竹芝スカイウォークビジョン
メディアガイド

2026年8月1日～



TAKESHIBA
AREA MANAGEMENT

竹芝スカイウォークビジョンとは

オフィスビルや商業施設からなる東京ポートシティ竹芝の開業にあわせて整備された、
歩行者デッキ上に設置されたデジタルサイネージです。

2026年度末に歩行者デッキとJR浜松町駅（駅舎が橋上化）直通予定。
竹芝エリアの開発進捗に伴い、今後さらなる賑わいが見込まれます。





目次

1　浜松町・竹芝エリア・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P4〜5

2　竹芝スカイウォークビジョン・・・・・・・・・・・・・　P6

3　媒体概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　P7

4　放映までの流れ・審査・・・・・・・・・・・・・・・・　P8

5　入稿仕様・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　P9

6　広告規則・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　P10〜11

7　竹芝地区屋外広告審査基準・・・・・・・・・・・・・・　P12〜13

8　放映事例・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　P14

浜松町・竹芝エリア





浜松町・竹芝エリアの魅力的な環境

- ●大手町丸の内有楽町・品川といった国際競争力が高い拠点に囲まれた立地
- ●羽田空港から至近な「空の玄関口」※羽田空港から浜松町駅まで約20分
- ●フェリーが行き交う東京湾を望む「海の玄関口」
- ●２つの庭園（文化財）が存在する、環境に恵まれた緑豊かなエリア

隣接駅から東京ポートシティ竹芝までのアクセスも抜群

JR線 浜松町駅	徒歩 4 分
都営 大門駅	徒歩 5 分
ゆりかもめ 竹芝駅	徒歩 2 分

隣接駅の１日平均乗降客数

隣接駅利用者１日あたり（隣接駅利用者合計） 約 59.1 万人

JR山手線 浜松町駅	モノレール 浜松町駅	大江戸線 大門駅	浅草線 大門駅	ゆりかもめ 竹芝駅
約26.7万人（2024年度）	約10万人（2025年度）	約11.6万人（2024年度）	約10.3万人（2024年度）	約0.5万人（2024年度）

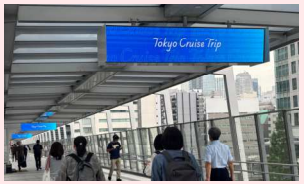
竹芝エリア

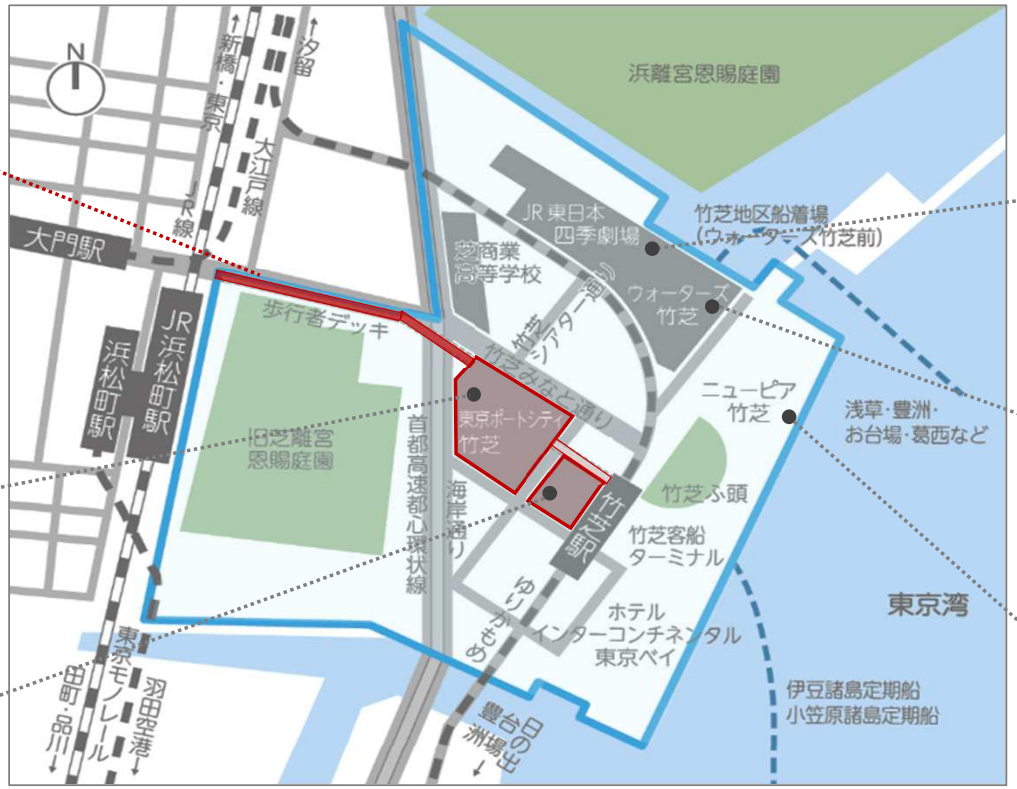
竹芝地区は、海辺ならではの開放感が魅力のウォーターフロントエリアです。
島しょ部への玄関口として定期船や納涼船が発着し、ホテル・劇場・商業施設が集積。
船の往来や美しいベイビューを楽しめるとともに、賑わいあふれるロケーションです。





竹芝スカイウォークビジョン





東京都立産業貿易センター浜松町館

東京都が産業振興を目的として運営
している展示室・会議室施設
2～5階で各フロア面積は約1,500㎡
イベント情報サイトは[こちら]

ソフトバンク本社

JR東日本四季劇場［秋］

年間イベント開催数：約300公演
劇団四季専用劇場で1,200の客席数

ウォーターズ竹芝

JR東日本が開発した大型複合施設
アトレ竹芝やホテル、オフィス棟で構成

ニューピアホール

ニューピア竹芝ノースタワー内に
ある最大796人収容の多目的ホール
公式サイトは[こちら]

竹芝スカイウォークビジョン

竹芝スカイウォークビジョンは、JR浜松町駅・東京モノレール浜松町駅・ゆりかもめ竹芝駅を結ぶ歩行者デッキ上に
設置されたメディアです。2027年3月には駅改札との同階層での接続も予定されております。

オフィスビルや、商業施設からなる東京ポートシティ竹芝を結ぶ歩行者導線上に設置されているため、
平日はビジネスパーソン、休日は周辺施設利用者や観光客など、幅広い利用者との接点を持ちます。
羽田空港へのアクセス導線に位置することから、インバウンド客や空港利用者への訴求も可能です。
歩行者デッキの1日あたりの通行人数は、約9,000人（2026年2月時点）です。

歩行者デッキ上に連続して設置された複数面のビジョンにより、繰り返し接触する機会を提供します。
周辺に競合となる広告媒体が少ないことに加え、鉄道運行情報や竹芝エリアイベント情報などのコンテンツも放映されるため、
通行者の視線を集めやすい媒体です。
また、四季劇場やニューピアホールなどのエンターテインメント施設が集積するエリアに位置し、
イベント来場者との接点を創出できることから、応援広告にも適した媒体です。







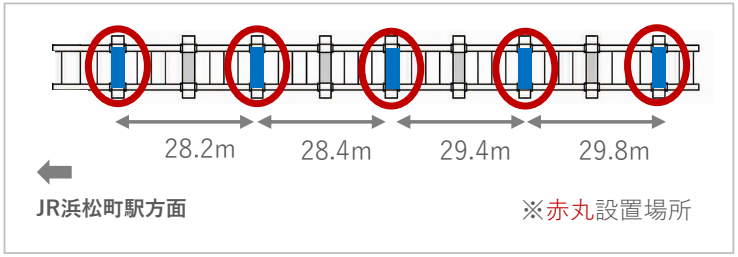
媒体概要

商品名	面数	音声	放映期間	放映開始日	枠数	秒数	ロール分数	放映時間	料金（税別）
竹芝スカイウォーク ビジョン	10面 （5ヵ所）	なし	1週間	個別に ご相談 ください	14枠	15秒 30秒	6分	6:00～23:00 （17時間）	※ エリア内価格：50,000円 ※ エリア外価格：100,000円

※エリア内は、P5竹芝エリアの水色枠内に所在する事業所、店舗、教育機関、医療機関、その他施設を対象としています。なお、浜松町側については、テナントごとに対象可否を判断いたします。
　対象エリア内の広告主様にはエリア内料金を適用いたします。エリア該当可否については、お気軽にお問い合わせください。
※区道の上に位置する歩行デッキの媒体特性上、視覚的に強い意匠表現は制限がございます。（詳細はP13に記載）

概要	製品仕様
サイズ（mm）	W2,500×H500（1面あたり）
解像度（px）	W960×H192（1面あたり）
輝度	MAX4,500cd

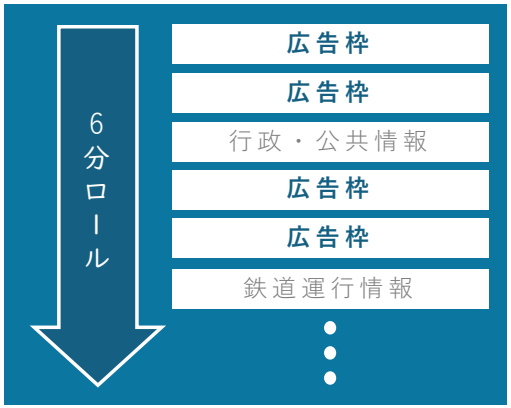
■ビジョン設置図







■配信ロール（イメージ）



放映までの流れ



■審査の注意事項、キャンセルポリシー

・意匠審査の過程で修正をお願いする場合、審査期間が延長となり、上記営業日数を超える場合がございます。
・申込後は原則キャンセル不可となります。
・長期休暇期間（年末年始・GWなど）は入稿スケジュールを変更することがございます。

＜審査について＞
審査は事務局側にて行いますので、放映に関連する資料を電子メールにて送付してください。
送付先：一般社団法人竹芝エリアマネジメント（jimukyoku@takeshiba-am.com）

意匠も事前のデザイン審査・表現考査が必須となります。
入稿期日までに意匠審査が完了していることが必須となります。

下記業種・サービスは広告掲載をお断りしております。詳細はお問い合わせください。
・タバコ（※マナー広告は可）
・パチンコ業
・消費者金融
・宗教法人
・公序良俗に反するような業種
・一部企業において事前の企業審査にてお断りするケースがあります。

※広告放映における競合排除は原則行いません。

入稿仕様

■動画入稿の場合

動 画		
仕様	MPEG4 AVC H.264	Windows Media Video 9
最大解像度	W1920 x H1080 px（横型16:9）	
拡張子	.mp4	.wmv
フレームレート	30fps / 60fps	
最大ファイル容量	2GB	
再生秒数	15秒～	
映像ビットレート	最大25Mbps	
プロファイル	Baseline / Main / High	-
レベル	5.1 / 5.2	-
ストリームタイプ	-	Windows Media Video 9
FOURCC	-	

■入稿する全体解像度：W1920×H1080px
映像が映る領域：左上（0:0）を起点として、
W960×H192px
※右図のように左上を起点にLEDに表示されます。
※非表示エリアも含んだ全体解像度で入稿下さい。



■静止画入稿の場合

静 止 画	
仕様	JPEG / PNG / BMP
最大解像度	W1920 x H1080 px（横型16:9）
拡張子	.jpg / .png / .bmp
再生秒数	15秒～

■表示エリアをフルサイズで入稿する場合
入稿する全体解像度：W960×H192px



■表示エリアを3分割した1面ごと、1面のみに入稿する場合
入稿する全体解像度：W320×H192px



※Adobe社製 Media Encoder Ver13.1 でエンコードされた動画にて検証を行っております。すべてのファイルの再生を保証するものではございません。
※上記のビットレート等は、仕様上の最大値であり、コンテンツによって再生可能なビットレート等は変化します。運用時は実際のコンテンツで十分に放映確認を行い適切なビットレートでエンコードしてください。
※最大解像度は縦・横もしくは両方の解像度を超える場合は再生できません。最大ビットレートはCBR/VBRで対応可能です。最大ビットレートを超えないようにエンコードしてください。

広告規定

（趣旨）
第1条 竹芝地区における公共空間を活用した屋外広告物ガイドライン（以下、「本ガイドライン」という。）は、港区景観計画、および港区屋外広告物景観形成ガイドラインに従い、竹芝地区内の公益的取組への寄与として、表示、掲出する広告及び広告媒体に関する基準を定めるものである。また、浜離宮・芝離宮庭園景観形成特別地区の特性を考慮し、また竹芝地区の独自性に配慮しながら、その魅力を今後も発展・向上させる創造的な試みを阻害する事無く、安全で公共の場にふさわしい品格を保つことをその目的とする。

（広告に関する基本方針）
第2条 広告の表示に関する基本方針は、以下のとおりとする。
(1)交通安全に配慮した表示方法及びデザインとすること
(2)公共空間に相応しいデザインとすること
(3)まちの景観に配慮したデザインとすること
(4)まちの賑わいに資する洗練されたデザインとすること
(5)誰しもが受け入れられる表示内容とすること
(6)東京都屋外広告物条例（昭和24年8月27日東京都条例第100号）に定める許可基準に合致すること

（広告の内容に関する禁止事項）
第3条 広告の内容に関する基本事項は、以下のとおりとする。
(1)基本的人権を損なわないこと
(2)消費者保護の観点から適切なものであること
(3)児童及び青少年の保護の観点から適切なものであること
(4)公序良俗に反しないこと

（広告の内容に関する禁止事項）
第4条 広告の内容に関する禁止事項は、以下のとおりとする。
(1)法令に違反するもの又はその恐れがあるもの
(2)健康上、被害を与える恐れがあるもの
(3)たばこ、風俗営業、消費者金融等に関するもの
(4)宗教、思想、政治に関するもの
(5)虚偽又は誇大な表現のもの
(6)根拠のない表現のもの
(7)暴力団（港区暴力団排除条例 平成26年度港区条例第1号第2条第1号に規定する暴力団をいう。）の活動を助長し、又は暴力団の運営に資するもの
(8)その他、屋外表示する内容としてふさわしくないもの

（広告のデザインに関する基本事項）
第5条 広告のデザインに関する基本事項は、以下のとおりとする。
(1)公序良俗に反しないこと
(2)美観風致を害しないこと
(3)公衆に対して不快の念を与えないこと
(4)交通安全を阻害しないこと
(5)自動車の運転の妨げにならないこと
(6)暴力や犯罪を助長しないこと
(7)児童及び青少年の健全な成長を害する恐れのないこと
(8)その他、屋外広告としてふさわしくないデザインは使用しないこと

（広告のデザインに関する配慮事項）
第6条 広告のデザインに関する配慮事項は以下のとおりとする。
(1)周辺景観との調和や建築物との一体性等について配慮すること
(2)まちの魅力と価値を高められるようにデザインされたものにすること
(3)表示の位置や規模について配慮すること
(4)視認上必要な規模とし、必要以上に大きくしないように配慮すること
(5)沿道を歩く人からの見やすさを考え、配置位置や配列に配慮すること
(6)内容が簡潔に伝えられるように、見え方に配慮すること
(7)地域特性等のイメージに合わせて積極的にデザインすること
(8)色彩は、高彩度色の使用や組み合わせを控えるとともに、色数を抑えて街並みから特出しないように配慮すること
(9)光源を使用する場合は、過度に点滅するものや必要以上に明るいものは避けるなど、周辺景観に配慮すること
(10)LEDビジョン等は、派手な色彩や動きの早い動画は避け、周囲の明るさに応じて輝度を調整するなど、周辺景観と調和するように配慮すること
(11)ただ目立つことばかりでなく、街を訪れる人の立場に立って、心地のよい表示内容となるよう配慮すること
(12)地域特性を加味した色彩、デザインとし、街並みと屋外広告物が相互に協和しながら場所の特徴を際立たせていくよう配慮すること
(13)信号機や交通標識等のまぎらわしいものは避け、道路交通の安全を妨げないような表示となるよう配慮すること
(14)光による周辺環境への影響が最小限となるよう配慮すること
(15)周辺から突出して目立つことは避け、街並みと調和した表示とすること
(16)旧芝離宮庭園等からの良好な眺望に配慮すること
(17)旧芝離宮庭園からの緑や地形など地域の景観をつくる背景、建築物や並木など景観を構成する要素との調和に配慮すること

広告規定

（映像装置に関する基準）
第7条 映像装置（デジタルサイネージ等）を用いる場合は、第6条までの要件に加えて以下のとおりとする。
(1)自動車運転の視線、交通信号、交通標識が保護されるように、派手な色彩や点滅等動きの速い動画は避けること
(2)時間帯に応じて音量を調整すること
(3)視覚的に強い表現等をしないこと（広告に関する基本方針）
(4)映像にあたっては一般社団法人日本民間放送連盟が定める放送基準第15章「広告の表現」※1及び「アニメーション等の映像手法に関するガイドライン」※2に準拠した内容であること
(5)映像については、期間、放映時間、輝度、昼間～夜間、音声、基本サイクル、単位、そのほか求める情報については、事前に明らかにすること
(6)その他、映像装置としてふさわしくないと認められるものは使用しないこと

（広告媒体）
第8条 竹芝地区内における広場、道路、公園等の公共空間に設置が可能なデジタルサイネージ、フラッグとする。

（審査会の設置）
第9条 表示する広告は、「竹芝地区屋外広告物審査会（以下、「審査会」という。）」を設置し、審査会の承認を得てから表示するものとする。なお、審査会及び審査基準等については、別途定める。

（審査会への付議等について）
第10条 広告主から広告表示の申請があった場合は、（一社）竹芝エリアマネジメントが受け付け、速やかに審査会へ付議する。
(1)審査会の結果は速やかに広告主に回答し、広告の内容、デザイン等に修正があった場合は、修正後の広告内容、デザインの確認を行う。
(2)審査の結果は、屋外広告物委員会に適宜報告を行うものとする。
(3)屋外広告物委員会は必要に応じて、審査会の審査状況を都に報告する。

（広告の掲出）
第11条 審査会の承認を得たものに限り、表示することができる。

（広告の行政手続）
第12条 表示する広告の行政手続は、（一社）竹芝エリアマネジメントが行うものとする。

（広告主の責任）
第13条 広告の内容、デザインに関しては、全て広告主が責任を負うものとする。

（本ガイドラインの変更手続き）
第14条 審査会にて本ガイドラインの変更が必要と判断された場合、又は外部の指摘等により本ガイドラインの変更を余儀なくされる場合等において、年度毎に見直すことができるものとする。

（その他）
第15条 本ガイドラインに定めるもののほか、必要な事項は別途定める。

竹芝地区における公共空間を活用した屋外広告審査基準

（趣旨）
第1条 「竹芝地区における公共空間を活用した屋外広告物ガイドライン」に基づき、広告を表示する際に必要な「竹芝地区屋外広告物審査会（以下、「審査会」という。）」及び審査基準について定めるものとする。

（審査会の設置）
第2条 広告表示の可否を判断するために審査会を設置する。

（審査会の役割）
第3条 審査会は、（一社）竹芝エリアマネジメントからの付議に基づき、広告主が作成した広告の内容、デザイン等について審査を行い、広告表示の中止又は内容、デザイン等の修正が必要な場合は、当該広告物の表示の中止勧告又は内容、デザイン等の修正勧告を行わなければならない。

（審査会の委員構成）
第4条 審査会の委員は、「地域委員」1名以上、「学識、専門家委員」2名以上、「公益委員」2名以上の合計5名以上の委員で構成するものとする。

（審査会の委員の任期）
第5条 審査会の委員の任期は、2年とする。ただし再任は妨げない。
委員が任期途中に交代した場合の後任者の任期は、前任者の残任期間とする。

（審査会の運営）
第6条 審査会に会長及び副会長を置く。
(1)会長は委員の互選により選出する。
(2)会長は、審査会を代表し、会議を総理する。
(3)副会長は会長が指名する。
(4)副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。
(5)審査会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数の時は会長の決するところによる。
(6)審査会に欠席する場合には他委員に委任することができる。また、書面にて意見を述べることができ、この場合の書面は電子メール、FAX、口述筆記を含む。
(7)会長は必要に応じて書面審査とすることができる。

（審査会の招集）
第7条 審査会は、（一社）竹芝エリアマネジメントからの付議に基づき、会長が招集する。
会長は必要に応じて関係者の出席を求めることができる。

（審査の依頼）
第8条 広告主から（一社）竹芝エリアマネジメントに屋外広告物審査申請があった場合は、申請書を審査会へ提出すること。なお、申請書の様式は別紙1のとおりとする。

（審査結果の回答）
第9条 審査会の審査結果は速やかに（一社）竹芝エリアマネジメントへ回答すること。

（広告の行政手続）
第10条 前条の回答により審査会の承認を得た広告の行政手続は、（一社）竹芝エリアマネジメントが行うものとする。

（広告主の責任）
第11条 広告の内容及びデザインに関する責任は、広告主が負うものとする。

（広告を表示する際、規制する業種又は事業者）
第12条 次の各号に定める業種又は事業者の広告は表示しないものとする。
(1)各種法令に違反している事業者
(2)行政機関からの行政指導を受け、改善がなされていない事業者
(3)法令等に基づく必要な許可等を受けることなく業を行う事業者
(4)民事再生法及び会社更生法による再生・公正手続中の事業者
(5)法律の定めのない医療類似行為を行う事業者
(6)たばこの製造・販売等に関する業種
(7)風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23年7月10日法律第122号で、風俗営業と規定される業種
(8)風俗営業類似の業種
(9)消費者金融に関する業種
(10)占い、運勢判断等の事業者
(11)興信所・探偵事務所等の事業者
(12)債権取立て、示談引受け等を行う事業者
(13)規制対象となっていない業種においても、社会問題を起こしている業種や事業者

竹芝地区における公共空間を活用した屋外広告審査基準

（広告の表示内容に関する基準）
第13条 次の各号に定めるものは、広告表示しないものとする。
(1)次のいずれかに該当するもの
ア 人権侵害、差別、名誉毀損のおそれがあるもの
イ 他を誹ぼう、中傷又は排斥するもの
ウ 法律で禁止されている商品、無認可商品及び粗悪品などの不適切な商品又はサービスを提供するもの
エ 公の選挙又は投票の事前運動に支障をきたすもの
オ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
カ 非科学的又は迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるおそれがあるもの
キ 社会的に不適切なもの
ク 国内外世論が大きく分かれているもの

(2)消費者被害の未然防止及び拡大防止の観点から適切でないものとして、次のいずれかに該当するもの
ア 誇大な表現（誇大広告）及び根拠のない表示や誤認を招くようなもの
イ 射幸心を著しくあおるもの
ウ 人材募集広告については労働基準法等関係法令を遵守していないもの
エ 虚偽の内容を表示するもの
オ 法令等で認められていない業種・商法・商品に関するもの
カ 国家資格等に基づかないものが行う療法等に関するもの
キ 責任の所在が明確でないもの
ク 広告の内容が明確でないもの
ケ 国、地方公共団体、その他公共の機関が、広告主又はその商品やサービスなどを推奨、保証、指定等をしているかのような表現のもの

(3)児童及び青少年保護の観点から適切でないものとして、次のいずれかに該当するもの
ア 水着姿及び裸体姿等で広告内容に無関係で必然性のないもの。但し、出品作品の一例又は広告内容に関連する等、表示する必然性がある場合は、その都度、適否を検討するものとする
イ 暴力や犯罪を肯定し助長させるもの
ウ 残酷な描写など、善良な風俗に反するもの
エ 暴力又はわいせつ性を連想・想起させるもの
オ たばこ、酒類、ギャンブル等を肯定するもの
カ 青少年の人体・精神・教育に有害なもの

（広告のデザインに関する都市景観上の基準）
第14条 広告の内容及びデザインが次の各号のいずれかに該当し、都市の美観風致を損なうおそれがあるものは表示しないものとする。
(1)美観を損ねるような、著しくどぎついもの及びくどいもの
(2)美観と著しく違和感のあるもの
(3)著しくデザイン性の劣るもの
(4)意味なく、身体の一部を強調するようなもの
(5)意味が不明なもの等、公衆に不快感を起こさせるもの
(6)地域のルール及び習慣によって形成されてきた景観や文化にそぐわないもの
(7)地区計画、まちづくり協議指針、その他まちづくり又は都市整備のルールにおいて景観形成の目標が定められている場合、その目標に沿った貢献が認められないもの

（広告のデザインに関する交通安全上の基準）
第15条 広告の内容及びデザインが次の各号のいずれかに該当し、交通事故を誘発する等交通の安全を阻害するおそれのある広告は表示しないものとする。
(1)信号機又は道路標識等の効用を妨げるデザイン
(2)人や商品等が車道に飛び出そうとしているように見えるデザイン
(3)自動車の運転者等や歩行者の距離感や平衡感覚を惑わすデザイン
(4)自動車の運転者等の注意力を散漫にさせるデザイン
(5)過度に鮮やかな模様・色彩を使用するもの
(6)デザインがわかりづらい等、判断を迷わせるもの
(7)絵柄や文字が過密であるもの

（その他のデザインに関する基準）
第16条 審査会が公共空間を活用した屋外広告物として相応しくないと認めたもの。

（本審査基準の変更手続）
第17条 審査会にて変更が必要と判断された場合、年度ごとに見直す場合がある。

（その他）
第18条 本基準に定めるもののほか、必要な事項は別途定める。

放映事例

鉄道運行情報、竹芝から発着する定期クルーズ船情報、竹芝エリア周辺イベント情報などを放映しております。











