阪 急　梅田エントランスビジョン

お問い合わせは こちらを クリック

2022/12/9

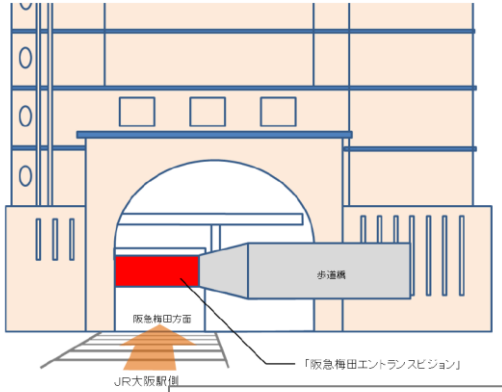
KESION

大阪梅田駅とJR大阪駅を結ぶ、常に人通りの多い導線上に設置された大型デジタルサイネージ。阪急の玄関口ともいえる場所のランドマーク的な媒体です。

掲出場所	サイズ・面数	1枠/ロール	販売枠数	放映開始日	放映形態	期間	枠数	広告料金（税別）	備考
阪急百貨店 うめだ本店 （梅田阪急ビル） 西側外壁	約275インチ 1面	15秒/6分	17枠／24枠 ※残り7枠はニュース等 公共情報の放映	月曜	ロール	1週間	1枠	150,000円	
						4週間	1枠	480,000円	
						26週間	1枠	2,800,000円	
						52週間	1枠	5,000,000円	
					スポット	10週間	10枠	1,050,000円	放映は任意。1週最大3枠迄

※放映パターンについては、P.2をご参照ください。
※セット商品については、P.3をご参照ください。

- ●放映時間　6：00～24：00（18時間）
- ●意匠審査　阪急による意匠審査がございます。
  放映開始日の11日前までに最終の審査用データをご提出ください。
  「阪急電鉄広告掲出基準」及び大阪駅前地区デジタルサイネージガイドライン運営委員会で策定の「大阪駅前地区におけるデジタルサイネージガイドライン」に基づいた審査がございます。
- ●放映形態　静止画または動画（音声無）
- ●掲出開始日　月曜日
- ●入稿　データ入稿
- ●入稿期限　放映開始日の6営業日前16時
  ※GW、お盆期間、SW、年末年始は通常より早い納品となる場合があります。
  ※入稿及び放映指示が期限を過ぎた場合は、遅延金が発生いたします。
- ●申込方法　【ロール放映、セット商品】　**3ヶ月前第1営業日より随時受付※5月放映分より適用**
  【10W枠】1ヶ月前の第1営業日より随時受付　※放映枠の確定は該当週の2週間前
- ●最低保証回数　放映回数は緊急放映・支障を含め90%稼働時の保証回数とします。
- ●備考
  - ・一般販売枠は24枠中17枠とします。（残り7枠は、ニュース、天気予報行政情報などを放映する公共情報枠）
  - ・放映意匠は、18時間/日×申込放映期間、同一意匠の放映を基本とします。
  - ・放映期間中に放映素材の変更及び中止をする場合は、特殊放映として別途料金を申し受けます。
  - ・放映期間中であっても、事業上の支障、緊急事態その他やむを得ない事由が生じたときは、放映を中止する場合があります。
  - ・特殊な放映パターンなどをご要望の場合は、別途オプション料金が発生いたします。事前にお問い合わせください。

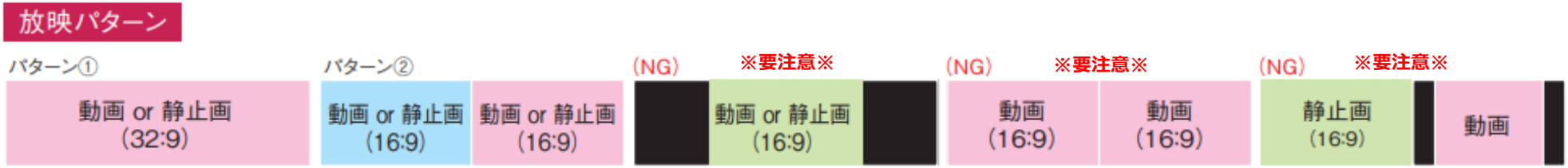


1日平均乗降人員　阪急大阪梅田駅：512,887人（H31年度）

阪急　梅田エントランスビジョン　放映パターン・入稿仕様

■放映パターン

放映意匠は、以下の2パターンのいずれかで、18時間／日×7日間、同一意匠の放映を基本とします。



■入稿仕様

素材納品日

放映開始日の6営業日前AM。

仕様確認について

仕様確認及び事前テスト放映の依頼は、お受けいたしかねます。下記の仕様をご確認の上、完全データでの入稿をお願いいたします。
なお、放映後、素材に不具合があった場合は差替えデータをご用意いただく場合がございますので、予めご了承ください。

入稿仕様

[阪急梅田エントランスビジョン]（阪急梅田グランドビジョン素材の使用も可能）

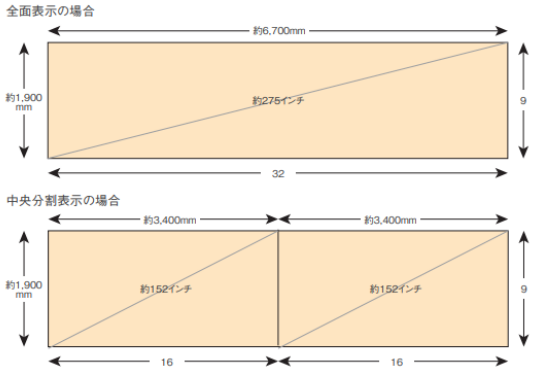
■動画（WMV9・MPEG4 AVC/H.264・MOV/H.264）

解像度（pixel）	拡張子(ファイル形式)	映像エンコードビットレート	プロファイルレベル	フレームレート
アスペクト比 [32:9] W1,120×H320 [16:9] W560×H320	.wmv　.mp4　.mov	CBR(固定ビットレート) [32:9] 8Mbps以下 [16:9] 4Mbps以下	※推奨値 プロファイル:High レベル:4.1	30fps

■静止画

解像度（pixel）	拡張子(ファイル形式)	カラーモード
アスペクト比　[32:9] W1,120×H320 [16:9] W560×H320	.jpg　.png　.bmp	RGB形式

表示画面サイズ



阪 急　梅田エントランスビジョン　セット商品

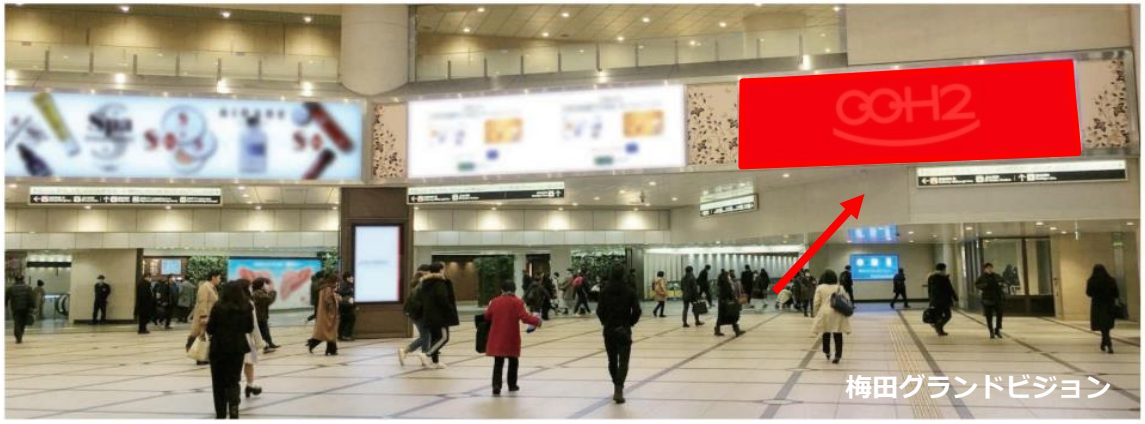
2022/12/9

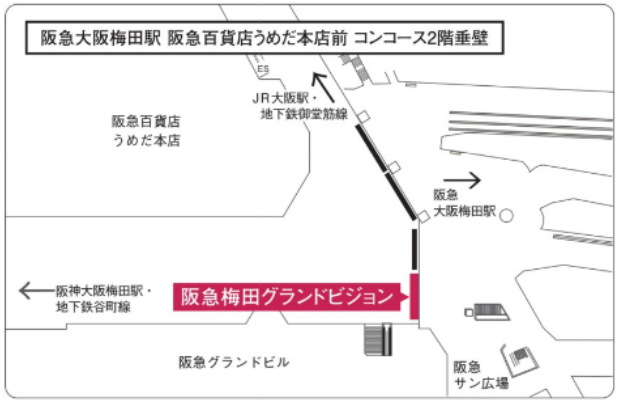
■セット商品（同一期間、同一広告主の場合）

セット商品	掲出開始日	期間	枠数	掲出料金（税別）
阪急 梅田グランドビジョン ＋ 阪急 梅田エントランスビジョン	月曜	1週間	1枠（15秒）ロール枠	300,000円

※梅田グランドビジョンの規制対象業種につきましては、当該セットの申込不可となります。
※媒体の詳細は各資料をご参照ください。
3ヶ月前第1営業日より随時受付※5月放映分より適用

【ご掲出イメージ】





■ビジュアル表現基準

「阪急電鉄広告掲出基準」に加え、一般広告のビジュアル表現について各号のいずれかに該当するときは、原則としてこれを取り扱わない。

（１）情報過多、文字情報が多いもの
（２）赤・青・黄などの原色や高彩度の色（けばけばしい色彩）が多用され、かつ景観と調和しないと判断されるもの
（３）見る人に著しく暗いイメージを与えるもの
（４）道路交通の安全を損なう恐れや注意表示と誤認される可能性があるもの
（５）性的表現・暴力的表現・差別的表現がなされていると判断されるもの
（６）その他、ガイドライン運営委員会が不適切と判断したもの

■映像効果基準

「阪急電鉄広告掲出基準」に加え、映像効果については、以下の要件を満たすものでなければならない。

（１）短時間毎に連続して同じ内容を繰り返し、見る人に不快を与えることがないこと
（２）視覚的に強い表現等をしないこと
（３）映像や光の点滅、特に「鮮やかな赤色」の点滅は使用を避けること
（４）コントラストの強い画面の反転や急激な場面転換は避けること
（５）規則的なパターン模様（縞模様、渦巻き模様、同心円模様など）が、画面の大部分を占めることは避けること
（６）不安定な“揺れる映像”については、安易な使用を行ってはならない。
（７）いわゆるサブリミナル技法のように通常の状態では知覚、識別できない表現技法で潜在意識に働きかけることをしてはらない

■ビジュアル表現基準の具体例

原則、表現内容は個別の判断とするが、以下の具体例を目安とする。

（1）文字情報が多いものは避けてください

文字情報が多いものについては掲出できません

→

文字情報を減らしたデザインにしてください

（2）高彩度の色多用は避けてください

赤・青・黄などの原色や高彩度の色（けばけばしい色彩）が多用され、かつ景観と調和しないと判断されるものは掲出できません。

→

原色や高彩度の色彩を減らすとともに、景観との調和を考慮したものとしてください。

（3）情報過多なものは避けてください

情報量が多いものについては掲出できません。

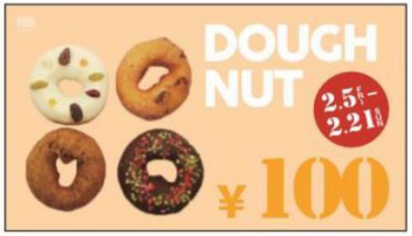
→

情報量を減らしたデザインとしてください。

（4）価格訴求の強いものは避けてください

価格訴求が主たるデザインとなるものは掲出できません。

→



表示価格についてはバランスを考慮してください。

（5）白色部分が多いものは避けてください

白色部分が多いものは輝度が高くなってしまうため掲出できません。

→

白色部分を抑え、コントラストに留意したデザインにしてください。

（6）デザイン性がないものは避けてください

デザイン性がないものは景観と調和しないため掲出できません。

→

デザイン性の高いものとしてください。

阪急　梅田エントランスビジョン　放映プログラム内訳

・基本、以下のプログラム内容で放映致します。
・お申込みの枠数、秒数の状況によっては、公共枠の放映順が変更になる場合がございます。
・お申込枠の順番指定、枠指定はできませんので予めご了承お願いします。

設定枠数：6分ロール24枠（1枠15秒）
販売枠17枠 ／ 公共枠7枠

●公共枠
ニュース、天気予報を中心に、行政情報の案内他、観光情報なども放映予定です。

例）ニュース、天気予報

●素材の切替について
各素材の切替はフェード切替となります。

1（00:15）	公共枠
2（00:30）	販売枠
3（00:45）	販売枠
4（01:00）	公共枠
5（01:15）	販売枠
6（01:30）	販売枠
7（01:45）	販売枠
8（02:00）	公共枠
9（02:15）	販売枠
10（02:30）	販売枠
11（02:45）	公共枠
12（03:00）	販売枠
13（03:15）	販売枠
14（03:30）	販売枠
15（03:45）	公共枠
16（04:00）	販売枠
17（04:15）	販売枠
18（04:30）	公共枠
19（04:45）	販売枠
20（05:00）	販売枠
21（05:15）	販売枠
22（05:30）	公共枠
23（05:45）	販売枠
24（06:00）	販売枠