



渋谷駅スクランブル交差点前に 新たな大型屋外ビジョン「渋谷駅前ビジョン」が登場！

～渋谷の情報発信力を一層高めるメディアが誕生～

株式会社東急エージェンシー（本社：東京都港区 代表取締役 社長執行役員：澁谷尚幸）と東京急行電鉄株式会社（本社：東京都渋谷区 取締役社長：高橋和夫）は、渋谷駅・スクランブル交差点前においてQ FRONT壁面の「Q'S EYE（キューズアイ）」に続きTOKYU OOHとして渋谷で2基目となる大型屋外ビジョン「渋谷駅前ビジョン」の運用を2019年1月1日(火)より開始いたします。

こちらの詳細ならびにお問い合わせ先は、別紙のとおりです。

2018年12月20日

**渋谷駅スクランブル交差点前に
新たな大型屋外ビジョン「渋谷駅前ビジョン」が登場！
～渋谷の情報発信力を一層高めるメディアが誕生～**

東京急行電鉄株式会社
株式会社東急エージェンシー

東京急行電鉄株式会社(以下、東急電鉄)と株式会社東急エージェンシー(以下、東急エージェンシー)は、東急線沿線や東急バスの交通広告媒体、東急線沿線フリーマガジン「SALUS」、国内有数の屋外広告集積地である渋谷駅周辺の屋外広告媒体を、「TOKYU OOH」として展開・販売しています。2019年1月1日(火)から、渋谷駅・スクランブル交差点前において、Q FRONT 壁面の「Q'S EYE(キューズアイ)」に続き、TOKYU OOHとして渋谷で2基目となる大型屋外ビジョン「渋谷駅前ビジョン」の運用を開始します。

「渋谷駅前ビジョン」は、スクランブル交差点に面した渋谷駅前ビル屋上に設置されている、高さ約16m、幅約20m、面積約350㎡の大型LEDビジョンです。高品質LED素子を使用したLEDパネルを採用しており、表示される映像はどの方向からでも鮮明にご覧いただけます。スマホなどと連動した双方向配信や、天気や湿度などに連動して放映するリアルタイム配信にも対応可能な、拡張性を持たせた次世代メディアとして運用します。スクランブル交差点前には、既に「DHC Channel」、「グリコビジョン」、「109フォーラムビジョン」といった大型ビジョンが設置されており、「渋谷駅前ビジョン」・「Q'S EYE」と合わせた5面のシンクロ放映による、スクランブル交差点をジャックしたインパクトのある訴求が可能となります。

1週間の来街者が約245万人(※)の渋谷では、駅周辺の大型ビジョンや壁面など、日本で最も注目度の高い屋外広告媒体を活用した、大規模な広告投資が行われており、世界への高い情報発信力を持つメディア都市としての側面も注目を集めています。

また、渋谷駅周辺では、東急グループが中心となって推進する再開発により、今年9月にオープンした「渋谷ストリーム」・「渋谷ブリッジ」をはじめ、来秋には「渋谷スクランブルスクエア第I期(東棟)」の開業、「渋谷フラス」の竣工が予定されており、ますます国内外からの来街者の増加が予想されます。

東急電鉄、ならびに東急エージェンシーは、今後も発展を続ける渋谷を中心に、魅力的な広告媒体を開発し、メディア都市・渋谷の情報発信力を高めていきます。

「渋谷駅前ビジョン」、「TOKYU OOH」の詳細については別紙のとおりです。

※株式会社ビデオリサーチのデータを基に、株式会社東急エージェンシーで独自に集計。集計方法については、別紙参照。



▲「渋谷駅前ビジョン」

(参考)この資料は本日、国土交通記者会、都庁記者クラブ、ときわクラブ、
東京商工会議所経済記者クラブにお届けしています

本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社東急エージェンシー 東急 OOH メディア局

電話:03-3475-9528

東京急行電鉄株式会社 社長室広報部広報企画課 報道担当 電話:03-3477-6086

【別紙】

■「渋谷駅前ビジョン」 媒体概要

- ・名称: 渋谷駅前ビジョン
- ・場所: 東京都渋谷区道玄坂2-3-1
- ・サイズ: H16, 320mm×W21, 600mm(約1, 065インチ)
- ・解像度: H1, 350dot×W1, 020dot
- ・放映時間: 毎日9:00~24:00の15時間放映を予定
- ・LEDピッチ: 16mm
- ・音声設備: 無し
- ・運用開始: 2019年1月1日~
※2018年12月は不定期に試験放送を行っています。
- ・掲出料: 1分/1時間・1週間 100万円 ほか
- ・設置場所:



■ハチ公前広場から見た大型ビジョン

左から、「渋谷駅前ビジョン」、「DHC Channel」、「Q'S EYE」、「グリコビジョン」、「109フォーラムビジョン」5面シンクロ放映が可能です。

※5面シンクロ放映は東急エージェンシーからお申込みいただけます。



■TOKYU OOH 概要

東急線沿線や東急バスの交通広告媒体、「東急線沿線フリーマガジン SALUS」、国内有数の広告集積地である渋谷駅周辺の屋外広告媒体を、「TOKYU OOH」として展開・販売しています。新しい文化の発信地である渋谷への来街者や、東急線沿線住民に向けてのユニークなメディアを運営し、生活者の反応、動向を敏感にキャッチしています。

ホームページ：<http://www.tokyu-oooh.jp/>



▲ハチ公・南館ビッグシート(ハチ公サイド)



▲TOQ ビジョン(車内液晶モニター広告)

■渋谷スクランブル交差点の来街者データについて

株式会社ビデオリサーチを基に株式会社東急エージェンシーで独自に集計

【データ出典】SOTO/ex/株式会社ビデオリサーチ

【調査設計】

- ・調査エリア及び標本数／東京50km: 4, 971s
- ・対象者抽出方法／ARS(エリア・ランダム・サンプリング)
- ・調査方法／電子調査票による調査
- ・調査対象者／男女12～69歳の個人
- ・調査依頼期間／1年間のパネル化
- ・調査時期／2017年4～6月

以 上