0005	東京都千代田区丸の内3-3-1新東京ビルB1F	33.1m ²	60,000 人	○	丸ノ内	-
THE TOBACCO HIBIYA	〒100-0011	東京都千代田区内幸町1-7-1 日比谷OKUROJI内	16.91m ²	45,000 人	○	日比谷	1,441
THE TOBACCO OTEMACHI	〒100-0004	東京都千代田区大手町2-3-1大手町プレイスウエストタワー2F	--	30,000 人	○	大手町	411
THE TOBACCO OTEMACHI YUKIAN	〒100-0004	東京都千代田区大手町2-5-9	33.5m ²	45,000 人	○	大手町	-
THE TOBACCO IIDABASHI	〒102-0072	東京都千代田区飯田橋4-9-11	19.6m ²	45,000 人	○	飯田橋	413
THE TOBACCO IIDABASHI SECOND	〒112-0004	東京都文京区後楽2-22-2みんなの食堂ばあば横	5.8m ²	15,000 人	○	飯田橋	244
THE TOBACCO AKIHABARA	〒101-0022	東京都千代田区神田練塀町13-10棟3seekbase	29.88m ²	45,000 人	○	秋葉原	643
THE TOBACCO NAGATACHO	〒102-0093	東京都千代田区平河町2-7-2栄ビル1F	9.24m ²	15,000 人	○	永田町	124
THE TOBACCO NAGATACHO SECOND	〒102-0093	東京都千代田区平河町2-7-2栄ビル2F	22.5m ²	15,000 人	○	永田町	-
THE TOBACCO SUIDOBASHI	〒101-0061	東京都千代田区神田三崎町3-1-18MH水道橋ビル地下1階	21.75m ²	30,000 人	○	水道橋	216
THE TOBACCO SUIDOBASHI SECOND	〒101-0061	東京都千代田区神田三崎町2-12-9神田三崎町2丁目ビルB1F	47.23m ²	15,000 人	○	神田	-
THE TOBACCO IWAMOTOCHO	〒101-0032	東京都千代田区岩本町3-5-14リベラ岩本町1F	19.9m ²	30,000 人	○	岩本町	488
THE TOBACCO TAKEBASHI SECOND	〒100-0003	東京都千代田区一ツ橋1-1-1パレスサイドビル1階	22.2m ²	60,000 人	○		
THE TOBACCO GINZA	〒104-0061	東京都中央区銀座 5-2-1東急プラザ銀座B2F	8.6m ²				
THE TOBACCO KYOBASHI	〒104-0031	東京都中央区京橋1-14-6ガーデニアビル2F					
THE TOBACCO YAESU	〒104-0031	東京都中央区京橋1-2-1大和八重洲ビル					
	〒104-0053	東京都中央区晴海5-1-1					

全ての店舗情報はスプレッドシートよりご確認いただけます

施設情報の一覧はコチラ >



Appendix(利用者データ)

About THE TOBACCO 施設の特徴

「THE TOBACCO」は、都市で働くビジネスパーソンに向けた情報接点として機能するリアルメディアです。

丸の内・大手町をはじめとする都市の中核に数百拠点。ハイエンドなオフィスワーカーが日々行き交う空間に、静かに、しかし確実に情報が届きます。

リアルな接点だからこそ届く、
ビジネスパーソン向けメディアです。

店舗数

200店以上

平日1日来場者数

78,000人

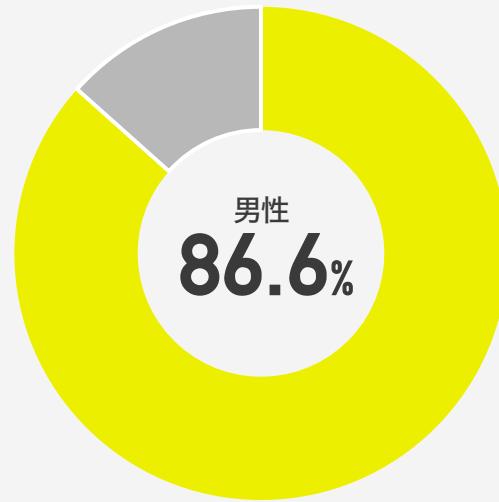
主要エリア

千代田区・中央区・渋谷区など
ビジネスエリア中心に展開

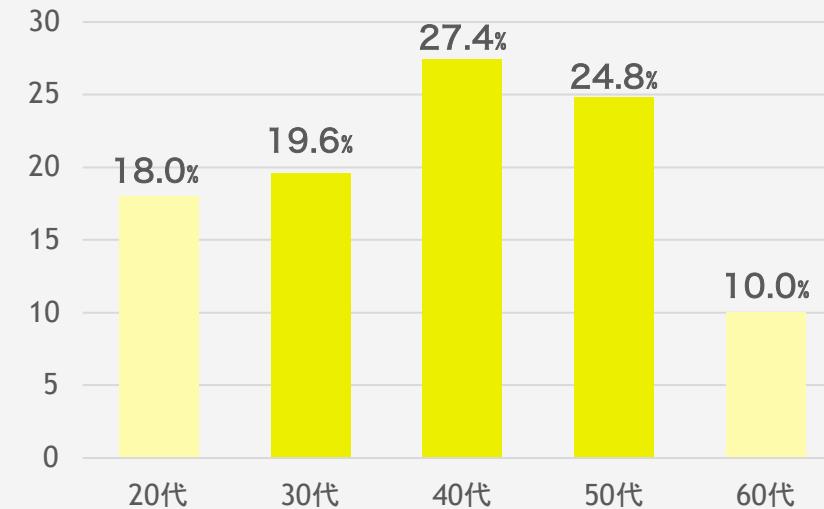
USERDATA 利用者属性

オン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

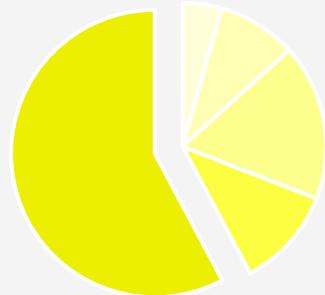


20 ~ 30代で4割、40 - 50代で5割と、幅広い世代にアプローチ可能

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



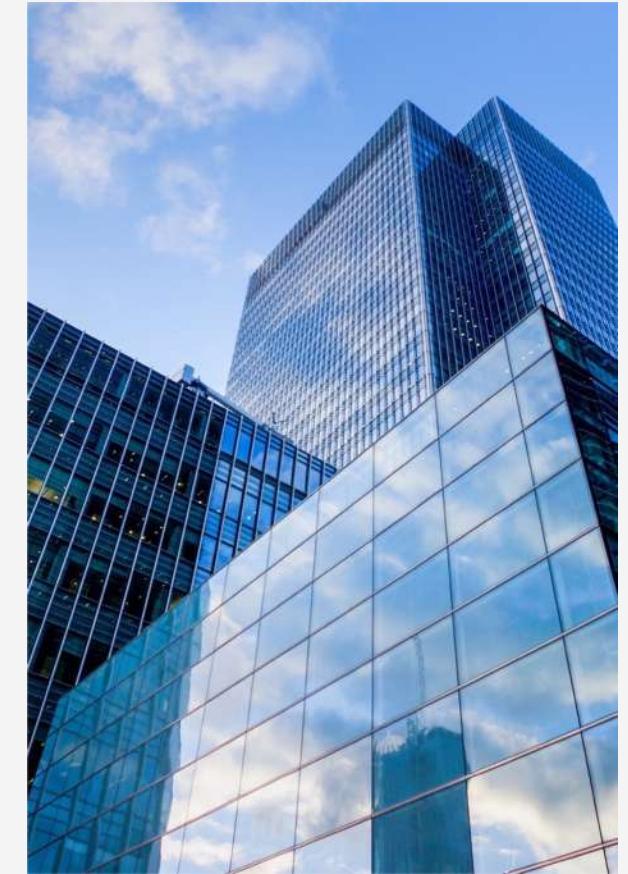
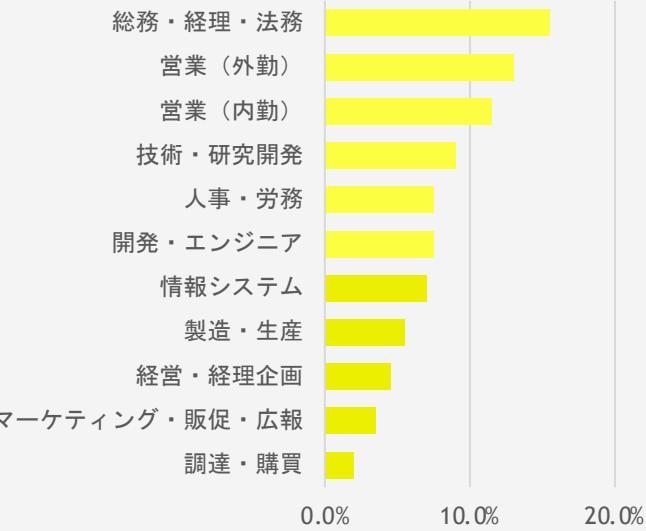
役職者割合



会社員の中で
役職者は
42.2%

- 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



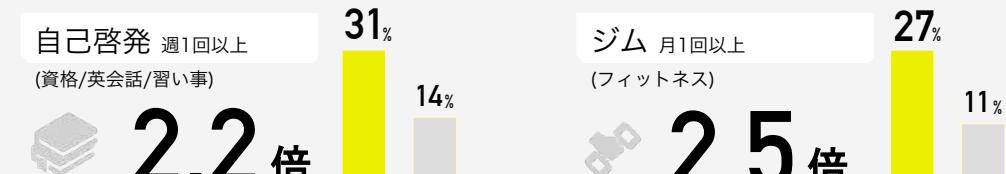
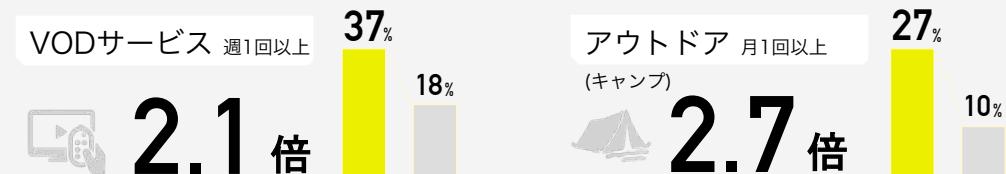
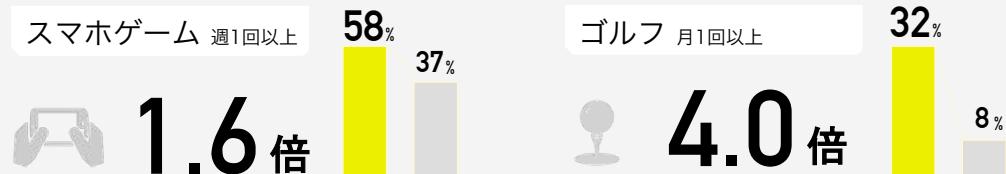
USERDATA 利用者属性

「非喫煙者」と比較した、利用・購買傾向が高いカテゴリ

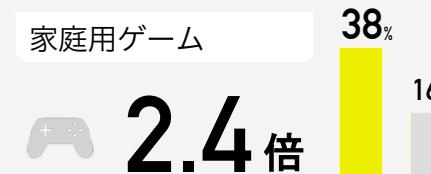
■ 喫煙所利用者 ■ 喫煙所非利用者

利 用 傾 向

※月1回、もしくは週1回以上の利用



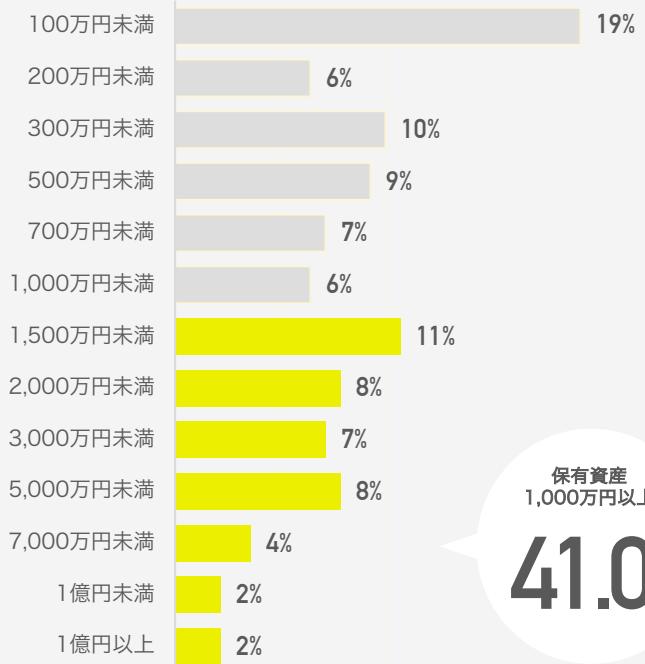
購 買 ・ 消 費 傾 向



USERDATA 利用者属性

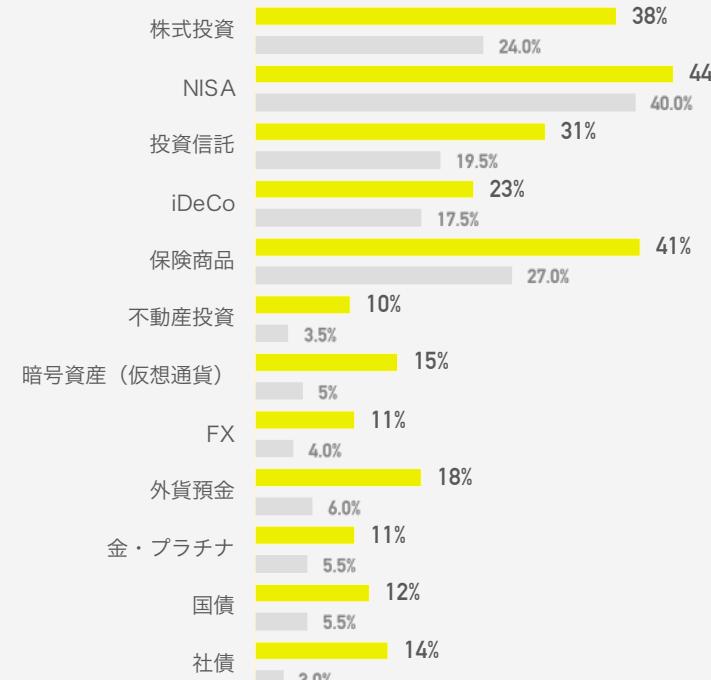
約4割が保有資産1,000万円以上で
様々な投資商品への投資意向も高い

保有資産



保有資産
1,000万円以上
41.0%

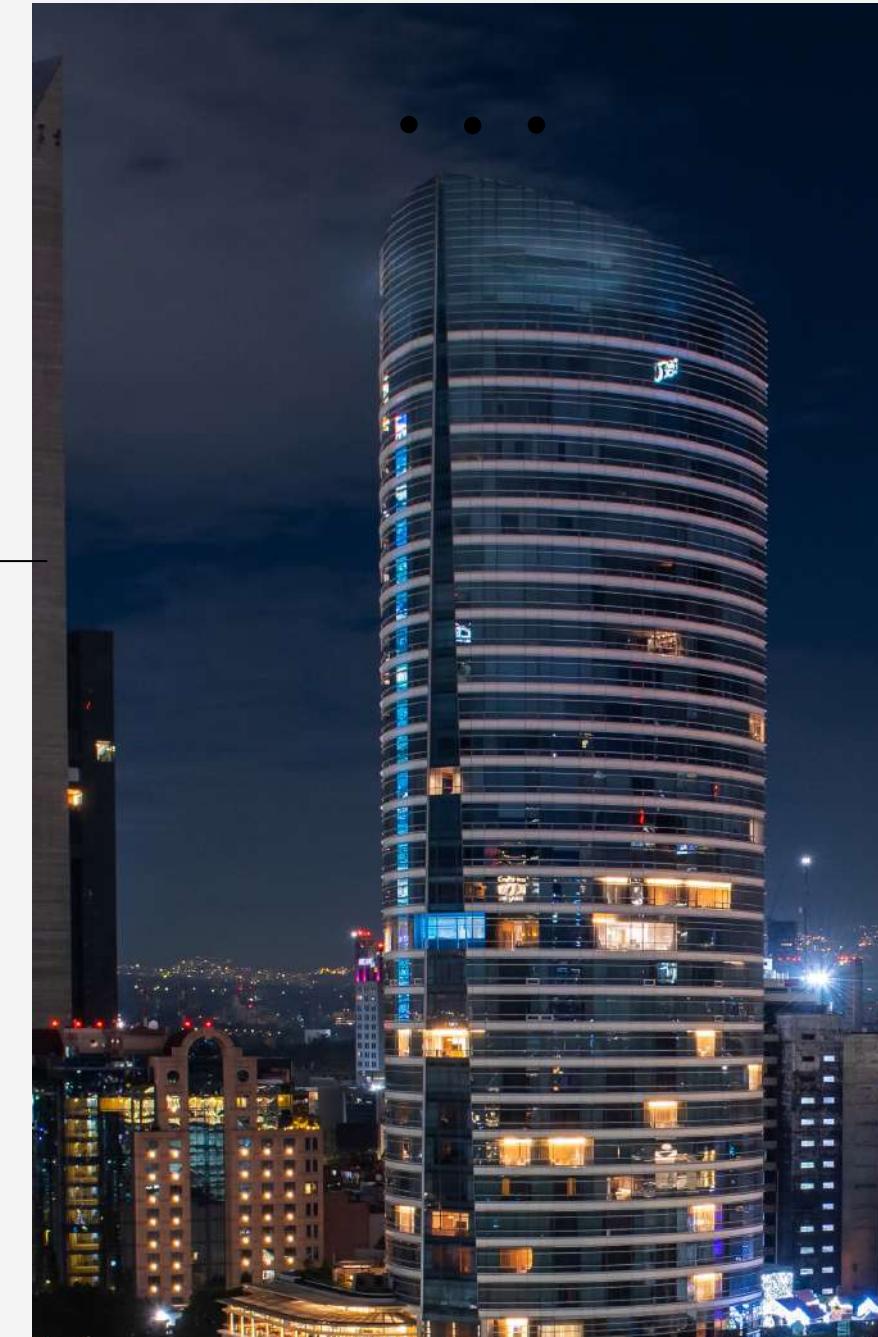
保有している投資商品



■ 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)



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



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



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 SNSなどで新しい情報を積極的に発信する



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。

Q 週末は外食や買い物などで外出することが多い



外出頻度が高く、街中での広告(OOH)接触機会が増える。屋外広告や交通広告との親和性が高い。

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



一見健康に無頓着と思われる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



リスクを取りやすく、チャレンジ精神が高い傾向。
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



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



「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

BREAK
touch

03-5544-8775 | break@cosodo.co.jp