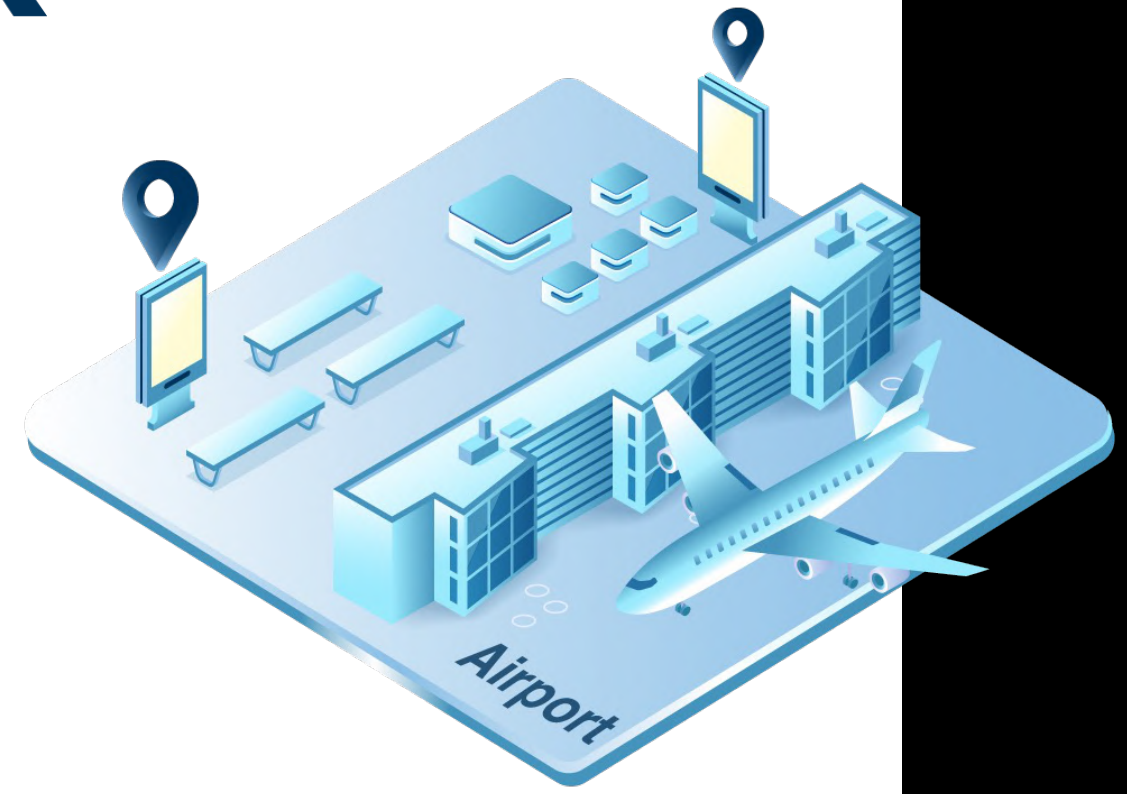
MCDecaux

メディアガイド 2024
エアポート

2024年1月



メディア概要

シティスケープ®
全国ネットワークの公道上大型広告

モールスケープ®
ベストなリーセンシーメディア

エアポート
空港のデジタルサイネージネットワーク

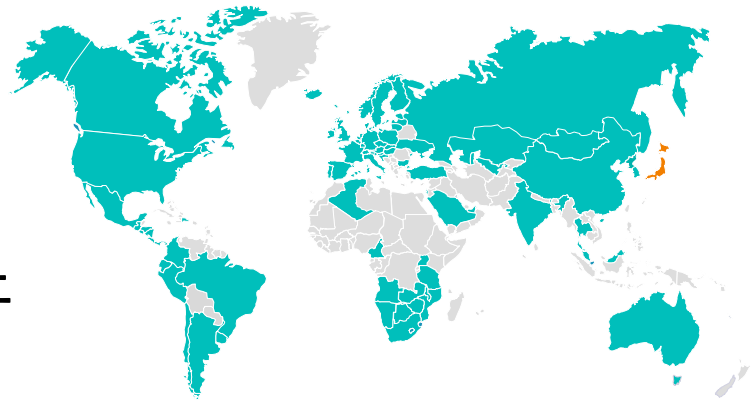
エアポート

JCDecaux

Airport Media

世界**38**か国

154 空港以上



世界**TOP10の空港**の
うち**7空港**を網羅

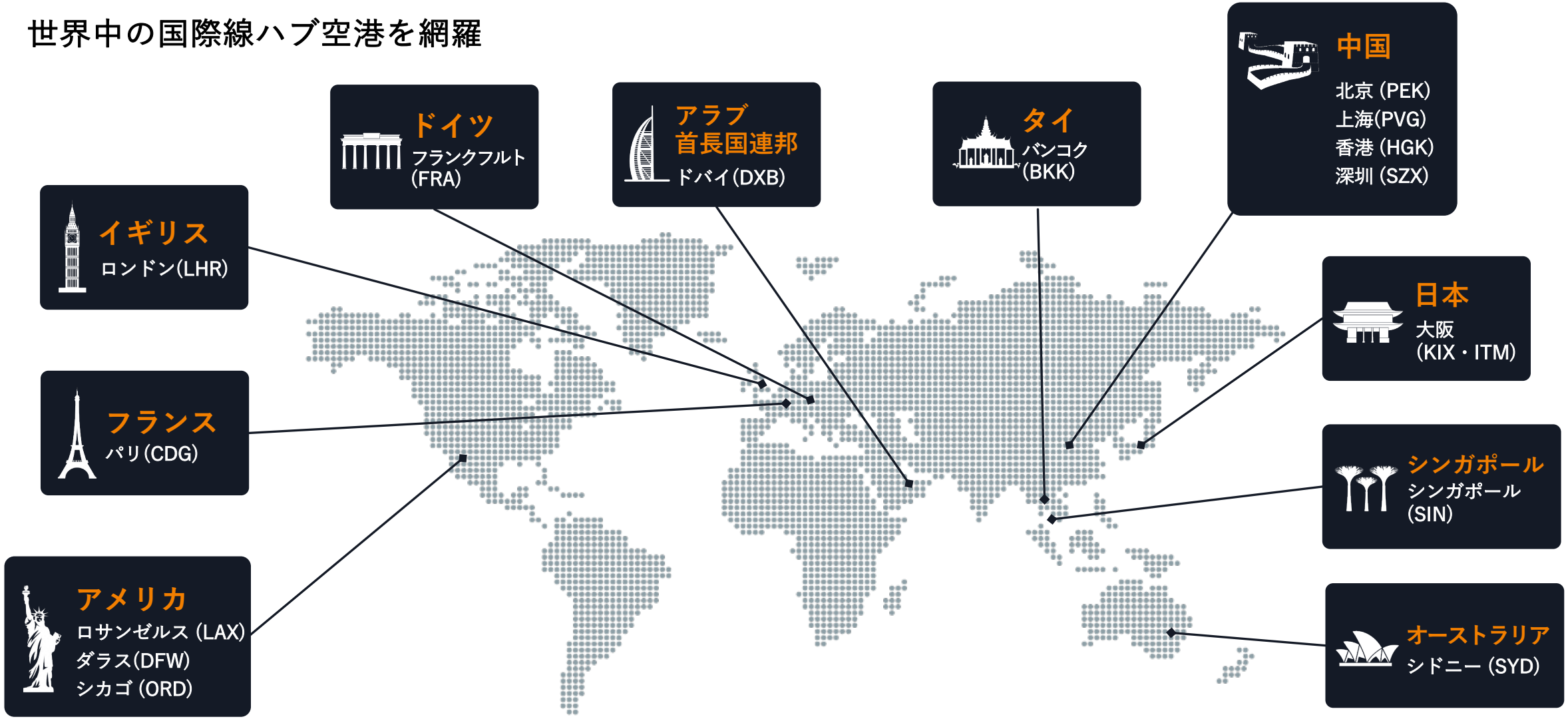
JCDeauxの空港メディアは全世界の
空港人流の**26%**を網羅
(年間で23億人以上の旅客にリーチ)

Source: JCDecaux concession list at 1st Jan 2018 / ACI WATR 2017

JCDecaux

全世界空港のネットワーク

世界中の国際線ハブ空港を網羅

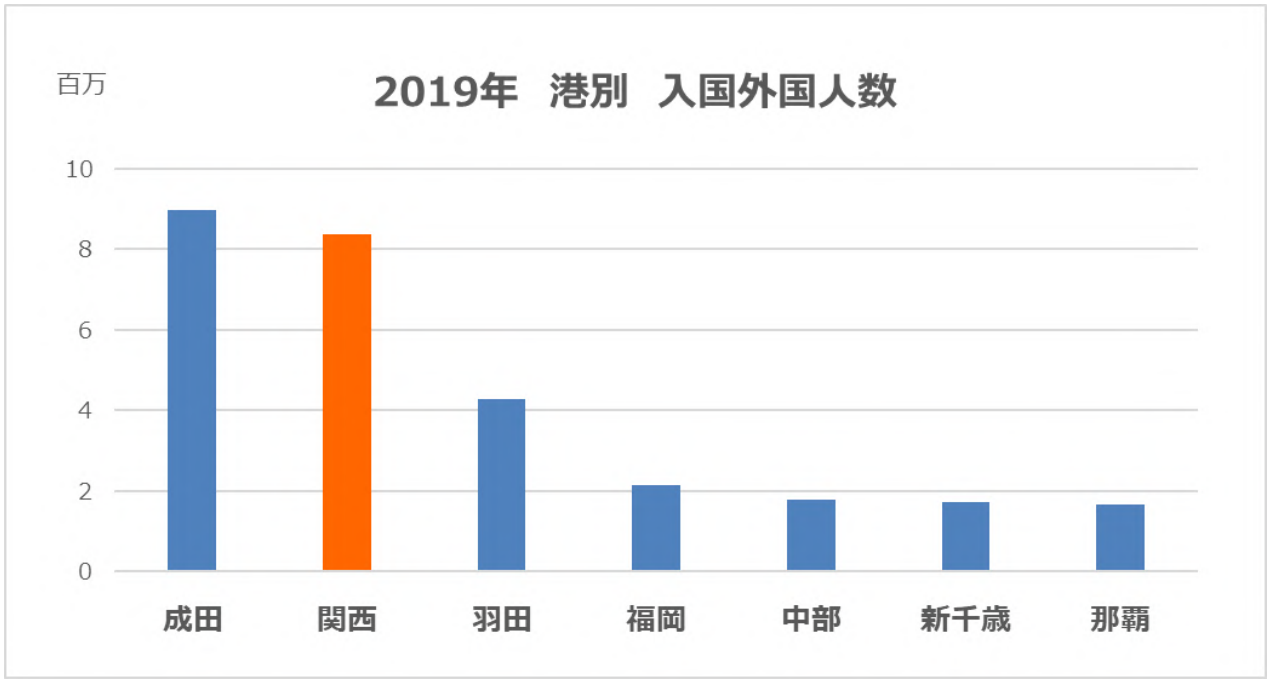


大阪伊丹空港・関西国際空港　概要

	大阪伊丹空港 ・ITM	関西国際空港・KIX
開港年	1939年	1994年
営業時間	南北 5:30～22:00 中央 5:30～22:30	24時間運用
年間旅客数	約1,650万人*	約3,200万人*
	国内線旅客数 国内　第2位	国際線旅客数　国内　第2位
	関空国内線旅客との合計	内訳
		国際線　約2,500万人*
		国内線　　約700万人*
就航便	航空会社5社、26都市 日平均185便就航*	国際線： 航空会社63社、21か国75都市 週平均1,409便就航 *
		国内線： 航空会社6社、17都市 日平均66便就航 *

*2019年実績

訪日外国人の玄関口として
トップクラスの旅客数！



出典：法務省 出入国管理統計、大阪出入国在留管理局発表資料を基に作成。データは国際線入国者数。2019年度実績。

訪日外国人数 上位国（中国・韓国・台湾・香港）の空港別入国者数は

関西国際空港が国内No.1

関西国際空港 旅客データ

2019年実績 空港別 外国人入国者数

*出典：法務省 出入国管理統計、大阪出入国在留管理局発表資料を基に作成。データは国際線入国者数。2019年度実績。

関西国際空港　ターミナル１　大規模リノベーション進行中

<今後のスケジュール>

- 2025 年春　グランドオープン（主要機能完成）
- 2026 年秋　新国際線商業エリア拡張

完了

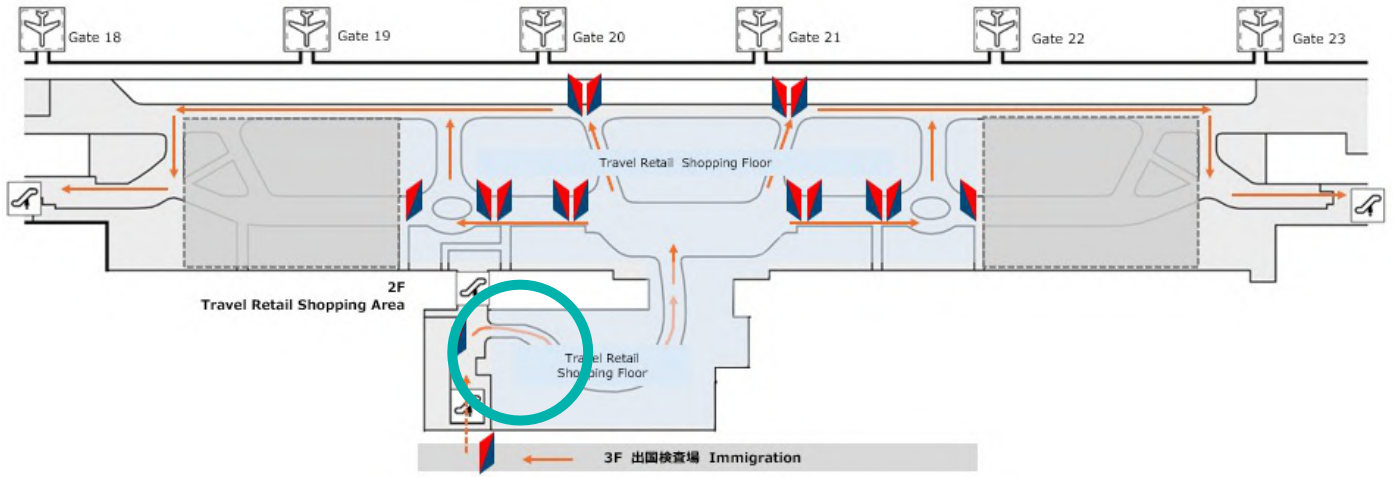
2022 年 10 月
新国内線エリア
オープン

完了

2023 年 12 月
新国際線出国エリア
中央エリアオープン

2025 年春
新国際線保安検査場および
新国際線ラウンジ運用開始
⇒ **グランドオープン**
（主要機能完成）

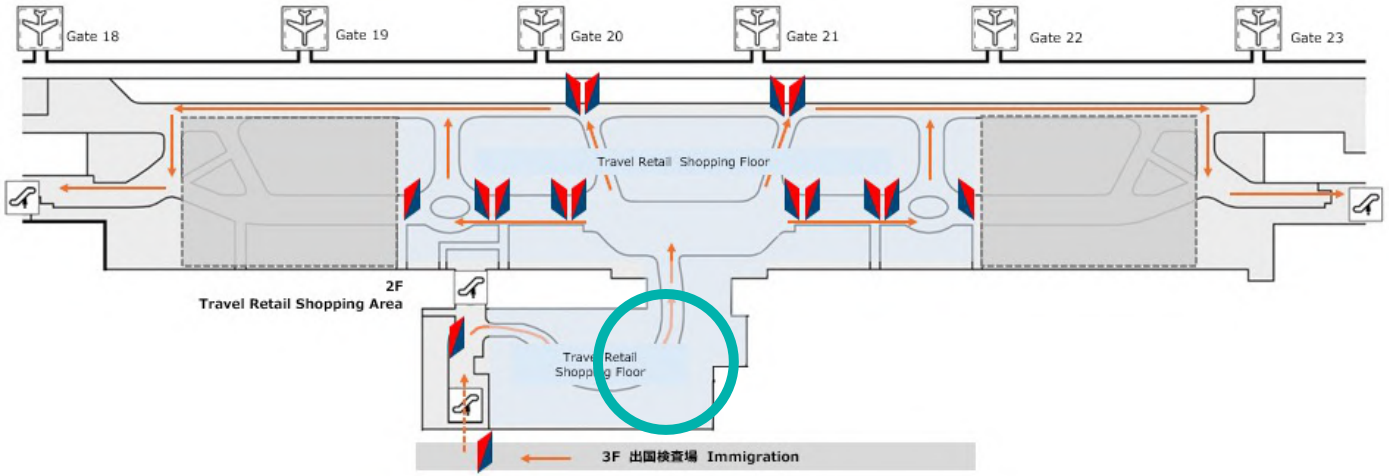
2026 年秋
新国際線出発エリア
南北商業施設増設



Walk-Through Duty-Free Shop

Opening of the New International Departure Area

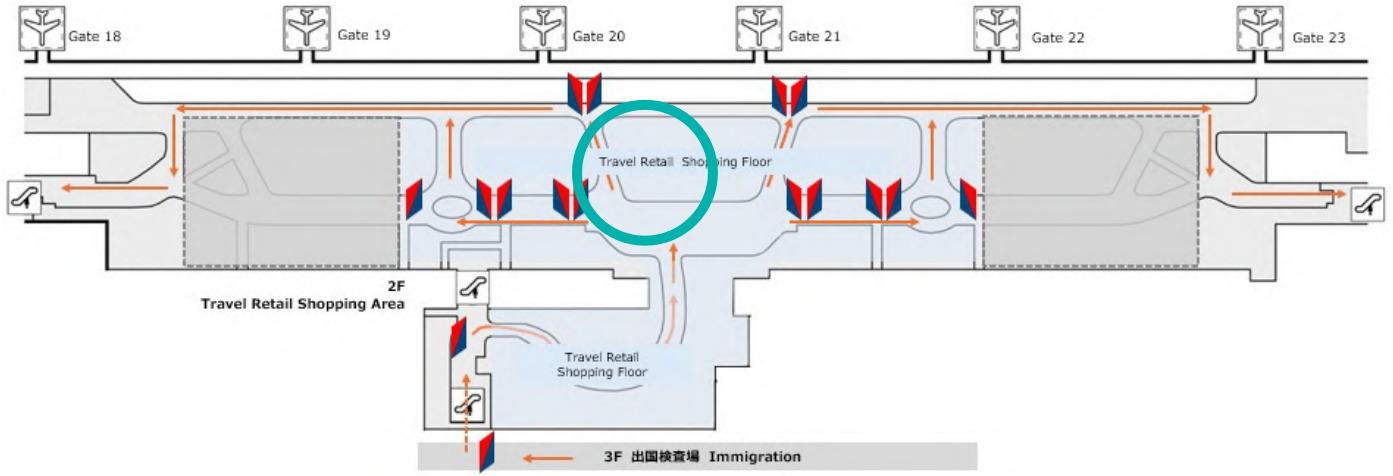
Dec 5, 2023



Walk-Through Duty-Free Shop

Opening of the New International Departure Area

Dec 5, 2023



Entrance of Boutique Area - Left

Opening of the New International Departure Area

Dec 5, 2023

ネットワーク概要

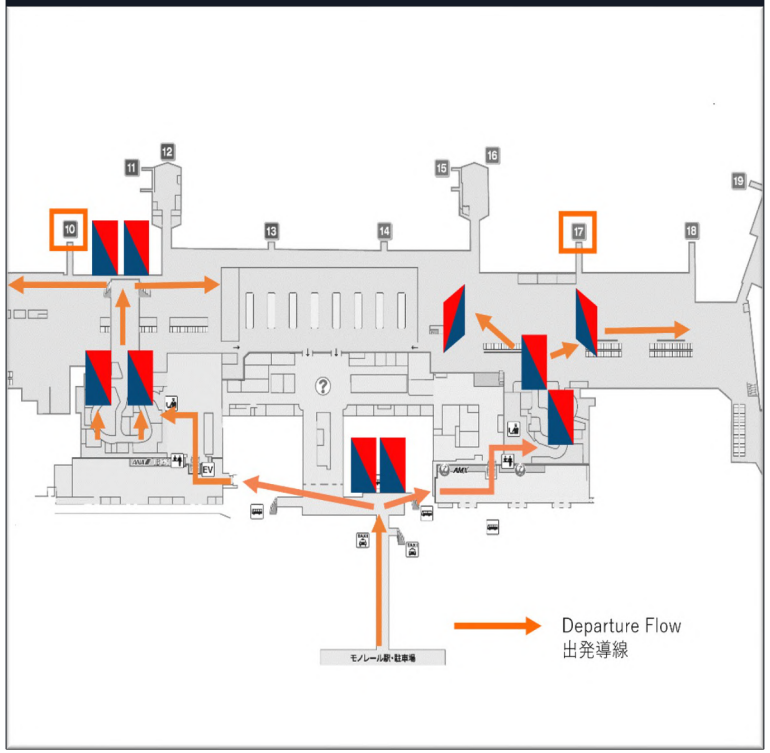
A
AirAsia
AIR BUSAN
Check-in Information
CLOSED
B
B
Self Check-in

MCDecaux による

空港デジタルメディアのネットワーク化 ３つの優位性

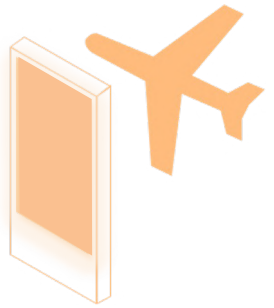
トップロケーション

動線 100％カバー



フリークエンシー効果

メニューリスト シンプルで効率的なネットワークパッケージ



インパクト
大型フォーマット

ブロードキャスト
全ての旅客者をカバー

		スクリーン数	伊丹空港	関空 T1	関空 T2
国内線	① チェックインランドマークデジタル	2	■		
	② 出発デジタルネットワーク	15	■	■	■
	③ 到着デジタルネットワーク	15	■	■	■
	②③ スカイエグゼクティブ デジタルネットワーク	30	■	■	■
国際線	④ トラベルリテール(出発) デジタルネットワーク	24		■	■
	⑤ 到着デジタルネットワーク	9		■	■
国際線 & 国内線	⑥ KIX TV ネットワーク	14		■	■

INTERNATIONAL TERMINAL NETWORKS

国際線ネットワーク一覧

トラベルリテール（出発）デジタルネットワーク

関空　T1/T2　出発導線の主要ポイントをすべて網羅したプレミアムなデジタルネットワーク

到着デジタルネットワーク

関空　国際線到着旅客をお迎えする 100%カバレッジのデジタルネットワーク

KIX TV ネットワーク

KIX全エリアで合計14か所に設置された42インチモニター
空港利用者に広く情報を提供します

ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

国際線 トラベルリテール 出発ネットワーク

2023年12月５日　KIX Terminal 1
2F 新トラベルリテールエリア誕生！

▶トラベルリテールエリア（免税店街）
▶チェックインロビーエリア

出発導線の主要ポイントを網羅した プラチナムデジタルネットワーク

メディア特性

① **導線100%カバー**
関西国際空港の100％の国際線出発旅客と接触

② **ハイインプレッション**
T1とT2のチェックインフロアから、
トラベルリテールショッピングエリアを、計24スクリーンで網羅。
出発旅客は、搭乗までの空港滞在時間に、複数のスクリーンに繰り返し接触しながら、ショッピングを楽しみます。

③ **トップロケーション・強制視認性**
導線のボトルネックポイントや、出発旅客が長時間滞留する空港導線のプレミアムポイントを押さえた、効果的なメディア配置

旅客数

関西国際空港　国際線　出発	2019年
年間	約 1,250万人
月間平均	約 100万人

媒体リーチ 100%

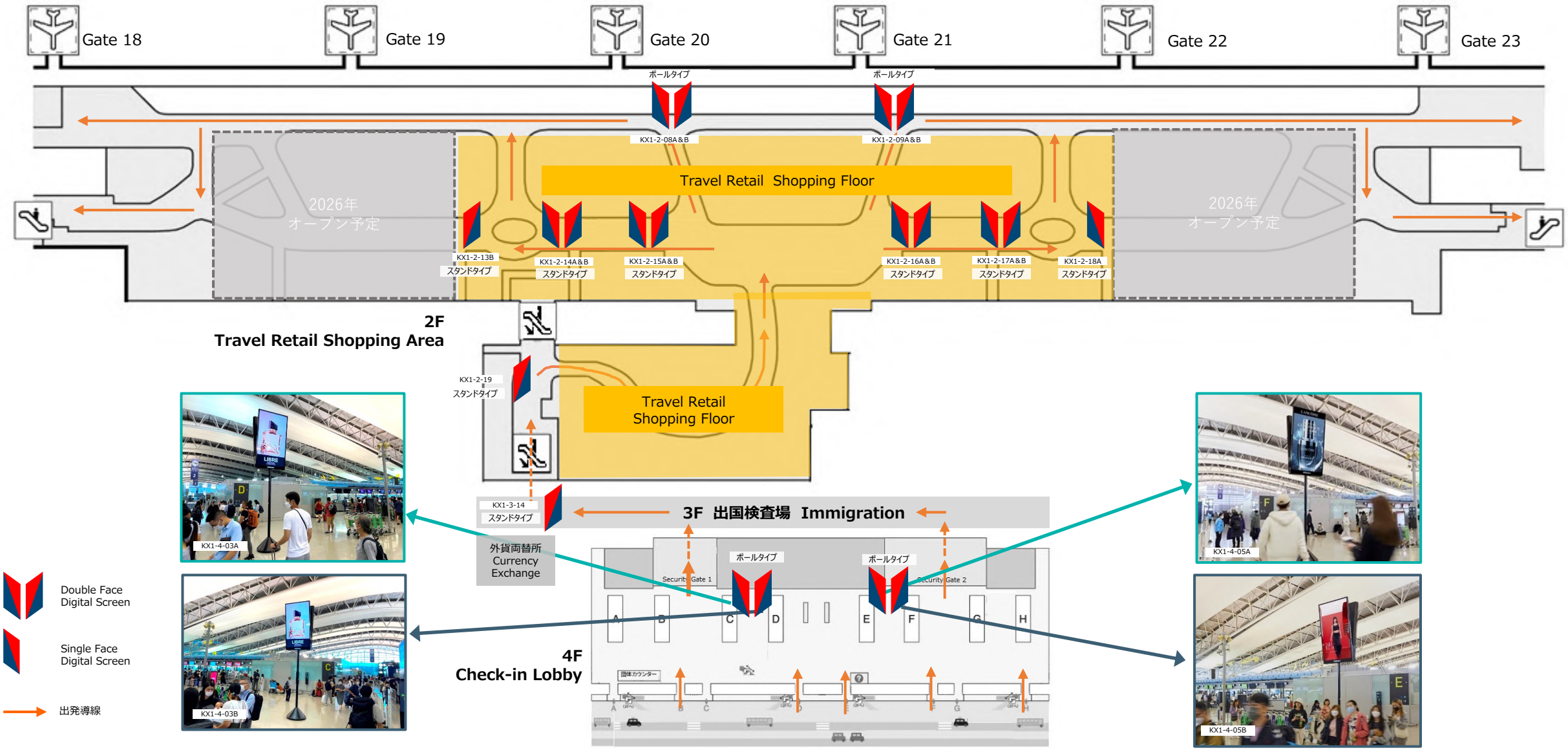
※３ヶ月未満の販売はご相談ください　※空港施設の改装工事に伴い設置場所に変更生じる場合がございます。

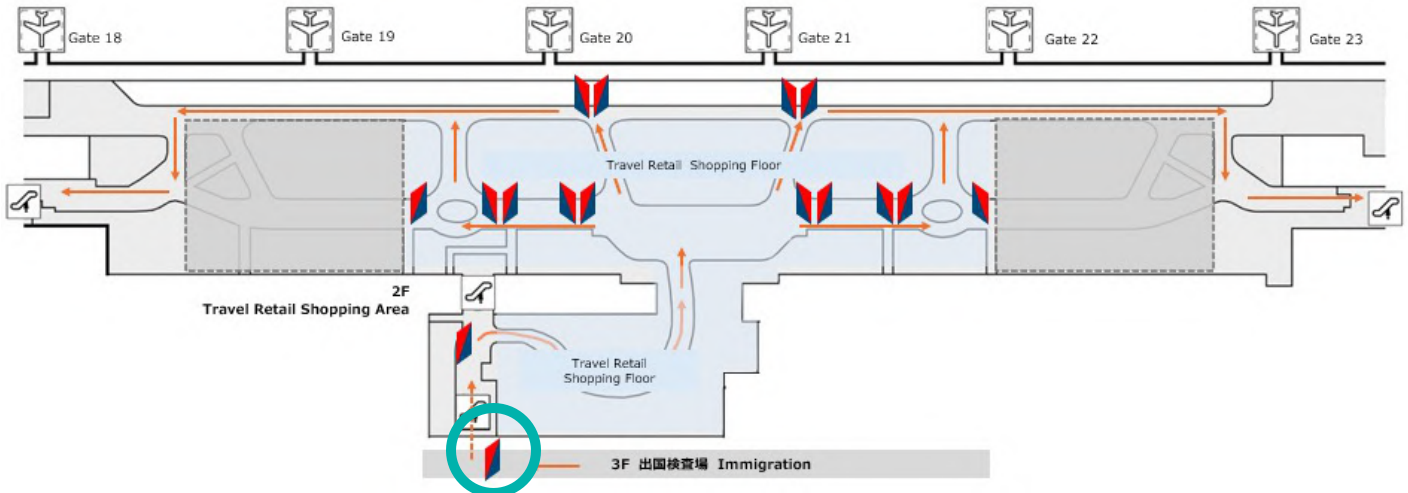
ネットワーク	空港	エリア	ターゲットオーディエンス	フォーマット	スクリーン数	媒体費(1枠/15秒)		最短申込期間	編成費	枠数	1枠あたりの最小SOV	保障放映回数	放映時間
国際線トラベルリテールネットワーク	関西国際空港	国際線出発　エリア	国際線出発旅客	デジタル 85インチ *一部 75″･70″	24	￥6,000,000	1ヶ月*	3ヶ月	￥117,650-/1素材	最大8枠	13%	1,049,760回 / 24 スクリーン ・3ヶ月	6:00 - 24:00
						￥15,000,000	3ヶ月						

ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

国際線 トラベルリテール 出発ネットワーク　ターミナル１　ロケーション

関西国際空港 T1 国際線 出発導線 20スクリーン

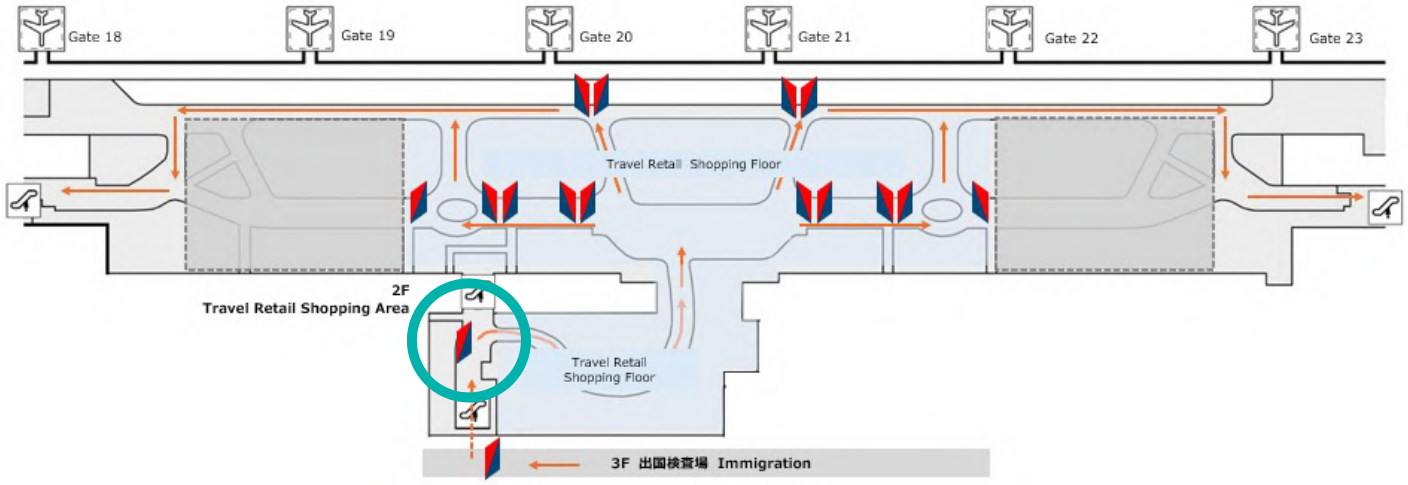




NEW

INTERNATIONAL TRAVEL RETAIL DIGITAL NETWORK NEW LOCATION

- After Immigration to Duty Free Floor
- 100% Departure Passenger Coverage



NEW

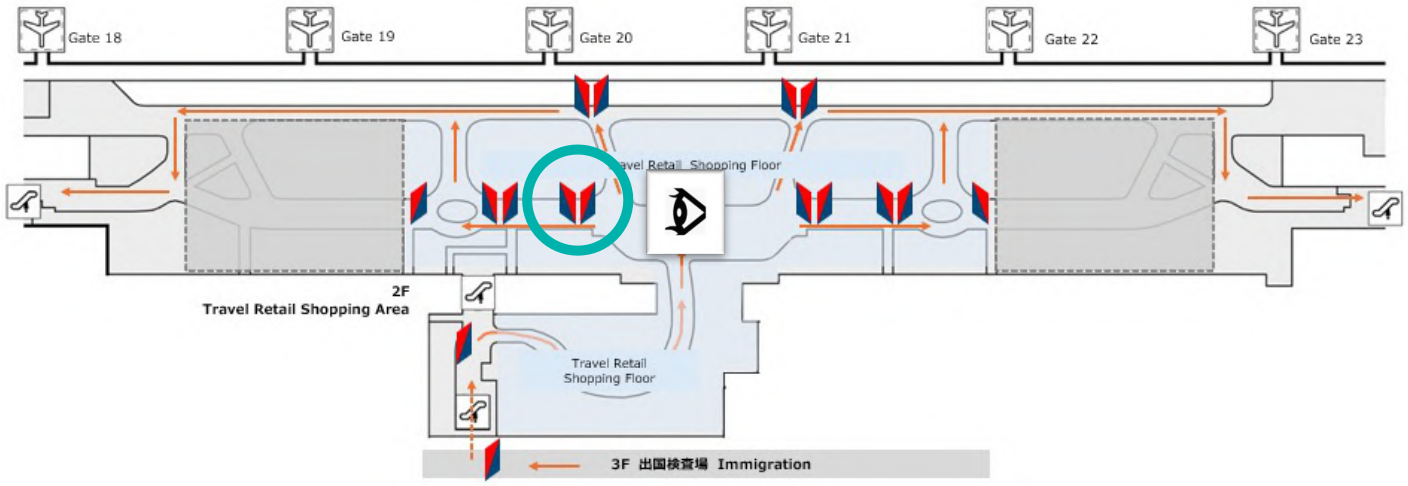
INTERNATIONAL TRAVEL RETAIL DIGITAL NETWORK NEW LOCATION

- Entrance of Walk-Through Duty-Free shop
- 100% Departure Passenger Coverage

NEW

INTERNATIONAL TRAVEL RETAIL DIGITAL NETWORK NEW LOCATION

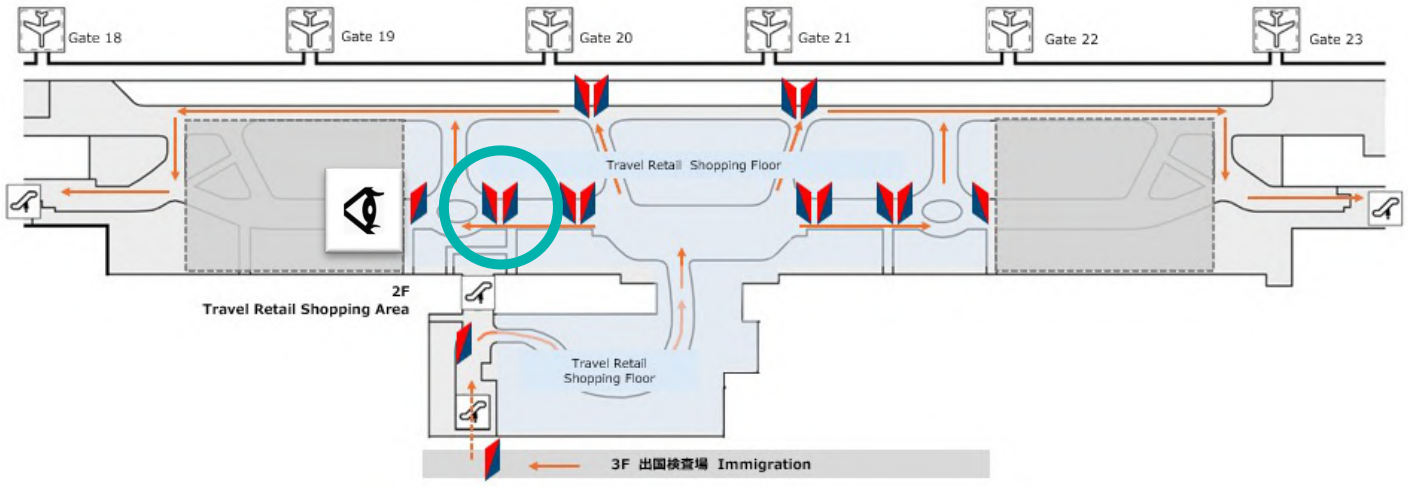
- Boutique Area - North

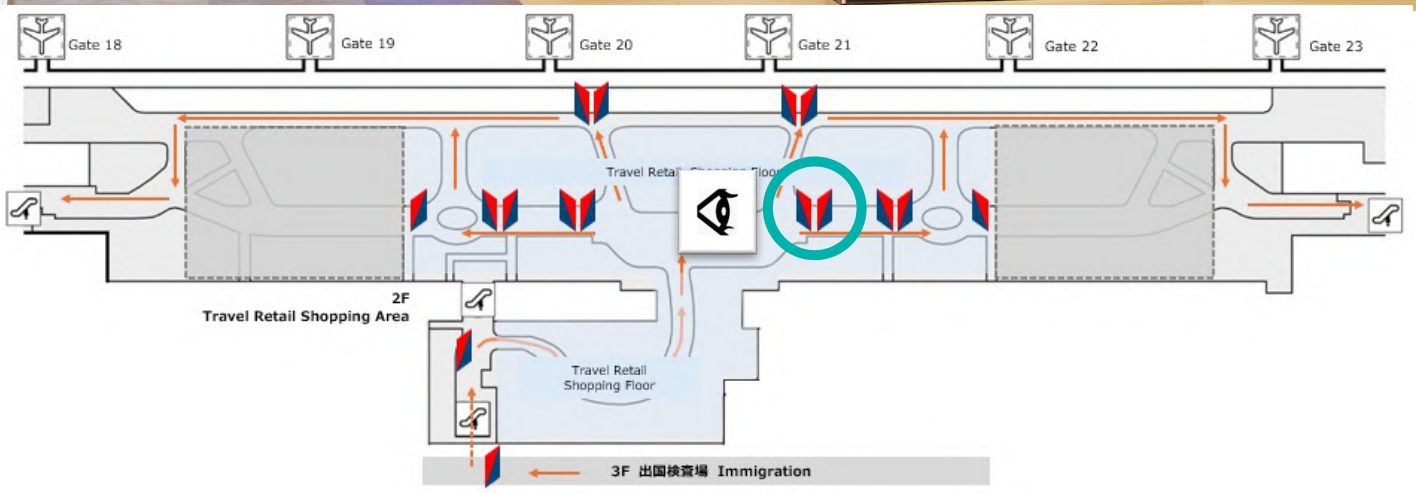


NEW

INTERNATIONAL TRAVEL RETAIL DIGITAL NETWORK NEW LOCATION

- Boutique Area - North





NEW

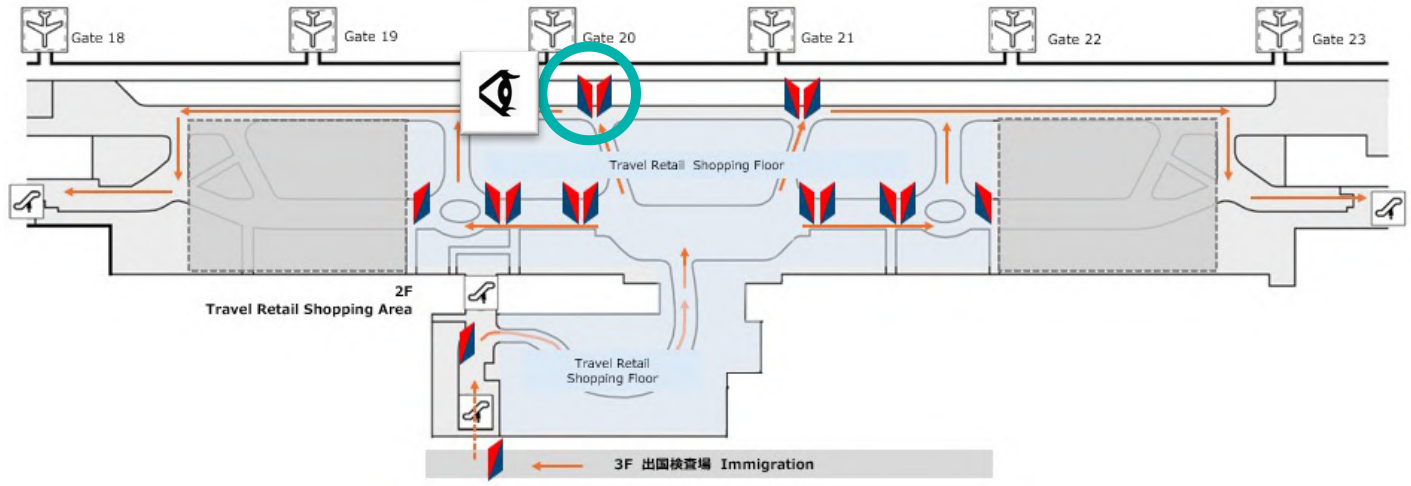
INTERNATIONAL TRAVEL RETAIL DIGITAL NETWORK NEW LOCATION

- Boutique Area - South

NEW

INTERNATIONAL TRAVEL RETAIL DIGITAL NETWORK NEW LOCATION

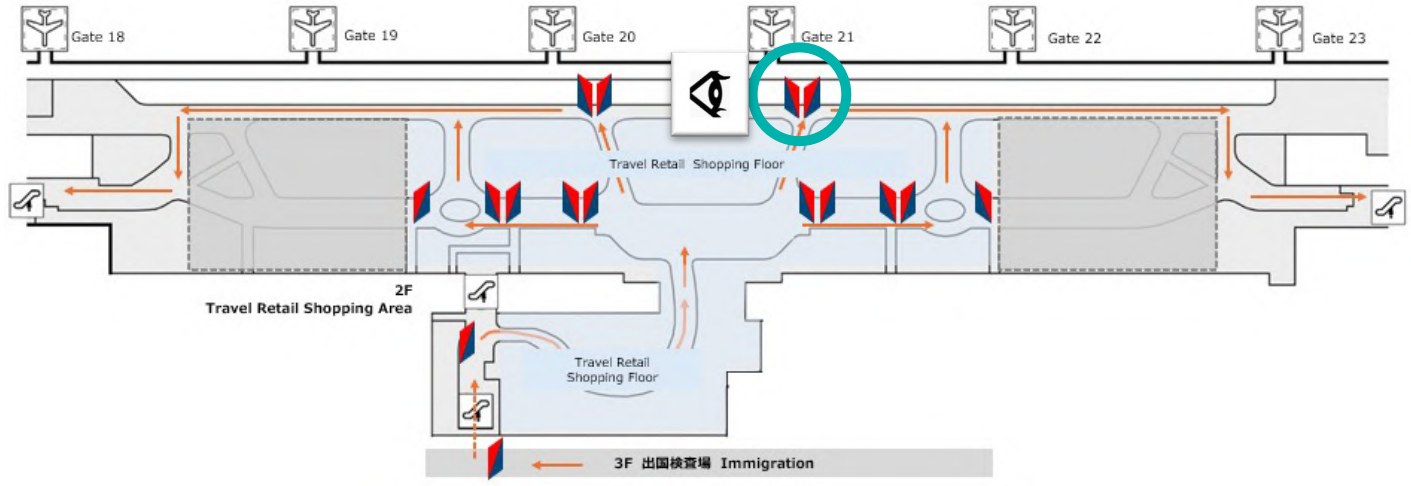
- Gate side - South



NEW

INTERNATIONAL TRAVEL RETAIL DIGITAL NETWORK NEW LOCATION

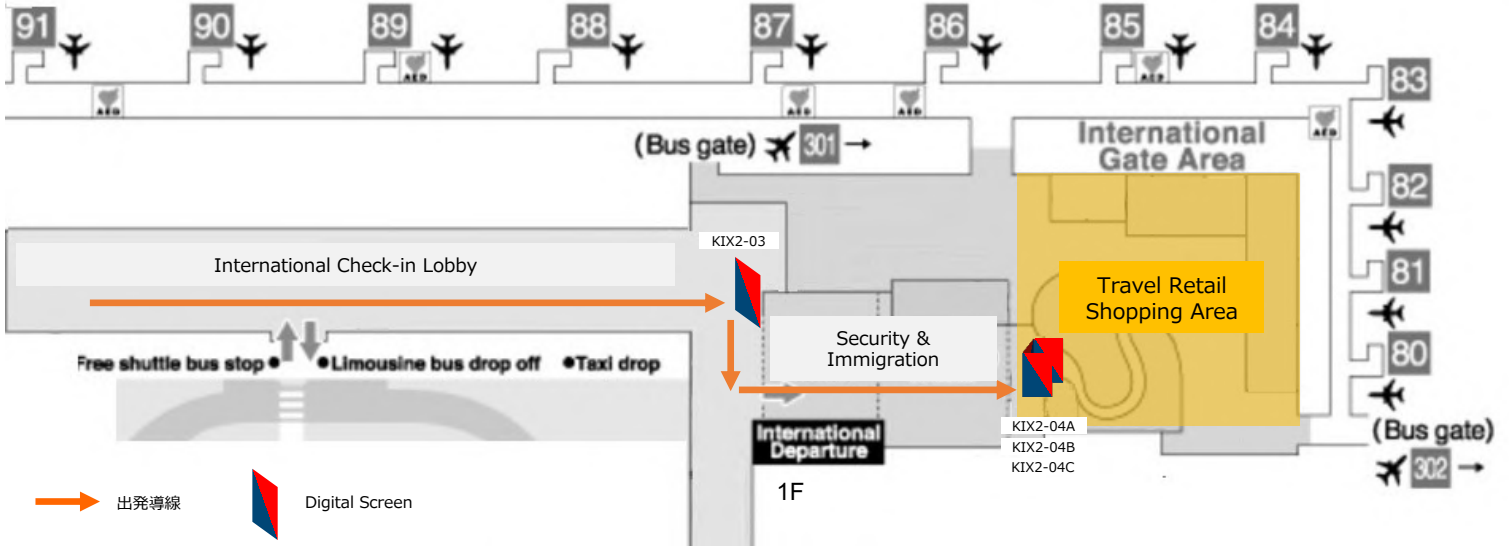
- Gate side - South



ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

国際線 トラベルリテール 出発ネットワーク　ターミナル２　ロケーション

関西国際空港 T2 国際線 出発導線 4 スクリーン



掲出実績企業例

■実績企業例

■想定クライアント業種・キャンペーン内容

化粧品	ラグジュアリーファッション・ジュエリー・ウォッチ	海外政府観光局	金融
IT	家電	酒	スマートフォン	エアライン	決済サービス
パソコン・スマートフォン	アプリケーションサービス	ホテルリゾート	家電	車

ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

国際線 到着デジタルネットワーク

関西の空の玄関口 関西国際空港の到着導線を100%網羅

国際線到着旅客をお迎えする プレミアムデジタルネットワーク

メディア特性

① **導線100%カバー**
関西国際空港の100%の国際線到着旅客と接触

② **ハイインプレッション**
100%の到着旅客が、到着導線に沿って複数回メディアを視認する高いインプレッション

③ **トップロケーション・強制視認性**
南北到着シャトルステーション→CIQエリア→到着出口広場まで、到着強制導線上の主要ポイントを押さえた効果的なメディア配置

旅客数

関西国際空港	国際線	到着	2019年
		年間	約1,250万人
		月間平均	約100万人

媒体リーチ 100%

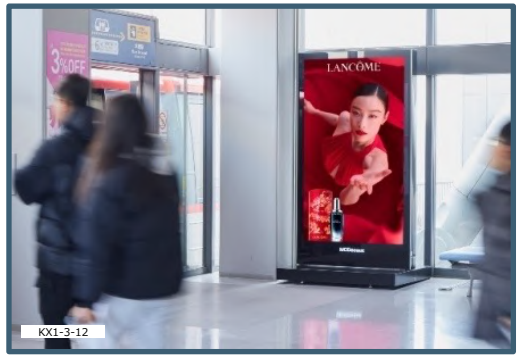
＊3ヶ月未満の販売はご相談ください ＊空港施設の改装工事に伴い設置場所に変更生じる場合がございます

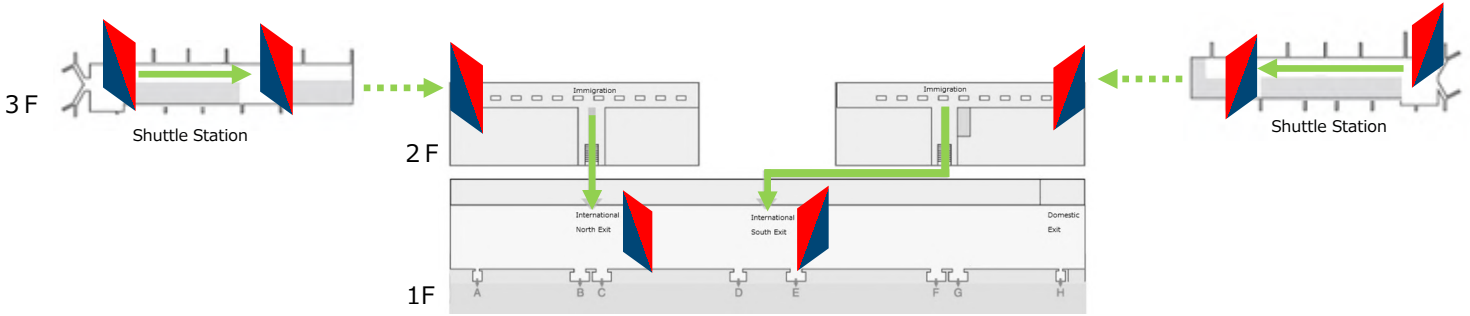
ネットワーク	空港	エリア	ターゲットオーディエンス	フォーマット	スクリーン数	媒体費(1枠/15秒)		最短申込期間	編成費	枠数	1枠あたりの最小SOV	保障放映回数	放映時間
国際線到着デジタルネットワーク	関西国際空港	国際線到着 エリア	国際線到着旅客	デジタル 85インチ 一部 75インチ	9	¥3,000,000	1ヶ月＊	3ヶ月	¥117,650-/1素材	最大6枠	17%	524,880回 / 9スクリーン・3ヶ月	6:00 - 24:00
						¥7,300,000	3ヶ月						

ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

国際線 到着デジタルネットワーク　ロケーション

関西国際空港 T1 国際線　到着導線８スクリーン

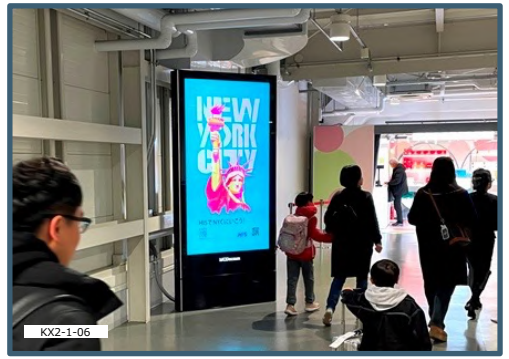


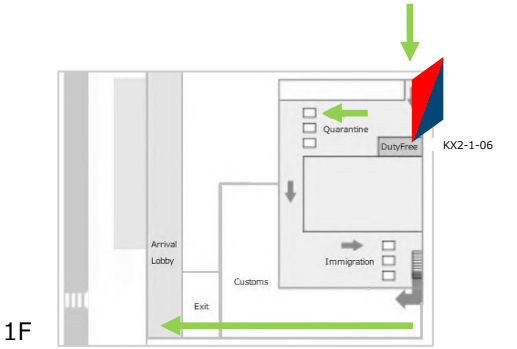


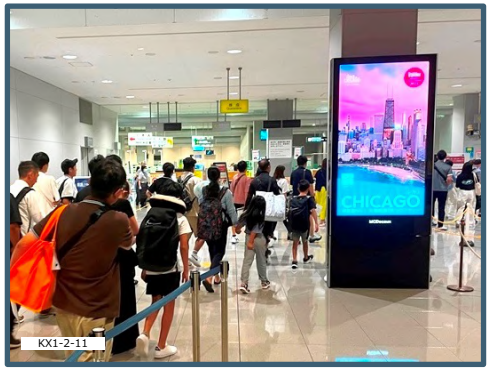
Digital Screen

到着導線

関西国際空港 T2 国際線
到着導線１スクリーン







＊空港施設の改装工事に伴い設置場所に変更生じる場合がございます

掲出実績企業例

■実績企業例

■想定クライアント業種・キャンペーン内容

化粧品　ラグジュアリーファッション・ジュエリー・ウォッチ　海外政府観光局　金融

IT　家電　酒　スマートフォン　エアライン　決済サービス

パソコン・スマートフォン　アプリケーションサービス　ホテルリゾート　家電　国内観光情報

ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

KIX TV デジタルネットワーク

関空に訪れるすべての人にアプローチ

関西国際空港全域 合計14か所のインフォメーションボードに設置された42インチモニター

メディア特性

- 関西国際空港 T1，T2の一般エリア～保安区域まで、館内全域の館内情報インフォメーションボードに設置
- 国際線利用者や国内線利用者を区別せずに、関西空港館内全域にいるお客様との接触を広くカバー

旅客数

関西国際空港 国際線・国内線 出発・到着	2019年
年間	約 3,200万人
月間平均	約 260万人

＊空港施設の改装工事に伴い設置場所に変更生じる場合がございます。

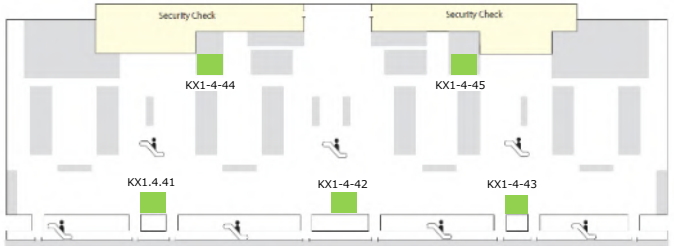
ネットワーク	空港	エリア	ターゲット オーディエンス	フォーマット	スクリーン 数	媒体費 (1枠/15秒)		最短 申込期間	編成費	枠数	1枠あたりの 最小SOV	保障 放映回数	放映時間
KIX TV デジタル ネットワーク	関西 国際空港	関西 国際空港 T1 & T2 館内全域	関西国際空港 全利用客	デジタル 42インチ TV	14	￥540,000	1ヶ月	1ヶ月	￥117,650 /1素材	最大 12枠	8%	136,080回 / 14 スクリーン ・1ヶ月	6:00 - 24:00
						￥1,330,000	3ヶ月						
						￥5,320,000	12ヶ月						

ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

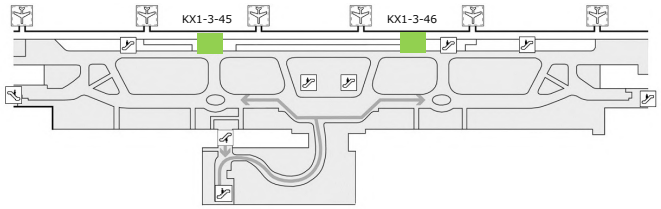
関空　KIXTV　ロケーション

関西国際空港 T1　11 スクリーン

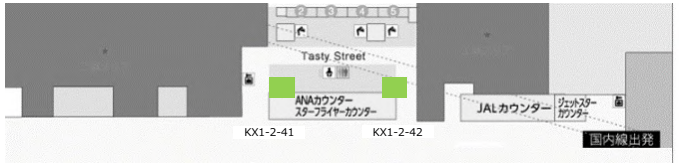
4F
Check-in



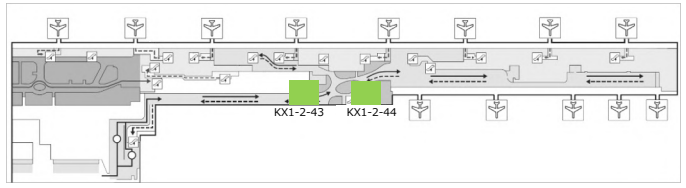
2F
Travel
Retail



2F
Food
Court

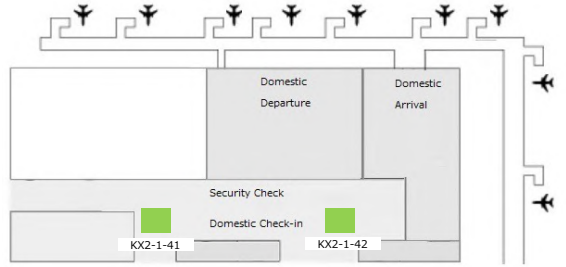


2F
Domestic
Airside

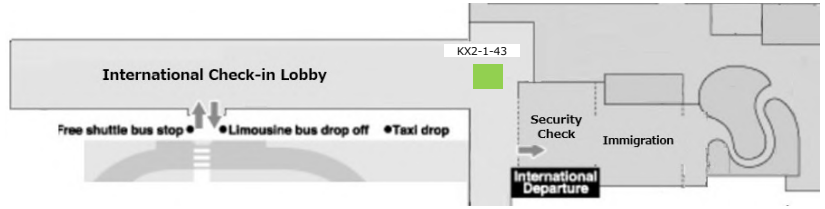


関西国際空港 T2　3 スクリーン

1F
Domestic
Check-in



1F
International
Check-in



42" TV Digital

国際線エリア
8

国内線エリア
6

＊空港施設の改装工事に伴い設置場所に変更生じる場合がございます

掲出実績

■実績企業

京都市 CITY OF KYOTO

Hankyu

阪神高速

Spotify

SMBC 三井住友カード

NYC & Company

CHICAGO CHOOSE CHICAGO

文化庁 Agency for Cultural Affairs, Government of Japan

Asahi アサヒグループ食品

■想定クライアント業種カテゴリー・キャンペーン内容

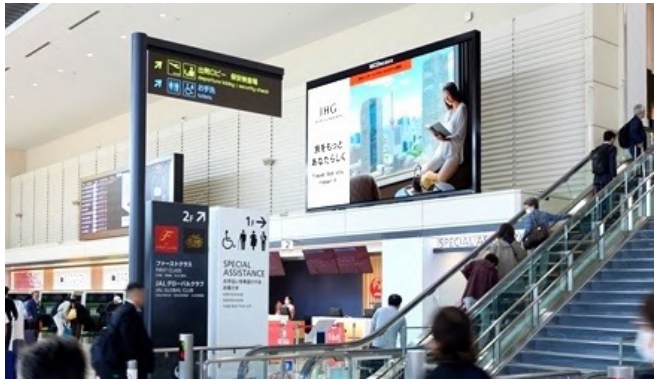
- 化粧品
- ラグジュアリーファッション・ジュエリー・ウォッチ
- 海外政府観光局
- 金融
- IT
- 家電
- 酒
- B2B企業
- エアライン
- 決済サービス
- 地方自治体・行政
- アプリケーションサービス
- ホテルリゾート
- 家電
- 食品

DOMESTIC TERMINAL NETWORKS

国内線ネットワーク一覧

チェックインランドマーク デジタル：伊丹

JAL・ANA 各チェックインカウンターに設置されたインパクト抜群の**大型LEDビジョン**



国内線 スカイエグゼクティブネットワーク：関空&伊丹

関西2大空港の国内線導線をくまなくカバーする30スクリーン
ビジネスエグゼクティブとの高頻度接触に絶好

国内線 出発

デジタルネットワーク：関空＆伊丹

２空港 3ターミナルの国内線**出発**導線を100%カバーする
パワフルなデジタルネットワーク

国内線 到着

デジタルネットワーク：関空＆伊丹

２空港 3ターミナルの国内線**到着**導線を100%カバーする
パワフルなデジタルネットワーク

インパクトタイプ
大型フォーマット

国内線 チェックイン ランドマーク デジタル

伊丹空港 出発導線における ベストロケーション

- JAL・ANA 各チェックインカウンター上
- インパクト抜群の大型LEDビジョン

メディア特性

- 出発旅客を ほぼ100% カバー
- 3mmピッチの鮮やかで高精細なスクリーンで 美しく多彩な広告表現を実現します

旅客数

伊丹空港　国内線　出発	2019年
年間	約 825万人
月間平均	約 70万人

ネットワーク/	空港	エリア	ターゲット オーディエンス	フォーマット	スクリーン 数	媒体費 (1枠/15秒)		最短 申込期間	編成費	枠数	1枠あたりの 最小SOV	保障 放映回数	放映時間
国内線 チェックイン ランドマーク	大阪 伊丹空港	一般エリア 1F チェックイン	国内線 出発旅客	LEDデジタル W 5m x H 3m	2	¥1,980,000	2週間	2週間	¥117,650- /1素材	最大 6枠	17%	32,400回 / 2スクリーン ・1ヶ月	6:00 - 21:00
						¥3,400,000	1ヶ月						
						¥8,500,000	3ヶ月						
						お問い合わせください	12ヶ月						

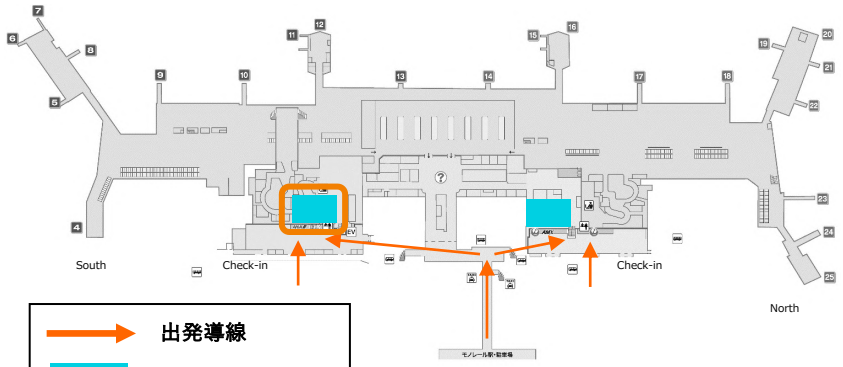
インパクトタイプ
大型フォーマット

国内線 チェックイン ランドマークデジタル　ロケーション

掲出実績　業種カテゴリー例

IT	不動産
行政	食品
観光PR	製薬
ラグジュアリーブランド	
トラベルバッグ	

Location Map



ANA side

インパクトタイプ
大型フォーマット

国内線 チェックイン ランドマークデジタル　ロケーション

掲出実績企業例

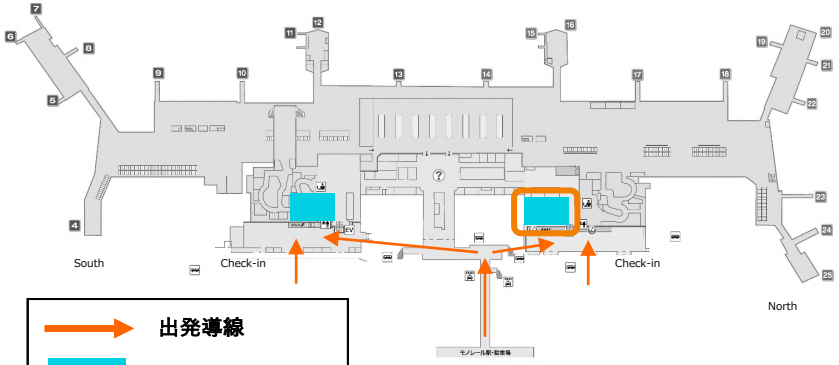
HENRI CHARPENTIER
ASHIYA 1969

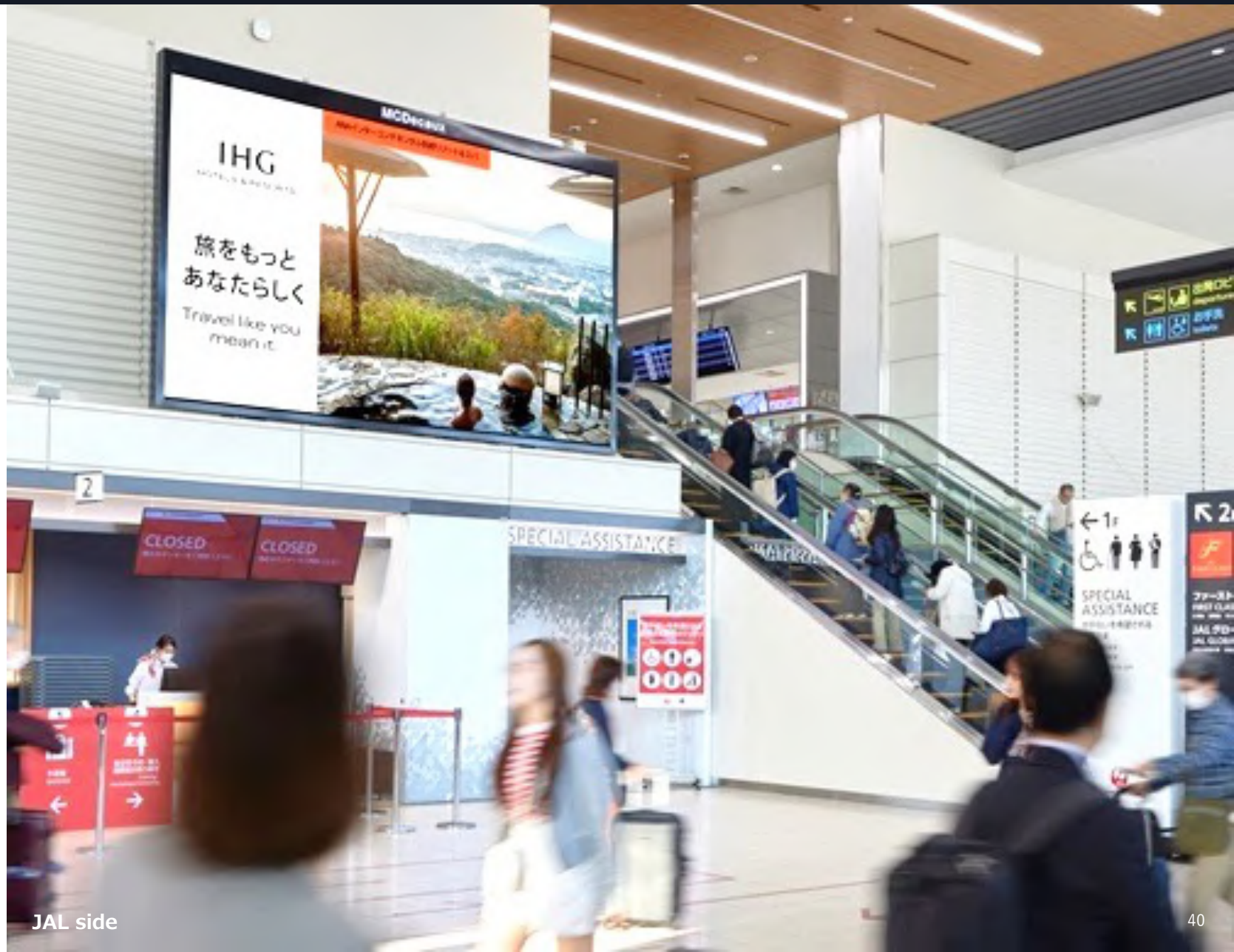
ACN　Sky

NEVER SAY NEVER
ロート製薬

NYC & Company　CHICAGO CHOOSE CHICAGO

Location Map





JAL side

ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

国内線 スカイエグゼクティブネットワーク　伊丹＆関空セット

- 決裁権をもつビジネスエグゼクティブと
  高頻度・高確率に接触にできる、絶好のロケーション
- 関西の2大空港「大阪伊丹空港」＆「関西国際空港T1&T2」の
  国内線 出発導線・到着導線を計30スクリーンがくまなく網羅
- シンプルかつ効率的、そして圧倒的なボリューム感！

メディア特性

① **導線100%カバー**

２空港３ターミナルの**出発・到着主要通行導線を、入口から出口までフルカバー。**
100%の国内線出発旅客・国内線到着旅客と接触。

② **フリークエンシー：約５回**

通行導線の**ボトルネックポイント**を、**連続的**に押さえた抜群のロケーション。

③ **トップロケーション・強制視認性**

30スクリーンすべてが、導線に正対、かつ目線と同じ高さに設置されており、
目に飛びこんでくる、迫力の大画面

旅客数

伊丹空港・関空　国内線 出発・到着　2019年

年間	約 2,350万人
月間平均	約 200万人

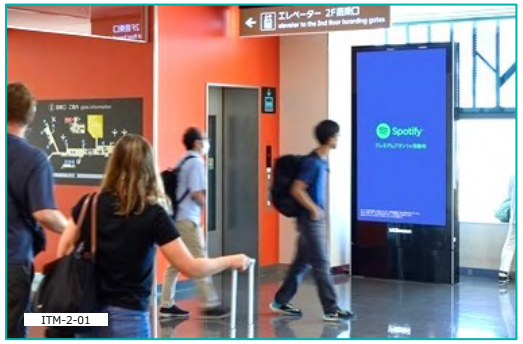
媒体リーチ 100%

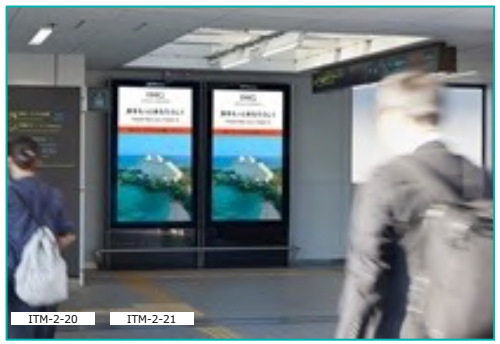
ネットワーク	空港	エリア	ターゲットオーディエンス	フォーマット	スクリーン数	媒体費（1枠/15秒）		最短申込期間	編成費	枠数	1枠あたりの最小SOV	保障放映回数	放映時間
国内線スカイエグゼクティブネットワーク	①大阪伊丹空港 & ②関西国際空港	国内線出発＆到着エリア	国内線出発＆到着旅客	デジタル 85インチ (*一部 80"･75")	30	￥3,030,000	2週間	２週間	￥117,650-/1素材	最大12枠	8%	243,000回 / 30スクリーン･1ヶ月	6:00 - 21:00
						￥5,200,000	1ヶ月						
						￥13,000,000	3ヶ月						
						お問い合わせください	12ヶ月						

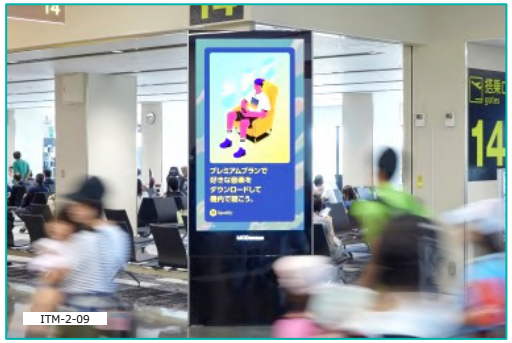
ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

伊丹空港　国内線　出発　ロケーション

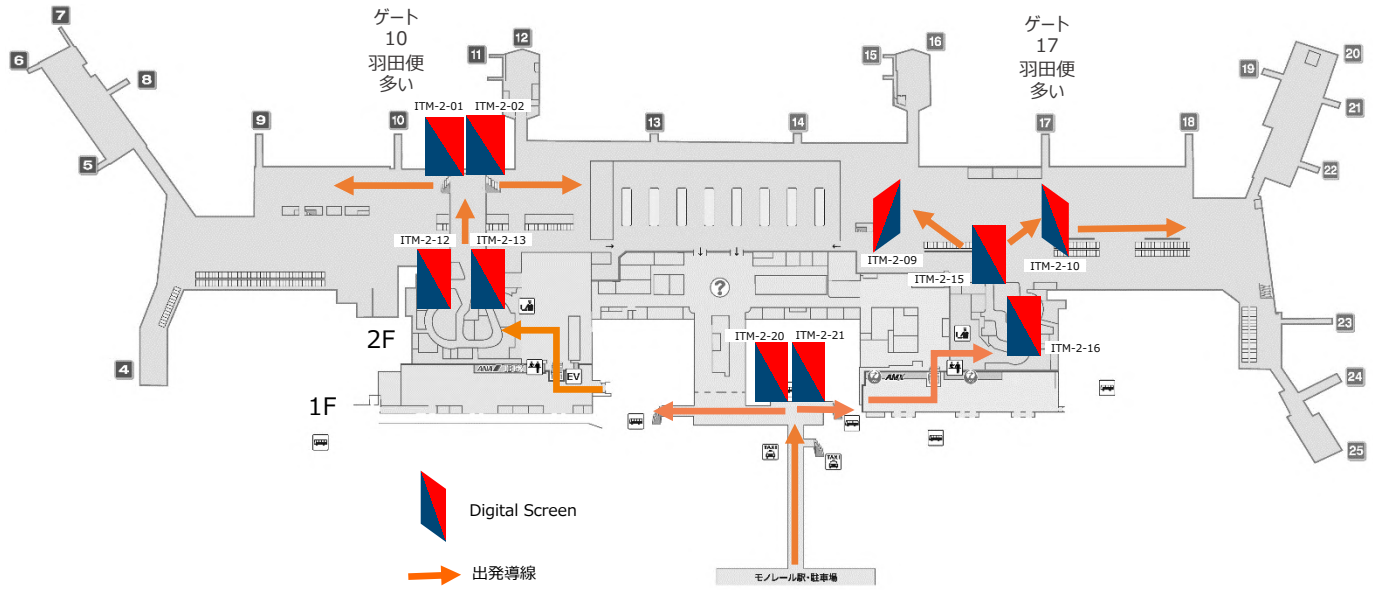
大阪伊丹空港　国内線　出発導線　10 スクリーン







ANA Side Food Court & Shopping Area

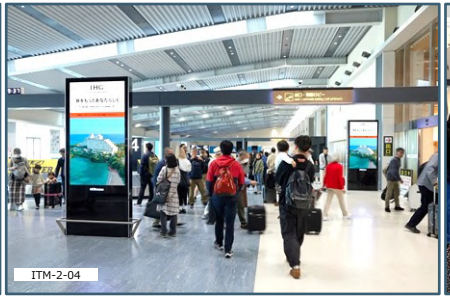


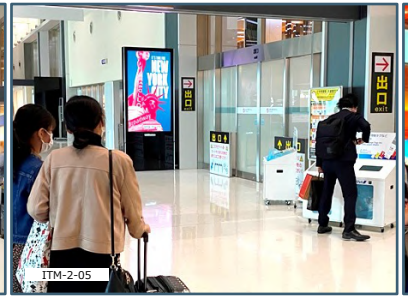
JAL Side Food Court & Shopping Area

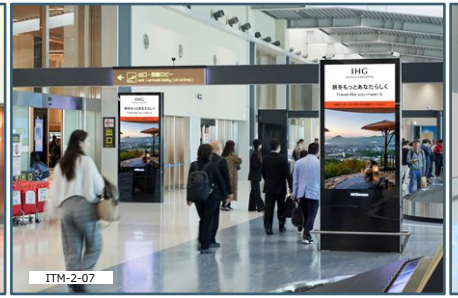
ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

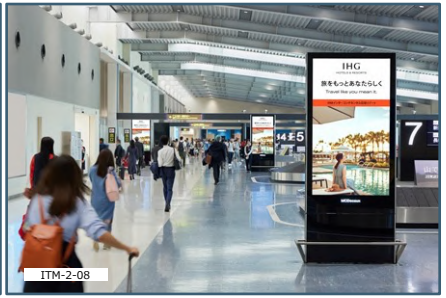
伊丹空港　国内線　到着　ロケーション

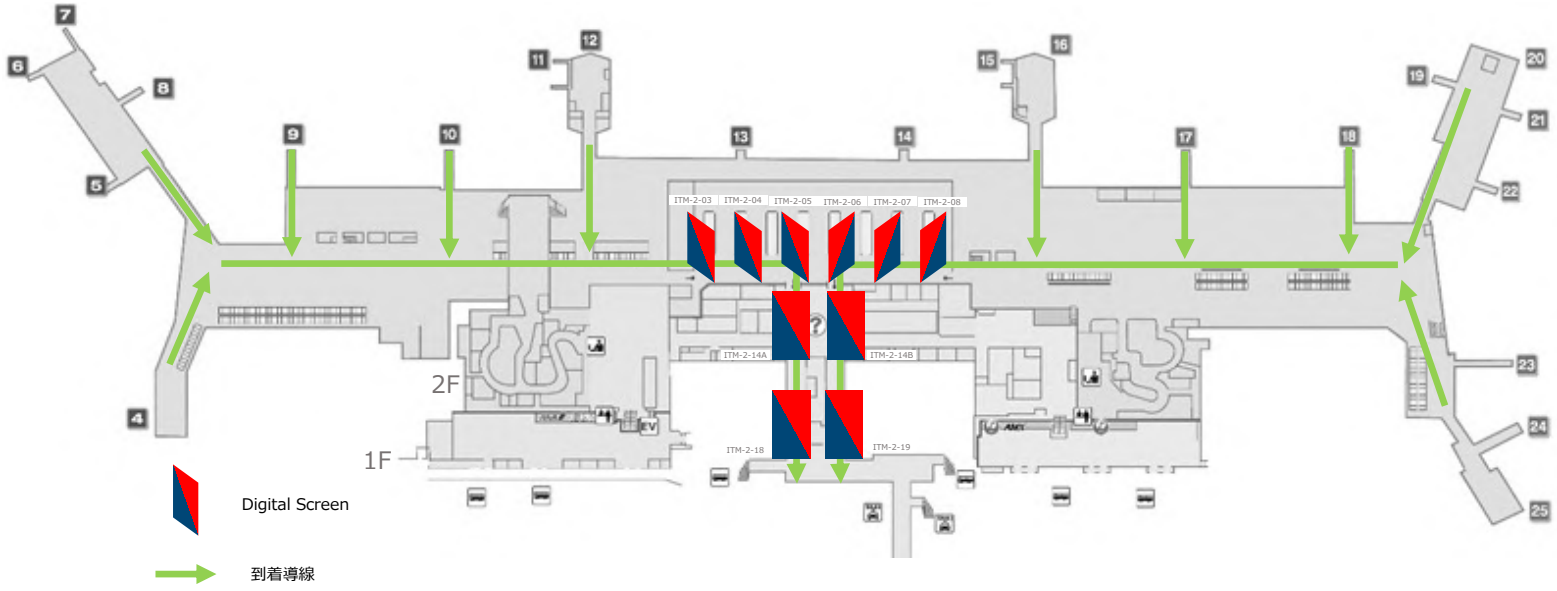
大阪伊丹空港　国内線　到着導線　10 スクリーン

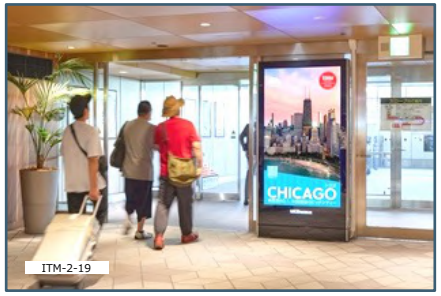










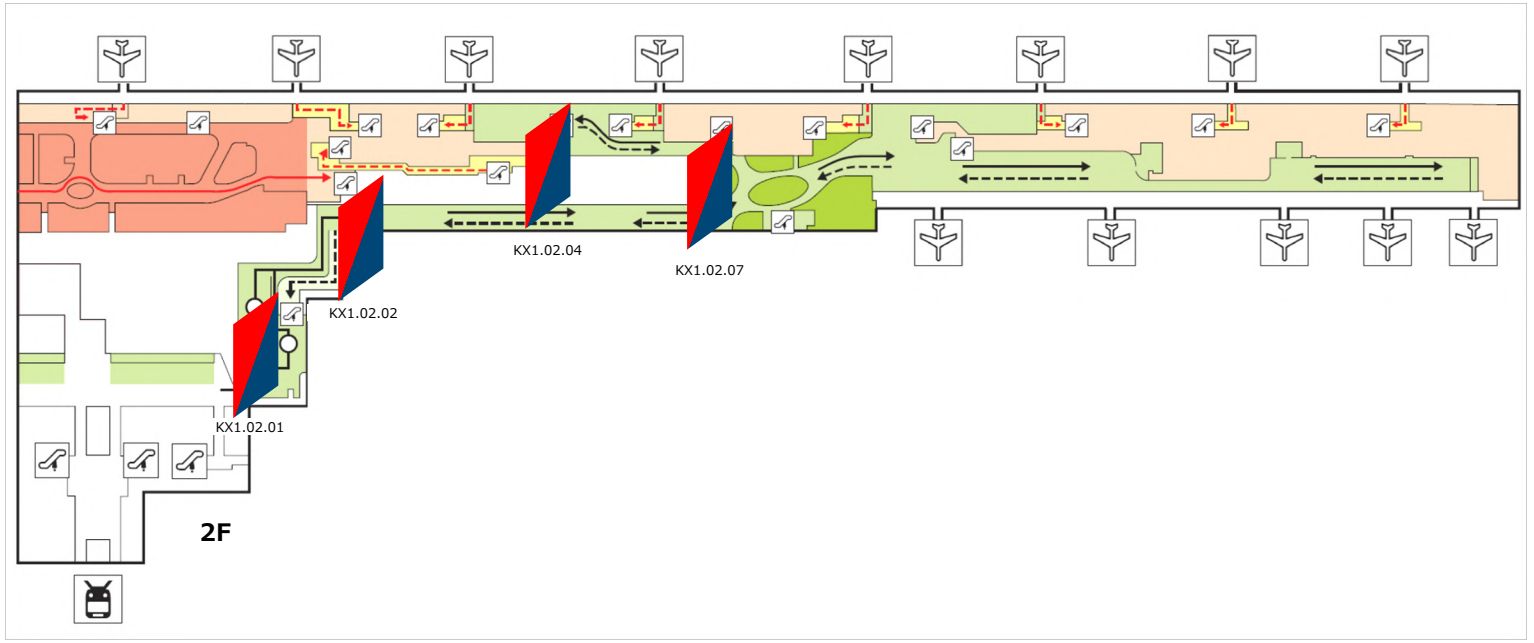


ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

関空　国内線　出発　ロケーション

関西国際空港 T1 国内線　出発導線　4 スクリーン

関西国際空港 T2 国内線
出発導線　1 スクリーン



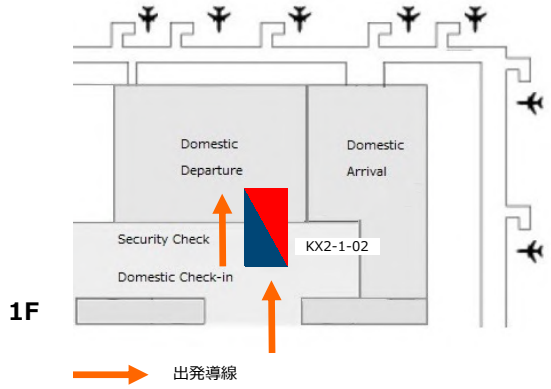
Digital Screen

国内線　到着旅客動線

国内線　出発旅客動線

国際線　到着旅客動線

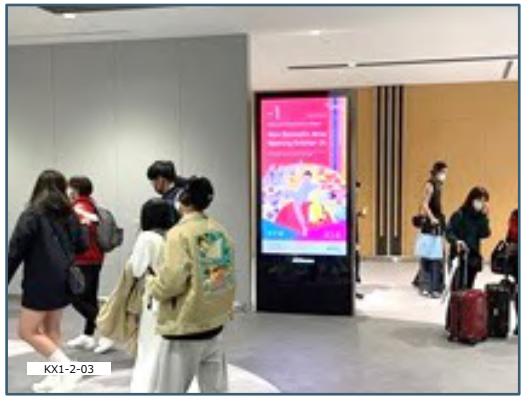
国際線　出発旅客動線

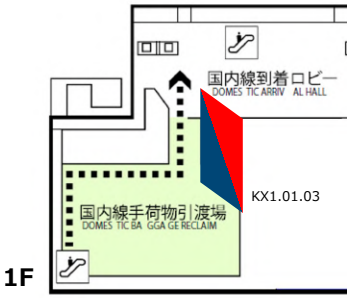


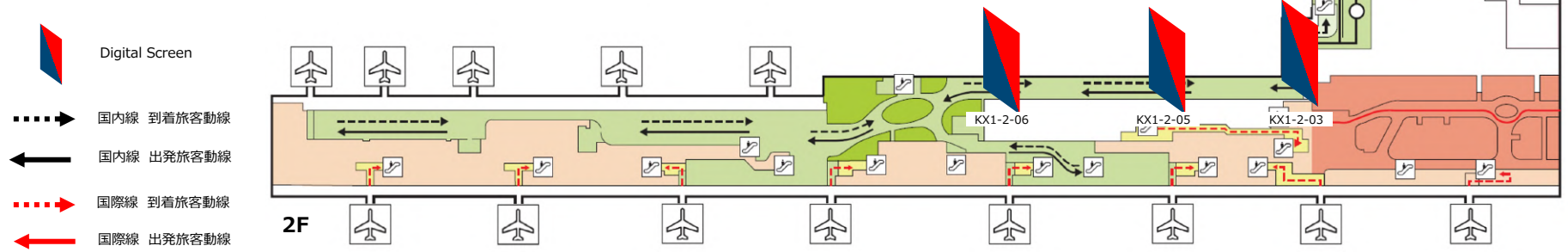
ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

関空　国内線　到着　ロケーション

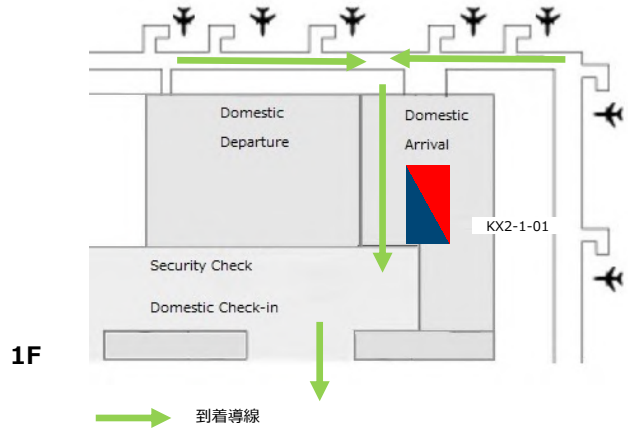
関西国際空港 T1 国内線 到着導線　4 スクリーン







関西国際空港 T2 国内線 到着導線　1 スクリーン



掲出実績企業例

■実績企業

■想定クライアント業種カテゴリーキャンペーン内容

ホテルリゾート	不動産	建設	ラグジュアリーファッション・ジュエリー・ウォッチ	保険
金融・証券	IT	海外観光自治体	B2B企業ブランディング	電鉄	決済サービス
エアライン	地方自治体・行政	ビジネスアイテムブランド	大学	家電	アプリケーションサービス

ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

国内線 出発デジタルネットワーク　伊丹＆関空セット

関西の2大空港「大阪伊丹空港」と「関西国際空港」

２空港 3ターミナルの国内線出発導線を網羅するパワフルなデジタルネットワーク

メディア特性

① **導線100%カバー**
ターミナルの入口から搭乗ゲート付近まで、計15台のスクリーンが**出発導線**の**ボトルネックポイントを広く網羅し、100%の国内線出発旅客と接触。**

② **フリークエンシー：約５回**
通行導線に正対するポジションに、**目線と同じ高さの迫力の85インチスリーン**を出発導線に沿って**平均５面**設置。
出発旅客は、搭乗時刻までの**空港での長い滞在時間中、繰り返し広告のメッセージに反応。**

③ **トップロケーション・強制視認性**
15スクリーンすべてが**導線に正対**し、かつ**目線と同じ高さ**に設置されており、目に飛びこんでくる、迫力の大画面

旅客数

伊丹空港・関西国際空港　国内線　出発	2019年
年間	約 1,175万人
月間平均	約 100万人

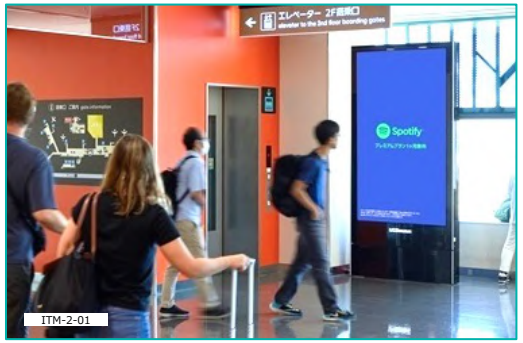
媒体リーチ 100%

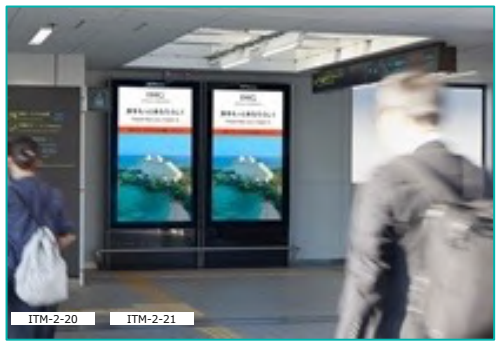
ネットワーク	空港	エリア	ターゲットオーディエンス	フォーマット	スクリーン数	媒体費(1枠/15秒)		最短申込期間	編成費	枠数	1枠あたりの最小SOV	保障放映回数	放映時間
国内線出発デジタルネットワーク	①大阪伊丹空港 & ②関西国際空港	国内線出発 エリア	国内線出発 旅客	デジタル85インチ	15	￥1,690,000	2週間	2週間	￥117,650/1素材	最大12枠	8%	121,500回 / 15 スクリーン ·1ヶ月	6:00 - 21:00
						￥2,900,000	1ヶ月						
						￥7,250,000	3ヶ月						
						お問い合わせください	12ヶ月						

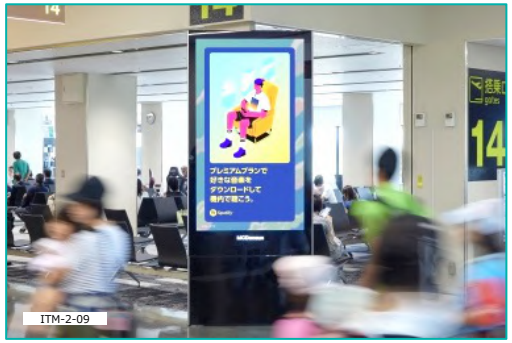
ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

伊丹空港　国内線　出発　ロケーション

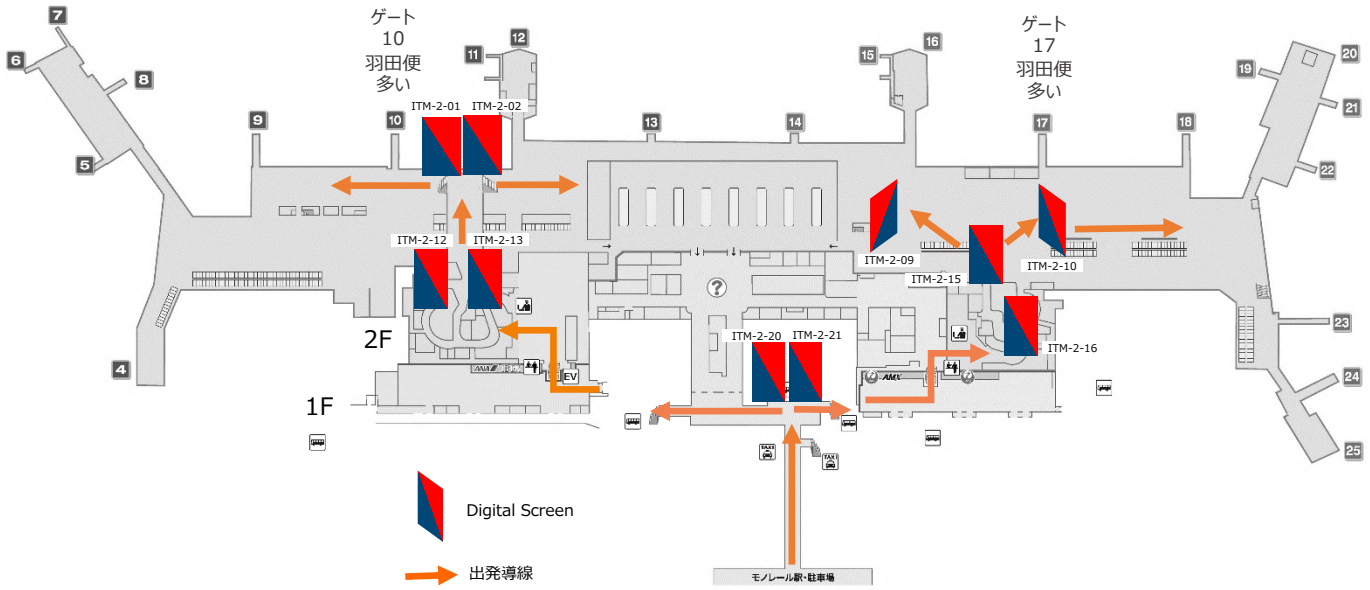
大阪伊丹空港　国内線　出発導線　10 スクリーン







ANA Side Food Court & Shopping Area



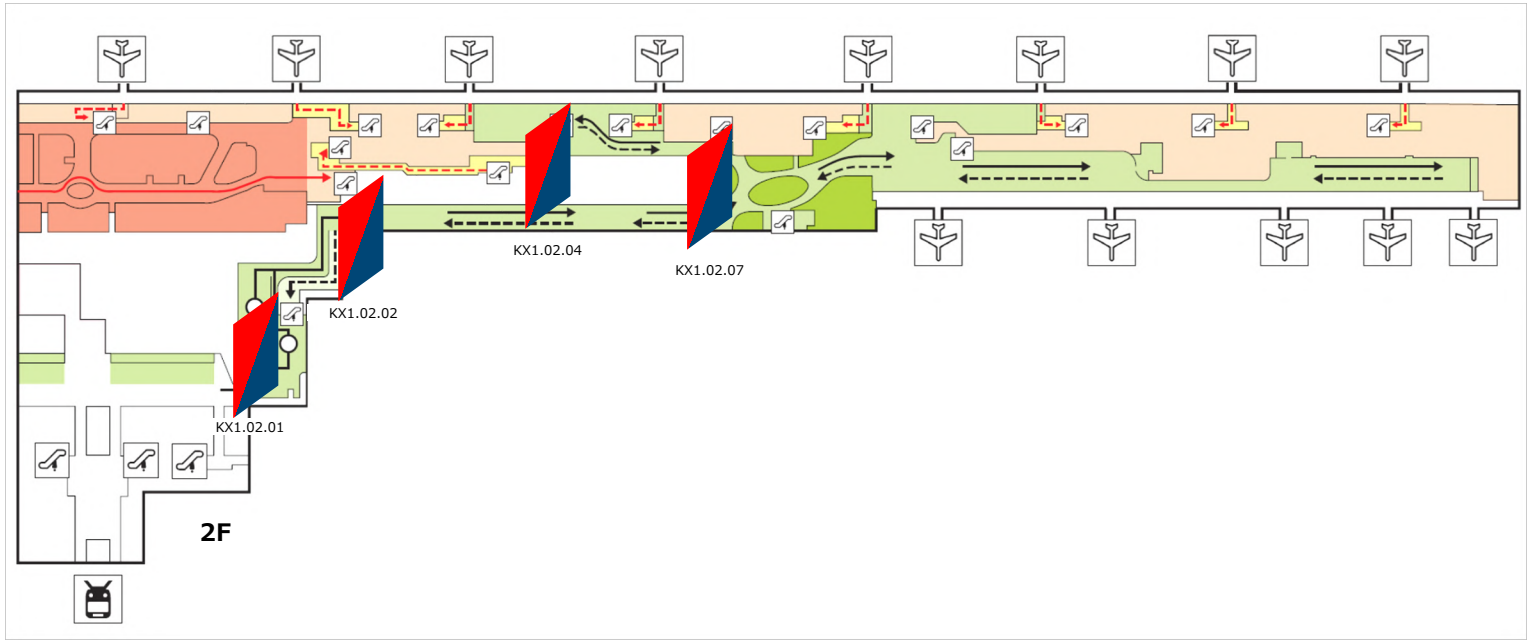
JAL Side Food Court & Shopping Area

ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

関空　国内線　出発　ロケーション

関西国際空港 T1 国内線　出発導線　4 スクリーン

関西国際空港 T2 国内線
出発導線　1 スクリーン



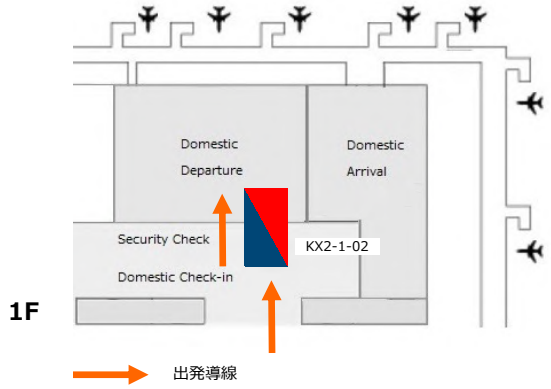
Digital Screen

国内線　到着旅客動線

国内線　出発旅客動線

国際線　到着旅客動線

国際線　出発旅客動線



ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

国内線 到着デジタルネットワーク　伊丹＆関空セット

関西の2大空港「大阪伊丹空港」と「関西国際空港」

２空港 3ターミナルの国内線到着導線を網羅するパワフルなデジタルネットワーク

メディア特性

① **導線100%カバー**
計15スクリーンが、国内線到着強制導線を**集中的にカバー。**
100%の国内線到着旅客と接触。

② **フリークエンシー：約５回**
集中的、かつ連続的にメッセージを発信。
ターンテーブル周辺に滞留する旅客は、**繰り返し広告ディスプレイのメッセージを複数回視認。**

③ **トップロケーション・強制視認性**
15スクリーンすべてが**導線に正対**し、かつ**目線と同じ高さ**に設置された迫力の大画面。

旅客数

伊丹空港・関空　国内線　出発	2019
年間	約 1,175万人
月間平均	約 100万人

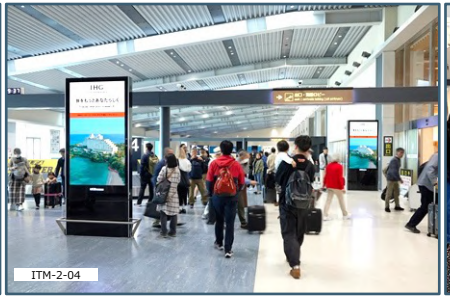
媒体リーチ 100%

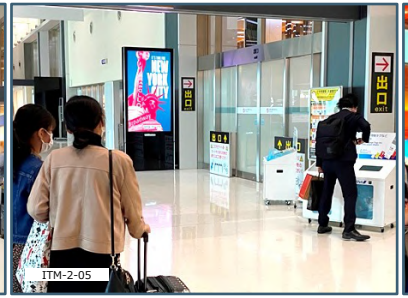
ネットワーク	空港	エリア	ターゲットオーディエンス	フォーマット	スクリーン数	媒体費（1枠/15秒）		最短申込期間	編成費	枠数	1枠あたりの最小SOV	保障放映回数	放映時間
国内線到着デジタルネットワーク	①大阪伊丹空港 & ②関西国際空港	国内線到着エリア	国内線到着旅客	デジタル 85インチ *一部 80″･75″	15	￥1,470,000	2週間	2週間	￥117,650-/1素材	最大12枠	8%	121,500回 / 15 スクリーン ･1ヶ月	6:00 - 21:00
						￥2,520,000	1ヶ月						
						￥6,300,000	3ヶ月						
						お問い合わせください	12ヶ月						

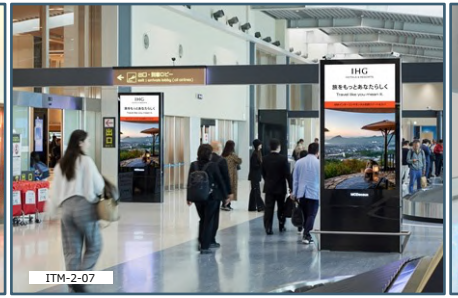
ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

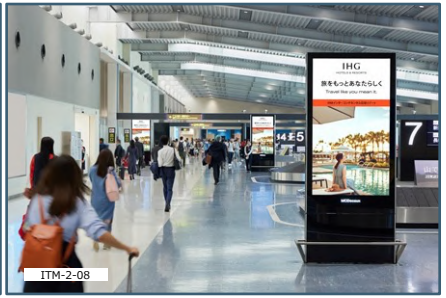
伊丹空港　国内線　到着　ロケーション

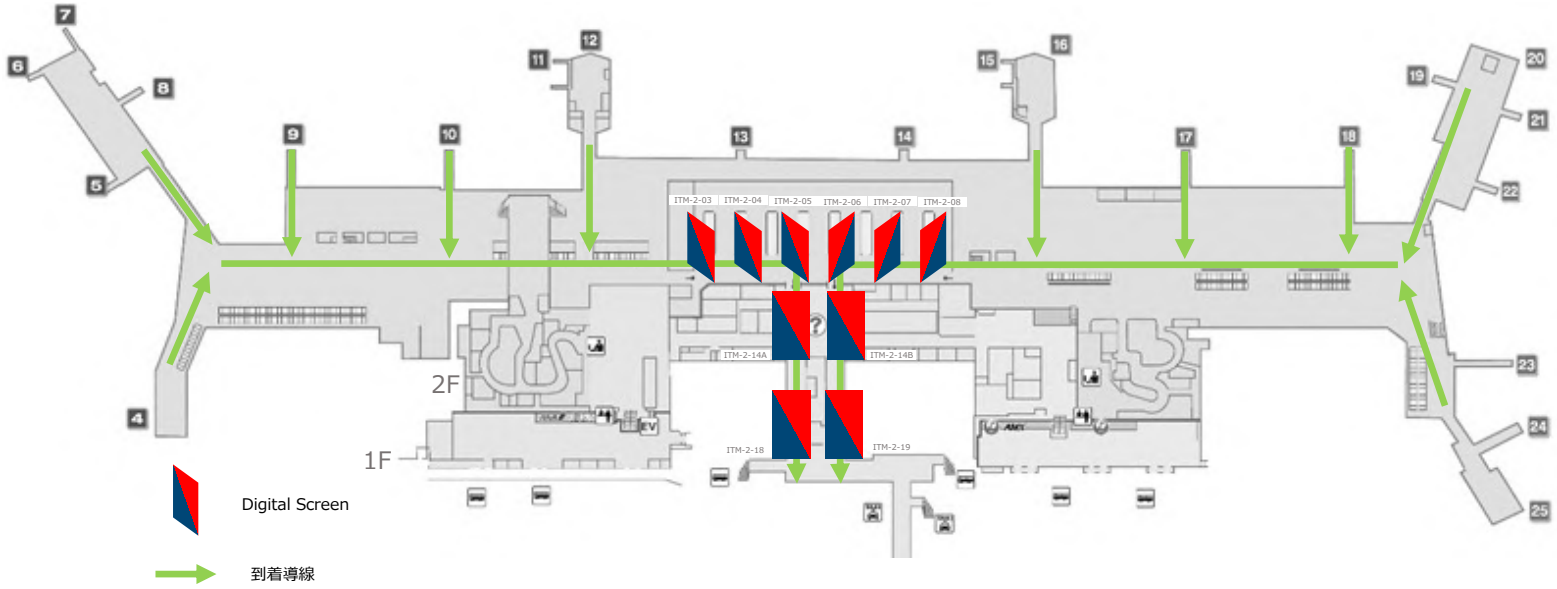
大阪伊丹空港　国内線　到着導線　10 スクリーン

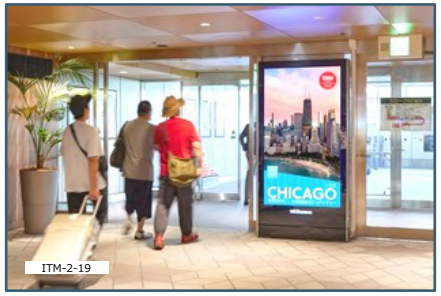








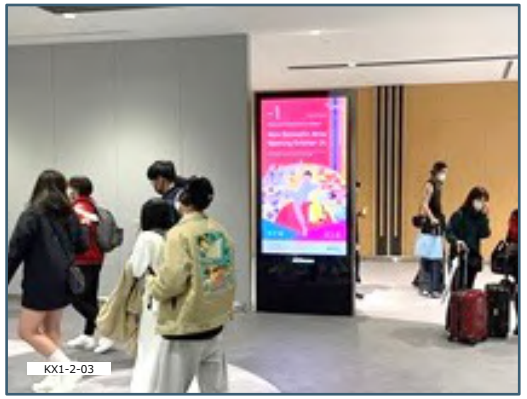


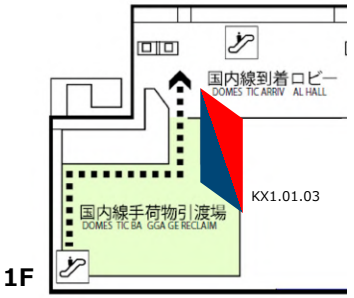


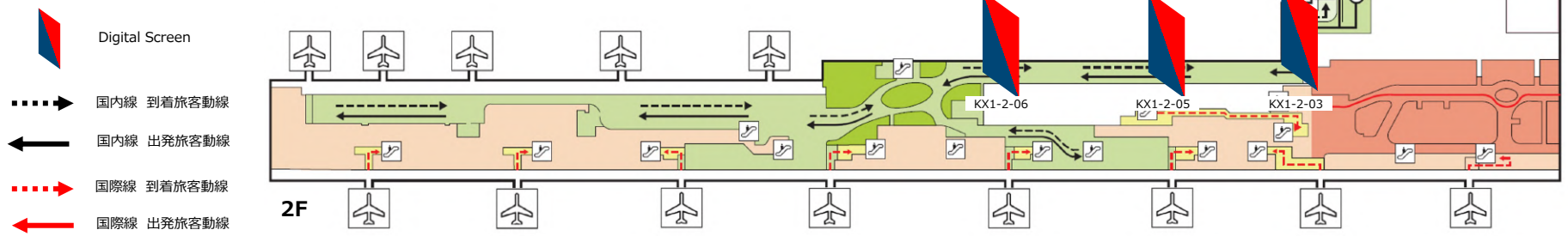
ブロードキャストタイプ
全ての旅客者をカバー

関空　国内線　到着　ロケーション

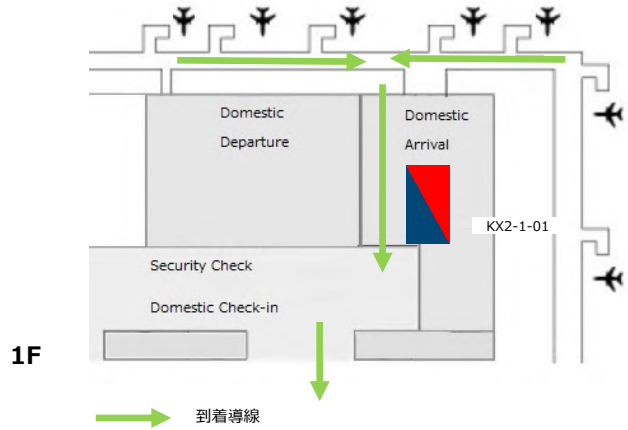
関西国際空港 T1 国内線 到着導線　4 スクリーン







関西国際空港 T2 国内線 到着導線　1 スクリーン



MCDecaux Airport メディア 販売概要

1．申込ルール

- 申込みは、決定優先です。
- 申し込みは、文書もしくは電子メールでの受付となります。
- キャンセルについては、下記のキャンセル料を申し受けます。
  ー掲出前4ヶ月～6ヶ月：掲出料金の70%
  ー掲出前4ヶ月未満　　：掲出料金の100%

2．販売概要　留意点

- 表記金額には消費税を含みません。
- 掲出にあたっては、空港会社による審査の他、当社の定める広告掲出基準による審査がございます。 審査結果に伴い、修正のご相談をさせていただく場合がございます。
- 表記金額・スクリーン数は、設置状況やその他の理由により、予告なく改定されることがあります。
- 空港の改修工事など、やむを得ない事態が発生した場合、放映スクリーン数と場所は変更されることがあります。
- ネットワークの構成は、弊社判断で改定され、変更される可能性があります。
- 各ネットワークごとの全スクリーン数と放映期間から換算した最低放映回数を保障します。（機械トラブルによって保障放映回数に満たない場合は、放映期間や枠数等の調整をして、保障回数分の放映を補填致します。）上記の補填が実現できなかった場合、最低放映回数に達しなかった場合、請求金額は実放映回数分のみの試算となります。
- 編成費には、データ処理費と放映システムへのアップロード費を含みますが、入稿の条件などにより料金が変動する場合があります。
- 掲出終了後、掲出されたポスタービジュアルを弊社ホームページやその他の販売資料の中で使用させていただく場合があります。
- 空港情報等の業務コンテンツが放映されることがございます。

3．ブッキング

- 最短申込期間はネットワークによって異なります。
  ２週間：国内線チェックインランドマーク・国内線スカイエグゼクティブネットワーク・国内線出発デジタルネットワーク・国内線到着デジタルネットワーク
  １ヶ月：KIX TVネットワーク
  ３ヶ月：国際線トラベルリテールネットワーク・国際線到着デジタルネットワーク

- 月単位掲出の場合、放映開始日は原則毎月１日
- 週単位掲出の場合、放映開始日は原則月曜日
- 年末年始に開始または終了するキャンペーンは、開始日または終了日の前後への調整をご相談させていただく可能性がございます。

4．エムシードゥコー広告審査委員会 基本原則

基本原則

- 空港利用者に対して不快の念を与えないこと。
- 児童及び青少年保護の点で適切であること。
- 特定の政治宣伝、宗教宣伝を目的とせず、人権侵害の恐れがないこと。
- 人種侵害、名誉棄損、性差別を含む内容でないこと。
- 関連法令に適合していること。

入稿仕様

項目	国内線　チェックインランドマーク	縦型 液晶デジタル - 国内線　出発＆到着デジタルネットワーク - 国際線　トラベルリテールネットワーク - 国際線　到着デジタルネットワーク	KIXTV
解像度	W1,680 x H960 ピクセル　(7:4素材)	1080 (横) x 1920 ピクセル (縦)　(16:9素材)	横 1,920× 縦 1,080 ピクセル　(16:9素材)
データフォーマット	MP4 (H.264), mov	Mp4 (H.265), mov	Mp4 形式（ビデオフォーマットNTSC準拠）
フレームレート	25fps 以上	29.97fps 以上 (60fps推奨)	29.97fps 以上
ビットレート	最大（ピーク）26Mb/秒	20MB/秒 以上	1,150kbps（MPEG2） 1,200kbps前後（WMV）推奨
カラー	ー	ー	～24bit （1,670万色）
入稿画像向き	横向き	横向き (画像を反時計回りに９０度回転させた形)	横向き
セーフティ	95%	95%	95%
画面サイズ	W5,000mm x H3,000mm	※縦横比は同一 85 インチ (W1,058mm x H1,878mm) 80 インチ (W996mm x H1,771mm) 75 インチ (W938mm x H1,645mm) 70 インチ (W865mm x H1,538mm)	42 インチ (W900mm x H518mm)
音声	非対応	非対応	非対応
注意	– VOBフォーマット (DVDフォーマット) には対応していません。 – WMVとflashから変換されたMPEG2は受け付けられません。 – オリジナルのHDファイルを推奨します。低解像度データからの変換は避けてください。切り抜きや拡大されたビデオも避けてください。		

入稿スケジュール	
デザイン審査データは掲出開始15日前までにご入稿ください。	※データの仕様は、当社の入稿ガイドに準じますが、 カラーモードは、必ずRGBで書き出してください。 ※大型連休や年末年始等のスケジュールにより、納品期日が前倒しとなる場合がございます。事前にご確認ください。 ※納品が期限に間に合わない場合は、別途規定の料金が発生します。

データ

大阪伊丹空港・関西国際空港　国内線｜国内線旅客　プロファイル

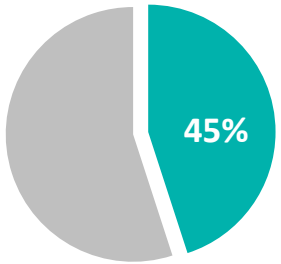
■ 2020 国内線旅客調査
対象者: 男女1,743人、年齢20-69歳
（2020年2月1日～3月29日の間、伊丹・関空の国内線フライトを利用した人）
※ビジネス旅客676人を含む
調査方法: オンライン回答
調査会社: インテージ

ビジネストラベラーの属性特徴

- **49%**が管理職以上
- 世帯平均年収**1千万円以上**
- **大企業**の従業員

*Source: Intage Research (n=676 business travelers)

デジタル広告は高いアテンションを得る



(n=676 business travelers)

45% のビジネス旅客者は
“空港におけるデジタル広告は目に止まる”
と答えている

*Source: Intage Research (n=676 business travelers)

行動変容 行動を促す空港広告

19%
広告されている製品・サービスを
インターネットで調べてみた。

10%
更に情報を得るために広告主に
実際にコンタクトをとった。

11%
実際に広告されている製品・
サービスを購買もしくは試した。

*Source: Intage Research (n=676 business travelers)

大阪伊丹空港・関西国際空港　国内線｜国内線旅客　プロファイル特徴

所有している時計
平均3本
空港利用者
N=1648

世帯年収
1,000万＋
44%
空港ビジネス利用者
N=767

役職
部長職以上
35%
空港ビジネス利用者
N=767

プライベート ← ビジネス

趣味・旅行
75%
空港利用者
N=1648

投資経験あり
71%
空港ビジネス利用者
N=767

会社の規模
1,000人以上
35%
空港ビジネス利用者
N=767

出張頻度
16回/年
空港ビジネス利用者
N=767

■調査名　:伊丹空港・関西国際空港　国内線利用者調査 2022
□調査時期:2022年12月
□調査方法:インターネット調査
□調査対象:1,648名　男女18+(過去3か月に伊丹・関空国内線を利用)
□調査機関:外部調査機関

パワフルな空港メディア

ポジティブな視認姿勢が、消費行動を促進

意識変容

68%

広告されている情報を見て、
その商品を食べたくなった・飲みたくなったことがある

50%

広告されていた飲食物を
購入したことがある

行動変容

82%

空港内で流されている
観光情報は**旅の情報の参考になる**

54%

広告されていた商品を
お土産として購入した
ことがある

空港利用者
N=1648

■調査名　:伊丹空港・関西国際空港　国内線利用者調査 2022
□調査時期:2022年12月
□調査方法:インターネット調査
□調査対象:1,648名　男女18+(過去3か月に伊丹・関空国内線を利用)
□調査機関:外部調査機関

空港というユニークなロケーションは、B2B情報との親和性が最大化するコンテクスト

飛行機を利用した出張でビジネスモチベーションがアップ

54%

飛行機を使った出張は、
仕事に対してのモチベーションが高まる

57%

空港で過ごす時間は
仕事について、考え事をする時間が持てる

■調査名　:伊丹空港・関西国際空港　国内線利用者調査 2022
□調査時期:2022年12月
□調査方法:インターネット調査
□調査対象:1,648名　男女18+（過去3か月に伊丹・関空国内線を利用）
□調査機関:外部調査機関

空港ビジネス利用者
N=767

Airports: Open for Business

JCDecaux connects with Global Business Decision Makers (BDMs)

ビジネス上の意思決定者（経営者、部長職以上）は、空港を頻繁に利用します。

そのうち4,464人を対象に、
12の主要市場で調査を行いました。

9 in 10

のBDMは、バーチャルな会議よりも、直接会って話をすることの方が重要であると考えています。ビジネス関係を構築・維持するためには、飛行機での移動が不可欠です。

飛行機を利用し続けることは、ビジネスの意思決定者にとって重要なことです。

95%

のBDMがこれまでと同じ量、あるいはそれ以上の頻度で飛行しています。

空港は、BDMがオフィスでのプレッシャーから解放される「静かな時間」を提供してくれます。空港において、彼らは仕事モードではありますが、考え事をする時間があります。

70%

が「仕事が頭の片隅にある」と答えています。

3 in 4

が空港内でビジネスの新しいアイデアを検討する時間と機会があると答えています。

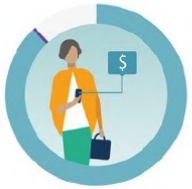
BDMは空港という空間でB2B広告とつながります。

4 in 5

空港で広告を出しているB2Bブランドを検討する可能性が高いと答えています。

82%

のBDMが、空港のB2B広告は、自分のような人にリーチするのに効果的だと答えています。



88%

のBDMが空港でビジネス関連の広告を見た結果、行動を起こしたことがあります。

BDMは、空港で広告を出しているB2Bブランドについて、ビジネス上の重要なキーワードを無意識に連想します。

Source: Future Thinking market research 2019

JCDecaux Airport

JCDecaux OneWorld
Your world connected

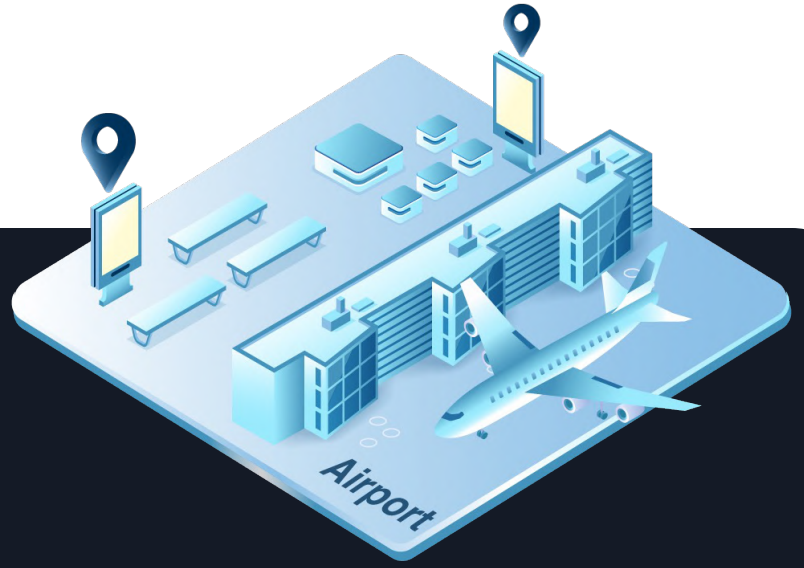
© 2019 JCDecaux

AIRPORT
ADVERTISING
10 REASONS
WHY IT WORKS
~空港広告が効果的な１０の理由~
BUSINESS LOUNGE
Safeguard your business with
Connex Cloud
Calvin Klein
THE BAG
1 空港広告は、気分が高揚し、感受性がたかまった状態の旅客に接触できること
2 空港広告は、最小限の努力で、裕福な人々へ接触できること。
3 空港広告は、影響力をもつハイクラスなエグゼクティブがビジネスモードのときに接触できること
4 空港広告は、空港独特のコンテクストによって認知されるブランド価値を高めること
5 空港広告は、好奇心旺盛かつ感受性高くなっている消費者に接触できること
6 空港は、閉ざされた空間により広告を避けることができない状態をつくること
7 空港広告は、長い滞留時間を過ごす旅行者に接触できること
8 空港広告は、空港内店舗の売上を向上させることができること
9 空港広告は、旅行者の気分と広告費をマッチさせること
10 空港広告の対象は、今後著しくのびる旅行者であること

媒体資料をダウンロード頂きありがとうございます

過去のキャンペーン事例やインターネット調査事例などをご希望のお客様は
以下のメールアドレスまでお問い合わせください。

info.mcd@mcdecaux.co.jp



MCDecaux