

東京 **media**

メディアのご案内

ver.3.6



- ➡ 一瞬のコンタクトで消費者の心をつかむ、東京メディア
- ➡ 1日約400万人の通行者がターゲット
- ➡ 思わず目を引く、多種多様なコンテンツプログラム
- ➡ 時間帯・エリアごとに配信内容が変わる
- ➡ ケータイと連動…行動誘発型メディア



1日約400万人の通行者がターゲット

Morning
5:00 - 11:00

Daytime
11:00 - 15:00

Evening
15:00 - 19:00

Night
19:00 - 25:00

起床・朝食・散歩 通勤・通学 仕事・自宅 昼食・昼休み 仕事・買い物 仕事・放課後 アフター・夕食 帰宅・就寝



1日約400万人の通行者をターゲットにし、目を釘付けにします。

メディア接触想定人数

1日あたり **約400万人**

東京23区内1店舗あたりの1日の来店数は約1300人
2009年度のテスト実験にて通行人数は来店数の約10倍
1店舗あたりの1日の通行人数は約1.3万人

約1.3万人×約300店舗で算出 (2009年ローソン独自調査より)



1日来店者: 688万人
(1店舗全国平均800人)
中心の来店者: 20代・30代
店舗数: 9527店舗(2009年2月時点)



一瞬のコンタクトで消費者の心をつかむ、東京メディア



【46インチ高輝度ディスプレイ】
ディスプレイサイズは、
1,015mm × 570mm
遠くからでも視認しやすい1,500
カンデラの高輝度ディスプレイ



【モバイル連動】
アンケート回答、画像や動画投稿。
キャンペーン応募など



【指向性スピーカー】
ディスプレイ周辺の通行者に範囲を
限定したスピーカー

Point 1

ロケーション 設置店舗数:約300店舗 1日約400万人にリーチする

Point 2

掲示板的メディア+広告メディア:ただの広告だけではなく、おもしろいコンテンツもいっぱい

Point 3

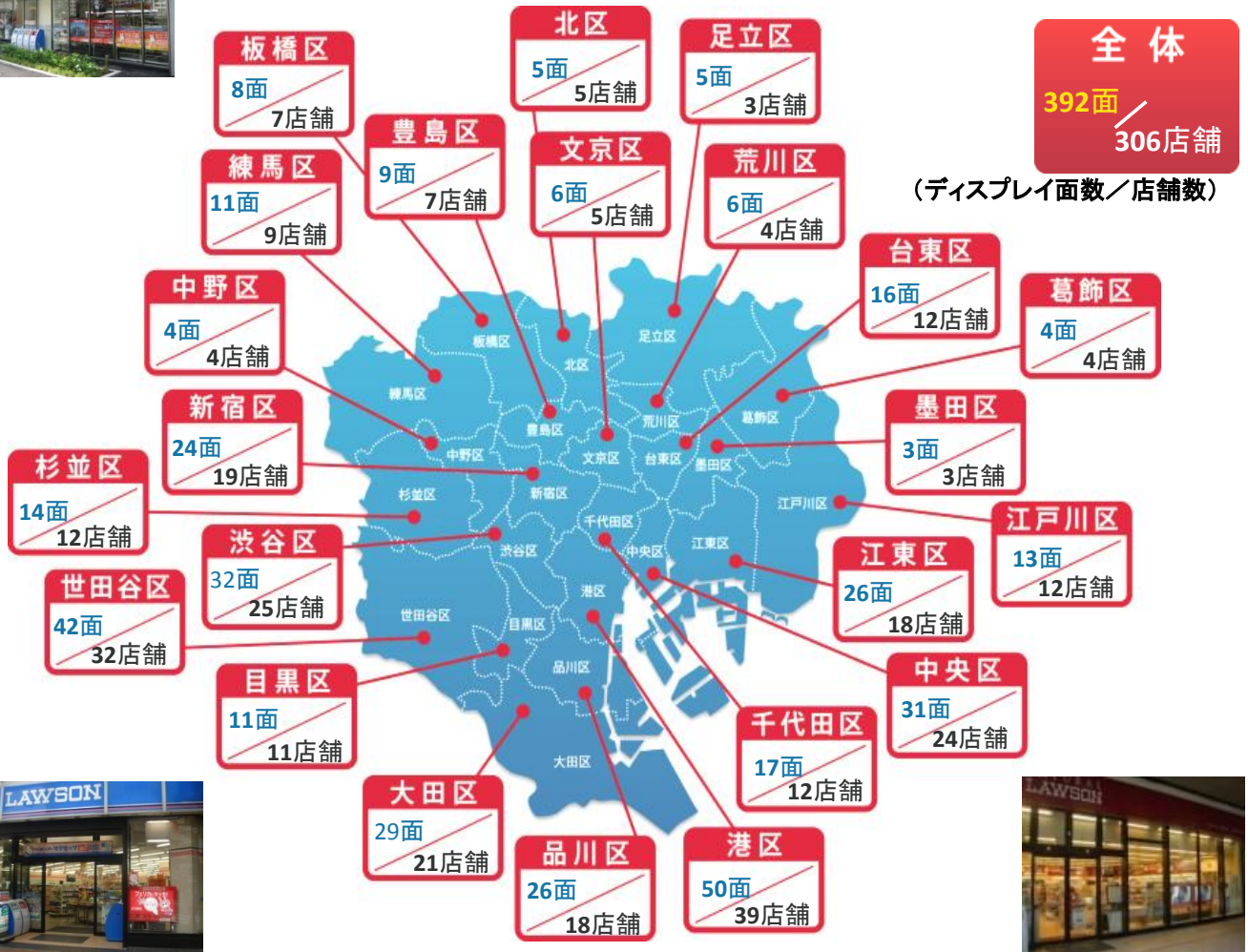
時間帯・エリアごとに配信内容変更可能:地域に密着した情報提供といつでも配信内容が
変えられる

Point 4

モバイルとの連動:情報入手や、視聴者参加型コミュニケーションツールにもなる

東京23区内ローソン設置店舗

(2012年2月1日現在)



※一部の設置店舗および時間帯によっては、周囲の環境/住宅事情により音声出力ができない場合があります。

※店舗の営業時間や周囲の環境/住宅事情により、1日20時間放映に満たない店舗が一部あります。

時間帯・エリアごとに配信内容が変えられる！



2月

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
1/29	1/30	1/31	1	2	3	4 NEW
5	6	7	8	9	10	11 NEW
12	13	14	15	16	17	18 NEW
19	20	21	22	23	24	25 NEW
26	27	28	29	3/1	3/2	3/3 NEW

番組：毎週土曜日更新の1週間単位

東京メディアの媒体特性

1. エリアをセグメントした配信も可能
2. 基本土曜日からの配信（※曜日指定の配信も可能）
3. 時間帯指定配信も可能
4. 店舗別配信も可能

ケータイと連動・・・行動誘発型メディア



東京アンケート

プレゼント応募

投稿時報

東京media

×

視聴者参加型
コミュニケーション



東京メディアは、双方向な
コミュニケーションのできる
行動誘発型メディアなのです。

FeliCaからアクセスできるモバイルサイトへの誘引

(スマートフォン閲覧可能・ブックマーク可能)
※1

オプション: 画像投稿機能

モバイルサイトのアンケート機能

ケータイサイトを見ながらのアンケート収集可 例: 結果を誌面等で紹介等

※1 「FeliCa」は、ソニー株式会社の登録商標です。

東京 **media**

編成概要 / 媒体料金 / 入稿規定

広告枠 : 15分1ロール編成 ⇒ 接触頻度を高めるため15分に3回露出

■ 広告枠

	ゾーン	秒数	回数	個数
広告枠	S枠	15	3	9
	A枠	15	1	9

■ 基本編成ロール(15分)

S枠/3回露出

No.	Sec.	Contents
1	10	時報/ニュース
2	15	S1-1
3	15	S2-1
4	15	S3-1
5	15	非販売枠
6	15	非販売枠
7	15	非販売枠
8	15	非販売枠
9	15	非販売枠
10	15	非販売枠
11	15	S1-2
12	15	S2-2
13	15	S3-2
14	15	A1
15	15	S1-3
16	15	S2-3
17	15	S3-3
18	15	A2
19	15	オリジナルコンテンツ
20	15	A3
21	15	ニュース
22	15	S4-1
23	15	S5-1
24	15	S6-1
25	15	オリジナルコンテンツ
26	15	S7-1
27	15	S8-1
28	15	S9-1
29	15	オリジナルコンテンツ
30	15	A4
31	15	オリジナルコンテンツ
32	15	S4-2
33	15	S5-2
34	15	S6-2
35	15	オリジナルコンテンツ
36	15	A5
37	15	オリジナルコンテンツ
38	15	A6
39	15	非販売枠
40	15	非販売枠
41	15	ニュース
42	15	S7-2
43	15	S8-2
44	15	S9-2
45	15	A7
46	15	オリジナルコンテンツ
47	15	オリジナルコンテンツ
48	15	S4-3
49	15	S5-3
50	15	S6-3
51	15	A8
52	15	オリジナルコンテンツ
53	15	オリジナルコンテンツ
54	15	S7-3
55	15	S8-3
56	15	S9-3
57	15	オリジナルコンテンツ
58	15	A9
59	15	非販売枠
60	15	非販売枠
61	5	オリジナルコンテンツ

① 広告枠

S枠(9枠)は「15分に3回」露出に設定

A枠(9枠)は「15分に1回」露出に設定

■ 放映時間

5:00~25:00 1日20時間放映



放映スケジュールは1日4ゾーンで編成されています。

<1回目>

<2回目>

<3回目>

広告枠・料金表

(1日20時間 5:00~25:00 放映)

■ 広告

S枠	15分に3回の露出設定
A枠	15分に1回の露出設定

■ 料金表

期間	店舗数	広告枠	放映時間帯	秒数	露出頻度	放映総回数 (1店当たり)	料金
4週間	300店	S	5:00~25:00	15秒	3回/15分	6,720回	600万
2週間	300店	S	5:00~25:00	15秒	3回/15分	3,360回	300万
1週間	300店	S	5:00~25:00	15秒	3回/15分	1,680回	150万
1週間	300店	S	朝/昼/夕/夜 いずれか1つ	15秒	3回/15分	朝/夜 504回 昼/夕 336回	50万
4週間	300店	A	5:00~25:00	15秒	1回/15分	2,240回	300万

→上記以外の放映期間/放映素材制作費については別途ご相談下さい

【広告枠に関して】

- 広告枠は15秒単位(15秒の倍数で対応可能)
- **放映時間帯(5:00~25:00)**
- 事故等による回数保証は別途
- 災害等の緊急時には災害関連情報に差替わる場合がございます。
- エリア別の配信は応相談
- **放映回数は300店舗時の想定です(※放映可能店舗数の変更によって露出頻度を調整いたします)**

【広告出稿に関して】

- 事前にクライアント審査、場合によりクリエイティブ審査があります
- お申込は**放映前週の木曜日締め切り** 素材入稿は**放映開始週の月曜日締め切り**
- 素材形式 動画 16:9のWMV形式 静止画:JPG形式
- お申込後のキャンセルは受けかねます。予めご了承ください
- 競合排除はいたしません。編成にて調整いたします

放映時間と放映コンテンツ内容(一例)

放映時間:5:00~25:00 (20時間放映/1日)

【東京media 放映コンテンツ内容】

News

震災速報

提供:共同通信社

Sat, 26 Mar 2011 11:43 **原発北西側の放射線低下**
福島第1原発北西側の放射線量が低下。米エネルギー省が発表。24日に航空機から観測。

Sat, 26 Mar 2011 11:07 **2号機への真水注入を開始**
東京電力は26日午前、福島第1原発2号機の原子炉に真水を注入する作業を開始した。

Sat, 26 Mar 2011 10:36 **放水口付近で1250倍の放射性ヨウ素**
福島第1原発の放水口付近で法令が定める濃度限度の1250倍の放射性ヨウ素を検出。保安院発表。

このニュースは約5分前に1回、最新の情報を更新します。

時報



時間運



エコライフ豆知識ほか

ecoライフ 冷房のエコ

冷房時間を
1日1時間短くすると
約 **410** 円節約。
(年間)

出来るだけ消費電力の少ない**扇風機**を利用しよう。

今週の東京media

おめでとう **東京media**

東京media
twitter Facebook
6/11 スタート!!

アンケート・プレゼント情報など
お得な情報をお知らせします。

私たちにラインズのモバイルサイトもチェックしてね! <http://www.tokyomedia.jp/mobile/>

災害時帰宅支援 (東京都)

災害時 **このステッカーが**
貼ってあるコンビニは
災害時帰宅支援ステーション
になります。

東京都総務局
問い合わせ先 03-5388-2453

「ビバ! ecoライフ」・・・節電下での暮らしのアイデアを紹介

例)水を使わないアイスクリームの作り方、夜の部屋の風の通し方
・・・などなど

災害等の緊急時には場合により、放映内容を一部変更して放映する場合がございます

モバイルサイトについて

モバイル広告は無料。テキスト広告表示。広告主サイトへリンク



【広告枠に関して】

- サイネージ広告とセットの申し込みとなります
- 契約期間は1週間～。サイネージと同様です
- ローテーションは土曜日から金曜日を予定
- 広告枠はバナーとテキストのみです
- 事故等による回数保証は致しません
- 曜日設定／時間帯別の掲出／
タイアップ等応相談(サイネージ編成と連動)
- 広告料金／現在は無料です
状況により有料に変更する場合があります

広告主様
モバイル
サイトへ

【広告出稿に関して】

- 事前のクライアント審査、クリエイティブ審査はサイネージ広告審査に準じます
- バナー、テキスト広告のリンク先のサイト、ページの表示及び内容につきましては、
当社は一切責任負いません。入稿前のご確認をお願いいたします
- お申込は**掲載前週の木曜日締め切り** 素材入稿は**掲載週の月曜日締め切り**です
- 入稿形式：バナー：jpgまたはgif
テキスト：最大全角28文字以内、リンク先URL
※絵文字、機種依存文字は使用不可。
- お申込後のキャンセルは受けかねます。予めご了承ください
- 競合排除はいたしません。編成にて調整いたします

放映事故・回数保証についての考え方

放映予定期間内に東京mediaの責により、保証放映回数に到達しなかった場合に放映事故と認定し、保証回数より減じた回数を補填するものとします

■放映予定期間内の以下に定める基本放映回数の90%を保証致します。

広告S枠基本放映回数: $240\text{回} / \text{日} \times \text{放映日数} \times 300\text{店舗}$

4週間の場合: 2,016,000回 (基本放映回数) 1,814,400回(保証回数)

2週間の場合: 1,008,000回 (基本放映回数) 907,200回(保証回数)

1週間の場合: 504,000回 (基本放映回数) 453,600回(保証回数)

広告A枠基本放映回数: $80\text{回} / \text{日} \times \text{放映日数} \times 300\text{店舗}$

4週間の場合: 672,000回 (基本放映回数) 604,800回(保証回数)

■天変地異、法定伝染病、戦争、内乱、法令制度改廃、公権力による命令処分、サイネージ設置店舗及び周辺における災害・事故、電力会社による停電、その他不可抗力に帰する事由による放映回数減については保証範囲外とします。

■補填方法については、基本的に以下優先順位とし、協議の上、決定するものとします。

①放映期間内での追加放映による回数補填

②放映期間終了後速やかに、追加放映による回数補償

③期間内・終了後共に放映広告素材にて補填ができない場合、別の広告素材による回数補填

■サイネージ設置店舗数が大幅に変更ある場合は、保証回数の見直しを行います。

放映報告書について

放映報告書にて広告放映回数をご報告いたします

SAMPLE

放映報告書

御中

広告主名 :
 媒体名 :
 放映期間 :
 契約広告枠 :
 尺 :
 内容 :



株式会社クロスオーシャンメディア
 〒150-0021
 東京都渋谷区恵比寿西2-4-5
 第28荒井ビル(星ビルディング)4F
 TEL 03-6416-3193
 FAX 03-6416-3196

貴社お申し込みの広告は下記の通り放映致しましたことをご報告申し上げます。

2 月		実放映回数								
内容	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月
	72,315	71,824	73,365	72,571	71,845	72,480	72,495	114,762	114,218	116,763

3 月		実放映回数									
内容	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金
	119,978	118,385	120,141	118,856	72,057	71,348	72,670	72,264	72,482	72,640	67,243

実放映回数	1,830,682	回
放映回数合計	1,830,682	回
保証放映回数	1,360,800	回

保証放映回数:1,360,800
 ※保証放映回数:240回/日 × 放映日数(21日) × 300店舗 × 90%

広告放映基準

1. 考査

- ・広告及び、本編コンテンツに関する掲出考査の策定は、当社が独自に行なう。
- ・放映考査は、以下に定める「広告主」及び「放映素材」の2種類を実施する。
- ・以下の広告放映基準の他、設置先企業・店舗との調整事項を都度必要とする。
- ・その他、本基準にて明確に判断できない放映物は、都度当社が判断するものとする。

2. 競合サービスの掲出排除

- ・ローソン、ナチュラルローソン以外のコンビニエンスストア、
NTTドコモ(NTTグループ含む)以外の固定・携帯電話キャリアおよびサービスの告知はご遠慮下さい。
- ・その他、ローソン、ナチュラルローソン及びNTTドコモの店舗で提供されるサービス、または販売される商品と競合すると考えられる場合は都度当社が判断いたします。

3. 放映不可業種(広告主)

以下の業種に関しては、「広告主」考査として、放映をお断りさせていただきます。

- ・小売業：ローソン、ナチュラルローソン以外のコンビニエンスストア
- ・携帯電話会社：NTTドコモ以外の携帯電話会社
- ・宗教団体／政治団体／思想団体等
- ・風俗店／テレホンクラブ／出会い系サイト
- ・その他、風俗営業と規定される業種
- ・ギャンブル関係の店舗：パチンコホール／マージャン等
- ・興信所／探偵／探偵事務所
- ・ネットワーク商法／連鎖販売取引業者
- ・葬儀関係(葬儀場、墓地・墓石販売・仏壇仏具)
- ・上記以外であっても公共の福祉に反する企業・団体

4. 放映不可内容(放映素材)

上記の広告主考査において放映可とされた場合でも、放映素材の内容が、以下のような場合には放映をお断りさせていただきます。

- ・法律、条令、条約に違反もしくは、その恐れのある広告
- ・わかりづつ性が高く、露出度の高い写真、イラスト、コピーの入った広告
- ・宗教信仰による勢力拡大や布教活動を目的とする、または誘発する可能性のある広告
- ・医療、医薬品、化粧品において、効果、効能、性能などを厚生労働省が承認する範囲を逸脱する広告
- ・特定個人もしくは団体を誹謗中傷するような広告
- ・権利関係や取引の実態が不明確な広告
- ・誇大広告 - 「世界一」「一番安い」等の表現(掲出に関しては根拠が必要)
- ・射幸心を著しくあおる内容の広告
- ・青少年の人材・精神・教育に有害な広告
- ・公序良俗に反する広告
- ・上記以外で当社が不適当と判断した広告

5. 総量／時間帯／表現の限定

公共的メディアとして、青少年への影響を配慮し、以下の業種の広告主様に関して、一定の時間帯、露出総量と表現内容を限定させていただきます。

- ・パチンコ機器メーカー：19時以降の露出で、ゾーン内最大2社まで、企業広告に限る。
- ・消費者金融(貸し金業協会に加盟企業のみ)：19時以降の露出でゾーン内最大2社まで企業広告に限る。

上記内容は、関係団体の指導、設置先との調整等により、予告なく変更される場合があります。予めご了承下さい。

入稿仕様 1/2 <<素材仕様>>

入稿締め切り日は、放映開始週(土曜～)の**当週月曜日**とさせていただきます(応相談)

①サイネージ映像入稿

納品形態:データファイル

動画:16:9のWMV形式(.wmv)

静止画:JPG形式(.jpg)

※βカム、D2等の素材の場合は、別途エンコード費用が発生します。
(概算税別5万円)

※素材の入稿は、放映開始(土曜日)の場合、週頭月曜日にデジタル
ファイル入稿締め切り。

②モバイルサイト(バナー画像+テキスト)入稿

納品形態:JPEGまたはGIF(※PNGはNG)








テキスト:文字数制限有り

※詳細はP16をご参照ください

上記仕様にて素材データをご準備頂いた上、当社担当までご連絡ください。

入稿仕様 2/2 <<画面タイプ>>

素材入稿は「2画面」&「1画面」店舗、それぞれに入稿が必要な場合がございます。

	2画面用		1画面用	ファイル形式
同素材を放映				素材①(wmv / jpg)
異なる素材を放映				素材①(wmv / jpg) 素材②(wmv / jpg) 素材③(wmv / jpg)
2画面連動 + 1画面用				素材④(wmv / jpg) 素材①(wmv / jpg)

【動画入稿仕様】

データ形式 : wmv形式
 サイズ : 1366*768 もしくは 1024*768
 映像エンコード方式 : Windows Media Video9以上
 映像ビットレート : 2~5Mbps
 音声エンコード方式 : Windows Media Audio9以上
 音声ビットレート : 192Kbps

※テロップは、動画に組み込んだ状態で納品ください。

※容量は40MB以下でお願い致します。

【静止画入稿仕様】

データ形式 : Jpeg形式
 (最適化、プログレッシブ設定されていないもの)
 カラーモード : RGB
 解像度 : 72dpi
 データサイズ : 1366*768

上記仕様にて素材データをご準備頂いた上、当社担当までご連絡ください。

モバイル広告 《入稿仕様》



サイネージにご出稿いただいた広告主様は、広告枠毎に
 ・S/A→「オススメ(PR)」または「今週の話題(PR)」
 以下①②③のいずれかの広告を掲載できます。

また、携帯電話用サイトのリンク先URLをご指定ください。
 (PCサイトへのリンクは指定できません。)

①②の共通事項

- ・バナーの画像形式: JPEGまたはGIF (PNGはNG)
- ・バナーには白フチを上下左右1ピクセルずつ余白設定
- ・**画像データの容量は、10KB以下としてください。**

①バナー広告

- ・バナーサイズ: 幅: 240 × 高さ: 90 [ピクセル]
- ※実際の画像部分は、238 × 88 [ピクセル]

②バナー + テキスト広告

- ・バナーサイズ: W65~90 × H65~90 [ピクセル]
- ※できるだけ**最大サイズ(90×90)**で作成してください。
- ※実際の画像部分は、63~88 × 63~88 [ピクセル]
- ・テキスト長: 54バイト(全角27文字)以内
- ・18バイト(全角9文字) × 3行での表示となります。
- ・サイトの仕様上、カナはすべて半角表記となります。
- ・改行位置の指定はできません。
- ・半角カナでの濁点・反濁点表記にご注意ください。

③テキスト(リンク設定あり)広告

- ・テキスト長: 56バイト(全角28文字)以内
- ・28バイト(全角14文字) × 2行での表示となります。
- ・サイトの仕様上、カナはすべて半角表記となります。
- ・改行位置の指定はできません。
- ・半角カナでの濁点・反濁点表記にご注意ください。

媒体概要

放映開始日

2010年5月29日(土曜)～

設置

東京23区内、ローソン約300店舗店頭より開始(順次拡大予定)
ローソン店舗店頭外側に向けて設置

放映時間

AM 5:00～AM 1:00 20時間を基本



ターゲット

通行者および来店者

編成

週単位・毎週土曜に放映素材の入れ替え
15分ロール

コンテンツ

震災関連ニュース/応援メッセージ/義援金/広告など

ハード

46インチディスプレイによる動画・静止画の表示
指向性スピーカーによる音声出力
ディスプレイ横に設置したFeliCa®端末による携帯電話との連携

特徴

- 高輝度ディスプレイ**による高い視認性
- 動画でも静止画とも従来のコンテンツ制作とは違い**表現の自由度が高い**
- 指向性スピーカー**を使いディスプレイ周辺の通行者に範囲を限定した音による喚起
- 時間帯・エリア別**に最適なコンテンツ配信が可能
- FeliCa®端末と携帯サイト**を利用した参加型コンテンツの実施が可能

会社概要



CROSS OCEAN MEDIA

■ 社名	株式会社クロスオーシャンメディア
■ 出資金	7億8500万円(資本準備金3億9200万円含)
■ 出資比率	ローソン(42%)、アサツー ディ・ケイ(38%)、 エヌ・ティ・ティ・ドコモ(20%)
■ 設立	2010年3月1日
■ サービス開始	2010年5月29日
■ 本社所在地	東京都渋谷区恵比寿西2-4-5 第28荒井ビル(星ビルディング)4F
■ TEL	03-6416-3193
■ HPアドレス	www.xom.co.jp

～各社のノウハウ・インフラを融合～

ローソン

・店舗ネットワーク、集客力、時間帯、エリアごとの顧客特性情報等

ADK

・広告営業ノウハウ、媒体価値測定と分析力、コンテンツ企画・制作力

ドコモ

・デジタルサイネージと携帯電話連動(FeliCa®、WEBクーポン等)に関する技術

