

## MEDIA GUIDE

April to June 2026

cosodo

## FEATURES 喫煙空間の特徴

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は入社時の利用頻度、  
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

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

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

04

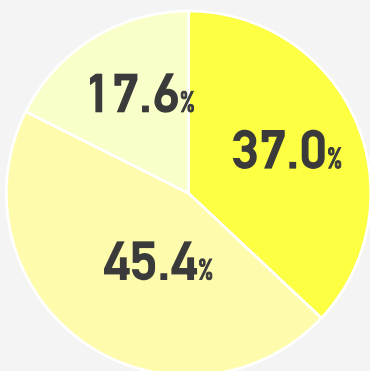
## 職場へのリーチを持つ導線

- 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

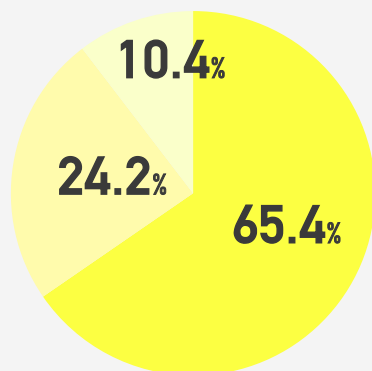
出社あたり 平均 **5回** × 滞在 **6分** ≒ **1日30分間**

1日の喫煙回数



■ 8回以上 ■ 4～7回 ■ 1～3回

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  
無防備な休憩時間に1日何度も接触できます



# 都市型ビジネス層へリーチ可能な空間

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。

1



消費力が高い

1ヶ月の自由裁量所得  
10万円以上

**35.9 %**

2



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 %**

3



自己投資層

英会話・資格取得  
サービス利用  
傾向が、非喫煙者の

**2.2 倍**

4



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**

5



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**



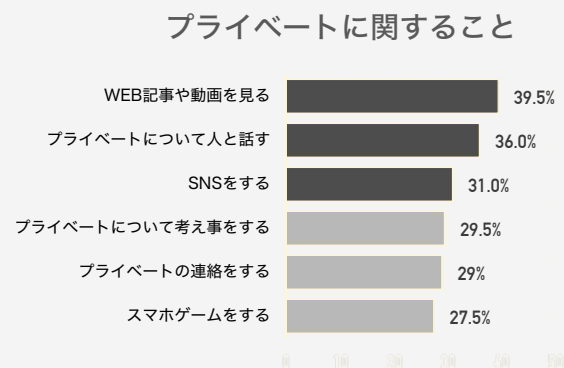
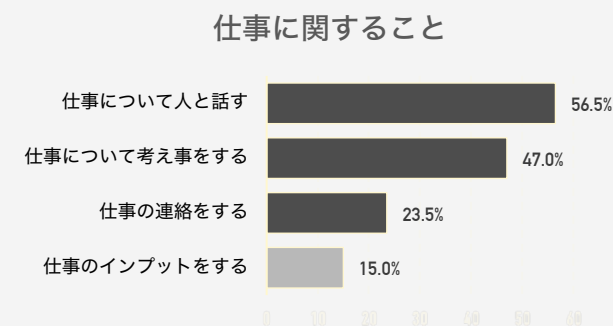
# ONとOFFの貴重な空間

“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

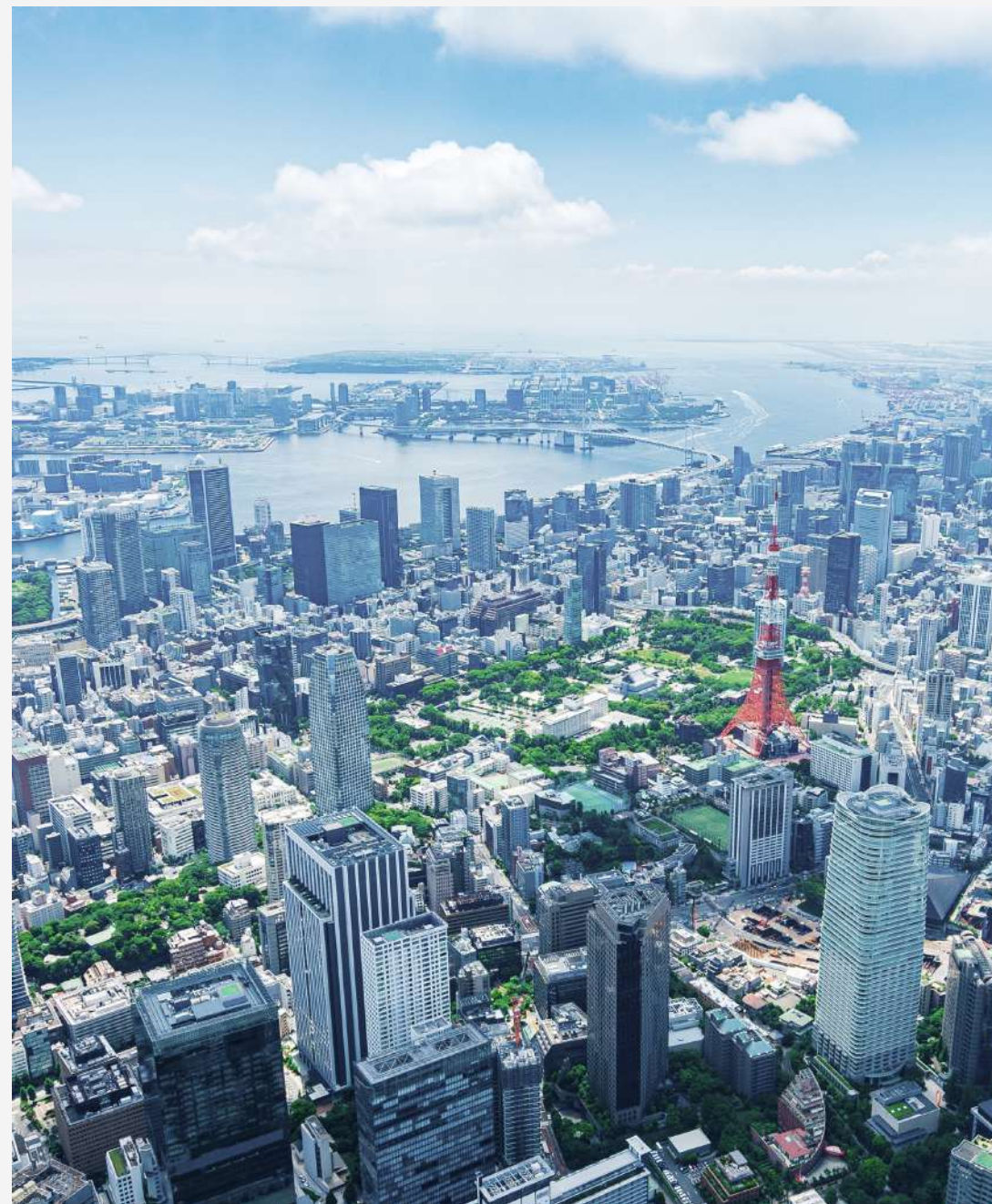
## 千代田区、中央区、港区など 都内ランドマークタワーへ展開

- **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

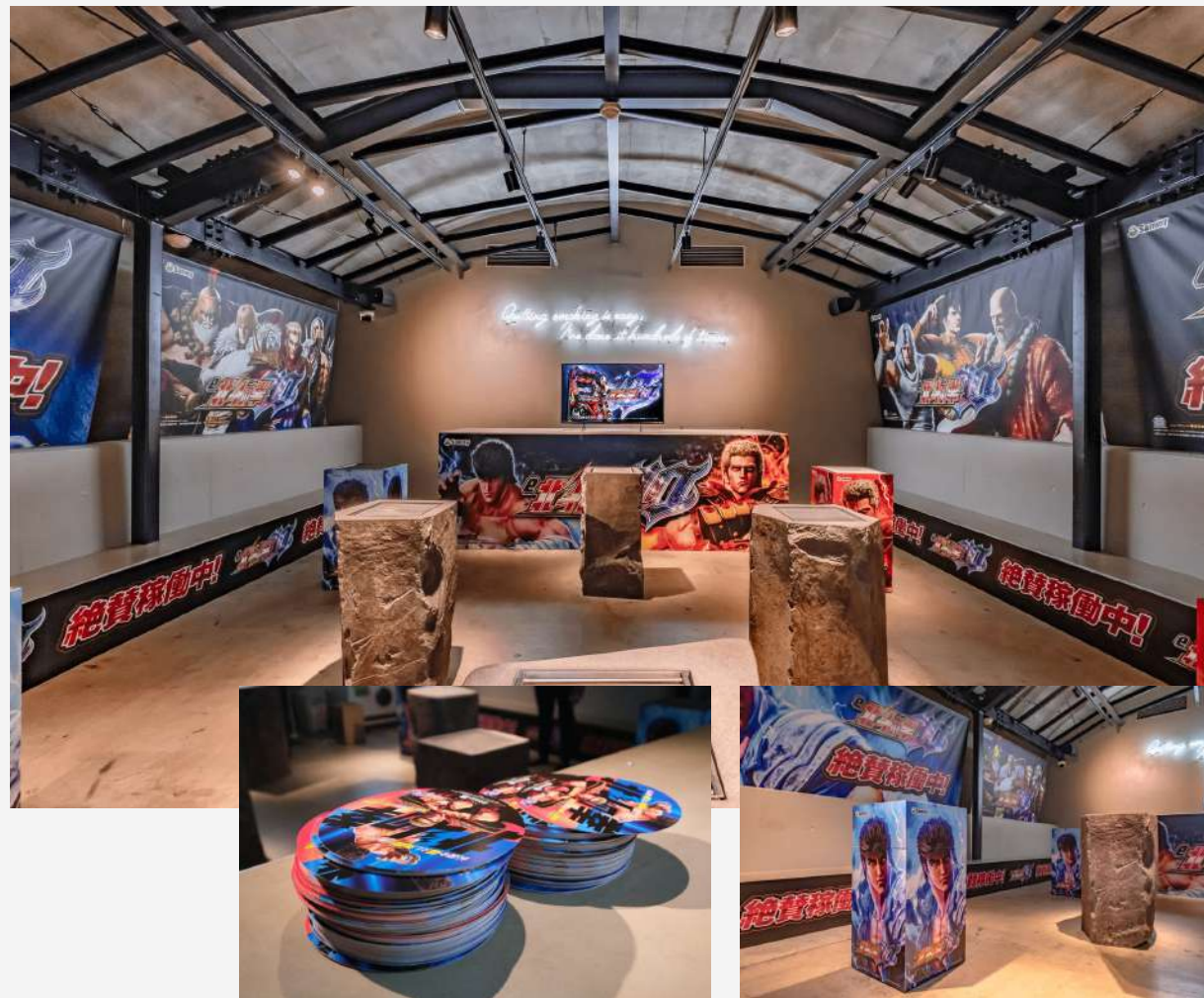
## 施策の目的

- 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)



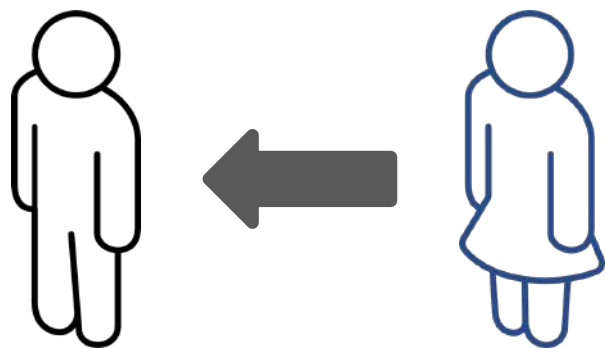
# 体験型サンプリング

滞在空間だから実現できる、体験型サンプリング

BREAK  
**touch**

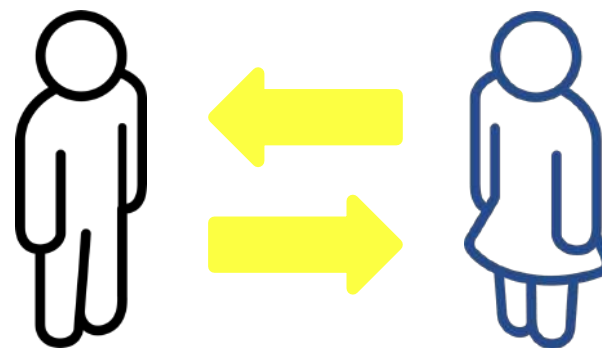
## 従来のサンプリング

- ▶ 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

- ▶ 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。

またここには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**

Premium



Ora<sup>2</sup>  
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







喫煙後にケアしてる人

81.3%

「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

※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、菌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



Ora<sup>2</sup> PREMIUM

マウスウォッシュダブルクレンジング

販売名：  
薬用オラツーマウスウォッシュA  
リフレッシュクリアミント/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

SAMPLE

SAMPLE

SAMPLE

SAMPLE

SAMPLE

SAMPLE

SUNSTAR

# CASE STUDY

# LOTTE



OK、  
これでいける。





# 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。

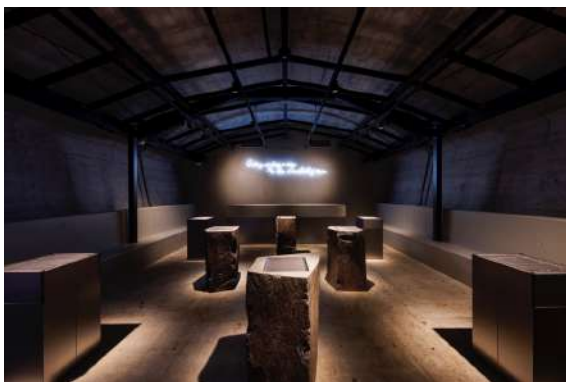
	スクラッチAds	サンプリング（街頭・店頭）	紙媒体（チラシ・DM）
リーチ	大人数への配布は難しい 	場所によっては大量にリーチ可能 	場所によっては大量にリーチ可能だが 手にとってもらえるかはものによる 
記憶定着	当たり／ハズレの“ワクワク”が発生し、 触覚＋行動体験で記憶に残りやすい 	一時的な印象に留まりやすい 	一方的情報で記憶に残りづらい 
環境適応性	喫煙所など滞在時間が長い空間で 自然な配布・体験が可能 	人が多い空間でないと非効率 	空間に置いても気づかれにくい 
CVR	削る→結果を見る→QRなどの動機が明確 	体験からの自然導線が作りづらい 	受け取り→後日行動のハード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



## 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  
具体的な行動へと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。
- ※当賞景品・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。

窪塚洋介主演 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

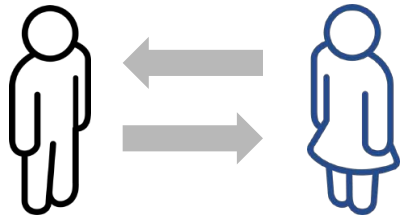
**豪華景品がその場でもらえる！**

**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 お声かけ



- ◆ 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



- ◆ 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



THE TOBACCO

その場で当たる！もらえる！  
ハズレなし！

# スクラッチくじに 挑戦！

ザ・タバコ賞  
オリジナル  
ステッカーも！

スクラッチカードをけずって  
**Tabio賞** が出たら  
リッチェルソックス  
その場でプレゼント！

参加方法

- 1 Tabio MEN公式Instagramアカウントをフォロー
- 2 THE TOBACCOスタッフからスクラッチカードをもらおう
- 3 カードを10円玉でこすって当たった商品を受け取る

当施設での実施は

1回目	月 日 ( ) ~
2回目	月 日 ( ) ~

上記の内容は予告なく変更する場合がありますのでご了承ください。

Tabio

表面

Tabio × THE TOBACCO  
特別企画

# LUCKY SCRATCH

Tabio 賞 が出たら…  
リッチェル編み  
ルーズソックスが  
その場でもらえる！

Tabio 賞

コインでこすってその場で当たる！

裏面

Tabio  
公式オンラインストアで  
使える5%OFFクーポン  
tbc5

◎利用期限：2025年10月31日まで  
◎利用方法：オンラインストアのレジ画面  
クーポンコード欄にてご入力ください  
※ セール商品・品番03から始まる商品は  
全て除外となります。  
※ クーポンのご利用は1人様1回限りです。  
※ 他のクーポンとの併用は不可となっております。  
※ 店頭受取りサービスはご利用いただけません。  
※ クーポンのご利用には無料の会員登録が必要です。

THE SOCK CODE

それを知った者は、屢かすにはいられない。  
Yasuke Kibozuka meets "Rickell"

キャンペーンサイトはこちら



# 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

Kao



NEW

イメージ

# ワイドジェット ストロング



## リセツシュ内

強

消臭力\*

## CM上の演出

この2つの問題の解決は、本邦の政治的・経済的・社会的環境において



BREAK  
FOR AIRCRAFT PLANE FLIGHT



# SERVICE MENU

(リード獲得)

## ⑥ LEAD 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ティング施策と同水準
- 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、有入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ト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

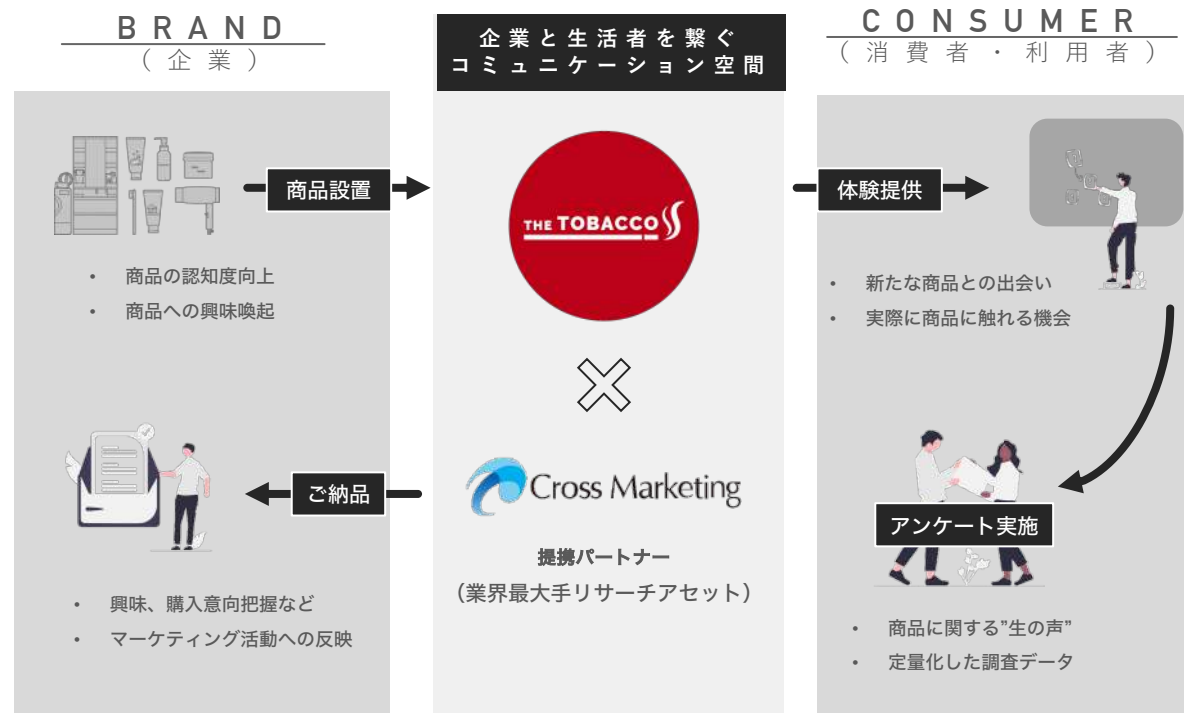
### ■注意事項

※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㎡

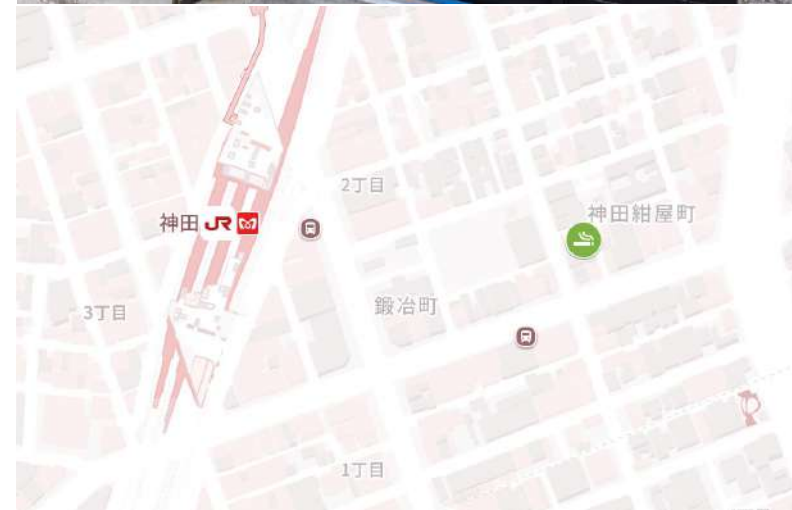
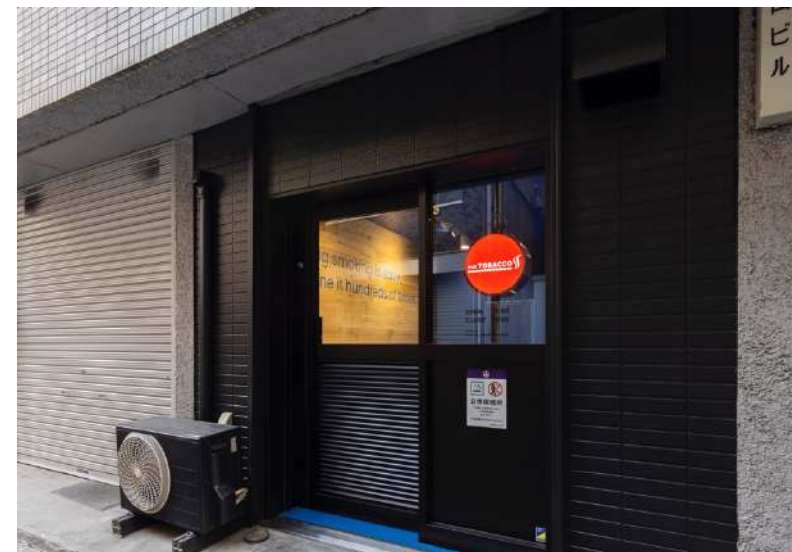




# THE TOBACCO / KANDA SECOND

東京都千代田区神田紺屋町21 高山ビル1F (神田駅)

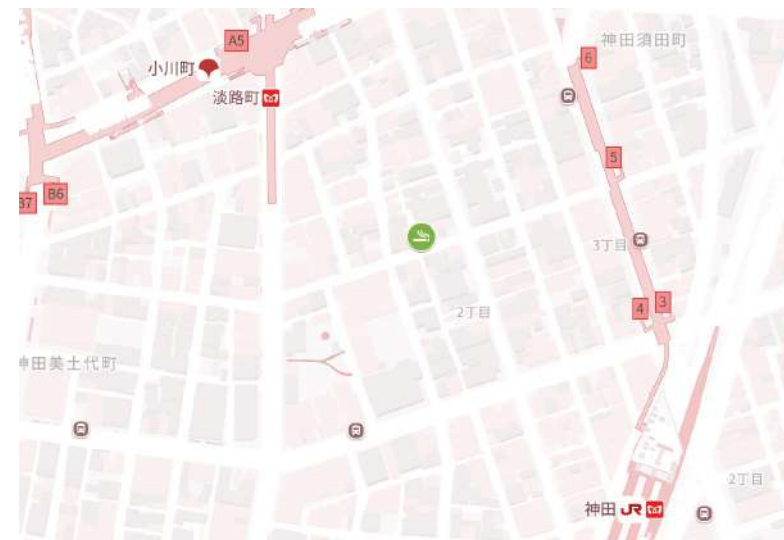
月間利用者数	30,000人
面積	21.48㎡



# 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㎡





# 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㎡



# 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㎡





# 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㎡



# 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㎡

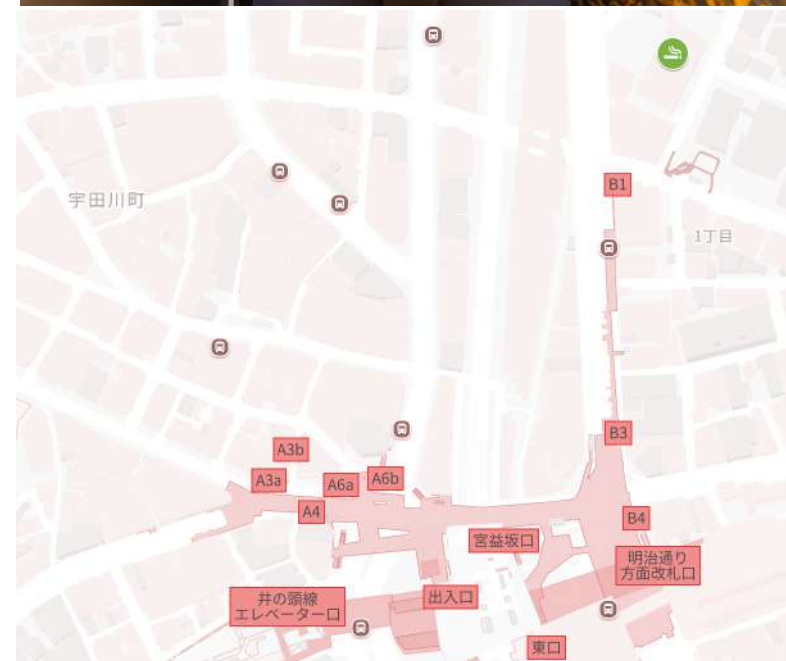
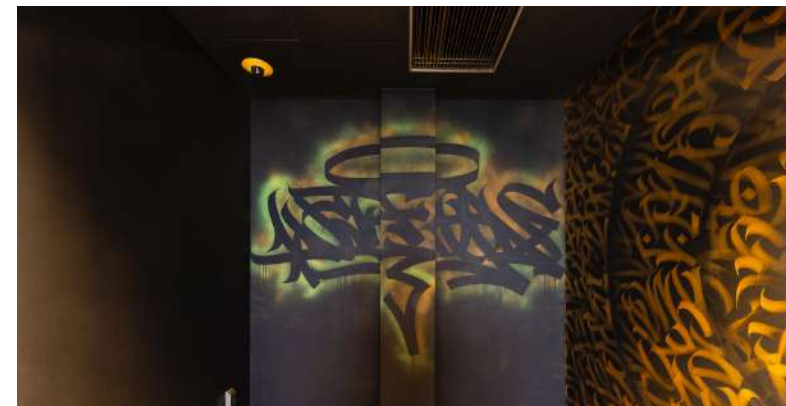




# THE TOBACCO / SHIBUYA

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㎡





# 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

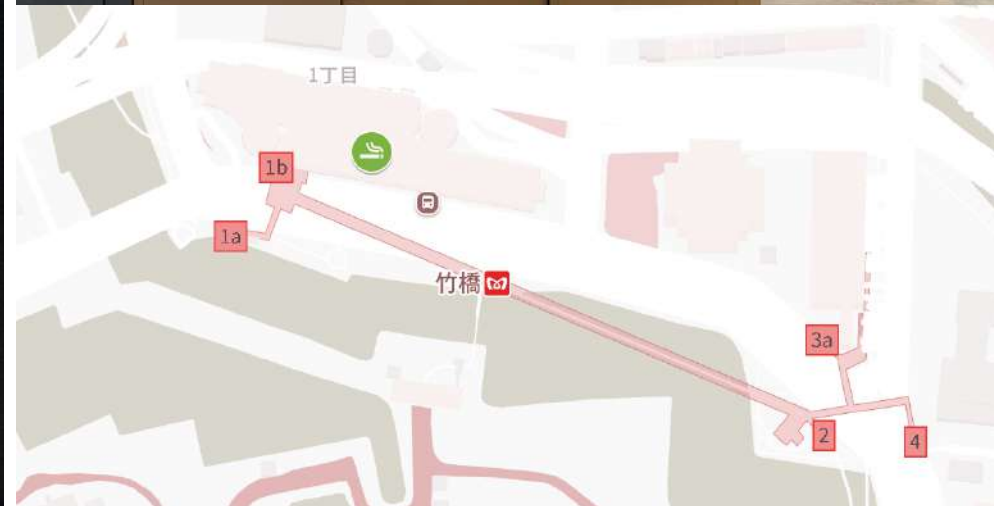
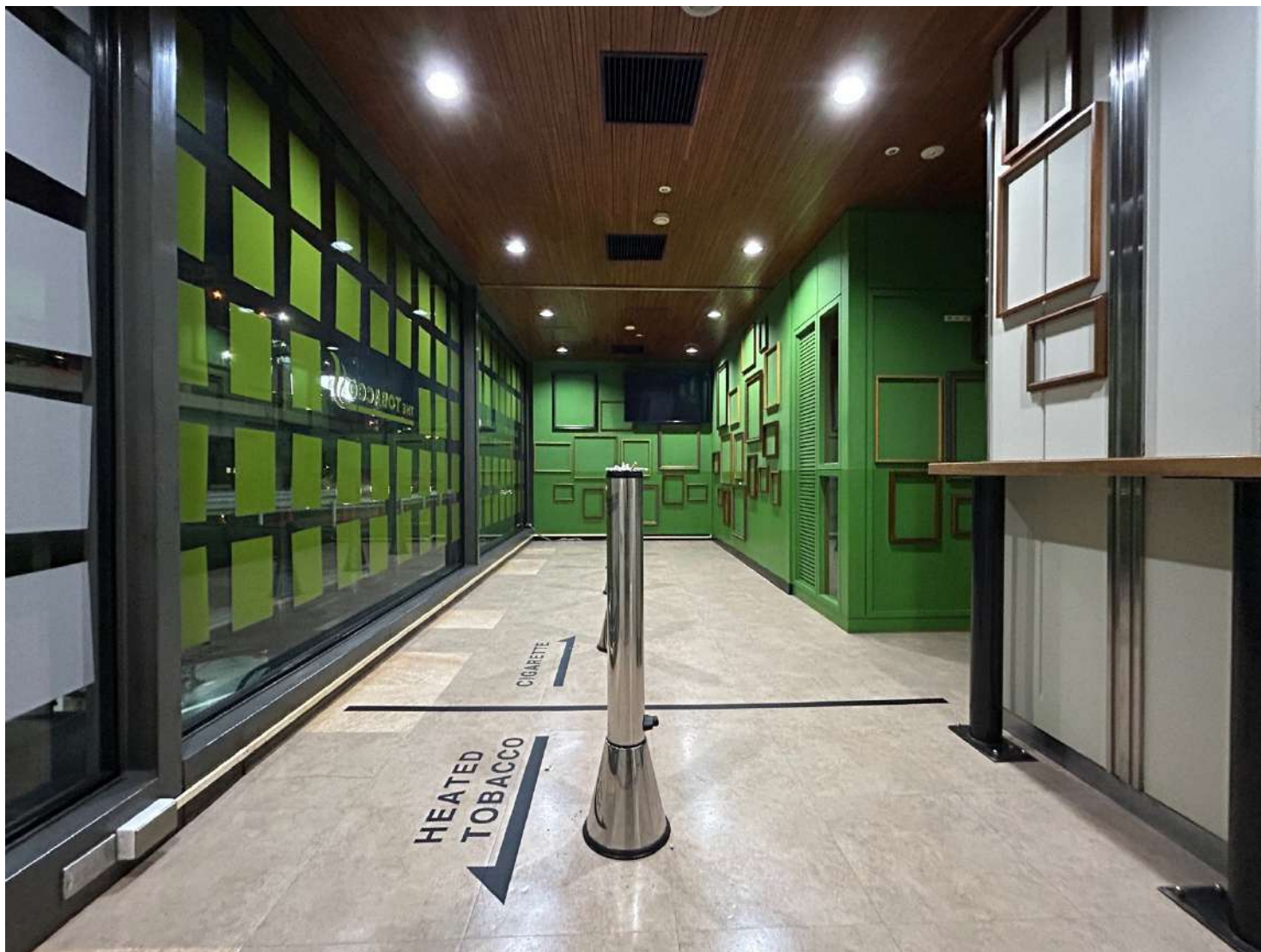
東京都千代田区一ツ橋1-1-1 パレスサイドビル1F(竹橋駅)

月間利用者数

60,000人

面積

22.2㎡



# Store list



## 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㎡	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	27.13㎡	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	21.48㎡	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	149.2㎡	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	15㎡	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	53.23㎡	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	24.125㎡	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	33.1㎡	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	16.91㎡	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	33.5㎡	45,000 人	○	大手町	-
THE TOBACCO IIDABASHI	〒102-0072	東京都千代田区飯田橋4-9-11	19.6㎡	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	5.8㎡	15,000 人	○	飯田橋	244
THE TOBACCO AKIHABARA	〒101-0022	東京都千代田区神田練堀町13-10棟3seekbase	29.88㎡	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	9.24㎡	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	22.5㎡	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	21.75㎡	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	47.23㎡	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	19.9㎡	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	22.2㎡	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	8.6㎡				
THE TOBACCO KYOBASHI	〒104-0031	東京都中央区京橋1-14-6ガーデンアビル2F					
THE TOBACCO YAESU	〒104-0031	東京都中央区京橋1-2-1大和八重洲ビル					
THE TOBACCO YAESU SECOND	〒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ください



[施設情報の一覧はこちら](#)

# 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

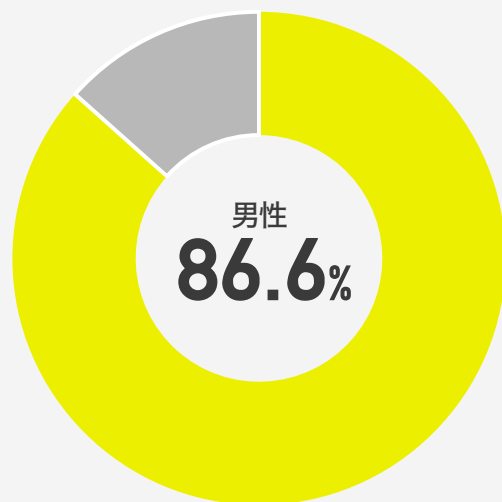
千代田区・中央区・渋谷区など  
ビジネスエリア中心に展開



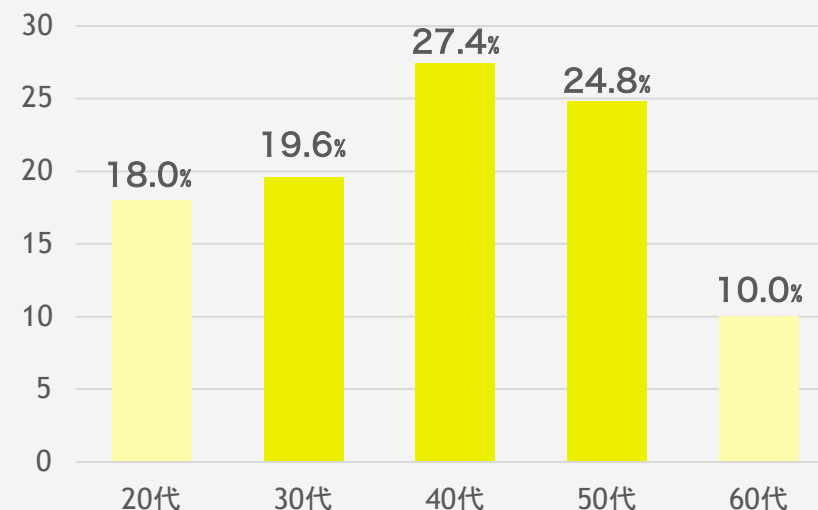
# USERDATA 利用者属性

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



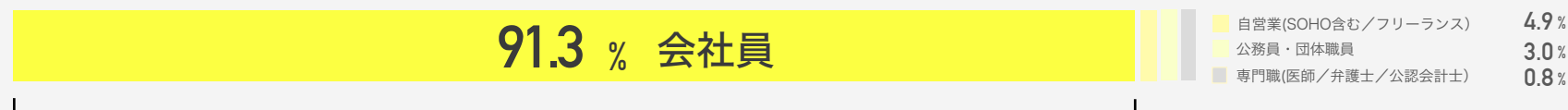
年代



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

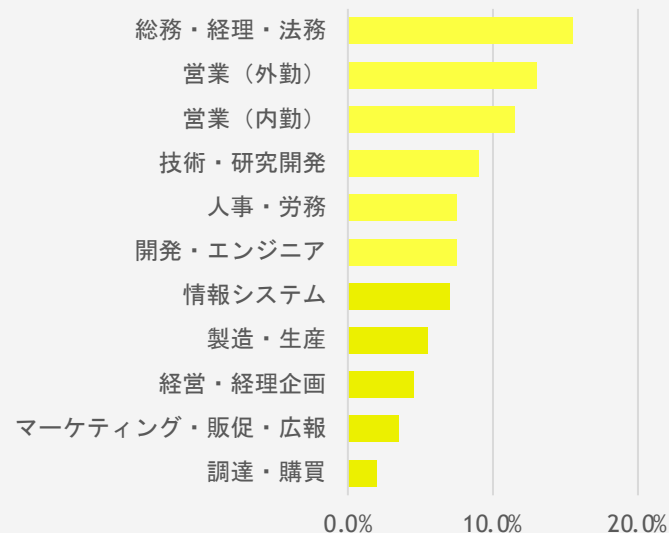
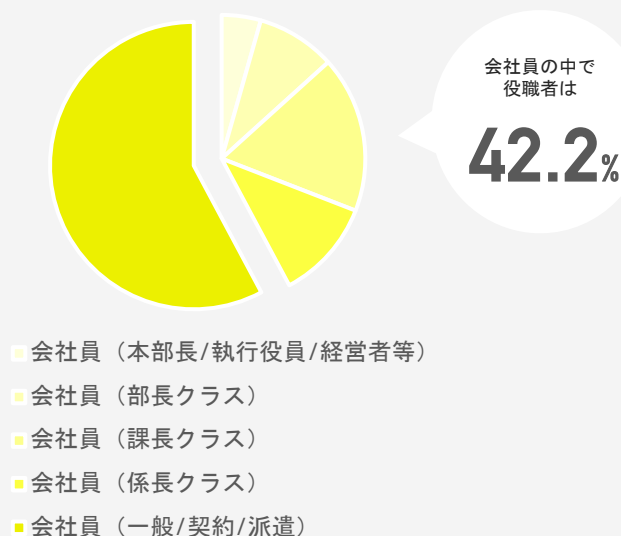
# USERDATA 利用者属性

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



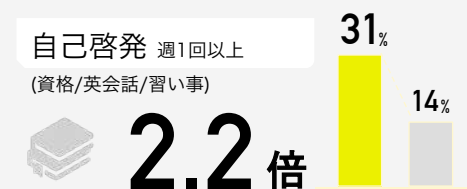
# USERDATA 利用者属性

## 「非喫煙者」と比較した、利用・購買傾向が高いカテゴリ

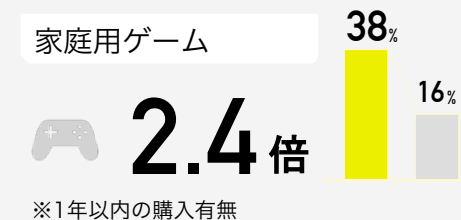
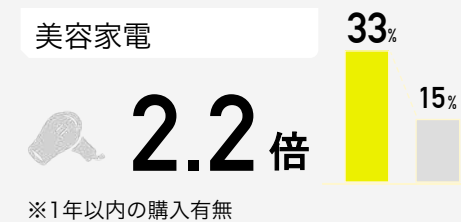
■ 喫煙所利用者 ■ 喫煙所非利用者

### 利用傾向

※月1回、もしくは週1回以上の利用



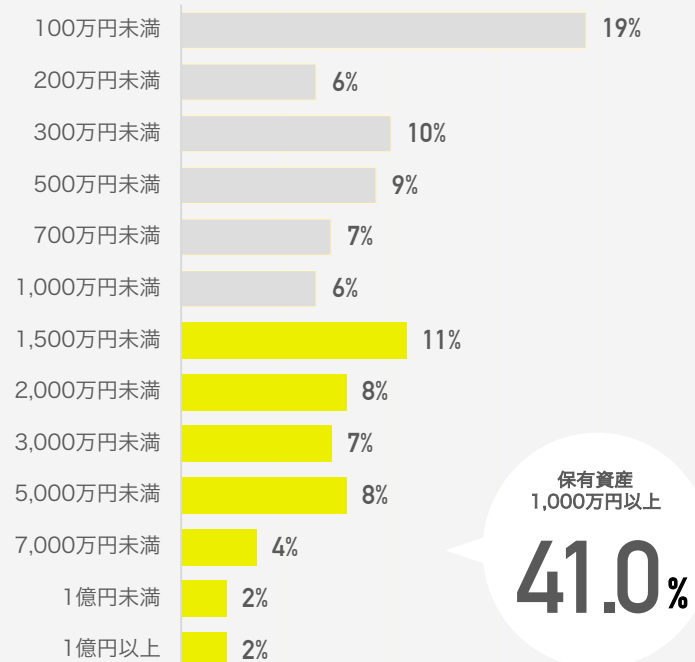
### 購買・消費傾向



# USERDATA 利用者属性

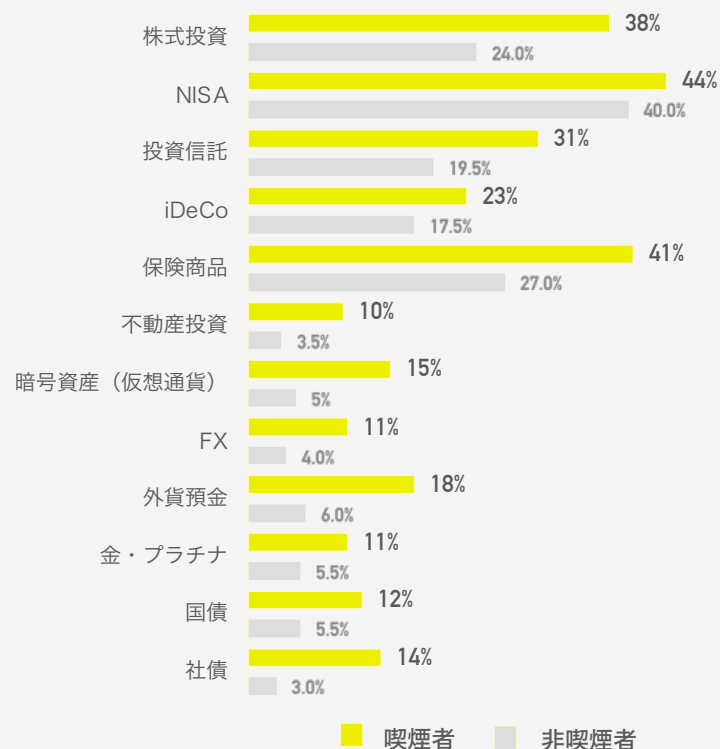
約4割が保有資産1,000万円以上で  
様々な投資商品への投資意向も高い

保有資産



保有資産  
1,000万円以上  
**41.0%**

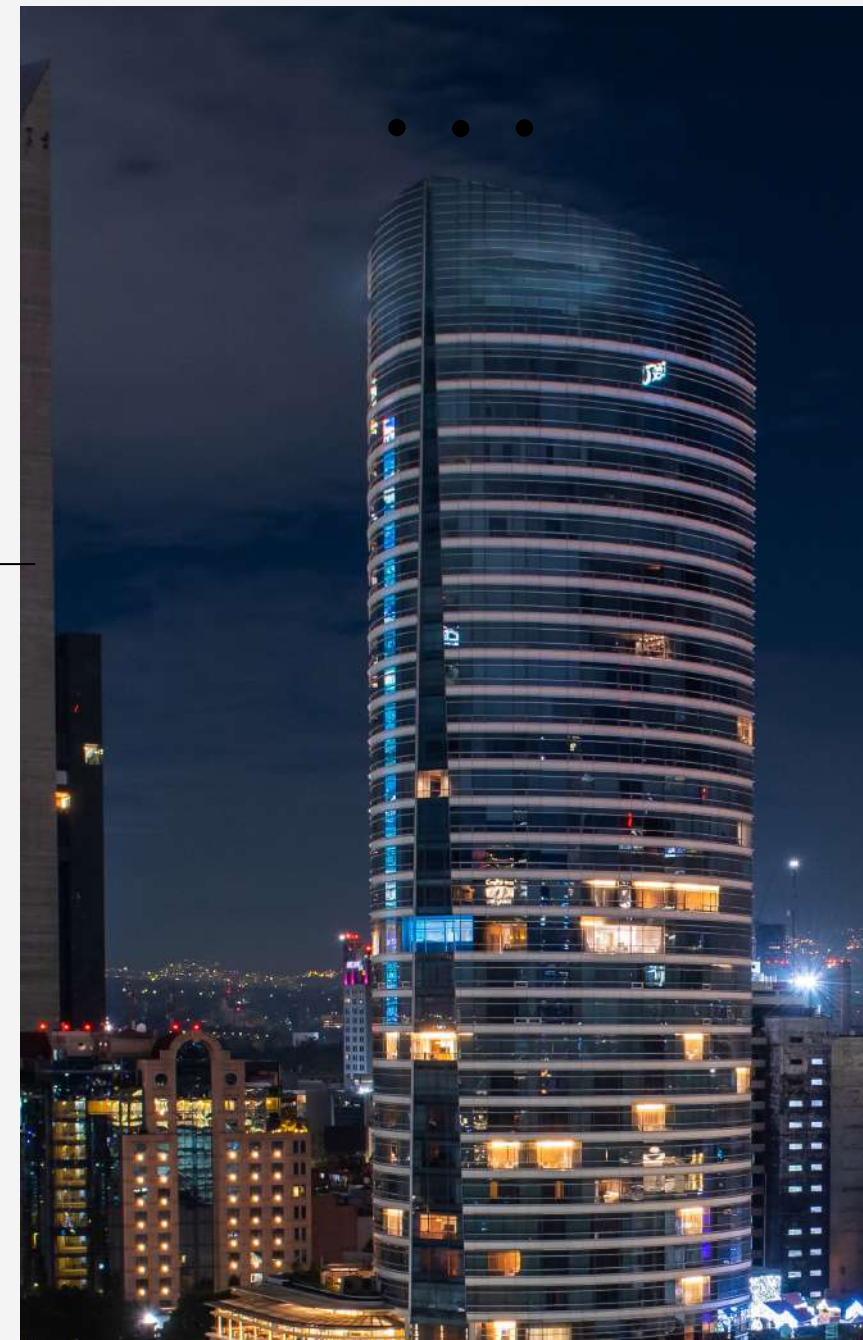
保有している投資商品



■ 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)





# USERDATA 利用者属性

## 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。

# USERDATA 利用者属性

## 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



03-5544-8775 | [break@cosodo.co.jp](mailto:break@cosodo.co.jp)