

The Signage シネシティ広場ビジョン

新宿歌舞伎町における 屋外デジタルサイネージ



放映時間：8:00～27:00
(翌3:00)



画面サイズ：6.7m × 3.9m



音声対応

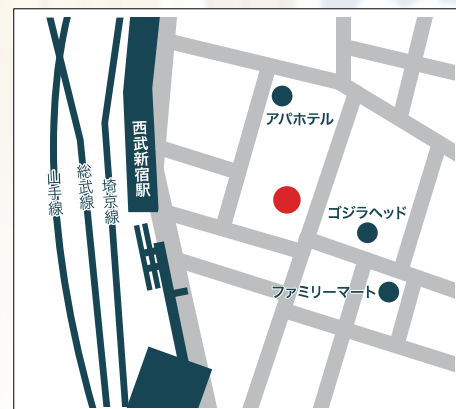
▶ 媒体概要

本媒体は、日本有数の繁華街である新宿歌舞伎町の東亜会館ビル壁面に設置された屋外デジタルサイネージです。シネシティ広場に面しており、観光・ショッピング・飲食・娯楽など、さまざまな目的で訪れる国内外の来街者へ継続的な情報発信が可能です。また、**8:00～27:00(翌3:00)までの19時間放映**により、昼間の買い物客やビジネスパーソンだけでなく、夜間・深夜帯の来街者へも幅広くアプローチできます。

▶ 立地特性

- ・日本有数の繁華街「新宿歌舞伎町」に立地
 - ・シネシティ広場に面した視認性の高いロケーション
 - ・飲食店・商業施設・ホテル・娯楽施設が集積
 - ・昼夜を通じて多くの来街者が行き交うエリア
 - ・イベント開催時には広場に多くの観客が集まり、高い広告接触機会が期待できます
 - ・国内外の観光客を含む幅広い層へ情報発信が可能
- 国内外から集まる多くの来街者へ向けた、認知向上・情報発信に適した広告媒体です。

▶ 設置場所



シネシティ広場ビジョン(東亜会館ビル壁面)
〒160-0021 東京都新宿区歌舞伎町1-21-1

データで見る広告到達力

歌舞伎町エリアの商圈・広告接触機会



本媒体は、日本有数の繁華街である新宿・歌舞伎町の中心部「シネシティ広場」に設置されています。国内外の観光客や買い物客、ビジネスパーソンなど、多様な来街者への広告配信が可能です。



本媒体は、新宿・歌舞伎町の中心部「シネシティ広場」に位置し、日本有数の繁華街として国内外から多くの来街者が訪れるエリアです。周辺には飲食店や商業施設、映画館、ホテルなどが集積しており、観光客やビジネスパーソン、買い物客など、多様な層への情報発信が期待できます。歌舞伎町の推定来街者数や媒体の設置場所、主要動線、視認性を基に当社にて推計した結果、月間約108万人(1日あたり約36,000人)の広告接触機会が見込まれます。繰り返し情報を届けることで、認知向上やブランド想起につながる事が期待できるほか月額49,500円(税込)で広告接触1回あたり約0.05円という、費用対効果に優れた広告展開が可能です。近隣の主要な屋外ビジョンと比較しても、低コストで歌舞伎町エリアへ継続的に情報を届けることができます。

出典：
・新宿区「歌舞伎町ルネッサンス」
・新宿区「歌舞伎町ルネッサンスの取り組み」内閣府「持続的な街の再生・活性化に向けた『歌舞伎町ルネッサンス』計画」
※広告接触機会の算出方法：歌舞伎町推定来街者数400,000人/日 × 15% × 60% × 30日 = 約108万人/月
※主要動線利用率(15%)および視認率(60%)は実測値ではなく、広告業界で一般的に用いられるOTS・VACの考え方を参考に設定した推計値です。

近隣主要媒体との比較

本媒体は、新宿・歌舞伎町の中心部「シネシティ広場」に設置された大型屋外デジタルサイネージです。音声付きコンテンツの配信に対応し国内外から多くの人が訪れるエリアで、昼夜を問わず継続的な情報発信が可能です。

媒体種別	放映時間	放映回数	音声	月額料金(税込)
シネシティ 広場ビジョン (本媒体)	19時間	1回/時間	○	49,500円(税込) /月
新宿駅東口 屋外ビジョン	17時間	4回/時間	○	約 800,000円(税別) /30日
新宿駅東口 商業施設ビジョン	18時間	4回/時間	○	約 400,000円(税別) /30日
歌舞伎町 屋外ビジョン	16時間	4回/時間	○	約 600,000円(税別) /30日

※掲載料金および媒体情報は2026年7月時点の公開情報を基に作成しています。

このエリアの特徴

- ◆シネシティ広場
年間を通じてイベント・ライブ・
企業プロモーションを開催
- ◆エンタメ施設
映画館5施設をはじめ、劇場ライブホール・
大型エンターテインメント施設が集積
(THEATER MILANO-Za/Zapp Shinjuku/
ZEROTOKYO など)
- ◆大型商業施設
徒歩圏に6施設以上が集積
(東急歌舞伎町タワー/伊勢丹新宿店/
ルミネエスト新宿/NEwOMan新宿など)
- ◆インバウンド
国内外から多くの観光客が訪れる新宿・
歌舞伎町エリア



19時間放映

8:00~27:00の19時間放映に対応。
長時間の露出で高い接触機会を創出。



音声対応

音声付きコンテンツの配信が可能。
視覚と聴覚の両面から訴求できます。



広告接触1回あたり 約0.05円

広告接触1回あたり約0.05円の
高いコストパフォーマンスを実現。



月額 49,500円

明確で始めやすい料金設定。

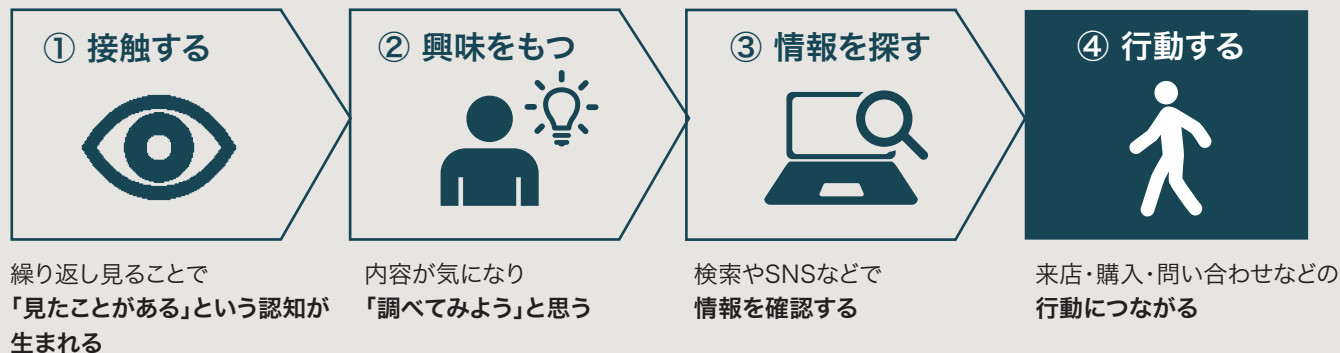
広告は

「見られること」ではなく、「思い出してもらうこと」が重要です

広告は、一度見ただけで商品購入や来店につながるとは限りません。

通勤・通学・買物などの日常生活の中で繰り返し接触することで、「見たことがある」「気になっていた」という認知が積み重なり、検索や来店などの行動につながります。

▶ 消費者の行動イメージ



▶ 動画だから魅力が伝わる

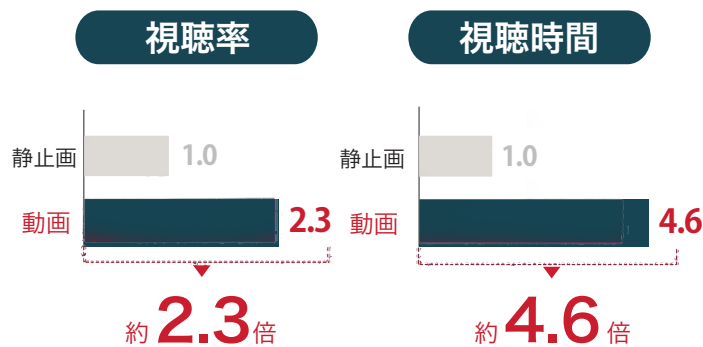
人は、静止したものよりも動きのある視覚情報へ自然と注意を向ける特性があるとされています。駅メディアを対象としたアイトラッキング調査では動画コンテンツは静止画と比較して、

【視認率 約2.3倍】【視聴時間 約4.6倍】

という結果が報告されています。

そのため、動画による広告は、商品の特徴だけでなく、店舗の雰囲気やサービス内容など、静止画では伝えきれない魅力を伝え、興味・関心を高めることが期待できます。

出典：
・東京都市大学「デジタルサイネージにおける注目度の規定要因」
・Osaka Metro Adera「VRでのアイトラッキング調査による駅メディアの視認性：動画とフレームサイズの効果」



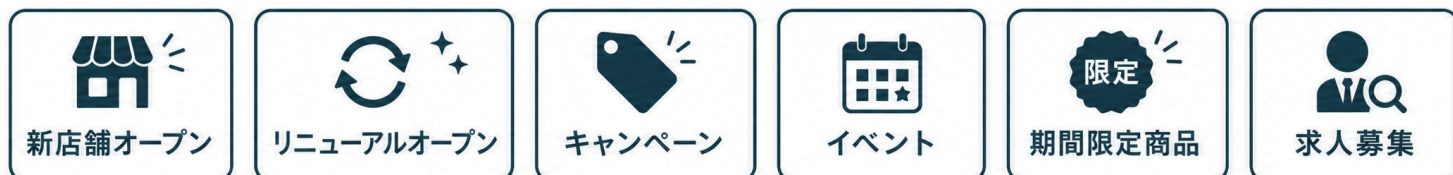
19時間放映・情報更新で、必要な人へ必要な情報を届ける

本媒体は**8:00～27:00の19時間放映**に対応しています。広告は**1時間に1回(15秒)**、毎日19回放映されるため、通勤・通学・観光・買い物・飲食など、さまざまな時間帯の来街者へ繰り返し情報を届けることができます。

また、キャンペーンやイベント、求人募集など、目的や時期に合わせて広告内容を柔軟に更新できるため「今伝えたい情報」をタイムリーに発信することが可能です。

新宿・歌舞伎町の中心部「シネシティ広場」に位置し、月間約108万人の広告接触機会が見込まれる本媒体は、年間を通じて開催されるイベントや国内外から訪れる多様な来街者へ継続的に情報を届けることで、認知向上や検索・来店・問い合わせにつながることを期待できます。

こんな情報発信におすすめ！



その時期に必要な情報へ柔軟に切り替えながら、地域のお客様へ継続的に情報を届けることができます。

出典：
・渋谷将士・中村雅子「デジタルサイネージにおける注目度の規定要因」東京都市大学横浜キャンパス 情報メディアジャーナル 第16号(2015)
・Osaka Metro Adera「VRでのアイトラッキング調査による駅メディアの視認性：動画とフレームサイズの効果」

掲載料金・おすすめの活用方法

放送枠
1枠15秒
1時間に1回放映

月契約
月額 49,500円
(税込)

▶ 料金プラン

月契約 49,500円(税込)

※2026年10月末までの期間限定キャンペーン価格です。
※キャンペーン終了後は料金改定を予定しております。

▶ その他費用

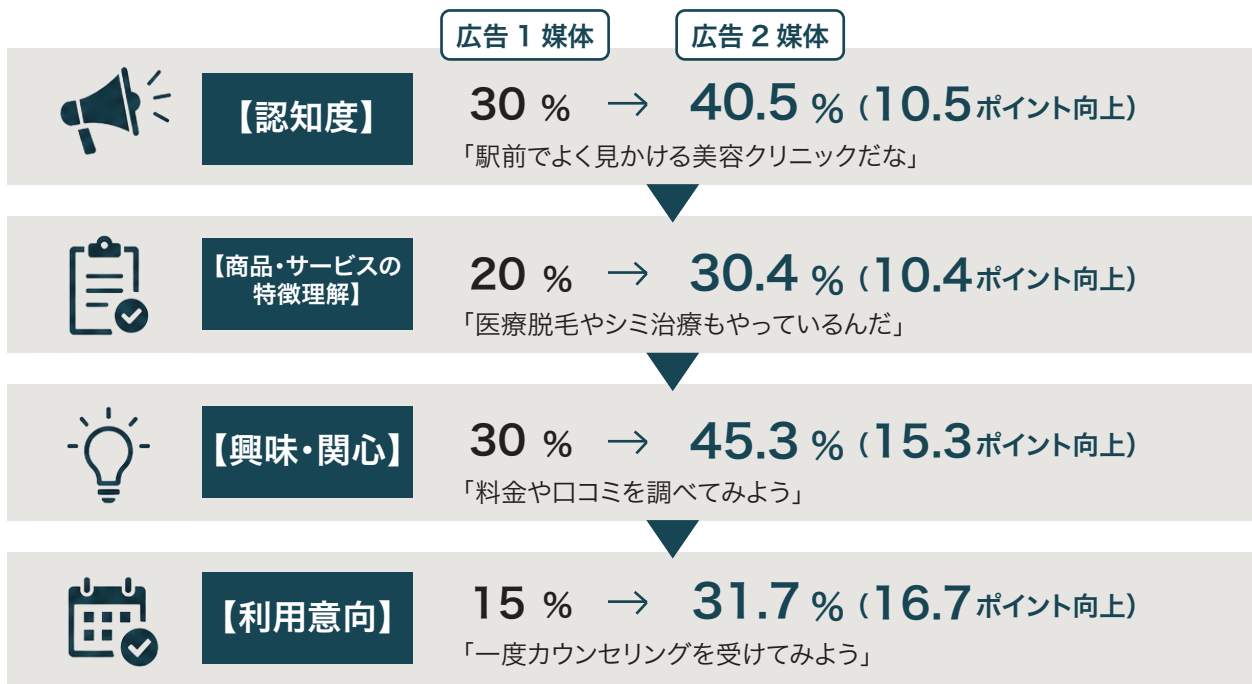
【広告素材登録費】 5,500円(税込)

※広告素材登録時のみ必要となります。
※上記料金は15秒広告1枠あたりの料金です。複数枠をご契約いただくことで、30秒・45秒などの長尺CMや、同一広告の複数回放映など、目的に応じた柔軟な広告展開が可能です。

▶ 「もう広告を出している。」そんな企業様へ。

本媒体は、これから広告をご検討される企業様だけでなく、すでに広告を活用している企業様にもご利用いただける広告媒体です。広告効果の実証実験では、複数の広告媒体を組み合わせることで、大きな効果が得られました。

複数の広告接触による広告効果 (美容クリニックの事例)



※美容クリニックの数値は、広告効果をイメージしやすくなるための一例です。
※上記はWeb広告とデジタル屋外広告(DOOH)を組み合わせた実証実験です。広告媒体や商材によって効果は異なります。
出典:
・LIVE BOARD・ビテオリサーチ・NTTドコモ・電通・博報堂DYメディアパートナーズ「テレビxウェブxDOOHのトリプルメディアにおける広告効果実証実験」(2024)
・LIVE BOARD「トリプルスクリン&メディアミックス成功事例」

こんな情報発信におすすめ

本媒体は、単独での広告展開はもちろん、他媒体と組み合わせることで、商品の魅力や「今伝えたい情報」を効果的に届ける広告媒体としてご活用いただけます。


キャンペーン


イベント


期間限定商品


求人募集

■媒体仕様

放映時間: 8:00~27:00(19時間/日)
放映頻度: 1時間に1回(1日19回放映)
運営日数: 年間360日以上
(機器点検のため5日休止)
放映申込期限: 放映開始日の7日前
素材入稿期限: 放映開始日の5日前
発光素子: 超高輝度SMD発光ダイオード
画面サイズ: W6700mm×H3900mm
(26.13m)
屋外設置型
音声付きコンテンツの配信に対応
※24時以降音声なし

出典:

・新宿区「歌舞伎町ルネッサンスの取り組み」
・内閣府「持続的な街の再生・活性化に向けた『歌舞伎町ルネッサンス』計画」(来街者数)
https://www.city.shinjuku.lg.jp/kusei/index13_132.html
・東京都市大学「デジタルサイネージにおける注目度の規定要因」
https://www.comm.tcu.ac.jp/cisj/16/assets/16_04.pdf
・Osaka Metro Adera「VRでのアイトラッキング調査による駅メディアの視認性: 動画とフレームサイズの効果」
<https://osakametro-adera.jp/blog/20230522>
・渋谷将士・中村雅子「デジタルサイネージにおける注目度の規定要因」
東京都市大学横浜キャンパス 情報メディアジャーナル 第16号(2015)
https://www.comm.tcu.ac.jp/cisj/16/assets/16_04.pdf
・Osaka Metro Adera
「VRでのアイトラッキング調査による駅メディアの視認性: 動画とフレームサイズの効果」
<https://osakametro-adera.jp/blog/20230522>
・LIVE BOARD・ビテオリサーチ・NTTドコモ・電通・博報堂DYメディアパートナーズ
「テレビxウェブxDOOHのトリプルメディアにおける広告効果実証実験」(2024)
<https://liveboard.co.jp/information/202403002390.html>
・LIVE BOARD「トリプルスクリン&メディアミックス成功事例」
https://liveboard.co.jp/img/new_ooh/triple_screen.pdf

【お問い合わせ】
合同会社げんぴ

LINE公式アカウントはこちら

