

【媒体資料】
GLASS NODE(ガラスサイネージ広告)
東銀座スクエアビジョン

日本板硝子株式会社 / 事業開発部



はじめに

日本板硝子(株)では、技術を活かし新しい広告メディアをリリースいたしました。
今後販売を拡大するため、広告主様にご提案いただきたく、ご紹介させていただきます。

- NSGグループは、建築用・自動車用ガラスにおいて世界最大級のメーカーの一つです。
本社所在地:東京都港区、売上高:8,300億円(2024年3月期)、従業員数:約26,000人
- ガラス面を利用した屋外広告媒体サービス事業を開始、24年10月1日より媒体枠の販売開始。

ガラスサイネージ広告の特徴

ガラスサイネージ広告は、大型ビルのガラスファサードに、街の景観に合ったガラスサイネージを設置した新しい媒体です。

1 建物との一体感を創出

フレームがないことにより建物との一体感が生まれ、消費者に対して偶発性や意外性を生み出すことができる。



2 透過性を活かしたデザイン

光の表現が可能なガラスの質感を活用。夜になると暗闇の中でより光が映え、花火のような幻想的なデザインになることも期待できる。



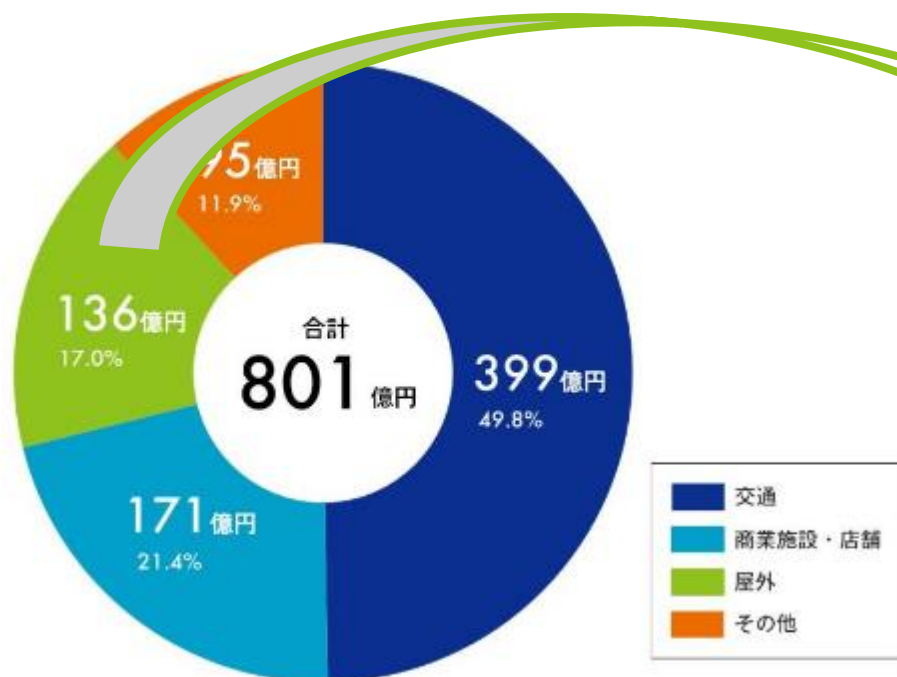
3 情緒的訴求

目に触れた際のインパクトが大きく、右脳的な印象に残りやすい。建築物の形状によっては3Dサイネージ化も可能。



デジタルサイネージ広告(DOOH)は2桁成長が見込まれる有望な市場。(2025年の予測は1,083億円)
その中でも屋外大型ビジョン市場セグメントは高い成長性が見込まれています。

[2023年セグメント別デジタルサイネージ広告市場規模推計]



(デジタルサイネージ広告市場調査2023年：CARTA HOLDINGS/ デジタルインファクト調べ)

デジタルサイネージ広告市場規模推計 (屋外 (大型ビジョン)) 2022年-2027年]

(単位：億円)

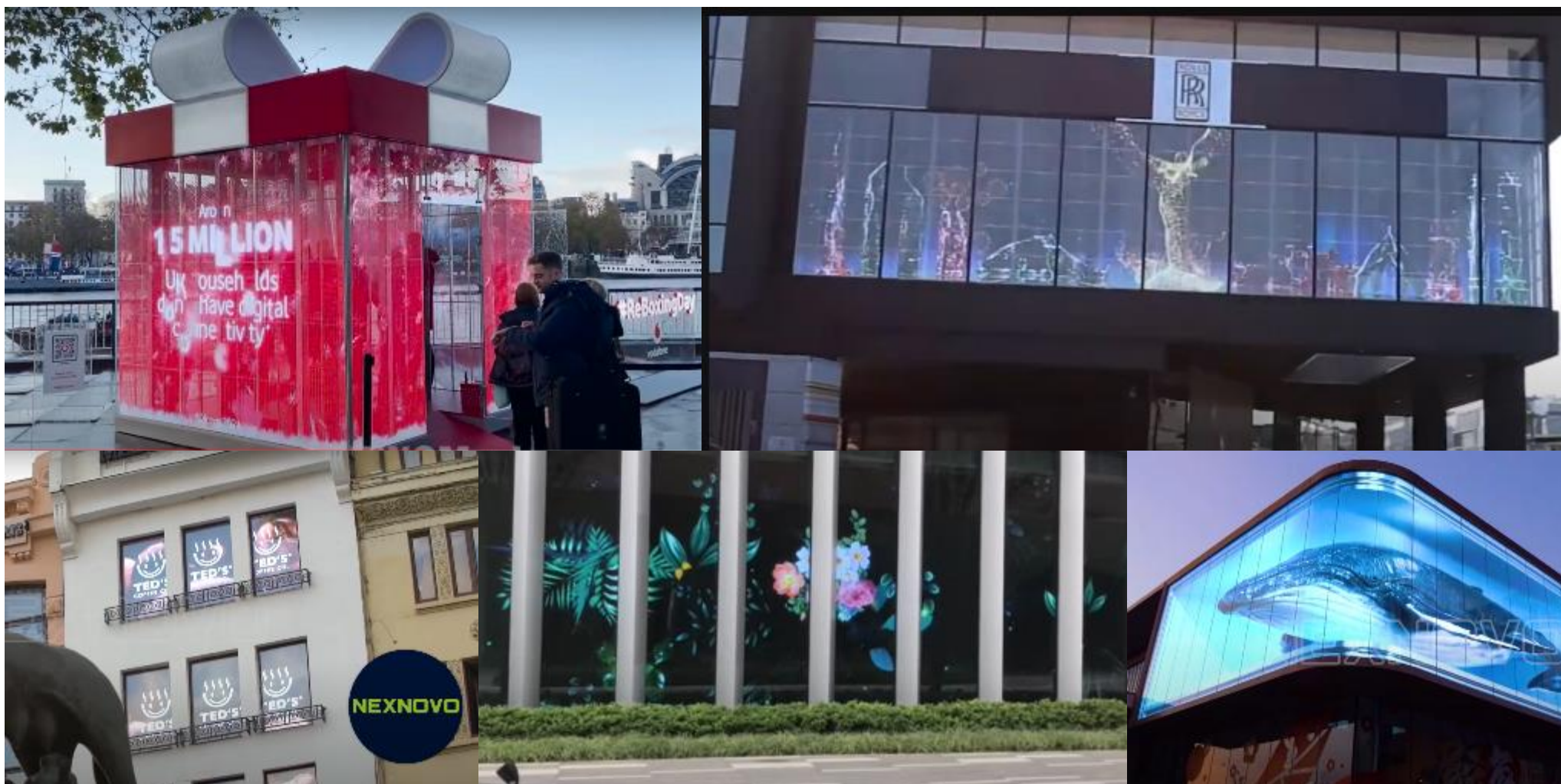


(デジタルサイネージ広告市場調査2023年：CARTA HOLDINGS/ デジタルインファクト調べ)

https://cartaholdings.co.jp/news/20231221_1/

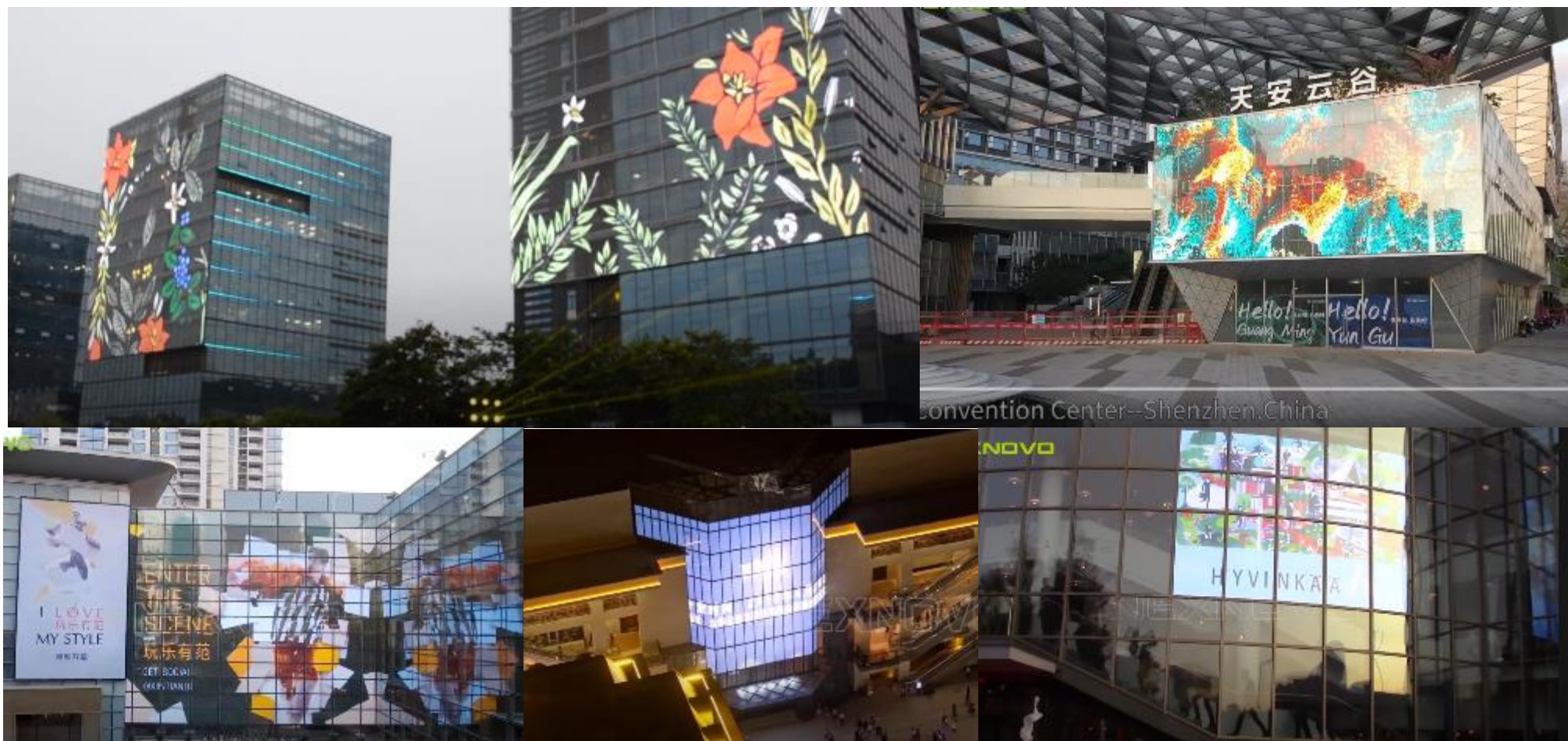
CARTA HOLDINGS「デジタルサイネージ広告市場調査」

他媒体と比べ、目に触れた際のインパクトが大きく、印象に残りやすい



事例

中国、韓国での導入から、ドバイ、ヨーロッパへ拡大。北米での展開が開始された段階



ガラスサイネージの種類 設置方式

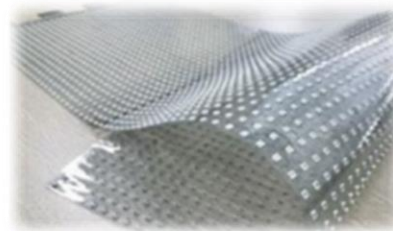
透明フィルムLEDは透明フィルム上にLEDチップを実装した製品
ガラスサイネージの設置は、二重設置式と直接貼付式があり、本製品は直接貼付式を採用

LEDチップ



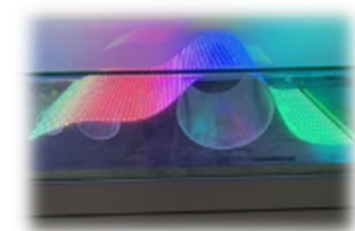
+

透明フィルム



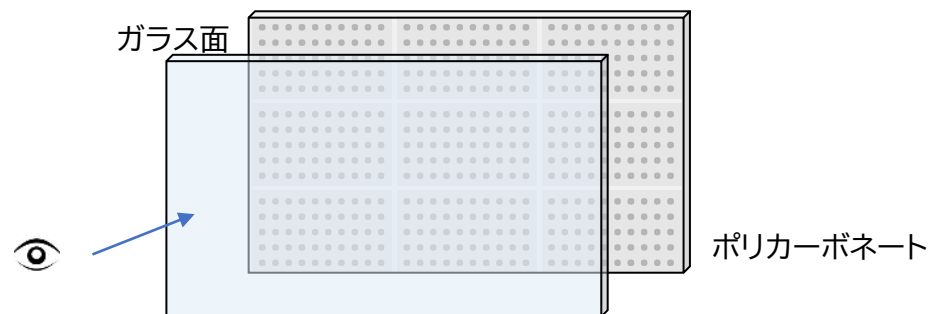
=

透明LEDフィルム



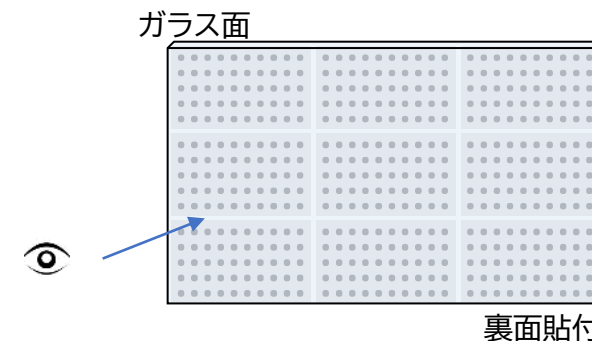
二重設置式

既存のガラスの背面に、透明LEDフィルムを貼り付けたポリカーボネート(≒アクリル板)を設置するタイプ。



直接貼付式 (GLASS NODE)

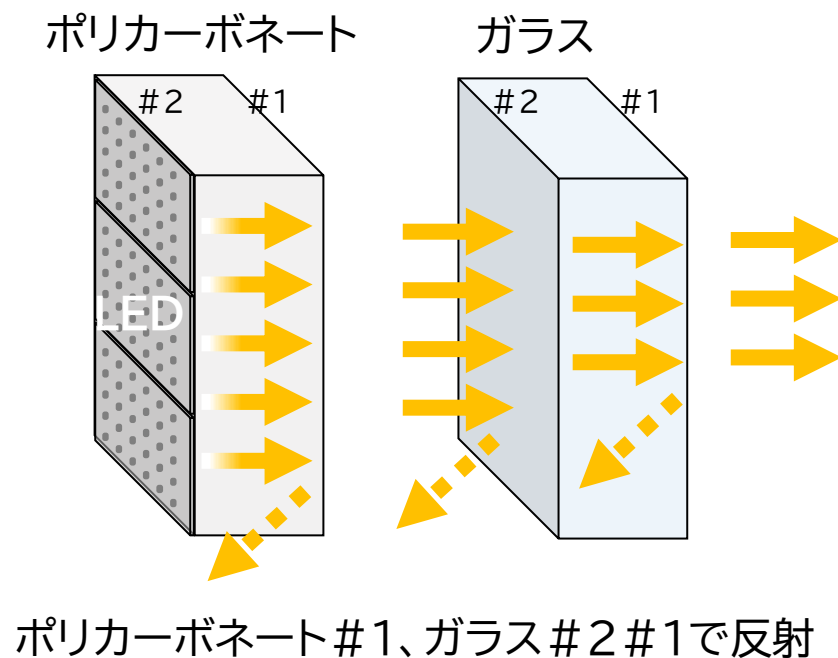
フィルムLEDの表面(点灯する面)をガラス等に直接、貼り付けて設置するタイプ。



ガラスサイネージの種類 反射の違い

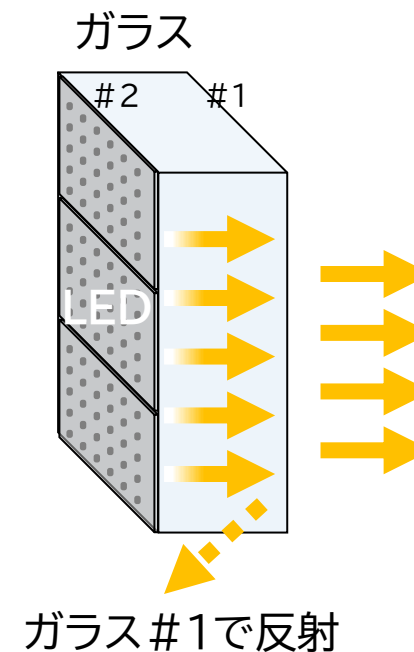
二重設置式

ポリカーボネートの内面(#2)に透明LEDフィルムを張り付けているため反射面が多い。



直接貼付式 (GLASS NODE)

ガラスの内面(#2)に直接透明LEDフィルムを張り付けているため反射はガラスの外面(#1)のみ。



『GLASS NODE(グラス ノード)東銀座スクエアビジョン』 媒体概要

場 所	銀座松竹スクエア(東京都中央区築地1-13-1)
サイズ	H4725×W9600 (約45㎡)
仕様	ピッチ数:8mm 輝度:4,000cd/㎡
音声	なし
放映時間	9:00～21:00まで(12時間)
料金 (グロス)	1週間 240,000円 (税別) ※15秒 最大6回/1時間 ※期間延長、秒数変更に伴う割引あり

※備考※

- 広告利用申込書の提出が必要です。
- 放映は、月曜日から開始いたします。
- 業種、デザインによっては放映できない場合がございます。
- 機器の故障等によって放映期間が変更になる場合がございます。その場合、放映期間の延長もしくは媒体費の日割り減額で対応致します。



『GLASS NODE(グラス ノード)東銀座スクエアビジョン』 特性

1 東銀座というエリア

銀座松竹スクエアのある東銀座は、平日はビジネスパーソンが、休日は銀座の出口として買い物客が行き来する文化とエンターテインメントが融合した落ち着いたエリア。



※東京メトロ日比谷線 東銀座乗降客数 7.6万人/日
 ※平日:土日=8:2(当社調べ)
 ※晴海通り 交通量 3.6万台/日

2 視覚的な優位性

ガラスサイネージの設置個所は目線上に存在しており、さらに周囲に他の広告枠が存在しないことから注目度の高い。



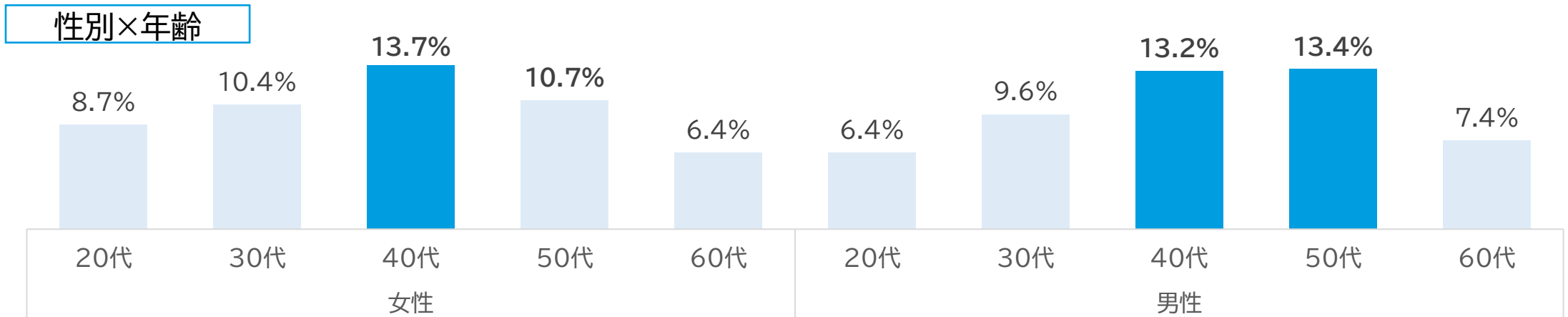
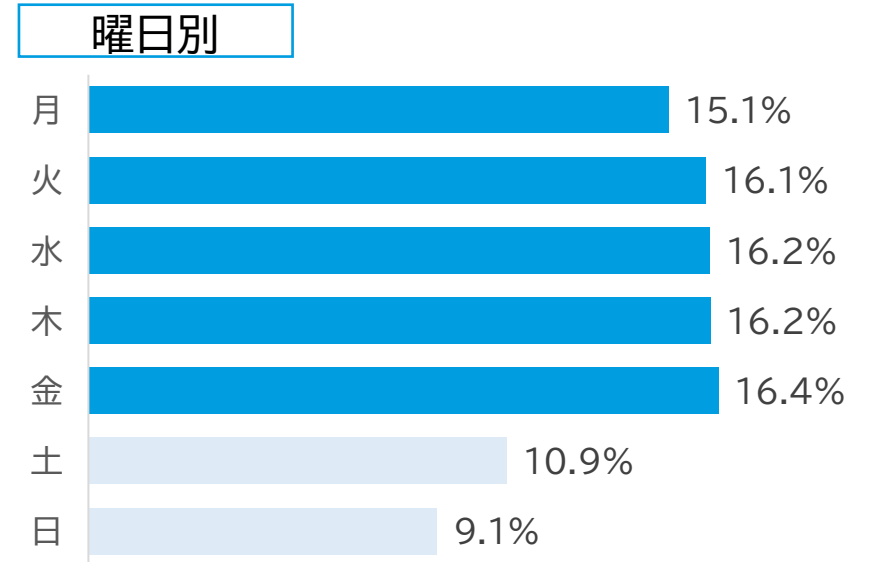
3 環境への溶け込み

フレームがないことにより建物との一体感が生まれ、消費者に対して偶発性や意外性を生み出すことができる。



『GLASS NODE(グラス ノード)東銀座スクエアビジョン』 定量情報

	東銀座駅乗降者数※1 (2023年度一日平均)	76,513人/日
	晴海通り交通量※2 (令和3年度 一般交通量調査結果)	36,270台/日
	周辺歩行者※3 (9:00~21:00弊社調査)	約35,000人/日
	周辺歩行者男女比※3 (9:00~21:00弊社調査)	男:女 6:4



※1:東京メトロ 各駅の乗降人員ランキング
 ※2:国土交通省 令和3年度 一般交通量調査結果
 ※3:ブログウォッチャー計測2023年データ

【参考】東銀座エリア特徴

① 銀座の出入り口

銀座と湾岸エリアとつなぐ**晴海通り**は銀座の出入り口として多くの車両が通過する。(交通量 3.6万台/日)

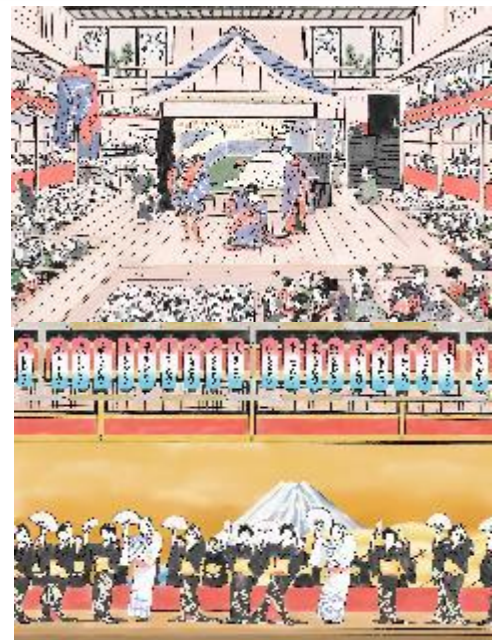
さらに銀座から築地へ徒歩やバスで向かう**観光客**も増加しており更なる盛り上がりが期待される。

③ オフィスエリア

東銀座は、松竹社など日本を代表する企業が本社を構える**オフィス街**としての顔を持つ。
最寄りの東銀座の1日の乗降客数は7.6万人。

② 文化的なエリア

歌舞伎座や**新橋演舞場**、**東京劇場(通称東劇)**での伝統的なエンターテインメントを提供や、老舗料亭など、伝統的な和を感じさせるスポットが数多くある。



クリエイティブ活用例

浮遊感



登場感



立体感

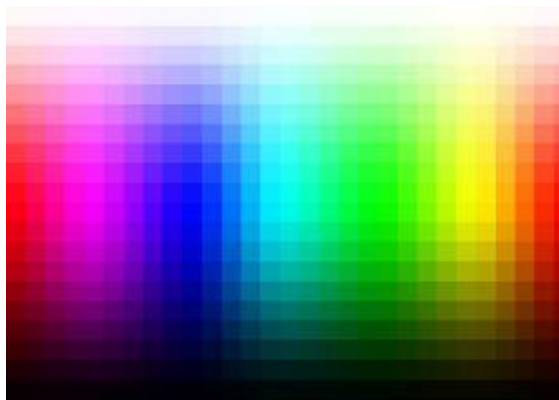


ツヤ感



発色確認(カラーチャート)

放映素材



撮影日:10月10日 12時 晴

撮影日:10月10日 18時 晴

サイズ	W1190 x H574(ピクセル) 有効画素数詳細 別紙参照
ファイル形式	画像ファイルでRGBモード (CMYK、グレースケール不可) 解像度:72dpi ・JPEG (最高画質にてお願いします。) ・PNG



W1190 x H574



サイズ	動画の入稿方法は、3パターン (1) W1190 x H574(ピクセル)サイズに編集されたデータ入稿 ※左右の空きエリアも含め全体デザイン済 (2) 通常の16:9(W1920 x H1080(ピクセル))動画のみの入稿(センター配置) (3) 通常の16:9(W1920 x H1080(ピクセル))動画の入稿と、空きエリア用の素材と情報の入稿 (パターンA : W86xH574x2 / パターンB・C : W172xH574)
音声	無
放送時間	・15秒(15s) 30秒(30s)
ファイル形式	・MPEG-4(H.264)
入稿形式	■データ入稿 のみ
注意点	・入稿の際は、下記ファイル情報書類と、納品用素材を一つのフォルダにまとめて入稿してください。 ・ファイル名の付け方 (入稿日_クライアント名_タイトル_放映尺_バージョン.mp4) 例:20240527_NSG_Travel-P2_30s_v2.mp4 ・フレームレート : 30fpsで入稿して下さい。 ・ビットレート : CBR(固定ビットレート)20Mbps以下

パターン(2)



特に指示がない場合LED内のセンターに表示されます

パターン(3)

右のパターンA、B、Cの中からの選択になります。



パターンA

映像:センター 16:9

左 :背景色(黒) W86 H574

右 :背景色(黒) W86 H574



パターンB

映像:左よせ

右 :背景色(黒) W172 H574



パターンC

映像:右よせ

右 :背景色(黒) W172 H574

※帯のよせ指定がない場合は
パターンCの右よせになります。



パターンA

映像:センター 16:9
左 :動画 W86 H574
右 :静止画テキスト W86 H574



パターンB

映像:左よせ
右 :動画 W172 H574



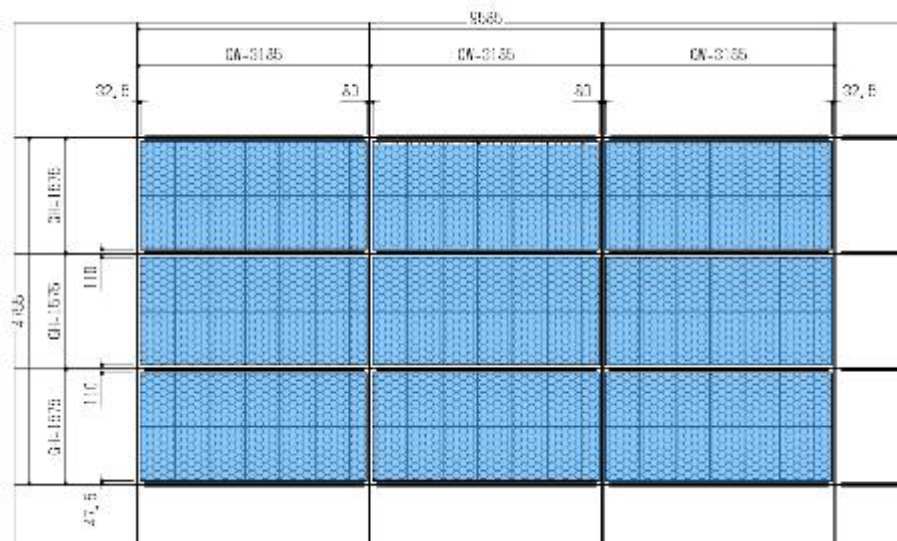
パターンC

映像:右よせ
右 :動画 W172 H574



静止画・動画 入稿データ制作時の注意点

【ガラス面サイズ】

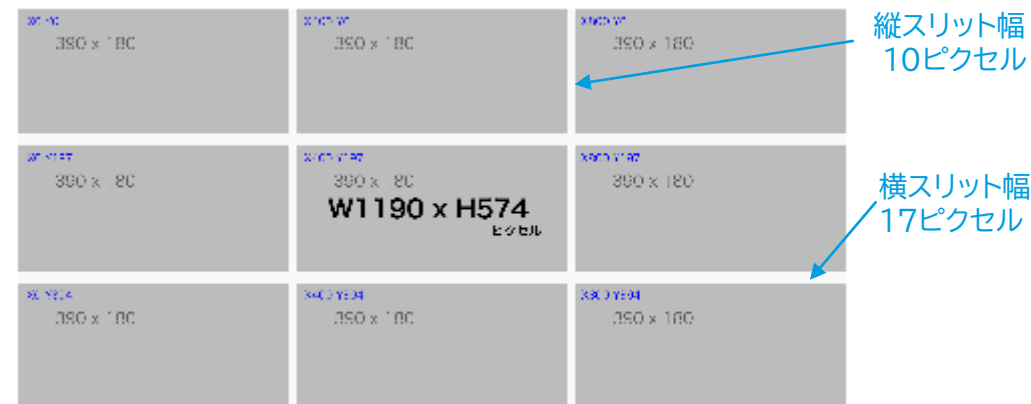


W1190 x H574 のサイズヘデザイン配置



【製作ピクセルサイズ】

W1190 x H574の画像サイズの中で製作してください。
ガラスとガラスの間のスリットがそれぞれ縦10ピクセル横17ピクセルほどあります。
載せる情報によって気をつけて配置してください



※スリットが被ってくる位置に注意してください



放映における誓約事項と留意点

以下の制約が発生することを予めご承知頂けますと幸いです。

- 最低放映時間は、支障を含め90%稼働相当とさせていただきます。広告以外に一部弊社手配の放映素材とローテーションで表示される場合がございます。
- 放映に際して、屋外広告物条例、道路交通法に基づく道路使用許可等の各条項、遵守事項に違反するもの、または違反する恐れがあるものは、放映中であっても当社の判断で中止させていただく場合があります。
- 特殊な放映パターンをご希望の場合は、事前にお問い合わせください(別途システム設備費等が発生する場合があります)

広告放映規則_商材、サービス(1/4)

総則として、屋外広告物条例等に定めるガイドライン等、各業種・業界の定めたガイドライン等を遵守するものとする。

#	商材/サービス	
1	たばこ	・内容規制 原則不可。但し、マナー広告等は審査の上承認する。
2	貸金業 (消費者金融等)	・内容規制 原則不可。但し、メセナ広告等は審査の上承認する。
3	賭博	・原則不可。
4	風俗営業	・原則不可。
5	パチンコ	・原則不可。
6	宗教宗派	・原則不可。
7	美容 ・エステティックサロン	・広告主条件 社団法人日本エステティック協会、または社団法人日本エステティック業協会の会員企業、もしくは相当の組織及び実績があると 当社が認めた企業 ・内容規制 医療行為と誤解を与える表現や、医学的な効果を得られるかのような表現は不可とする。 肌の露出が多いデザインは不可とする。
8	病院・医院	・内容規制 平成20年11月4日付 厚生労働省医政局総務課による「医療広告ガイドライン」を遵守する。
9	酒類	・内容規制 「未成年者の飲酒は法律で禁じられています」「お酒は 20歳になってから」等、未成年飲酒防止のコピーを付加すること。 自動車の運転者に対して飲酒を喚起させるような表現は不可。

広告放映規則_商材、サービス(2/4)

総則として、屋外広告物条例等に定めるガイドライン等、各業種・業界の定めたガイドライン等を遵守するものとする。

#	商材/サービス	
10	ゲームソフト	・内容規制 CEROによる年齢区分マークZ 指定のゲームソフトの告知は不可。 年齢区分 B、C、D 指定のものについては審査の上承認する。
11	医薬品	・内容規制 薬事法の広告規制を遵守すること。「治る」「やせる」「軽くなる」等の効果効能を確約するような表示をしないこと。
12	コンタクトレンズ	・内容規制 「コンタクトレンズは医療器具です。眼科医の処方により、正しご使用ください」の主旨の表示が必要。
13	不動産業	・内容規制 公正競争規約による表示規制。
14	フィットネス	・内容規制 肌の露出が多いデザインは不可とする。 男女の別なく不快の念をもたらすものは不可とする。 効果について、下記の事項に該当するものは掲出しない。 1 故意に誤認を誘う表現 例)根拠のない「完全」「確実」「絶対」「100%」等 2 効果効能の約束 例)「効く」「やせる」「すへてか解決」など、効果効能の使用前使用後の対比。 事前広告主審査を受け、許可をした広告主に限り受け付ける。 掲出デザインは、都度審査を行い承認請けたものに限る。 掲出期間中に広告主や業界において社会的問題が発生した場合は、直ちに掲出をお断りする場合がある。 その際申込期間満了前でも、広告料金等の返金はしない。
15	探偵業・調査業	・原則不可。
16	結婚紹介業・結婚情報サービス業	・広告主条件 原則、『日本結婚相手紹介サービス協議会(JMIC)』加盟会社、もしくは、相当の組織及び実績があると当社が認めた企業。

広告放映規則_商材、サービス(3/4)

総則として、屋外広告物条例等に定めるガイドライン等、各業種・業界の定めたガイドライン等を遵守するものとする。

#	商材/サービス	
17	弁護士・司法書士・行政書士に関する広告	・内容規制 日本弁護士連合会の定める広告に関する規定・運用指針に基づく。表現によっては掲出を認めない場合がある。
18	出版	・内容規制 原則として市販されている書籍・雑誌の広告を対象とする。 出版広告の形式をとりながら選挙の事前運動等の売名行為が主な目的の表現内容は不可とする。 モデルの水着姿が大きく表現されている広告は不可とする。
19	映画	・原則不可
20	政治宣伝	その都度協議する。 ・広告主条件 法律により政党と認められた団体、またこれに準ずる団体で当社が認めたもの。 ・内容規制 事前審査の上、承認する。
21	掲出を許可しない業種・商品	・下着の広告におけるモデルの下着姿 ・意見広告 ・暴力団関連 ・マルチ商法 ・出会い系サイト ・その他上記に類するとみなすもの。 ・商品や企業活動におけるトラブルや触法行為が社会問題化した商品及び企業、またはそれに類するもの。 ・当社が不適切と認めたもの。
22	転職斡旋、退職代行等に類似するサービス全般	・原則不可。

広告放映規則_商材、サービス(4/4)

総則として、屋外広告物条例等に定めるガイドライン等、各業種・業界の定めたガイドライン等を遵守するものとする。

#	商材/サービス	
23	産経用品（避妊具、生理用品等）	・原則不可
24	葬儀葬祭業	・原則不可

広告放映規則_表現(1/3)

総則として、屋外広告物条例等に定めるガイドライン等、各業種・業界の定めたガイドライン等を遵守するものとする。

#	表現	
1	公序良俗に反するもの	男女のヌードを添えた意匠。(アートに関しては審査の上承認する場合がある) 下着や水着の写真。(南国リゾートやプール等の風景として写り込んでいる場合は、審査の上承認する場合がある) 暴力や反社会的行為を肯定的に描いた意匠。 銃・刃物・暴力をあおるもの、自傷行為を肯定するようなもの等。 犯罪を示唆したり、社会的に悪と見なされるものを推奨または肯定するもの。 虚偽もしくは不正確な表現で、事実と誤認される恐れのあるもの。 法規に抵触する恐れのあるもの。 性に関する表現のうち、以下のもの。 ・性に関する表現が、露骨または挑発的なもの。 ・性犯罪を興味本位に取り上げていたり、痴漢等の性犯罪を誘発・助長するもの。 ・児童や未成年の性行動に関するもの。 ・いじめや人権侵害を想起させるもの。 ・個人や法人の名誉を毀損する可能性のあるもの。 ・その他公共の場にふさわしくないと判断するもの。
2	公衆に不快の念を抱かせるもの	男女の別なく不快の念をもたらすもの。 病気や体質、老い等について過度にネガティブな表現。 血液、遺体、傷口等を興味本位に取り上げた表現。 その他公共の場にふさわしくないと判断するもの。

広告放映規則_表現(2/3)

総則として、屋外広告物条例等に定めるガイドライン等、各業種・業界の定めたガイドライン等を遵守するものとする。

#	表現	
3	比較広告	「景品表示法」「不正競争防止法」「比較広告に関する景品表示法上の考え方」、業界ごとに定められている公正競争規約や自主規制を遵守すること。 「比較広告に関する景品表示法上の考え方」(昭和62年公正取引委員会)により、比較広告は下記の 3 つの要件をすべて満たすこと。 ・比較広告で主張する内容が客観的に実証されていること。 ・実証されている数値や事実を正確かつ適正に引用すること。 ・比較の方法が公正であること。 他者を誹謗中傷している表現。 問合先の電話番号を表記すること。 根拠について確認できる最新の資料を提出すること。 当社が不適切と認めたもの。
4	過剰表現、その他誤解を与えかねない表現	誇大表現 故意に誤認を誘う表現 効果効能の約束
5	価格訴求、販売方法についての制限	価格についての表現が告知面の 40%を超えないこと。 価格の直接的な表現。(二重価格表記や購入・契約等を煽るような表現) その他消費者に誤解を与えるとみなす表示・表現は不可。
6	タイアップ広告	同一の商品・サービスに関連するもの、及び内容・表現に関連性、統一感のあるものに限る。 連合広告とみなす内容・表現については掲出を認めない。 事前デザイン審査で表現によっては掲出を認めない場合がある。

広告放映規則_表現(3/3)

総則として、屋外広告物条例等に定めるガイドライン等、各業種・業界の定めたガイドライン等を遵守するものとする。

#	表現
7	街の景観を損ねる表現 広告の背景色にきつい原色、高彩度、蛍光色などを避けること。 文字情報、キャラクター、商品カット、ロゴ、QRコード、検索窓などが告知面の40%を超えないこと。 人物、キャラクター等の怒った表情、無表情の顔を大きく取り上げた威圧的な表現をしないこと。 文字要素は可読性を高め、背景と同化するような色を使用しないこと。 情報過多で、ごちゃごちゃ感が強い表現を避けること。 人や動物の身体の一部を以上に強調したデザインを避けること。 運転者を誤認させる、または注意力を散漫にさせる恐れがある表現を避けること。 ・信号機と同じ色の使用を避け、信号及び道路標識の効用を妨げないこと ・人や商品等が道路に飛び出そうとしているように見えるもの ・平衡感覚や距離感を狂わせるもの ・反射材料を使用したもの ・文字情報が多い、ストーリー性がある等読ませる表現 ・その他、明らかに運転者に訴求するもの 一体感のあるデザインを心がけ、分割された印象の強いものを避ける
8	その他 東京都屋外広告物条例および地区計画に定められている景観規制に準ずる。 関東交通広告協議会「広告掲出審査判断基準」に準ずる。 当社が不適切と認めたもの。

NSG

GROUP

本ご提案に関するお問い合わせは以下の連絡先までご連絡ください。

金子 真吾

建築ガラス事業部門(日本) 事業開発部

080-4161-3688 / shingo.kaneko@nsg.com