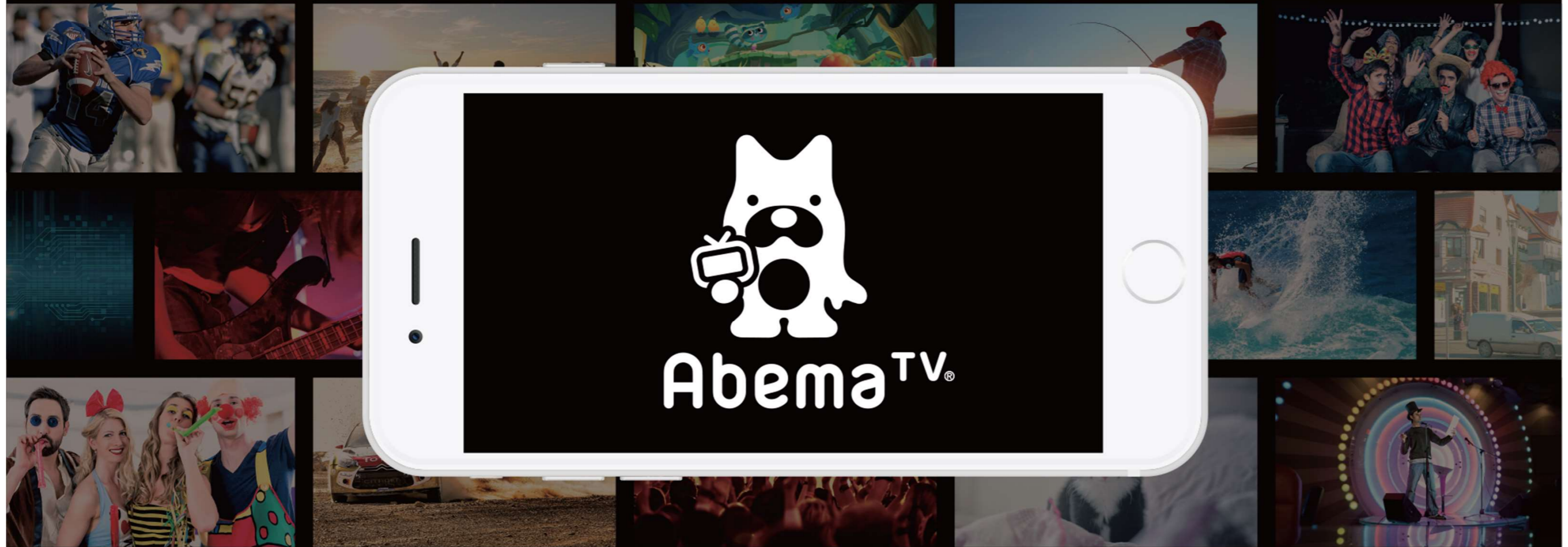


Abema<sup>TV</sup> Ads

2019年10月～12月掲載分

# Media Guide

- AbemaTVとは?、AbemaTV Adsの特長、お申込みフロー・入稿規定 -



※ 本メディアガイドに掲載されている画像やテキストを無断で転載することを固く禁じます。

# Index

## ① AbemaTVとは

- ・ 開局からの軌跡
- ・ 成長推移
- ・ 市場の評価
- ・ メディアの特長
- ・ 広告の品質
- ・ 期待できる効果

## ② AbemaTV Ads

## ③ お申込・入稿規定

● 開局からの軌跡

# 開局から3年2か月で4,200万ダウンロードを突破し、様々なオリジナルコンテンツが話題に

## 日本の女子中高生のおよそ2.2人に1人※ が視聴するオリジナル人気番組



「Abema TV」では、『オオカミくんに騙されない♡』をはじめ、『今日、好きになりました。』『恋する♡週末ホームステイ』などの恋愛リアリティーショーや『GENERATIONS 高校TV』『全力部活! E高』『Popteen カバーガール戦争』などのバラエティ番組を配信中。この6つ番組を視聴したことがある女子中高生(15歳～19歳の女性)の視聴者数は100万人を超えており、日本全国の女子中高生のおよそ2.2人に1人にあたる規模となりました

## オリジナル番組『7.2 新しい別の窓』レギュラー放送開始からついに1周年



総視聴数  
**4300万突破!**※1

総コメント数  
**380万**※2

毎回開始1時間で  
「#ななにー」がTwitterの  
**トレンド1位**に。

※1 『7.2新しい別の窓』の#1～#16総視聴数合計にはVODでの視聴含む

※2 『7.2新しい別の窓』の#1～16の総コメント数

歴代No.1視聴数7,400万を突破した『72時間ホンネテレビ』を皮切りに2018年4月からスタートした『7.2新しい別の窓』は安定的な視聴数でAbemaTVオリジナルのレギュラー番組群を牽引。また2019年の元旦に放送された「ななにー元旦スペシャル!」では1月1日の日中に稼働するのは、稲垣吾郎、草彥剛は1996年以来、実に23年ぶりのことになり話題となりました。

### 将棋チャンネルが将棋ブームを牽引



昨年スタートし話題となった1手につき5秒が加算される将棋の超早指し戦「第2回AbemaTVトーナメント」では藤井聡太七段が2年連続で優勝を果たした。

### 速報性の高いニュースで社会的な評価



話題のニュースや緊急記者会見を生中継で放送し、高視聴率を記録。また2018年12月よりリアルタイムAI字幕を取り入れるなどして話題となりました。

### 次世代スターを誕生させる格闘リアリティ番組



6月に終了した第4シーズンはK-1のトップファイターが監督として参戦し、若きファイターをドラフト会議で選抜し選ばれスターの卵たちがK-1スターの下、団体戦で激突した。

### 開局3周年記念! 平祐奈主演『御曹司ボーイズ』



人生一発逆転!!玉の輿婚を夢見る全ての女性に贈るサバイバル”玉の輿”コメディ♥ 最終回の視聴者数は初回放送に比べて360%増加するなどAbemaTVのオリジナルドラマ史上初の快挙となった。

テレビ朝日との連携強化!  
地上波未公開のコンテンツも



「しくじり先生」「かみひとえ」などテレビ朝日の人気コンテンツをAbemaTVで放送中!  
地上波未公開のAbema独自映像も。

AbemaTV初! TWICE 3夜連続  
プレミアムファン感謝祭



アジア発9人組ガールズグループTWICEが3日間にわたってオリジナルバラエティを放送。関連ハッシュタグが1週間連続トレンド入りの快挙を達成した。

開局3周年を迎える「AbemaTV」では、開局以来200作品以上もの世界最速無料アニメ配信を行っていると同時に2019年1月クールの世界最速無料アニメ配信数もNo.1に。(※2019年3月時点、自社調べ)



(C)三田誠・TYPE-MOON / LEMPC

ロード・エルメロイⅡ世の事件簿  
-魔眼蒐集列車 Grace note-



(C)2018 鎌池和馬/山路新 / K A D O K A W A / PROJECT-ACCELERATOR

とある科学の一方通行

※ 2019年1月の『オオカミくんに騙されない♡』、『今日、好きになりました。』『恋する♡ホームステイ』『GENERATIONS 高校TV』『全力部活! E高』『Popteenカバーガール戦争』いずれかの番組を視聴した重複を含まない15歳～19歳の女性視聴者数 (AbemaTV、Abemaビデオ両視聴対象)の実績をベースに、3か月分の想定視聴者数を予測。(10月と10-12月の視聴者数の伸びより推定) 2019年1月総務省発表の日本の15歳～19歳女性人口(2,890,000人)の割合から算出。

● 成長推移

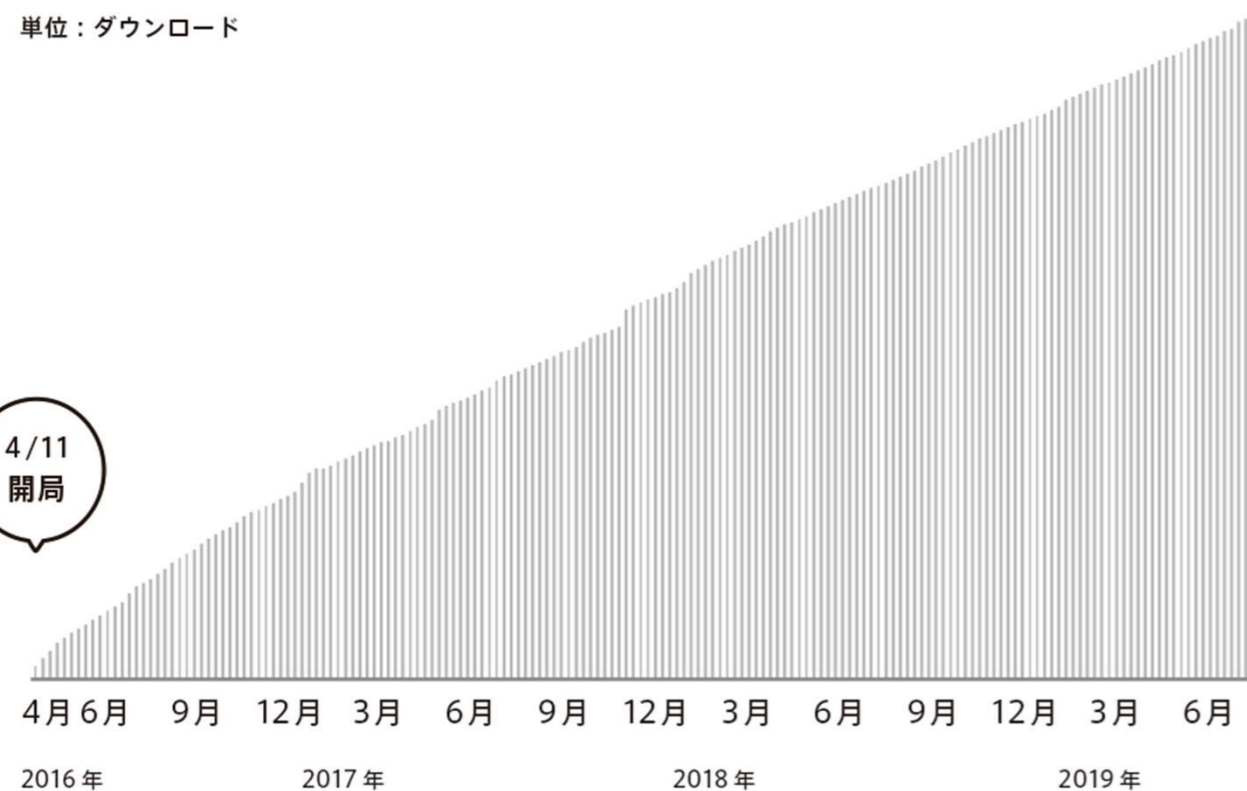
動画メディア最大級のリーチ量に ※

DL

4,200万  
ダウンロード

単位：ダウンロード

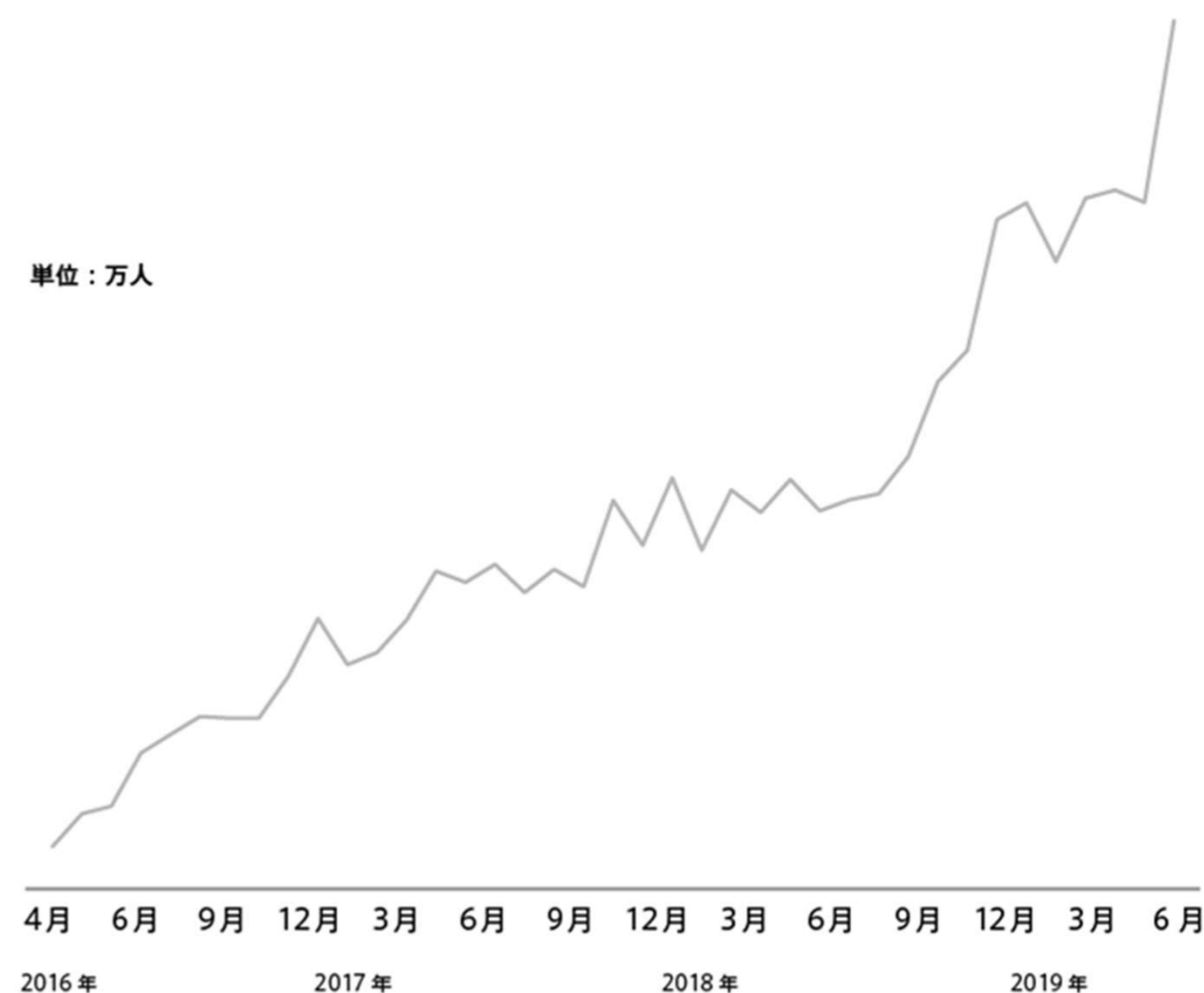
4/11  
開局



開局から3年2か月で  
4,200万DL突破

MAU

単位：万人

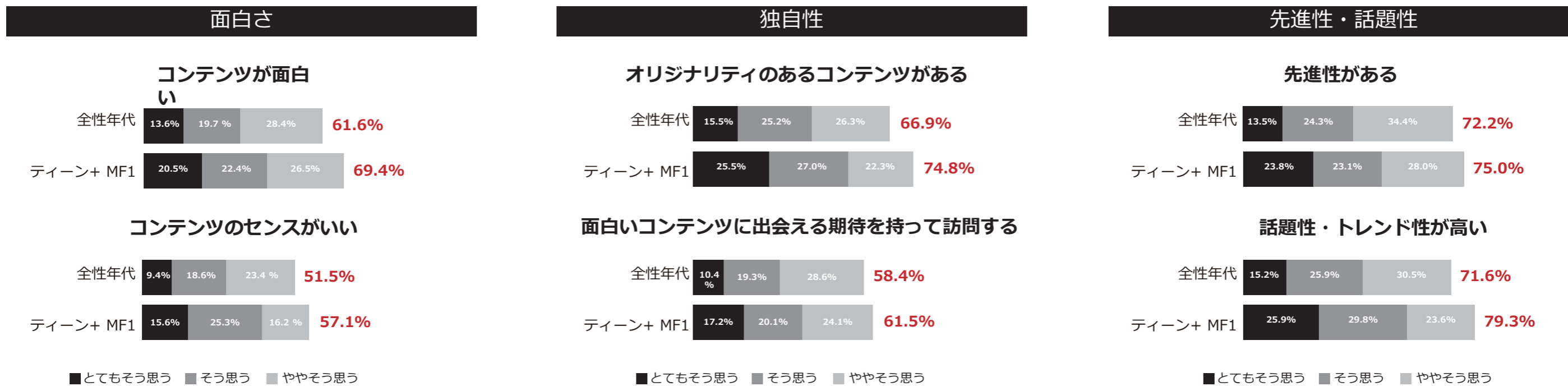


2019年6月には  
過去最高の2,200万MAUに

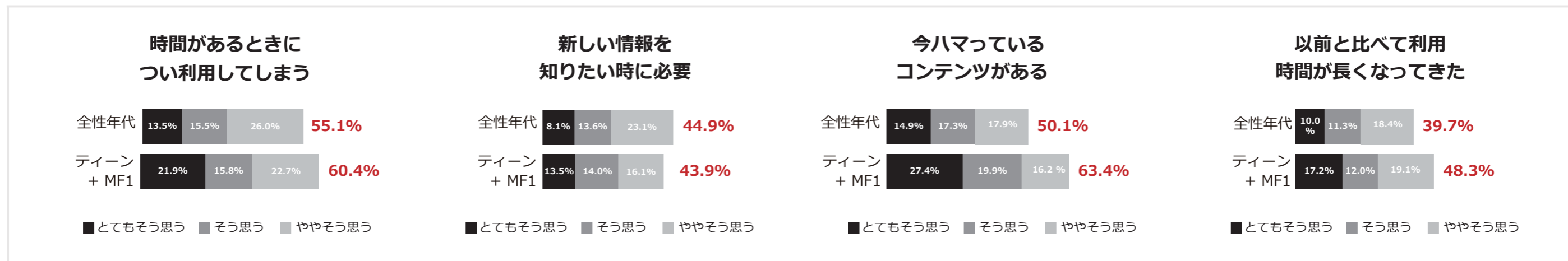
※ 国内におけるプレミアム動画メディアにおいて

● 市場の評価

# 若年層を中心にコンテンツ力がユーザーに高く評価され、動画のマストメディアに



## 動画のマストメディアに



※ AbemaTVを1ヶ月以内に利用したユーザー (N=3266) に対する調査 (株式会社マクロミルにより2019年2月1日~2019年2月4日実施)

- メディアの特長

# AbemaTV<sup>®</sup> とは？

## 国内初インターネット上で無料で楽しめるテレビ型サービス

1

### すべて無料

約20チャンネルをすべて無料で楽しむことができます。  
一部機能は有料会員の方のみご利用いただけます。

2

### 完全編成型

24時間365日配信で、いつでもテレビを見るような感覚  
で楽しむことができます。

3

### 100%プロコンテンツ

サイバーエージェントとテレビ朝日のそれぞれの強みを活  
かした制作体制で高品質のコンテンツを拡充しています。

4

### 多彩なラインナップ

オリジナルの生放送や、ドラマ、ニュース、アニメ、スポー  
ツなど約20チャンネルを取り揃えています。

● メディアの特長

**フリーミアム<sup>※1</sup>な独自の動画配信サービス**

動画配信サービス比較<sup>※2</sup>

	広告	課金(サブスクリプション)
プロパティ型	<p><b>AbemaTV</b></p> <p>TVer GYAO!</p>	<p>Abemaビデオ</p> <p>Netflix Paravi ビデオパス Amazonプライム・ビデオ</p> <p>DAZN Hulu dTVチャンネル dTV</p>
ユーザー投稿型	<p>YouTube</p>	<p>niconico</p>

※1 フリーミアム：基本的なサービスは無料で提供し、さらに高度な機能や特別な機能についてはユーザー課金を行うビジネスモデル

※2 動画配信サービス比較：各動画配信サービスの主要ビジネスモデルを調査し、当社にて作成(2019年4月時点)

※ 記載内容につきましては現時点のものとなり、変更となる可能性がありますので予めご了承下さい。

●メディアの特長

# サイバーエージェントのメディア構築ノウハウとテレビ朝日のコンテンツ構築ノウハウを融合



※1 2018年9月時点での公表数字となります。

※2 2018年7月16日時点での公表数字となります。

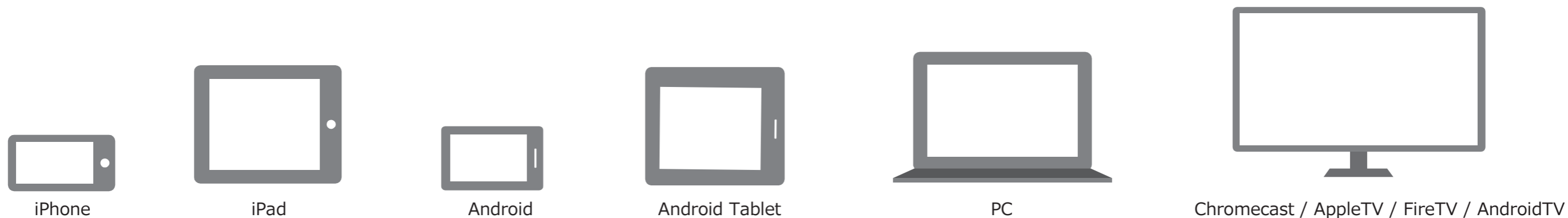
※ 記載内容につきましては現時点のものとなり、変更となる可能性がございますので予めご了承下さい。



● メディアの特長

# 複数デバイス展開と多彩なチャンネルラインナップで幅広いユーザーの利用を狙う

## 複数デバイス対応



## チャンネル・ラインナップ



## ● メディアの特長

## 常設約20chに及ぶ各コンテンツも、プロの制作陣による最高品質のラインナップだけを放送

チャンネル群	番組例		
バラエティ・ 恋愛リアリティーショー AbemaSPECIAL、AbemaSPECIAL2、 AbemaGOLD	GENERATIONS高校TV		AbemaTVにてGENERATIONS初の冠レギュラー番組が誕生！毎週、GENERATIONSが全国の高校にサプライズでやってくる！メンバー全員が本気で臨むロケでは、彼らが普段他のメディアでは見せない素顔が満載！  出演者：GENERATIONS from EXILE TRIBE
	今日、好きになりました		初対面の高校生が、2泊3日の中で本気の恋愛をするリアリティーショー。恋愛スポットで初めて出会った男女は、果たして本気の恋愛ができるのか!? 胸キュンあり、涙ありの甘酸っぱい恋愛模様を映し出す番組です。
アニメ Abemaアニメ、アニメLIVEチャンネル、 みんなのアニメ	鬼滅の刃		人と鬼とが織りなす哀しき兄妹の物語が、今、始まる！週刊少年ジャンプにて大好評連載中の、吾峠呼世晴による漫画作品。2016年WJ11号より連載開始。人と鬼との切ない物語に鬼気迫る剣戟、時折コミカルに描かれるキャラクターたちが人気を呼び、単行本1巻～14巻で累計発行部数が450万部を突破。
	あんさんぶるスターズ！		世界中に響かせよう！俺たちのアンサンブルをー 2015年のサービス開始以来、ダウンロード数は300万を突破し、2.5次元舞台やCDリリース、バーチャルライブなど、多方面におけるメディア展開で成功を収めている大人気スマホゲームが待望のアニメ化！
ニュース AbemaNews	Abema Prime		「オトナの事情をスルーする」スマホ発の本格ニュース番組「Abema Prime」。テレビよりもスマホが気になる若者たちが「本当に知りたいコト」を真正面から伝えます！
趣味 将棋、釣り、麻雀	Mリーグ2019		麻雀プロリーグ戦、Mリーグ開幕。数多の麻雀プレイヤー達の中から、ほんの一握りのトッププロだけが出場できるナショナルリーグが今年も始まります。知性に裏打ちされた采配。洗練されたリーグ空間。企業とプロ契約を結び、ユニフォームを纏ったMリーガー達がチームの威信をかけて知を競い合います。さあ、麻雀をあたらしい時代へ。

## ● メディアの特長

## 常設約20chに及ぶ各コンテンツも、プロの制作陣による最高品質のラインナップだけを放送

チャンネル群

番組例

ドラマ

ドラマ

リーガルV

～元弁護士・小鳥遊翔子～



(C)テレビ朝日

米倉涼子主演!他人はすべて駒。勝つためには敵も味方も裏切る——ヤバい女がやってきた! スキャンダラスな“元”弁護士が弱者を救う!?

キャスト: 米倉涼子、向井理、林遣都、菜々緒、小日向文世、高橋英樹 ほか

韓流

韓流・華流ドラマ、KWORLD

マン・ツー・マン

～君だけのボディガード～



(C)contentree corp. all rights reserved

スリルとロマンスが交錯する、極上のロマンティック・アクション。『太陽の末裔』脚本家とパク・ヘジンが初タッグ。ソン・ジュンギ、ナム・グンミンなど、豪華特別出演でも話題の名作。

PRODUCE X 101



(C) CJ ENM Co.,Ltd.All Rights Reserved

PRODUCEシリーズ待望の新シリーズ【PRODUCE X 101】の日本語字幕付き本編を、毎週木曜日より9時から日本初放送!さらに、Abemaビデオ限定で韓国放送翌日の毎週土曜より9時から字幕なし本編を無料配信!芸能事務所でのトレーニングを受けてきた練習生はもちろん、自分の力で夢に向かっていく個人練習生も年齢制限内の男性なら国籍に関係なく志願が可能となり、個人練習生の募集規模が大幅に拡大されたことが今シーズンのポイント!

スポーツ

SPORTS、大相撲、格闘

大相撲LIVE



AbemaTVでは大相撲全6場所90日間、完全生中継!誰もが自由に楽しめる大相撲を目指し、斬新かつダイナミックな映像で取組の様子をお届け!オリジナルの力士紹介VTRや独自解説者の起用など、「AbemaTV」ならではの新しい大相撲LIVE!ご期待ください。

明治安田生命J2リーグ

FC町田ゼルビアホーム試合



DAZN

『2019 明治安田生命J2リーグ FC町田ゼルビア』のホーム試合を、DAZNとのパートナーシップによりAbemaTVで完全無料生中継!!

昨シーズン、好成績を修めながらも規定によりJ1昇格が叶わなかった「FC町田ゼルビア」。サイバーエージェントグループに参画し、今シーズンは満を持してJ1昇格を目指す!その規模を、キックオフから試合終了までホーム全試合完全無料生中継いたします!

ミュージック

MTV HITS、HIP HOP

Abema MIX



©AbemaTV

人気DJによるDJ PLAY生放送!最新のHIT曲から往年の名曲まで、原宿のスタジオから毎日6時間!生放送ノンストップMIX!

● AbemaTV Adsの品質

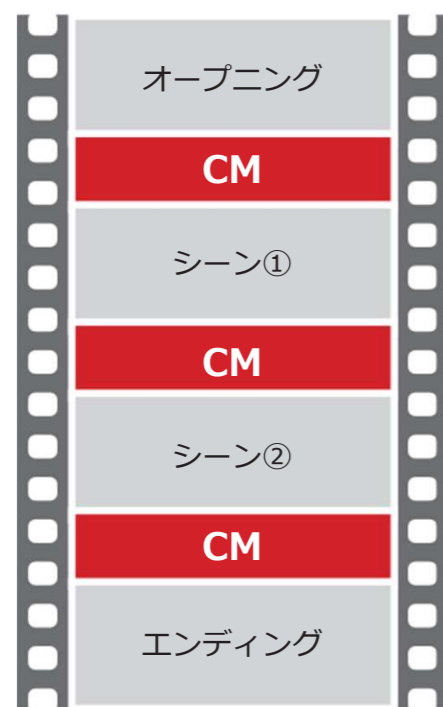
## 完全編成型で24時間365日配信

ユーザーの受け入れやすさを考慮した広告設計で、ユーザーストレスフリーな広告接触を実現。

### 広告位置の最適化

起承転結にあわせ適切な箇所に  
CMチャンスを設置

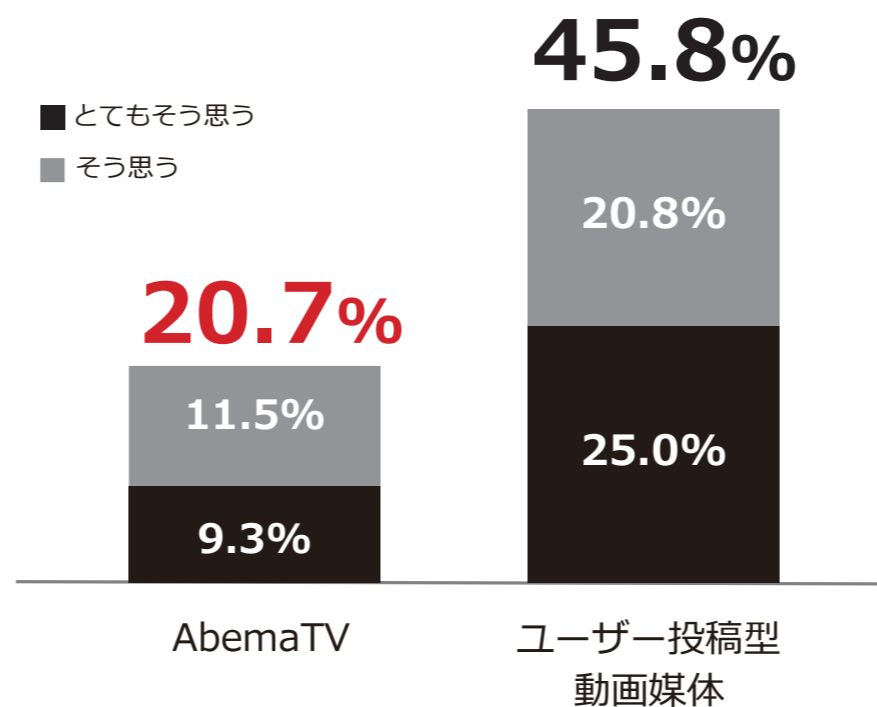
#### アニメの例 (1話 30分)



### 広告のタイミングにストレスを感じる割合

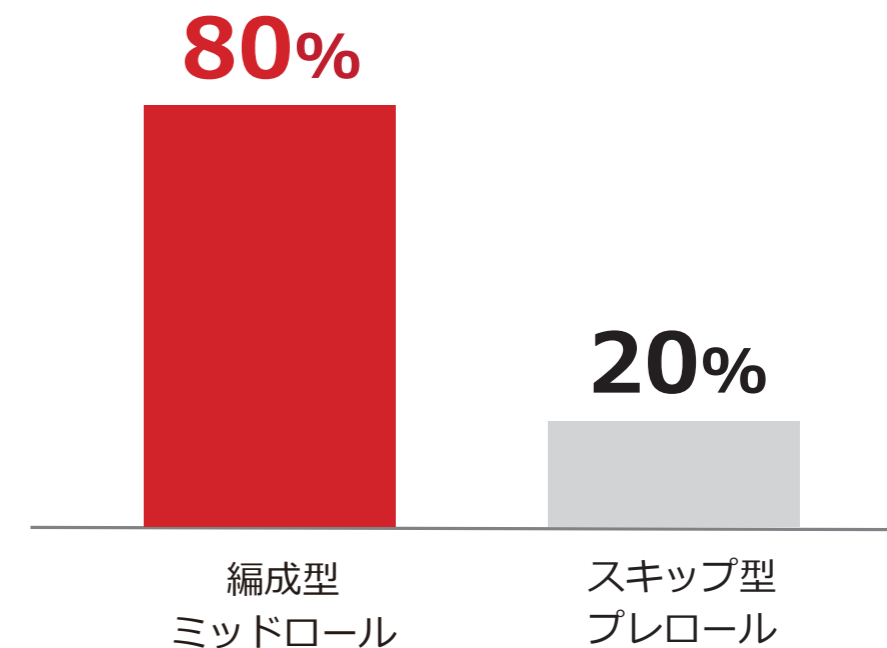
編成型ミッドロールのため  
ユーザーストレスも軽減

#### 広告が流れるタイミングに ストレスを感じる



### 平均視聴完了率

受け入れやすい設計が  
視聴完了率の高さにも表れる結果に



※ AbemaTV : AbemaTV を 1 ヶ月以内に利用したユーザー (N=3266) に対する調査  
 ※ ユーザー投稿型動画媒体 : ユーザー投稿型動画媒体を 1 ヶ月以内に利用したユーザー (N=19092)  
 (株式会社マクロミルにより2019年2月1日~2019年2月4日実施)

※ スキップ型プレロールは、弊社グループメディアの出稿実績より算出

● AbemaTV Adsの品質

# 100%プロコンテンツ

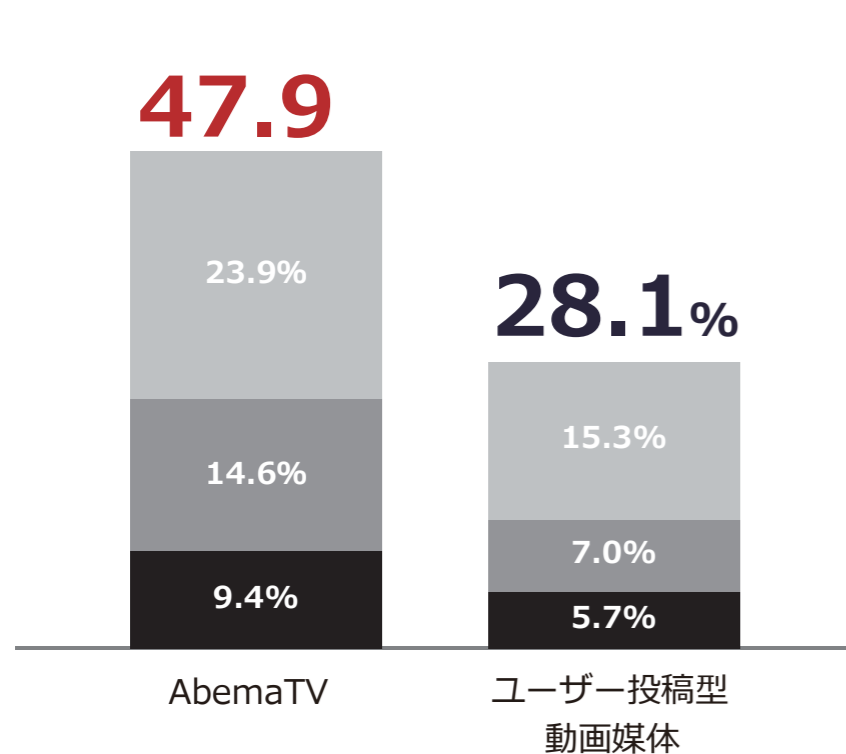
メディアの信頼性が高く、広告主に対する信頼性も高い結果に。

## メディアの情報に対する信頼性

100%プロコンテンツを配信しているため  
情報に対する信頼性が高い

### 情報が信頼できる

■とてもそう思う ■そう思う ■ややそう思う

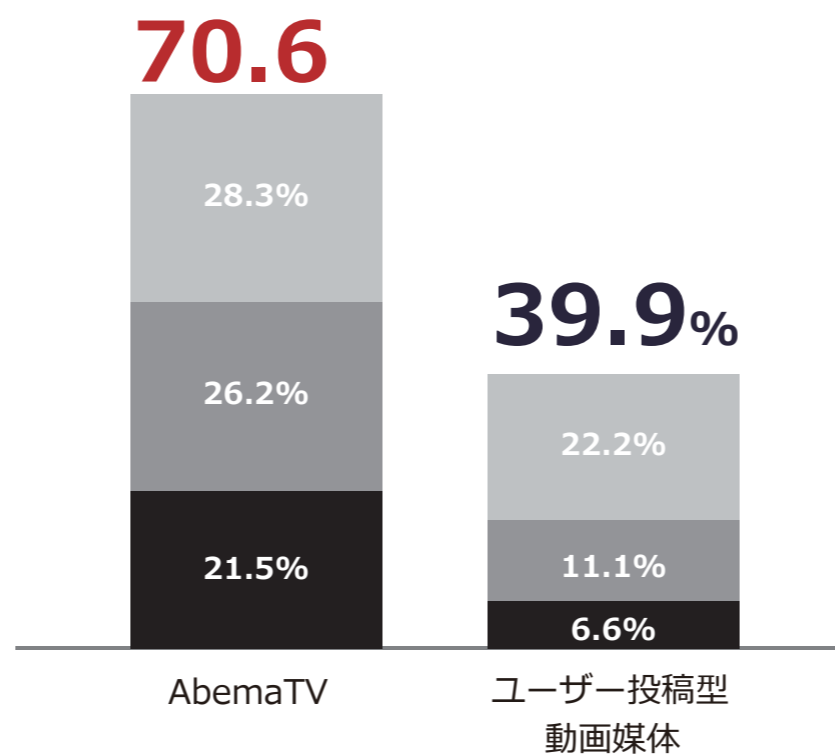


## メディアポリシーに対する信頼性

ユーザー投稿によるリスクもなく  
安心して使える

### 違法性がなく安心して使える

■とてもそう思う ■そう思う ■ややそう思う

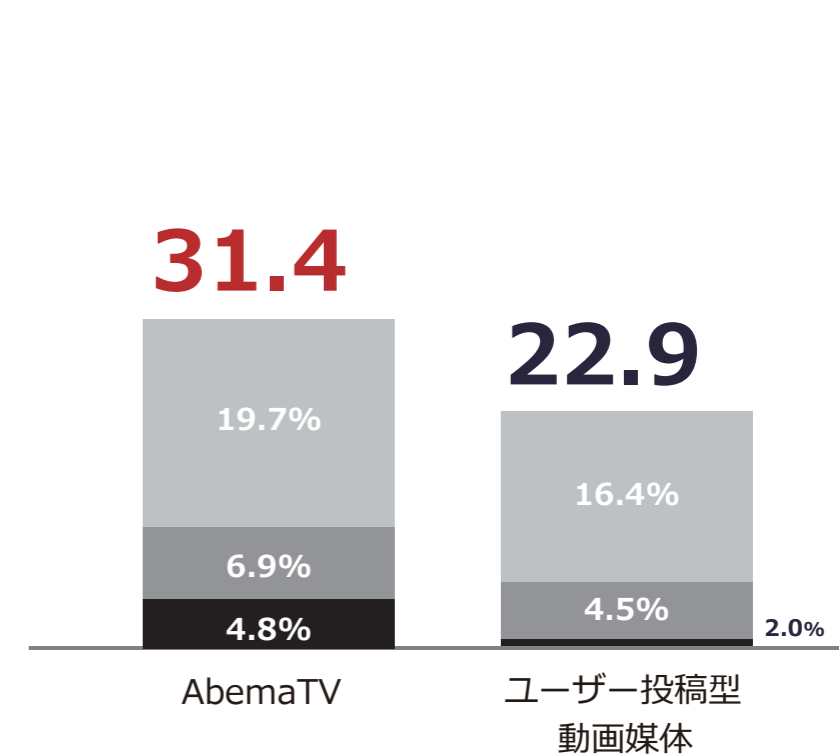


## 流れている広告内容に対する信頼性

メディアの品質に対する安心感があるため  
広告に対する信頼も高い

### 流れている広告の内容が信頼できる

■とてもそう思う ■そう思う ■ややそう思う



※ AbemaTV : AbemaTV を 1 ヶ月以内に利用したユーザー (N=3266) に対する調査  
 ※ ユーザー投稿型動画媒体 : ユーザー投稿型動画媒体を 1 ヶ月以内に利用したユーザー ( N=19092)  
 (いずれも株式会社マクロミルにより 2019 年 2 月 1 日 ~ 2019 年 2 月 4 日実施)

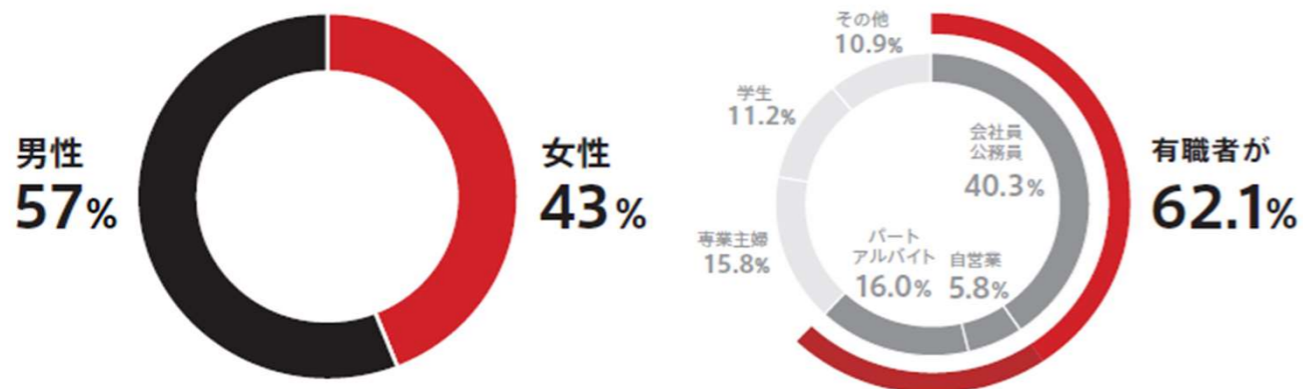
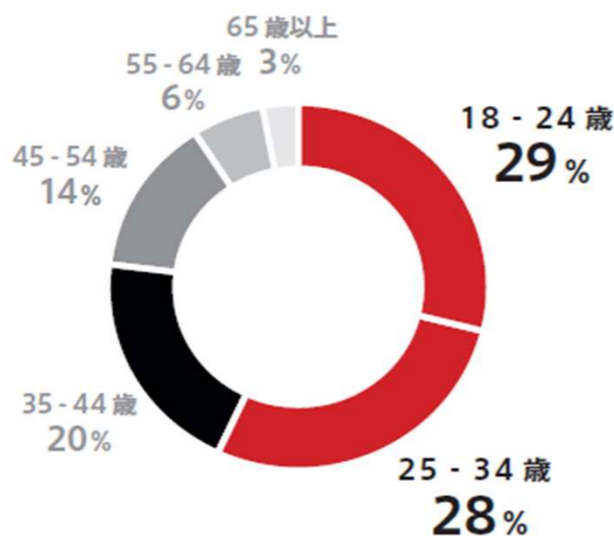
● AbemaTV Adsの品質

# 複数デバイス対応

時間・場所を選ばずじっくり動画を楽しみたい若年層中心の視聴スタイルにマッチ。没入度の高い視聴環境の中での広告体験を可能に。

## 若年層の生活へ浸透

若年層の生活へ浸透。18-34歳が半数以上を占める



## パーソナルな空間と環境で視聴

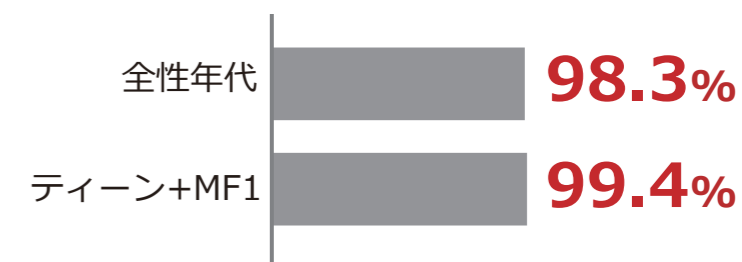
1人の集中した  
視聴環境にリーチ

映像と音声がしっかり届く  
視聴環境にリーチ

### 自分の部屋・寝室で利用する ※

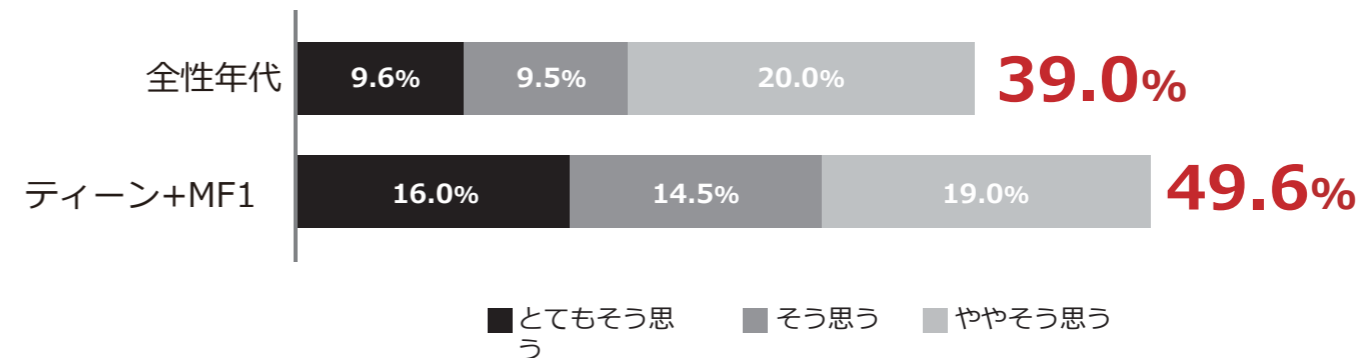


### 音声ONで視聴する ※



コンテンツ体験の延長上で広告接触を創出

### 時間を忘れて集中して見てしまう



※ 男女比率 : 2019年1-3月時点の5分以上の利用者の属性 (Google Analytics にて計測した数値)  
 ※ 年齢対比 : 2019年3月時点の5分以上の利用者の年齢属性 (Google Analytics にて計測した数値)  
 ※ 職業比率 : 2017年2月22日~2017年4月25日の利用者 (N=1,953) の職業比率 (AdID/IDFA にてマクロミルモニタに紐付けた数値。)

※ AbemaTV を 1ヶ月以内に利用したユーザー (N=3266) に対する調査 (株式会社マクロミルにより 2019年2月1日~2019年2月4日実施)

● 期待できる効果

## コンテンツの品質の良さが生み出す広告効果の高さ

最高品質のコンテンツと広告視聴環境が、認知や態度変容といった広告効果を創出。

### 平均視聴完了率

### 認知効率

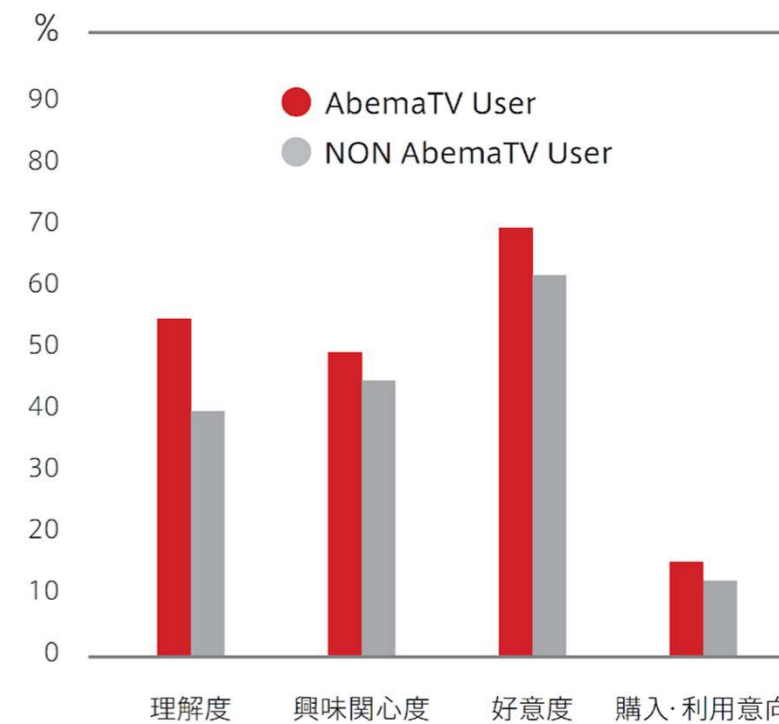
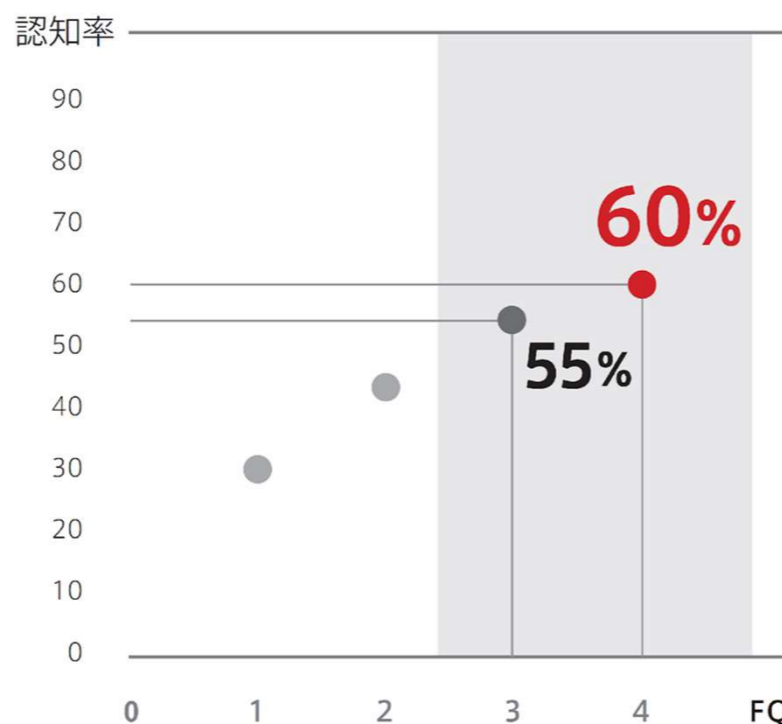
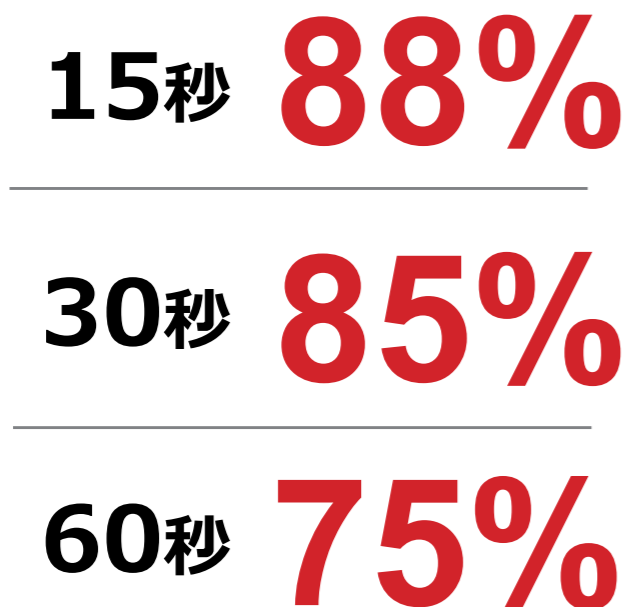
### 態度変容効果

受動視聴等のメディア特性にミッドロール等の配信特性が合わさることで、  
高い**広告視聴完了率**を実現しています。

**フリークエンシー 4 回**で**認知率 60%**という  
認知効率の良い結果が得られました。

AbemaTV の接触によって各指標が  
リフトアップし、  
特に**理解度が 138% 上昇**しました。

平均視聴完了率



※ マクロミルにて実施した AbemaTV 利用ユーザーへの調査（2016年6月6日～6月19日のデータに基づく）。  
 ※ CM 配信の実績数値になります。  
 ※ 2017年1～3月広告実績

●期待できる効果

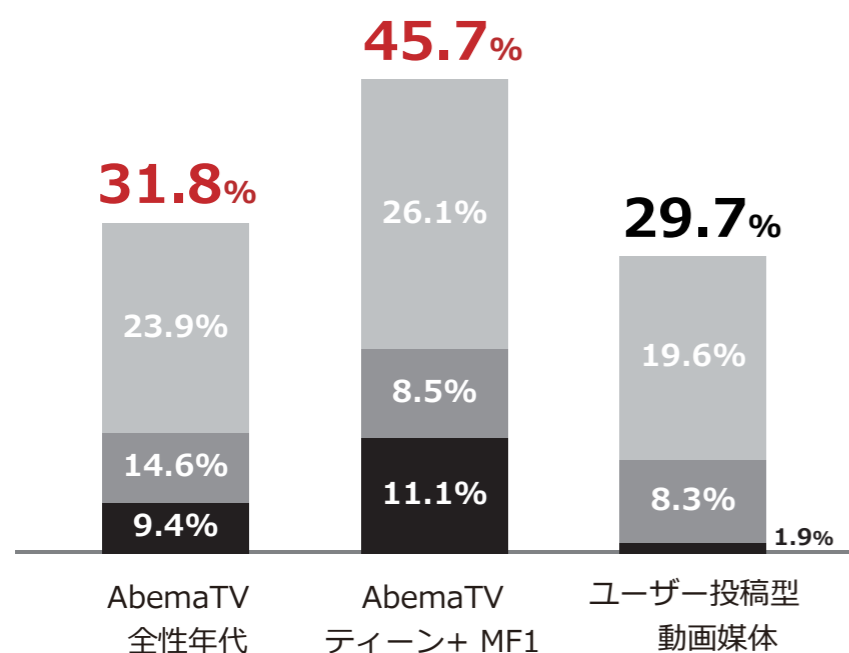
# 品質の良さが生み出す広告効果の高さ

ユーザーの声としても広告に対する受け入れやすさが醸成されている。

## 認知

### 広告に注目しやすい

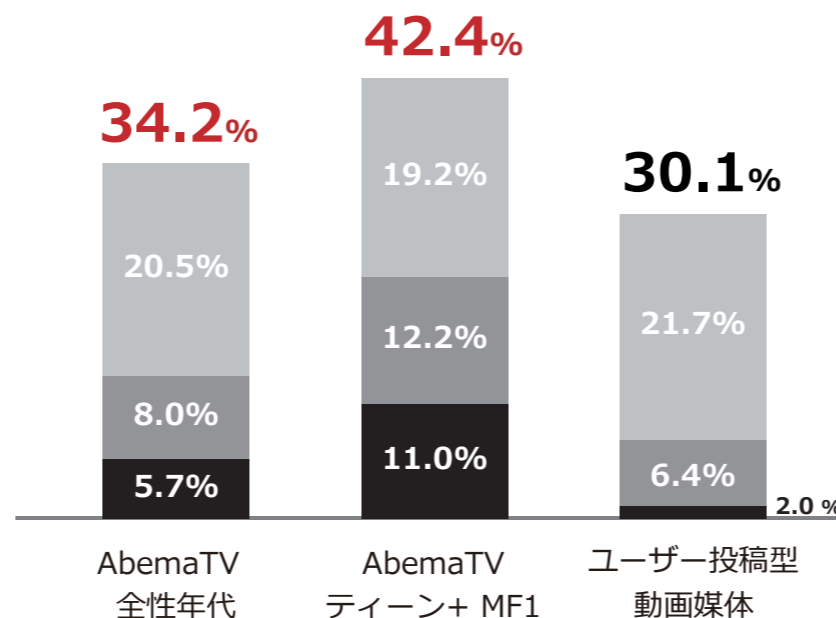
■とてもそう思う ■そう思う ■ややそう思う



## 理解

### 商品やサービスのイメージが付きやすい

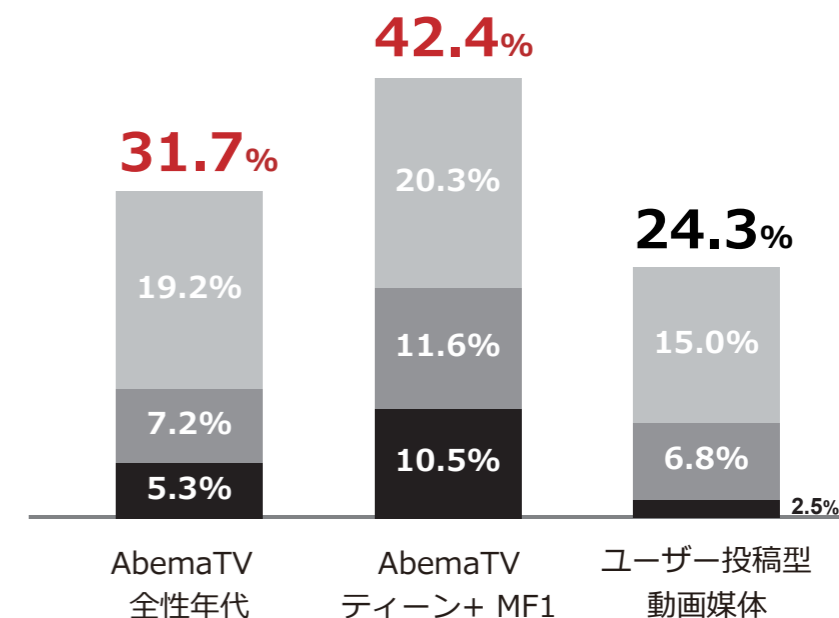
■とてもそう思う ■そう思う ■ややそう思う



## 興味関心

### 商品やサービスに興味関心が湧きやすい

■とてもそう思う ■そう思う ■ややそう思う



※ AbemaTV : AbemaTV を 1 ヶ月以内に利用したユーザー (N=3266) に対する調査  
 ※ ユーザー投稿型動画媒体 : ユーザー投稿型動画媒体を 1 ヶ月以内に利用したユーザー (N=19092)  
 (いずれも株式会社マクロミルにより 2019 年 2 月 1 日 ~ 2019 年 2 月 4 日実施)



# Index

## ① AbemaTVとは

## ② AbemaTV Ads

- ・ AbemaTV Ads概要
- ・ CM配信 | Target (ターゲット配信)
- ・ CM配信 | Zone (チャンネル×時間指定配信)
- ・ CM配信 | Program (番組指定配信)

- ・ 企画商品概要
- ・ 企画 | オリジナル長尺CM
- ・ 企画 | 番組タイアップ
- ・ 企画 | オリジナル番組
- ・ キャンペーン
- ・ 事例紹介

## ③ お申込・入稿規定

## ● AbemaTV Ads 概要

CM配信	
1 Target	<p><b>Demographic 配信 (100%)</b> (視聴開始単価: 15秒 / 4.0円 ~、30秒 / 8.0円 ~、60秒 / 16.0円 ~)</p> <p>対象の性年齢に100%の割合で配信ができるメニューです。 ※ セグメントによって視聴開始単価は異なります ※ 性年齢は 20% ~ 80% に寄せるLight 配信も可能</p> <p><b>OS別配信 (100%)</b> (視聴開始単価: 15秒 / 5円、30秒 / 10円)</p> <p>対象のOSに100%の割合で配信ができるメニューです。 ※ 配信尺は 15秒 と 30秒 のみ、配信先はビデオ面のみとなります</p> <p><b>キャリア別配信 (100%)</b> (視聴開始単価: 15秒 / 6円、30秒 / 12円)</p> <p>対象のキャリアに 100%の割合で配信ができるメニューです。 ※ 配信尺は 15秒 と 30秒 のみ、配信先はビデオ面のみとなります</p> <p><b>エリアターゲティング配信 (100%)</b> (視聴開始単価: 15秒 / 6円、30秒 / 12円)</p> <p>対象のエリアに 100%の割合で配信ができるメニューです。 ※ 配信尺は 15秒 と 30秒 のみ、配信先はビデオ面のみとなります</p>
2 Zone	<p><b>Custom配信 (チャンネル× 時間指定配信)</b> (視聴開始単価: カスタム内容により変動)</p> <p>1チャンネル、1時間単位で自由にカスタマイズして配信ができるメニューです。</p>
3 Program	<p><b>番組指定配信 (随時リリース)</b> (視聴開始単価: パッケージ内容により変動)</p> <p>特定の番組限定での配信パッケージです。 ※ 随時リリースいたします。</p>

企画	
1 オリジナル長尺CM	30秒以上の長尺CMでも高い視聴完了率を誇るAbemaTVにて、30~300秒のオリジナルCMを製作・配信します。
2 番組タイアップ	AbemaTVのオリジナル人気番組と連動させた広告企画です。固定ファンがいる番組とのタイアップが可能な商品となります。また1クールからでもご相談が可能です。一部プレミアムサポートパッケージの対象の番組も御座います。
3 オリジナル番組	AbemaTVでオリジナル番組を制作・放送する企画です。AbemaTVの番組制作ノウハウを駆使し、広告主様のマーケティング戦略に沿った番組企画を実現します。

番組プレミアムサポートパッケージ	
1 番組プレミアムサポートパッケージ	CM配信の出稿金額に応じた特別なパッケージとなります。また、長期的な番組タイアップも可能です。

キャンペーン	
1 早期申込特典	早期にお申し込みを頂いた場合に、オーバーimpが保証されるお得なキャンペーンです。

※ 企画は、CM配信と組み合わせたプランが出稿条件となります。  
※ 企画内容によっては、ご要望にお応えできかねる場合がございますので、予めご了承ください。

● CM配信 | Target (ターゲット配信)

指定のターゲットに向けて配信が可能です。

※ 最低発注金額 : 500万円 (gross)/Q ~

Demographic 配信 (100%)

セグメント		視聴開始単価			割合
		15秒	30秒	60秒	
男性	M1 (男性20-34歳)	¥7.0	¥14.0	¥28.0	100%
	M2以上 (男性35歳以上)	¥7.0	¥14.0	¥28.0	100%
	男性20歳以上	¥5.0	¥10.0	¥20.0	100%
女性	F1(女性20-34歳)	¥10.0	¥20.0	¥40.0	100%
	F2以上(女性35歳以上)	¥10.0	¥20.0	¥40.0	100%
	女性20歳以上	¥7.0	¥14.0	¥28.0	100%
若年	男女22歳以下	¥10.0	¥20.0	¥40.0	100%
	MF1(男女20-34歳)	¥5.0	¥10.0	¥20.0	100%
男女	男女20歳以上	¥4.0	¥8.0	¥16.0	100%
	MF2以上 (男女35歳以上)	¥5.0	¥10.0	¥20.0	100%

配信期間	チャンネル	時間	配信面
1週間以上	麻雀、格闘のみ 除外可能	指定不可	テレビ、テレビ+ビデオのいずれかを選択

Demographic Light 配信 (20%~80%)

セグメント		視聴開始単価			割合
		15秒	30秒	60秒	
男性	M1 (男性20-34歳)	¥3.5	¥7.0	¥14.0	47%
	M2以上 (男性35歳以上)	¥3.5	¥7.0	¥14.0	46%
	男性20歳以上	¥3.5	¥7.0	¥14.0	80%
女性	F1(女性20-34歳)	¥3.5	¥7.0	¥14.0	27%
	F2以上(女性35歳以上)	¥3.5	¥7.0	¥14.0	25%
	女性20歳以上	¥3.5	¥7.0	¥14.0	47%
若年	男女22歳以下	¥3.5	¥7.0	¥14.0	20%
	MF1(男女20-34歳)	¥3.5	¥7.0	¥14.0	65%

配信期間	チャンネル	時間	配信面
1週間以上	麻雀、格闘のみ 除外可能	指定不可	テレビ、テレビ+ビデオのいずれかを選択

※ 性年齢別の割合は、想定申し込み配信数に対して保証するものであり、オーバー imp 分は保証対象外とさせていただきます  
 ※ 社会通念上、倫理に反するジャンル (ギャンブル、戦争・犯罪、エロス) は予め配信対象に含めておりません  
 ※ 在庫は決定優先となりますので予めご了承ください

● CM配信 | Target (ターゲット配信)

指定のターゲットに向けて配信が可能です。

※ 最低発注金額：500万円 (gross)/Q ~  
 ※ エリア配信のみ：300万円 (gross)/Q ~

### エリア 配信

エリア	都道府県	エリア	都道府県	エリア	都道府県	視聴開始単価	
						15秒	30秒
関東	東京都	東海	愛知県	東北	北海道	¥6.0	¥12.0
	神奈川県		静岡県		宮城県		
	埼玉県		岐阜県		福島県		
	千葉県	九州	福岡県		青森県		
	茨城県		熊本県		岩手県		
	群馬県		沖縄県		山形県		
	栃木県		鹿児島県		秋田県		
	山梨県		長崎県		広島県		
関西	大阪府		大分県	岡山県			
	兵庫県		宮崎県	愛媛県			
	京都府	佐賀県	山口県				
	三重県	北信越	新潟県	香川県			
	滋賀県		長野県	徳島県			
	奈良県		石川県	島根県			
	和歌山県		富山県	高知県			
			福井県	鳥取県			

配信期間	チャンネル	時間	配信面
1週間以上	格闘、麻雀のみ 除外可能	指定不可	ビデオのみ

### OS 配信

セグメント		視聴開始単価	
		15秒	30秒
OS	iOS	¥5.0	¥10.0
	Android		

配信期間	チャンネル	時間	配信面
iOS 1週間以上 Android 2週間以上	格闘、麻雀のみ 除外可能	指定不可	ビデオのみ

### キャリア配信

セグメント		視聴開始単価	
		15秒	30秒
キャリア	au	¥6.0	¥12.0
	docomo		
	SoftBank		

配信期間	チャンネル	時間	配信面
2週間以上	格闘、麻雀のみ 除外可能	指定不可	ビデオのみ

※ 性年齢別の割合は、想定申し込み配信数に対して保証するものであり、オーバー imp 分は保証対象外とさせていただきます  
 ※ 社会通念上、倫理に反するジャンル (ギャンブル、戦争・犯罪、エロス) は予め配信対象に含めておりません  
 ※ 在庫は決定優先となりますので予めご了承ください

● CM配信 | Zone (チャンネル × 時間指定配信)

配信パターンや、時間、チャンネルを指定したカスタマイズ配信が可能。  
目的に応じて詳細なカスタマイズができます。

※ 最低発注金額 : 500万円 ( gross ) / Q ~

1. 配信パターン	2. 時間 × 曜日	3. チャンネル	4. クリエイティブ	5. NG 設定								
配信期間・期間内の配信比重	希望の時間・曜日へ 配信を寄せる <b>100% 保証</b>	希望のチャンネルへ 配信を寄せる <b>100% 保証</b>	クリエイティブの差替えや 配信手法を設定	配信対象に含めない ブラックリストの設定								
<p>● 配信期間</p> <p>● 期間内の配信比重</p>	<p>● 時間・曜日</p> <p>and more</p>	<p>● チャンネル</p> <p>and more</p>	<p>● 配信比重</p> <p>● 配信パターン</p>	<p>● NG 設定</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">ジャンル</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>趣味・実用 &gt;</td> <td>自動車・バイク</td> </tr> <tr> <td>ドラマ &gt;</td> <td>青春</td> </tr> <tr> <td>映画 &gt;</td> <td>青春</td> </tr> </tbody> </table> <p>※社会通念上、倫理に反するジャンル(ギャンブル、戦争・犯罪、エロス)は予め配信対象に含めておりません。</p> <p>and more</p>	ジャンル		趣味・実用 >	自動車・バイク	ドラマ >	青春	映画 >	青春
ジャンル												
趣味・実用 >	自動車・バイク											
ドラマ >	青春											
映画 >	青春											
1週間より短い期間はカスタム + 有償 ( 1日単位 )	全日・全時間より絞る場合はカスタム + 有償 ( 1時間単位 )	チャンネルを絞る場合はカスタム + 有償 ( 1チャンネル単位 )	ランダム / 時間制御 / 割合指定	4ジャンル以上の指定はカスタム + 有償 ( 1ジャンル単位 )								

※ 在庫は決定優先となりますので予めご了承ください。  
 ※ 時間・曜日、チャンネルの寄せ保証は、想定申し込み配信数に対して保証するものであり、オーバー imp 分は保証対象外とさせていただきます。  
 ※ カスタマイズ内容に応じて配信単価が変化しますが、詳細は営業担当までお問い合わせ下さい。  
 ※ 社会通念上、倫理に反するジャンル(ギャンブル、戦争・犯罪、エロス)は予め配信対象に含めておりません。  
 ※ すべての性年齢への配信は保証できかねますので予めご了承ください。

※ クリエイティブの差し替えは 500 万円以上 ( gross ) の発注で 1 回、1,000 万円以上 ( gross ) の発注で 3 回までとさせていただきます。( 但し、一括入稿に限る )  
 ※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がございますので予めご了承ください。  
 ※ 配信パターンの山は1週間単位とし、配信期間が1週間より短い場合、山は任意の期間1つになります。  
 ※ 素材は、1 ブランドにつき 4 本までとなります。





※ 配信対象としている全てのチャンネル、時間に必ず配信されるとは限りません。  
 ※ 配信比重利用した場合の強化時と非強化時の比率は 2:1 になります。  
 ※ クリエイティブを差し替える場合、保証チャンネル、時間は差し替え前後を含めて全日程での保証となります。

## ● CM配信 | Program (番組指定配信)

## 特定の番組指定で配信が可能です。

## 10 - 12月ラインナップ一例

※ 最低発注金額：メニューにより変動

パッケージ名	内容	配信番組例
『7.2 新しい別の窓』配信パッケージ (10月、11月、12月放送分)	番組説明 稲垣吾郎・草彥剛・香取慎吾の3人がSNSを本気で遊び倒す、7.2時間生放送！ 生放送日：10月：10月6日、11月：11月3日、12月：12月1日 想定ターゲット：F2中心にリーチ可能	
『大相撲』配信パッケージ (11月/場所)	番組説明 “いままでの大相撲中継とは全く違う” “明るく楽しく& 敷居の低い” 「大相撲」を放送 放送日：11月場所 想定ターゲット：M1M2中心にリーチ可能	
『恋愛リアリティショー+Teen番組』 配信パッケージ (10月、11月、12月放送分)	番組説明 「恋する♥週末ホームステイ」「今日、好きになりました」「GENERATIONS 高校TV」など 放送日：各番組に準拠 想定ターゲット：若年女性中心にリーチ可能	
『アニメスペシャルパッケージSelect5』 (10月、11月、12月放送分)	番組説明 10-12月クールの最新作など、多数のアニメが対象 放送日：各番組に準拠 想定ターゲット：M1M2中心にリーチ可能	

※ 追加でリリースされましたら、随時ご案内いたします。  
 ※ 放送日が変更となる場合があります。  
 ※ 詳細は、メニューごとのセールス資料をご確認くださいませ。

● 企画商品概要

	オリジナル長尺CM	番組タイアップ	オリジナル番組
概要			
	<p>30~300 秒のオリジナル CM を製作・配信します。長尺かつ AbemaTV 視聴者層にあったオリジナル CM を配信することで、商品の認知だけでなく「理解 ~ 購入意向」といった、より深い広告効果が期待できます。</p>	<p>AbemaTVのオリジナル人気番組と連動させた広告企画です。固定ファンがいる番組とのタイアップが可能な商品となります。常時10前後のオリジナル番組が放送されています</p>	<p>AbemaTV でオリジナル番組製作・放送する企画です。AbemaTV の番組制作ノウハウを駆使し、広告主様のマーケティング戦略に沿った番組企画を実現します。</p>
金額	<p><b>CM配信 1,250万円分 + 製作費用</b></p>	<p>【スポット】 <b>CM配信 1,250万円分 + 製作費用</b></p> <p>【1クール】 <b>番組プレミアムサポートパッケージ+製作費用</b></p>	<p><b>CM配信 2,500万円分 + 製作費用</b></p>
準備期間	<p>1 - 2ヶ月程度</p>	<p>1 - 2ヶ月程度</p>	<p>2 - 3ヶ月程度</p>
チャンネル	<p>CM配信のプランに合わせて</p>	<p>都度ご相談</p>	<p>SPECIAL/SPECIAL2/GOLD</p>
尺	<p>30~300秒尺</p>	<p>都度ご相談</p>	<p>1~2時間尺 ※企画に応じて決定となります</p>

● 企画 | オリジナル長尺CM

商品の認知だけでなく「理解 ~ 購入意向」といった、より深い広告効果が期待できます。

CM配信 1,250万円分 + 製作費用

オリジナル長尺CM

30秒以上の長尺CMでも高い視聴完了率を誇るAbemaTVにて、30~300秒のオリジナルCMを制作・配信します。長尺かつAbemaTV視聴者層にあったオリジナルCMを配信することで、商品の認知だけでなく「理解 ~ 購入意向」といった、より深い広告効果が期待できます。

AbemaTV出演演者（過去演者や現演者）を起用することで視聴者の注目度がUPし、視聴完了率が向上します

流れのイメージ

1. 企画立案

2. 撮影・製作

3. CM配信

4. レポート・振り返り



AbemaTV出演演者を起用可能です



## ● 企画 | 番組タイアップ

## 固定ファンのいる人気番組とタイアップ可能です

CM配信 1,250万円分 + 製作費用～

## 番組タイアップ

AbemaTVのオリジナル人気番組と連動させた広告企画です。固定ファンがいる番組とのタイアップが可能な商品となります。常時10前後のオリジナル番組が放送されています

※AbemaプレミアムサポーターGOLDプランをお申し込み頂くと1クール（全12回）を通して番組中タイアップが可能です（別途制作費がかかります）

## 番組演者、デザイントナマナを意識した作りになるため番組を見ている感覚で視聴者に商品を訴求できます

過去のタイアップ一例

番組本編 55分程度

タイアップ部分  
1～3分

## ● 企画 | オリジナル番組

マーケティング戦略に沿った番組企画を実現いたします。

CM配信 2,500万円分 + 製作費用

## オリジナル番組

AbemaTV でオリジナル番組を製作・放送する企画です。AbemaTV の番組制作ノウハウを駆使し、広告主様のマーケティング戦略に沿った番組企画を実現します。

番組演者、デザイントナマを意識した作りになるため番組を見ている感覚で視聴者に商品を訴求できます

過去の番組一例



## ● キャンペーン | 早期申込特典

## お得に配信できるキャンペーンがスタートしました

## 早期申込特典

期限までにお申込みを頂いた場合、**最大130%**オーバーimpとなるお得なプランです

配信期間	2020年1月1日(水)~3月31日(火)
メニュー	Demographic配信 と Custom配信 <small>※Zone(ALL)、Target (DemographicLight)、Programは対象外となります</small>
配信面	リニア+ビデオ <small>※ビデオ面への配信は15, 30秒が対応となり60秒以上の素材に関してはリニアのみとなります</small>
尺	15, 30, 60秒のみ
申込期限	2019年11月29日(金) 23:59

※枠数は、1枠あたりを500万としたときの最大上限となります。  
 上限は1社あたりではなく全社合計での枠数制限となりますので、決定優先となります。  
 予めご了承ください。

※また、早期割引の申込後、別のキャンペーンでのオーバーimp 適応の併用は不可となります。  
 別キャンペーンでのオーバーimpの方が比率が良い場合はそちらを適応することが可能となります。  
 ※月をまたいでの配信は配信日に応じてオーバーimp率を適応いたします。

	セグメント	1~2月 オーバーimp率	3月 オーバーimp率	早期割引 上限枠数 ※	
Demographic	男性	M1	130%	120%	10 枠
		M2以上	130%	120%	10 枠
		男性20歳以上	130%	120%	10 枠
	女性	F1	115%	110%	5 枠
		F2 以上	120 %	115%	5 枠
		女性20歳以上	130%	120%	5 枠
	男女	男女22歳以下	115%	110%	2 枠
		男女20歳以上	130%	120%	10 枠
		MF1	130%	120%	10 枠
		MF2以上	130%	120%	10 枠
Custom	全セグメント	130%	120%	2 枠	

● 事例紹介

# 新規ブランドの認知向上プロモーション

業種 トイレタリー：新規ブランド 配信メニュー Demographic M2以上

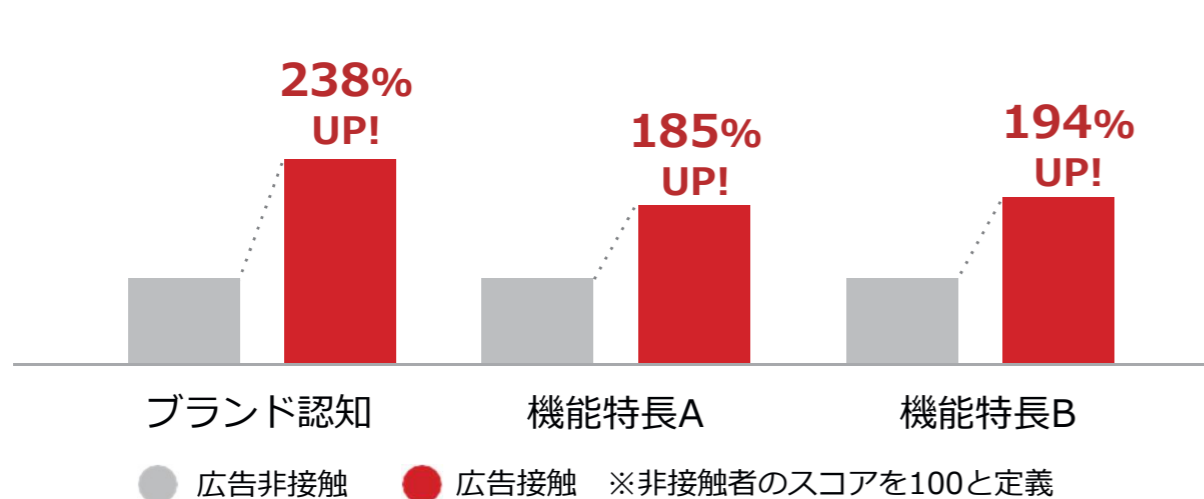
課題	新商品のためブランド認知を向上させたい。さらに機能特長の認知率を高めたい。
プラン	商品のメインターゲットが男性のため、男性へ性年齢別配信を4週間実施。

結果

**ブランド認知や機能特長の認知が大幅にリフトアップし、購入意向も2倍以上に**

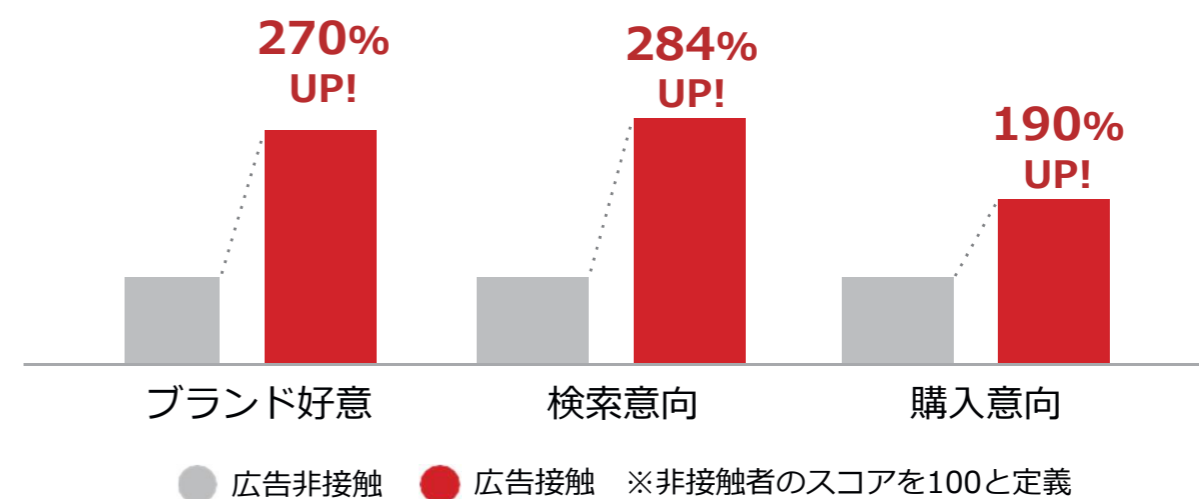
## 認知

広告接触者のブランド認知と  
2つの機能特長の認知がリフトアップ



## 意向

広告接触者のブランド好意、検索  
意向、購入意向がリフトアップ



※ 2018年4月6日～2018年4月9日に株式会社マクロミルが実施した調査結果

● 事例紹介

# 短尺CMと長尺CMを使った購買意欲向上プロモーション

業種 飲料：既存ブランド 配信メニュー 長尺CM

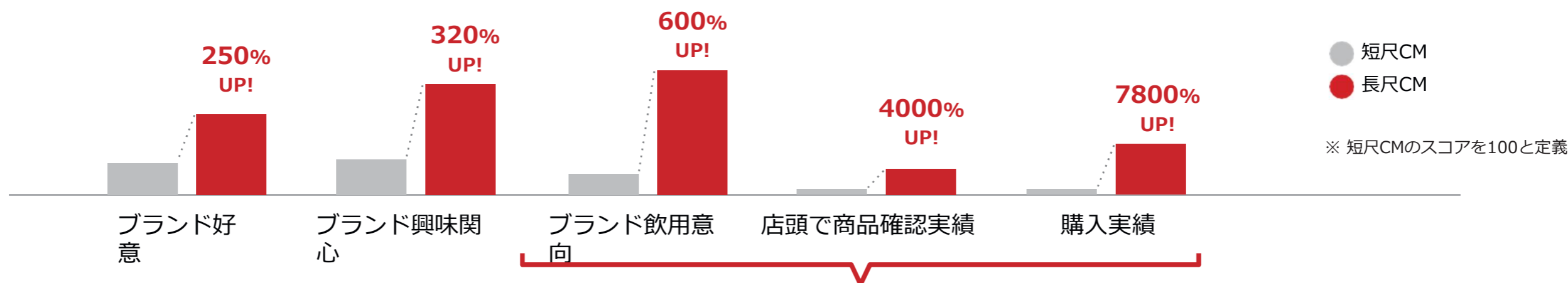
課題	ブランド認知はすでに高いため、飲用イメージを訴求し購買につなげる
プラン	飲用シーンを訴求する①60秒長尺（AbemaTVオリジナル制作）と ②15秒短尺(テレビCM)をAbemaTVにて同時配信

結果

**長尺の視聴完了率が82%と高く、  
15秒CM以上に高い飲用意欲を起こし、購買につながる結果となった**

	訴求	配信開始単価	視聴完了率	視聴完了単価
60秒CM	TVCM素材	10円	82%	12.2円
15秒CM	オリジナル素材	2.5円	88%	2.8円

4.0倍



15秒と60秒CMで視聴完了単価は4.0倍だが、  
より深い指標でのリフトアップが6倍以上出ておりコスト効率が良くなる結果に

※ 2018年1月24日～2018年1月29日に株式会社マクロミルが実施した調査結果

● 事例紹介

# 購買ログを計測した事例

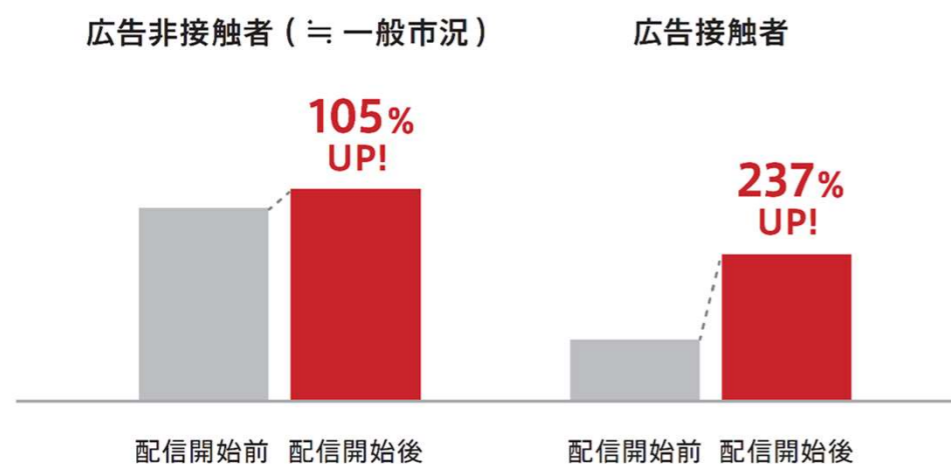
業種 飲料：既存ブランド 配信メニュー 15秒CM

課題	メガブランドのため競合からのブランドスイッチでの購入を伸ばしたい
プラン	季節限定ボトル訴求の15秒CMをAbemaTVにて配信し、配信前後で購買ログを用いて購買状況と比較

結果

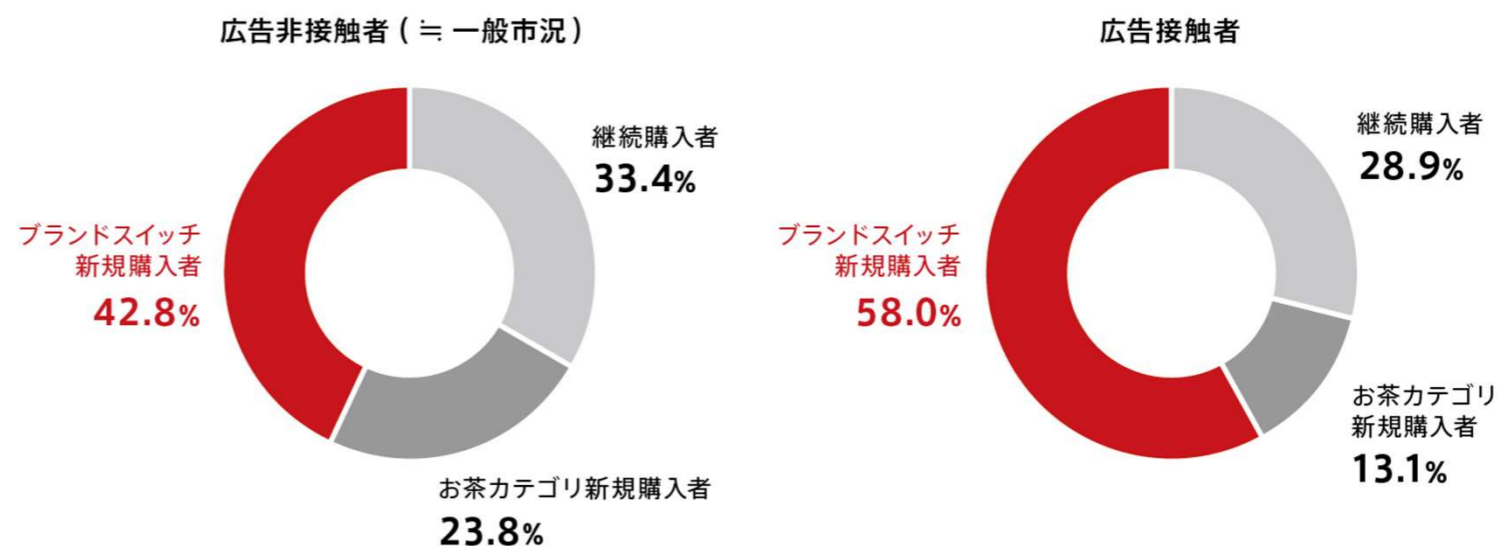
**購入率が非接触と比較してアップし、広告接触者のうち58%がブランドスイッチによる購入と、競合ブランドからのスイッチに寄与している結果に**

## 広告接触による購入率の変化



※ 配信開始前のスコアを100と定義

## 広告接触による新規購入者のブランドスイッチ割合



※ 株式会社インテージが保有する全 15~69 歳の男女消費者 5 万人分の購買データベースに基づき算出。  
 パネルは携帯型専用バーコードスキャナー及びスマートフォンを持ち運び、買い物時に商品のバーコードをスキャンすることによってデータ収集。

● 事例紹介

# Program × Demographic 配信 ~ハイブリッド配信で効果最大化~

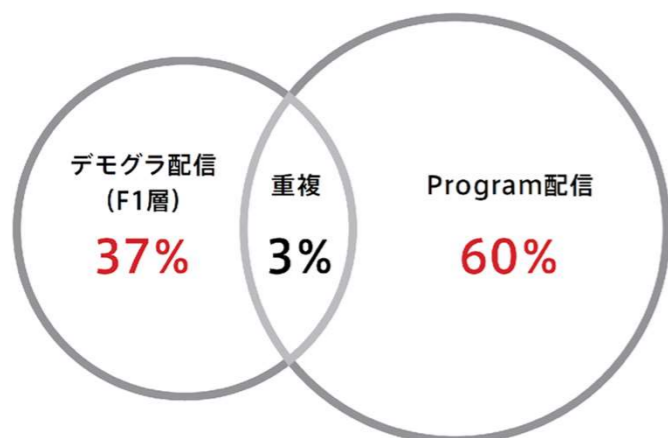
業種 業界：化粧品 配信メニュー (1) Demographic F1 (2) Program 恋愛リアリティーショー

課題	若年女性リーチの最大化を図りたい
プラン	Demographic配信 (F1) と、Program配信(恋愛リアリティーショーパッケージ)を同時に出稿

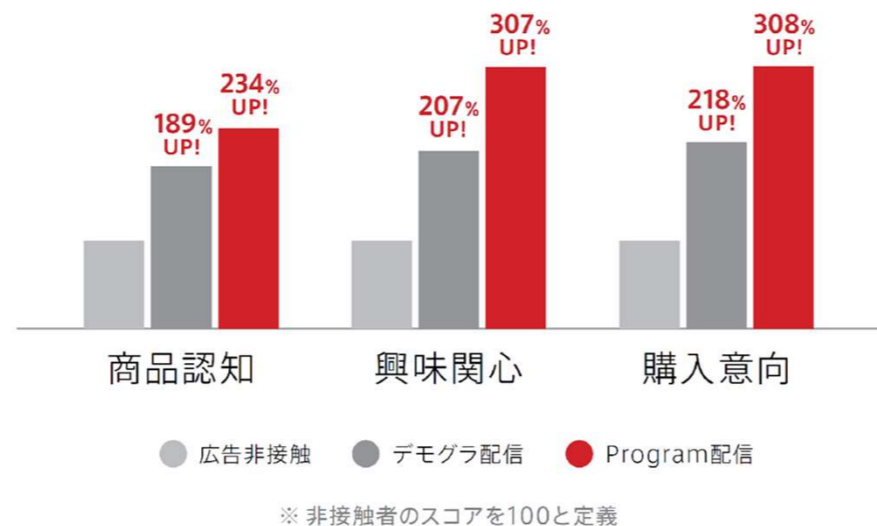
結果

**配信を組み合わせることでターゲットへのリーチを拡大でき、  
広告接触者が全ての指標において大幅にリフトアップ**

## 広告接触者の重複率



## 各広告接触者のリフトアップ率



## 組み合わせ例

男女22歳以下へのリーチを最大化



恋愛リアリティーショー

+



男女22歳以下 100%配信

F2以上へのリーチを最大化



7.2 新しい別の窓

+



F2以上 100%配信

● 事例紹介

# 「提供クレジット」の接触有無での態度変容効果について

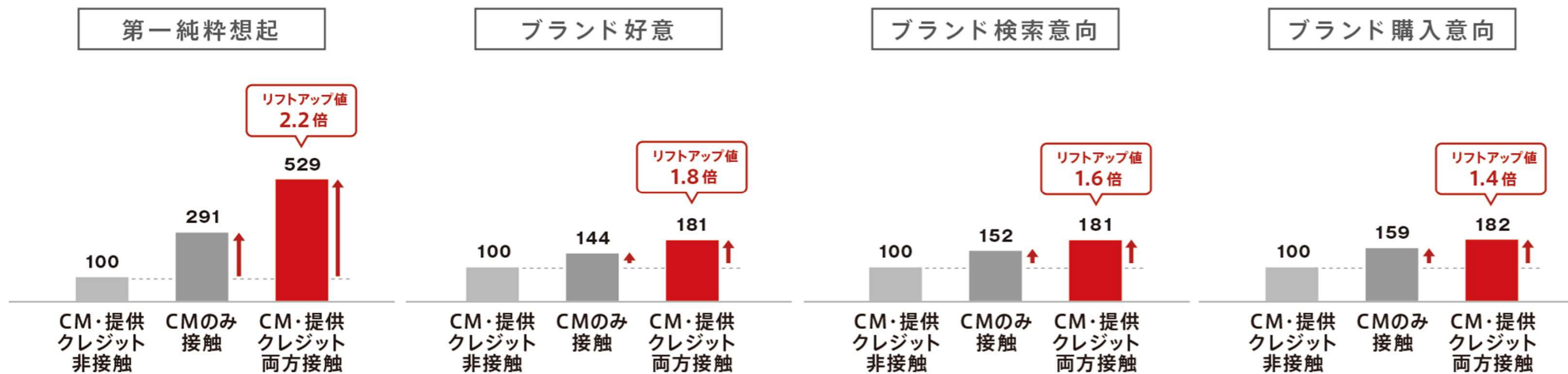
業種 業界：製菓会社 配信メニュー 番組プレミアムサポートパッケージ

狙い	CM配信以外のメニューで広告主に付加価値を与えたい。
プラン	1つの番組で提供クレジットとCMを配信。

結果

多くの項目で提供クレジットとCM両方に接触した人のリフトアップがみられた

## 態度変容



※ CM・提供クレジットともに非接触者女性の数値を 100 と定義

※ 調査機関：株式会社マクロミル 調査実施日：2018/7/20~2018/7/23 n数：Demographic Light = 69 Demographic = 34



● 事例紹介

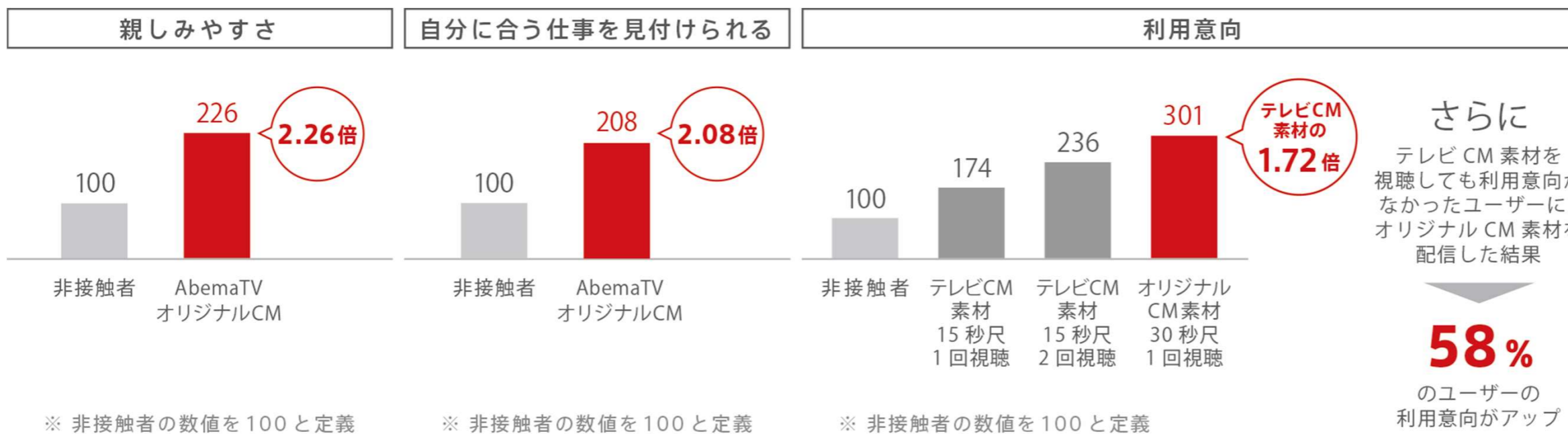
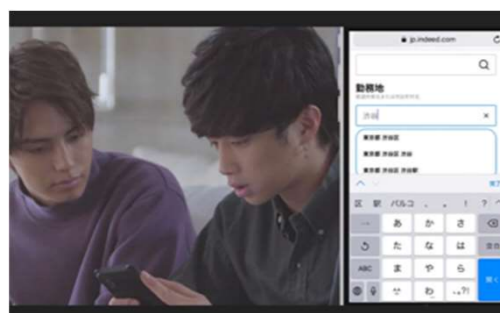
# AbemaTV演者を起用したオリジナル長尺CM

業種 業界：人材 配信メニュー オリジナル長尺CM

課題	テレビCMではリーチしにくい、Teen層へのリーチを目的にAbemaTVでのプロモーションを実施
プラン	Teen層に人気の恋愛リアリティーショー番組「オオカミくんには騙されない♡」の出演者を起用し、“フリーワード検索ができる”など、Teen層に合わせた活用方法の要素を入れ込んだオリジナルCMを制作

結果

**Teen層に親和性の高いクリエイティブにより、ユーザーの利用意向が向上。その結果、配信単価の低い15秒のテレビCMに比べても配信のコスト効率がアップ**



# Index

## ① AbemaTVとは

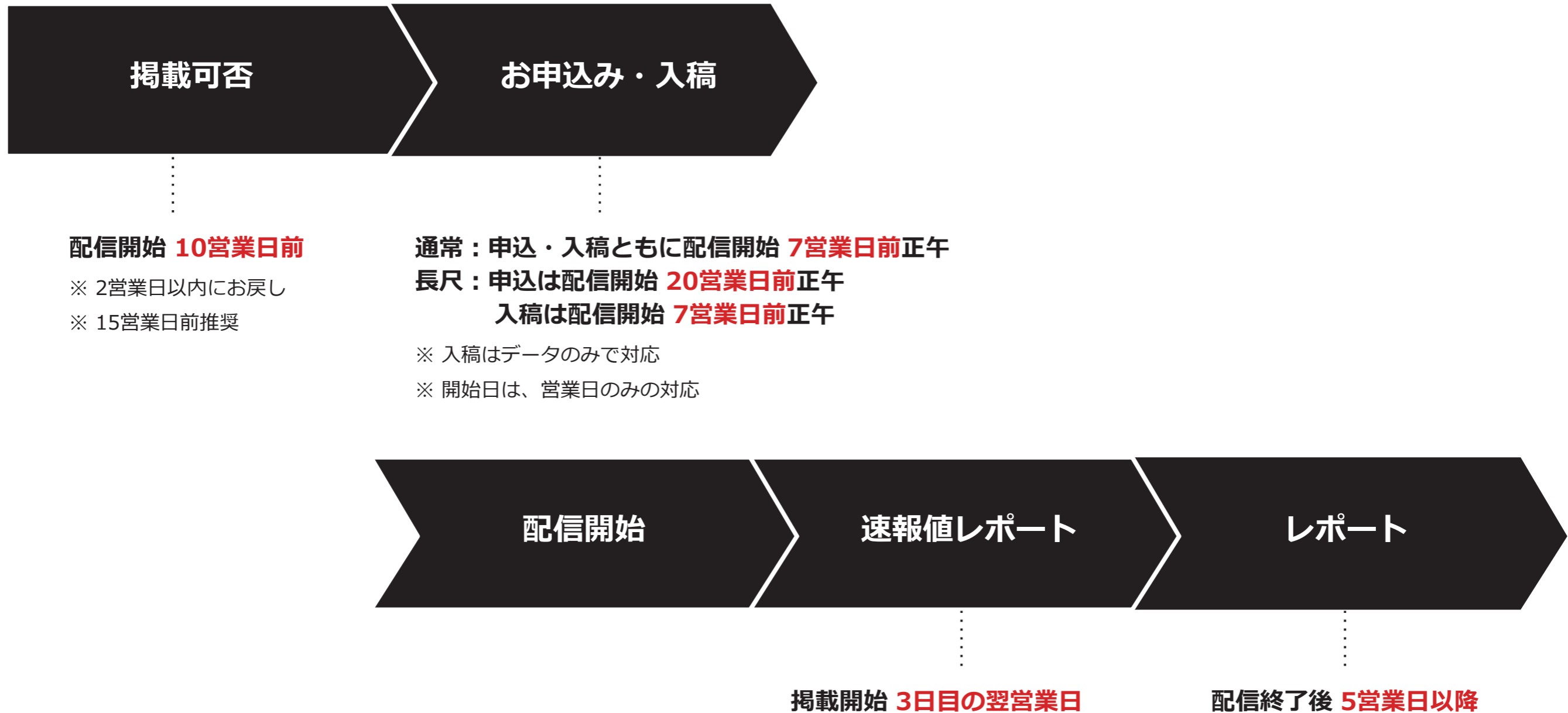
## ② AbemaTV Ads

## ③ お申込みフロー・入稿規定

- ・ 広告配信フロー
- ・ 速報値レポート
- ・ 配信結果レポート
- ・ CM チャンネル
- ・ CM チャンスの設計
- ・ 入稿形式
- ・ 掲載可否基準について
- ・ 留意事項
- ・ 免責事項
- ・ Q&A
- ・ お問い合わせ

● CM配信 | 広告配信フロー

AbemaTV Adsにご出稿の際は以下のスケジュール・フローをご確認下さい。



※ また記載内容につきましても現時点のものとなり、変更となる可能性がございますので予めご了承下さい。  
※ お申し込み前に必ず在庫確認を行うようお願い致します。  
※ 在庫は決定優先となりますので予めご了承下さい。  
※ 長期休暇の場合は、特別スケジュールとなるため、別途ご案内いたします。

● CM配信 | 速報値レポート (無償)

掲載開始3日間分の速報値レポートを翌営業日に送付いたします。

## 速報値レポート

概要	速報値レポートとして初速の確認を行うことが可能です
提出物	開始3日間の視聴開始数・完了率・進捗率を下記イメージフォーマットにて
提出目処	掲載開始3日目の翌営業日
提出方法	メールに添付して送付させていただきます

速報値掲載報告書 | 株式会社●●●●御中

キャンペーン/  
 商材名: ●●●

実質プラン/  
 Zone Select [ ●●●万円 / ●週  
 間]  
 配信期間/  
 2016.●●●● ~  
 2016.●●●●

クリエイティブ/  
 ●●●●\_●●●秒

クリエイティブ名	●●●				●●●			
クリエイティブ	AWA				AWA			
	目標視聴開始数	視聴開始数	完了率	進捗率	目標視聴開始数	視聴開始数	完了率	進捗率
10月1日	71,429	100,000	82%	140%	71,429	114,286	83%	160%
10月2日	71,429	130,000	83%	182%	71,429	124,313	84%	174%
10月3日	71,429	80,000	85%	112%	71,429	98,420	84%	138%
TTL	214,286	310,000	83%	145%	214,286	337,019	84%	157%

※本レポートは速報のため参考値となります。正確な数値は最終レポートをもってご報告とさせていただきます。

※ 本レポートは速報のため参考値となります。正確な数値は最終レポートを持ってご報告とさせていただきます。

※ クリエイティブ間の配信比率変更のご相談は、ご連絡をいただいてから3営業日ほどいただく可能性がございます。詳細は都度営業担当までご相談ください。

● CM配信 | 配信結果レポート (無償)

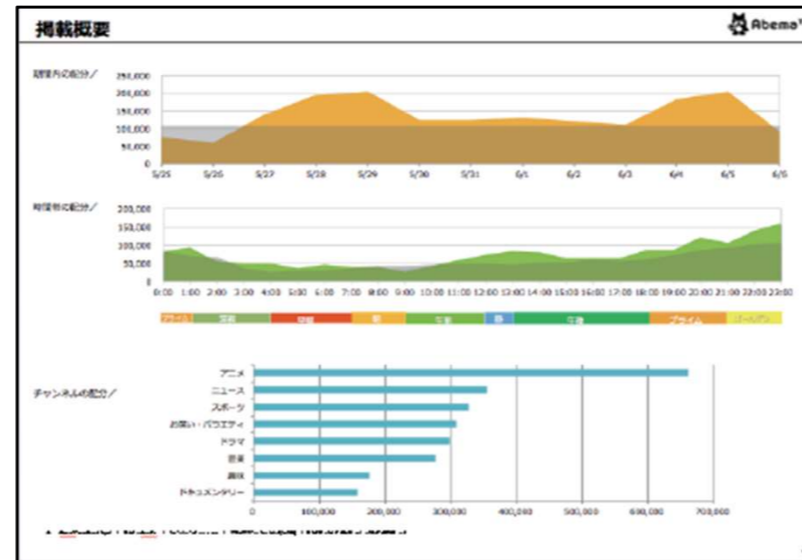
以下のように配信結果の実績数値を視覚的に表現したものを基本レポートとしてご提供いたします。

# 1. 配信結果 効果サマリ



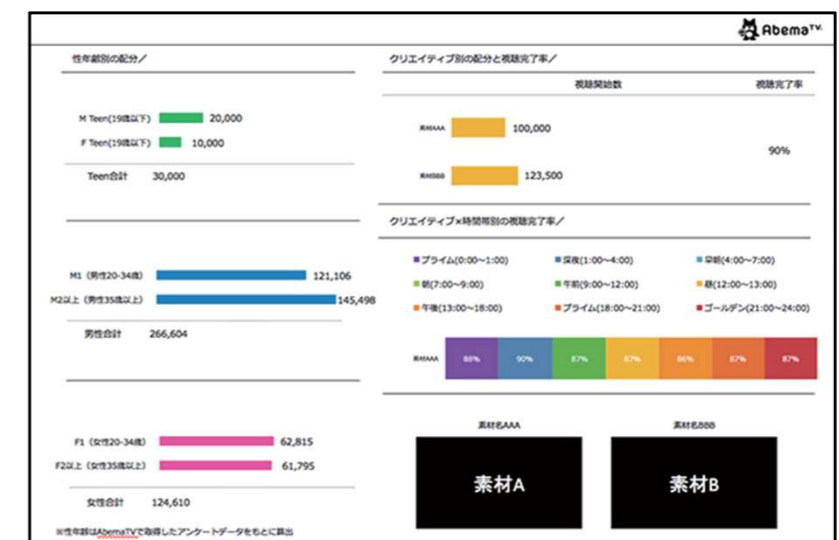
- ・視聴開始数
- ・視聴完了数
- ・視聴完了率
- ・視聴開始単価
- ・完了単価
- ・FQ

# 2. 配信結果内訳 期間/時間帯/チャンネル



- ・日別視聴開始数
- ・時間帯別視聴開始数
- ・ch別視聴開始数

# 3. 配信結果内訳 性年齢/クリエイティブ

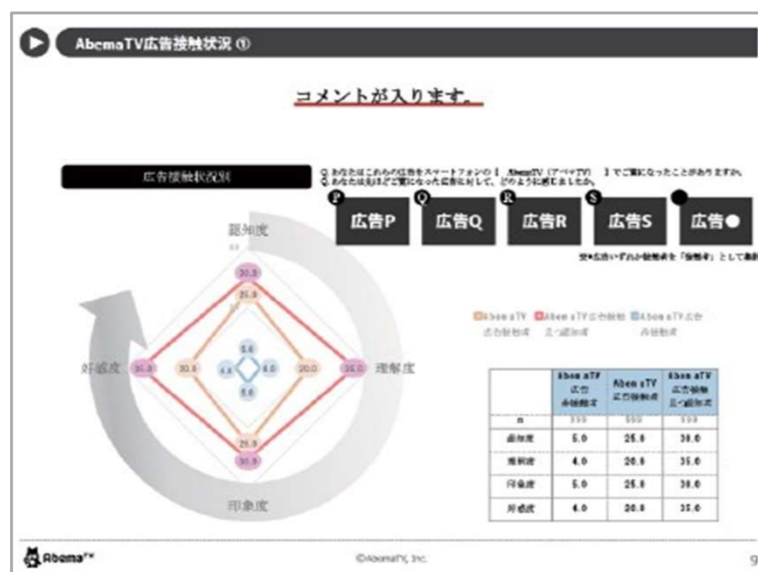


- ・性年齢別視聴開始数
- ・クリエイティブ別完了率
- ・クリエイティブ別×時間帯別完了率

● CM配信 | 配信結果レポート (有償)

調査会社を使用した、広告評価・態度変容に関する調査データを有償にてご提供いたします。

# 4. 広告評価



広告認知、広告好意度、広告理解度

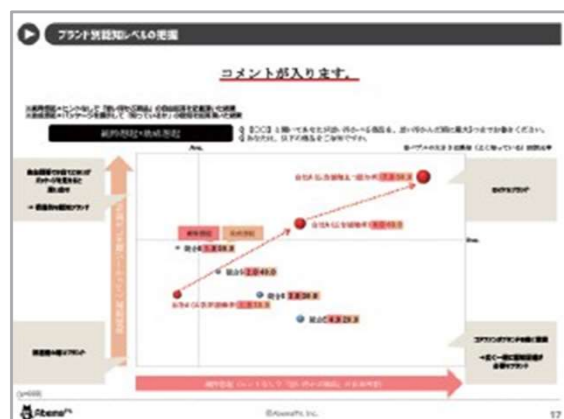


クリエイティブ別広告効果



広告認知 / 広告理解 × フリークエンシー別

# 5. 態度変容



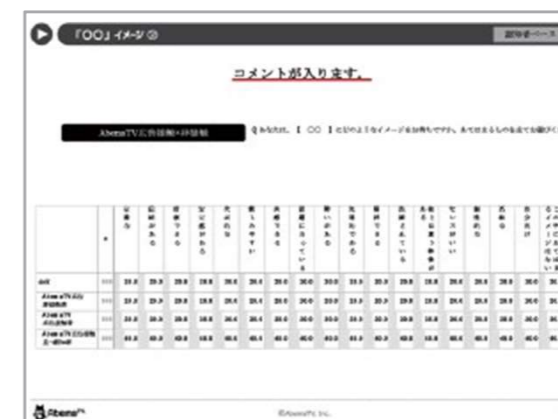
認知の広さ × 深さ  
(純粋想起 × 助成想起)



性年代別の  
商品認知度、商品好意度  
商品興味関心度、商品理解度



性年代別の実績  
ネット検索、情報共有  
店舗確認、購入 / 利用



性年代別の商品 / 企業へのイメージ  
例) 定番な、信頼できる、先進的  
※選択肢はカスタマイズ可

※ 配信数によっては n 数が非常に少なくなることがございます。

● CM配信 | 配信結果レポート (有償)

調査会社を使用した、広告評価・態度変容に関する調査データを有償にてご提供いたします。

## 6. アンケートローデータ

・ローデータ (CSV ファイル)

MA 項目についてはフラグ形式になります。

・質問コード (CSV ファイル)

質問は横並びとなり、ローデータとリンクするようになっています。

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I					
1	質問文	Q1.次のその1.名前を知	1.名前を知	1.名前を知	1.名前を知	1.名前を知	1.名前を知	1.名前を知	1.名前を知					
2	USERID	Q1.1-1	Q1.1-2	Q1.1-3	Q1.1-4	Q1.1-5	Q1.1-6	Q1.1-7	Q1.1-8					
3	3486664	0	0	0	0	0	0	0	0					
4	3665475	1	1	1	1	1	1	1	1					
5	840229	1	1	1	1	1	1	1	1					
6	2792618	1	0	0	0	0	0	0	0					
7	1598038	1	1	1	1	1	1	1	1					
8	394045	1	1	1	1	1	1	1	1					
9	73725	1	1	1	1	1	1	1	1					
10	3045601	1	1	1	1	1	1	1	1					
11	2639344	質問文	Q1.現在のQ2.住宅ロ	Q3.借入先	Q4.借入先	Q5.借入先	Q6.現在のQ11.今後は	Q12.今後は	Q13.今後は	Q14.今後は	Q15.今後は	Q16.今後は	Q17.今後は	
12	1571954	回答番号	Q1-5	Q2-13	Q3-17	Q4-17	Q5-9	Q6-4	Q11-7	Q12-4	Q13-12	Q15-17	Q16-4	Q17
13	515727	2	社内融資	社内融資	社内融資	社内融資	社内融資	社内融資	社内融資	社内融資	社内融資	社内融資	社内融資	社内融資
14	2386581	4	JIAバンク	JIAバンク	JIAバンク	JIAバンク	JIAバンク	JIAバンク	JIAバンク	JIAバンク	JIAバンク	JIAバンク	JIAバンク	JIAバンク
15	3448094	5	金融公庫	金融公庫	金融公庫	金融公庫	金融公庫	金融公庫	金融公庫	金融公庫	金融公庫	金融公庫	金融公庫	金融公庫
16	3092223	7	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め	不動産屋さんの勧め
17	163859	8	ローンが通ったから	ローンが通ったから	ローンが通ったから	ローンが通ったから	ローンが通ったから	ローンが通ったから	ローンが通ったから	ローンが通ったから	ローンが通ったから	ローンが通ったから	ローンが通ったから	ローンが通ったから
18	3803338	9	しなかった	しなかった	しなかった	しなかった	しなかった	しなかった	しなかった	しなかった	しなかった	しなかった	しなかった	しなかった
19	389816	10	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった	住宅金融から借り入れが条件でもあった
20	843284	11	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関	不動産会社の提携金融機関
21	2407842	12	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった	初めてのマンションの受付よりわからなかった
22	215702	13	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス	東京郵便局の銀行支店のアドバイス
23	1576252	14	会社	会社	会社	会社	会社	会社	会社	会社	会社	会社	会社	会社
24	3724249	15	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた	みなと銀行提携していた
25	3760303	16	増成成モーニング	増成成モーニング	増成成モーニング	増成成モーニング	増成成モーニング	増成成モーニング	増成成モーニング	増成成モーニング	増成成モーニング	増成成モーニング	増成成モーニング	増成成モーニング
26	1233025	17	オリコ	オリコ	オリコ	オリコ	オリコ	オリコ	オリコ	オリコ	オリコ	オリコ	オリコ	オリコ
27	2260725	18	日立キビタル	日立キビタル	日立キビタル	日立キビタル	日立キビタル	日立キビタル	日立キビタル	日立キビタル	日立キビタル	日立キビタル	日立キビタル	日立キビタル
		19	旭化成モーニング	旭化成モーニング	旭化成モーニング	旭化成モーニング	旭化成モーニング	旭化成モーニング	旭化成モーニング	旭化成モーニング	旭化成モーニング	旭化成モーニング	旭化成モーニング	旭化成モーニング
		20	会社の情報	会社の情報	会社の情報	会社の情報	会社の情報	会社の情報	会社の情報	会社の情報	会社の情報	会社の情報	会社の情報	会社の情報
		21	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター	勤務先の事務所の広告ポスター
		22	提携している人に相談	提携している人に相談	提携している人に相談	提携している人に相談	提携している人に相談	提携している人に相談	提携している人に相談	提携している人に相談	提携している人に相談	提携している人に相談	提携している人に相談	提携している人に相談
		23	わかりません	わかりません	わかりません	わかりません	わかりません	わかりません	わかりません	わかりません	わかりません	わかりません	わかりません	わかりません
		24	年金住宅	年金住宅	年金住宅	年金住宅	年金住宅	年金住宅	年金住宅	年金住宅	年金住宅	年金住宅	年金住宅	年金住宅
		25	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので	住宅金融と元不動産営業だったので
		26												
		27												
		28												
		29												
		30												

ローデータ (CSV ファイル)

1	A	B	C	D	E	F	G
1	リード文						
2							
3	質問文	Q1.あなたのお	Q2.あなたがJR	Q3.あなたが	Q3.あなたが	Q3.あなたが	Q3.あなたが
4							
5	表組時のアイテムの質問文						
6	質問番号	Q1	Q2	Q3	Q3	Q3	Q3
7	選択数番号	7	6	1	2	3	
8	アイテム名	Q1	Q2	Q3-1	Q3-2	Q3-3	
9	タイプ	集計方法	S	S	M	M	M
10							
11	選択数1	鹿児島地帯(産ほほ毎日)	JR鹿児島本線	JR鹿児島本線	九州新幹線		
12	選択数2	大隈地帯(産屋週1回以上)					
13	選択数3	結良・伊佐地帯月に2~3回程度					
14	選択数4	北薩地帯(阿久月に1回程度)					
15	選択数5	南薩地帯(指宿年に2回以上)					
16	選択数6	離島地帯	ほとんど利用しない				
17	選択数7	鹿児島県には住んでいない					
18							
19							
20							
21							

質問コード (CSV ファイル)

## 7. 集計表

クロス集計は性年代別と割付軸とのクロス集計までとなり、それ以外の集計に関しては、別途費用が発生いたします。

Q1.この夏、海外へ旅行するとしたら、どの国へ行きたいですか。当てはまるものをお答えください。(3つまで)

	n	%
全体	2941	100.0
1 フランス	392	13.3
2 イギリス	280	9.5
3 イタリア	492	16.7
4 ギリシャ	164	5.6
5 スイス	244	8.3
6 オランダ	53	1.8
7 ベルギー	59	2.0
8 ドイツ	165	5.6
9 スペイン	168	5.7
10 ポルトガル	31	1.1
11 北欧	228	7.8
12 ロシア	32	1.1
13 チェコ	29	1.0
14 ハンガリー	22	0.7
15 オーストリア	79	2.7
16 トルコ	69	2.3
17 エジプト	83	2.8
18 中近東	22	0.7
19 中国(本土)	103	3.5
20 韓国	277	9.4
21 香港	158	5.4
22 タイ	149	5.1
23 シンガポール	103	3.5
24 ベトナム	89	3.0
25 カンボジア	24	0.8
26 インド	39	1.3
27 アフリカ(本土)	289	9.8
28 カナダ	189	6.4
29 ペルー(中南米)	50	1.7
30		

単純集計表 (GT 表)

Q1.この夏、海外へ旅行するとしたら、どの国へ行きたいですか。当てはまるものをお答えください。(3つまで)

	n	フランス	イギリス	イタリア	ギリシャ	スイス	オランダ
全体	2941	392	280	492	164	244	53
100.0	100.0	13.3	9.5	16.7	5.6	8.3	1.8
性年代							
男性10代	199	34	24	40	17	21	2
100.0	100.0	17.1	12.1	20.1	8.5	10.6	1.0
男性20代	540	57	45	95	26	31	9
100.0	100.0	10.6	8.3	17.6	4.8	5.7	1.7
男性30代	486	46	36	43	23	40	9
100.0	100.0	9.5	7.4	8.8	4.7	8.2	1.9
男性40代	160	25	13	23	14	9	3
100.0	100.0	15.6	8.1	14.4	8.8	5.6	1.9
男性50代	56	5	1	6	2	8	4
100.0	100.0	8.9	1.8	10.7	3.6	14.3	7.1
女性10代	330	69	49	77	18	15	7
100.0	100.0	20.9	14.8	23.3	5.5	4.8	2.1
女性20代	695	92	64	126	40	64	10
100.0	100.0	13.2	9.2	18.1	5.8	9.2	1.4
女性30代	343	45	31	60	15	35	4
100.0	100.0	13.1	9.0	17.5	4.4	10.2	1.2
女性40代	108	15	13	18	8	18	5
100.0	100.0	13.9	12.0	16.7	7.4	16.7	4.6
女性50代	24	4	4	4	1	2	0
100.0	100.0	16.7	16.7	16.7	4.2	8.3	0.0

クロス集計表

※ 配信数によっては n 数が非常に少なくなることがございます。

※ 出稿金額 1,000 万円未満の場合は、「6. アンケートローデータ」「7. 集計表」については納品が出来かねますので予めご了承ください。

## ● CM配信 | 配信結果レポート (有償)

調査会社を使用した調査費用については以下の条件にて無償で実施することが可能です。

## 調査費用について

最低出稿金額	最大設問数	設問内容	TV 調査	最大サンプル数	最大クリエイティブ数
500 万円	5 問 ※ローデータ、集計表のみ納品	定型文	×	600 ss	1 本
1,000 万円	10 問	定型文	×	800 ss	2 本
1,500 万円	19 問 ※TV 調査なし時は 10 問	定型文	○	800 ss	2 本
2,000 万円	19 問 ※TV 調査なし時は 10 問	自由	○	1000 ss	4 本

## 注意事項

- ・ 上記以外の調査を実施する場合、広告配信費とは別に費用が発生いたします。
- ・ 追加の調査費に関しては実施の都度見積もりが必要となりますので予めご了承くださいませ。
- ・ 上記調査で発生する費用との差分に関しては広告主側での負担となりますので予めご了承くださいませ。
- ・ 配信数によってはn 数が非常に少なくなることがございます。



## ● CMチャンネル

**広告・番宣素材を配信するCMチャンネルを常設し、無償にて配信させていただきます。**

枠数	上限なし
対応尺	15秒 / 30秒 / 60秒 / 90秒 / 120秒 / 150秒 / 180秒 / 300秒
金額	無償
出稿条件	CM配信のご発注
掲載本数	1社4素材まで
掲載期間	CM配信と同期間
申込期限	CM配信に準じる
入稿期限	CM配信に準じる
レポート項目	視聴開始数
配信方法	ローテーション(繰り返し配信)
留意事項	<p>※CMチャンネルでの配信レポートはCM配信の数値と分けてご報告致します。</p> <p>※繰り返し配信の掲載順番の指定はお受け致しかねます。</p> <p>※掲載中の広告素材は原則全て掲載させていただきます。</p> <p>※広告主様NGの素材は掲載致しません。</p> <p>※競合排他、プランニングでのカスタマイズ反映(逆L型等)はお受け致しかねます。</p> <p>※掲載中の広告素材は原則全曜日全時間帯にて掲載させていただきます。</p>

チャンネルロゴ



掲載イメージ



※ 記載内容につきましては現時点のものとなり、変更となる可能性がございますのでご了承下さい。

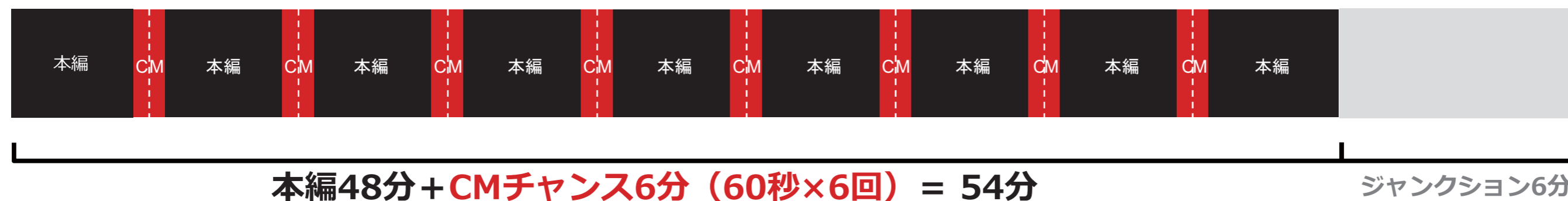
※ 記載の尺以外の半端尺については配信致しかねます。

● CMチャンス設計

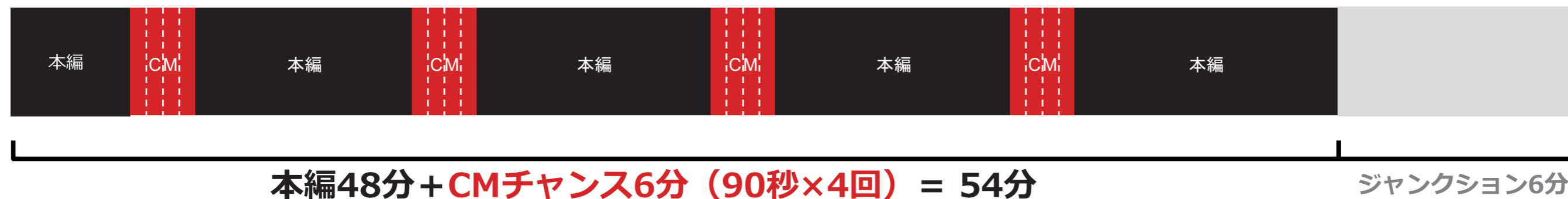
番組の特長にあわせてCMチャンスを個別に編成

※ 随時、変更を加えていく前提であります。

[例]ストーリー性のない音楽などは、尺を短く頻度を高く設計。



[例] ストーリー性のあるドラマやアニメは、尺を長く頻度を低く設計。



1回のCMチャンス尺の種類

(15秒) 30秒 (45秒)  
60秒 90秒 120秒 180秒

※ CM 素材は通常 15、30 秒尺、長尺は 60、90、120、150、180、300 秒尺のみの対応となります。  
※ CM チャンスは等間隔での配信ではございません

※ 記載内容につきましては現時点のものとなり、変更となる可能性がありますのでご了承下さい。  
※ 記載の尺以外の半端尺については配信致しかねます。

## ● 入稿形式

項目	入稿規定
CM 尺	15 秒、30 秒、60 秒、90 秒、120 秒、150 秒、180 秒、300 秒
コンテナフォーマット	MP4
フレームサイズ	FullHD (1920×1080)
アスペクト比	16:9
映像ビットレート (ターゲット・平均)	20 Mbps
エンコードモード	2Pass VBR ( VBR上限30Mbps )
スキンの種類	プログレッシブスキン ※必ず事前にインターレース解除処理を行い、走査線の筋が映像に残らないよう処理をしてください。
コーデック	H.264
フレームレート	29.97fps
プロファイル	High Profile もしくはMain Profile
音声チャンネルタイプ	Stereo 2ch ※マルチチャンネル音声には対応していません。
音声コーデック	AAC-LC
音声ビットレート	320kbps
音声ビット深度・サンプリング周波数	16bit/48 kHz
音声ピーク値	-3dBFS 以下 ※この値をオーバーすると音割れにつながりますのでご注意ください。
音声平均ラウドネス値	-18.0LUFS±1LU ※AbemaTV では独自のラウドネス基準を設けております。TV-OA 基準よりも大きな音となりますのでご注意ください。
総ファイルサイズ	容量制限なし
ファイル名	半角英数字・記号( 全角文字NG)

※ エンコード時の DRM は不要です。

※ また記載内容につきましても現時点のものとなり、変更となる可能性がございますので予めご了承ください。

※ 無音のCM素材については、事前に確認が必要となります。

また、全くの無音CMは放送できかねる場合がございますので予めご了承ください。

● 掲載可否基準について

## TVCMの基準に準拠

### AbemaTV独自の方針を加味

- ① AbemaTV のブランド保護／競合観点（金融・パチンコ／他動画サービス）
- ② テレビ朝日の競合観点
- ③ Web 広告のガイドライン観点

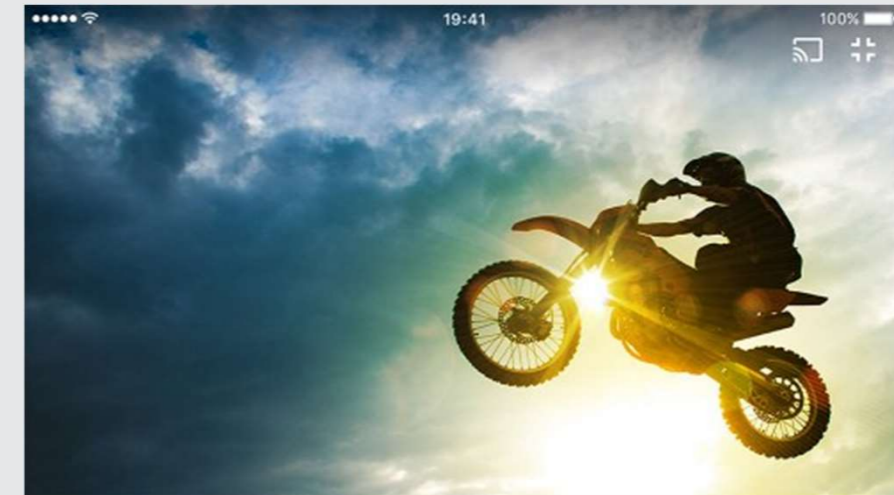
● 留意事項

【補足】掲載時の留意事項 (iPhoneでの閲覧想定)

フルスクリーン再生時

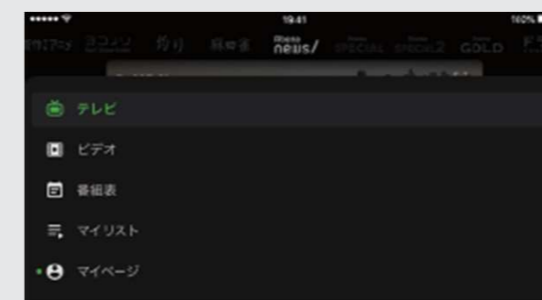


通常時は画面四隅が角丸の仕様になります



フルスクリーン時は垂直角になります

メニュー表示時、  
番組表表示時



① 左下のメニューボタンをタップ時



② 左下の検索ボタンをタップ時

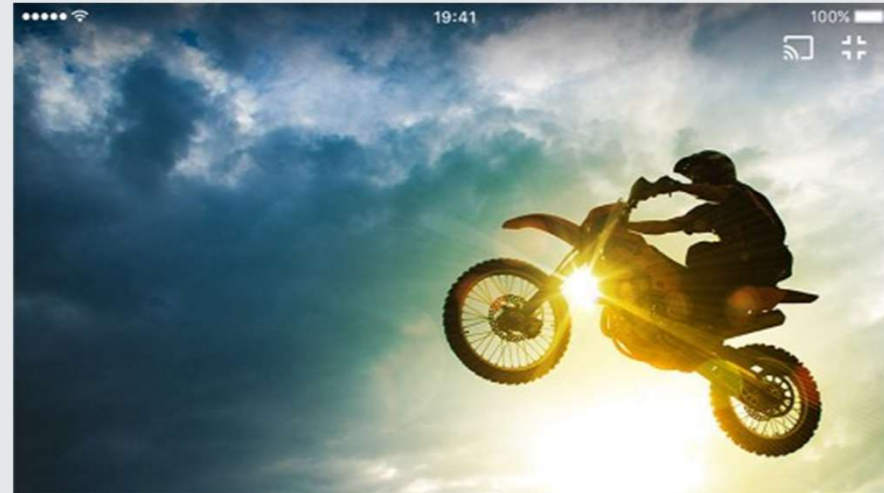
※ Android端末での閲覧の際も同様の OS に依存する仕様があることを予めご了承ください。  
※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がありますので予めご了承下さい。

● 留意事項

【補足】掲載時の留意事項（iPhone での閲覧想定）

以下パターン等で広告に操作画面等がかぶさる場合がございます。

デバイス切り替え時



デバイス切り替えボタンをタップ時

コメント表示時、  
コメント入力時



コメント入力欄をタップ時

※ CM再生時は、番組視聴数、Twitter シェアボタンは掲載されません。

※ チャンネル移動時に、チャンネルの情報として数秒、番組情報が掲示される場合がございます。

※ Android端末での閲覧の際も同様のOSに依存する仕様があることを予めご了承ください。

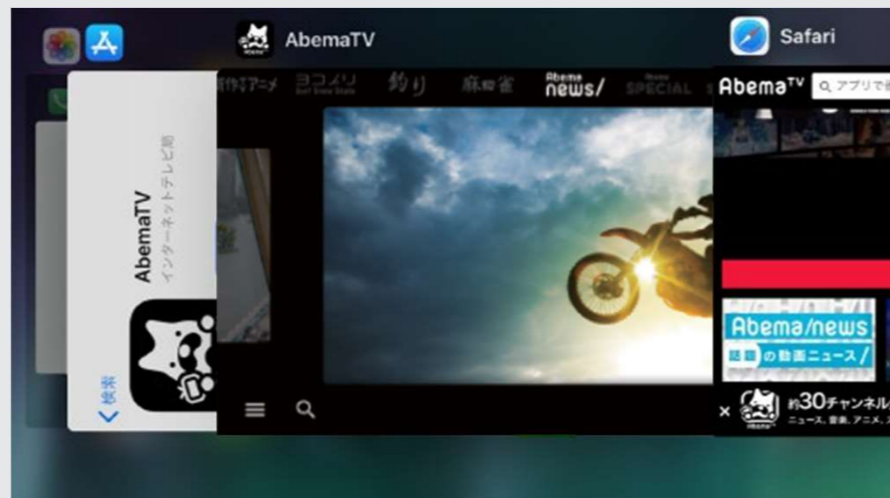
※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる場合がございますので予めご了承下さい。

● 留意事項

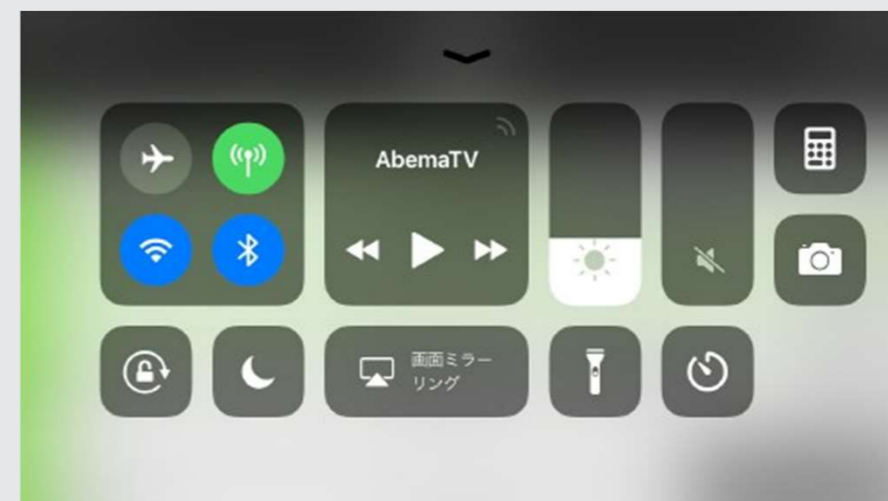
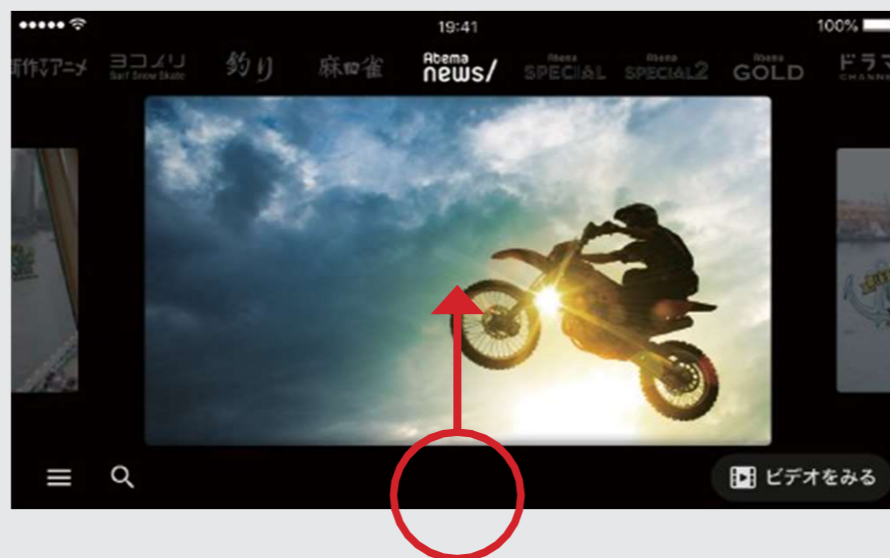
【補足】掲載時の留意事項（iPhoneでの閲覧想定）

以下パターン等で機種依存操作において、広告に操作画面等がかぶさる場合がございます。

ホームボタン  
ダブルタップ時



コントロールセンター  
立ち上げ時



※ Android 端末での閲覧の際も同様の OS に依存する仕様があることを予めご了承ください。  
※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる場合がございますので予めご了承下さい。

● 留意事項

【補足】掲載時の留意事項（iPhone での閲覧想定）

以下パターン等で広告に操作画面等がかぶさる場合がございます。

ビデオ再生時

スキップなしの場合（15 秒）



「CM」表記、CM 配信時間、画面下部にシークバーが表示されます

スキップありの場合（30 秒）



「CM」表記、CM 配信時間、画面下部にシークバー、スキップボタンが表示されます  
※ 広告の場合はスキップ機能はございません

※ Android 端末での閲覧の際も同様の OS に依存する仕様があることを予めご了承ください。  
※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる場合がございますので予めご了承下さい。



● 留意事項

【補足】応援機能に関する留意事項

以下パターン等では、広告に応援機能がかぶるため、広告の視聴開始数のカウントには含めません。

縦型：詳細説明



縦型：コメント入力時



※ Android端末での閲覧の際も同様のOSに依存する仕様があることを予めご了承ください。  
 ※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がありますので予めご了承下さい。

● 留意事項

【補足】応援機能に関する留意事項

以下パターン等では、広告に応援機能がかぶるため、広告の視聴開始数のカウントには含めません。

縦型：コイン購入



縦型：ユーザー登録



※ Android 端末での閲覧の際も同様の OS に依存する仕様があることを予めご了承ください。  
 ※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がありますので予めご了承下さい。

## ● 留意事項

## 【補足】応援機能に関する留意事項

以下パターン等では、広告に応援機能がかぶるため、広告の視聴開始数のカウントには含めません。

縦型：全ての画面（以下は例）



※ Android 端末での閲覧の際も同様の OS に依存する仕様があることを予めご了承ください。  
 ※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がありますので予めご了承下さい。

● 留意事項

【補足】バックグラウンド再生時の留意事項

以下パターン等では音声のみの再生になるため、広告の視聴開始数のカウントには含めません。

ロック画面



コントロールセンター



※ Android端末での閲覧の際も同様のOSに依存する仕様があることを予めご了承ください。  
※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がありますので予めご了承下さい。

● 留意事項

【補足】縦型再生時の留意事項

広告のレポートは、縦横合計の数値となりますので、予めご了承ください。

縦型フィード時



縦型コメント時



※ Android 端末での閲覧の際も同様の OS に依存する仕様があることを予めご了承ください。  
 ※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がありますので予めご了承下さい。

## ● 免責事項

弊社は、サービス提供のために最善を期しますが、

1. システムメンテナンス、保守点検を行う場合
2. 弊社の原因によらない停電、天災などの不可抗力
3. 各通信会社、各プロバイダ会社、各データセンター側の都合
4. その他一時的な中断を必要とした場合

等により本サービスが適正に行われなかったことがあります。

また上記理由により本サービスが適正に行われなかったことにより広告主様に損害が生じたとしても、弊社は一切責任を負わず、免責されるものといたします。

- ・サービスのメンテナンスやサーバーの不具合等々で掲載が中断された場合にも、6時間以内の掲載不具合は補填の対象外とさせていただきます。
- ・仕様上問題がない場合でも、ユーザークレーム、ユーザビリティへの配慮の観点から、配信・掲載をお断り、もしくは修正をお願いする場合があります。
- ・光点滅による特に子供たちへの健康への配慮から、民放連「アニメーション等の映像手法に関するガイドライン」に準拠してください。
- ・デバイスによってプレイヤーの仕様が異なるため、動作上の不具合が発見された場合は修正をお願いすることがあります。
- ・ユーザーアクションにより、広告にコンテンツがかぶさる場合があります。
- ・大画面や全画面時は、そのサイズに見合ったサイズにプレイヤー側で拡大して掲載されます。
- ・フルブラウザなどの携帯端末からの閲覧や、ユーザーのブラウザ設定、ファイアウォール、セキュリティソフト、プラグインソフト、その他の設定や環境によっては、広告が配信できない、または正しく掲載されないなどの可能性があることをご了承ください。
- ・通信環境や端末・OS固有の仕様、ユーザーの端末仕様状況によって、広告が配信できない、または正しく表示されない（表示までに時間がかかる）などの可能性がある事をご了承ください。
- ・AbemaTV として、話題性、重大性の高い内容の配信を優先することがあるため、事前に予定していた配信内容とも異なる場合がございます。
- ・AbemaTV 基準にて、一部広告に不適切な番組を除外しておりますが、ご要望に応じて配信することも可能です。

## ● 免責事項

- ・お申込日以降のお客様のご都合によるキャンセルは、キャンセル日に拘わらずお申込金額の全額を頂きます。
- ・一度お支払い頂いた費用については、いかなる理由があっても返金しないものとします。
- ・本申込に基づき当社が負う損害賠償責任は、お申込金額を上限とさせていただきます。
- ・番組タイアップは原則一業種一社とさせて頂き、CMなどは競合排他致しかねます。
- ・当社に対し提供していただく一切の素材（検索キーワード・文章・画像・写真等を含みますがこれに限りません）が第三者の知的財産権、肖像権その他いかなる権利も侵害するものでなく、かつ、合法的なものであることをそれぞれ保証していただきます。
- ・番組構成、出演タレント選定、商材の取り上げ方、演出（例えば、タレントが商材を持つ等）は番組制作サイドにて決定させていただきます。必ずしもご希望に沿えない場合がございますので、予めご了承くださいませ。
- ・出演タレントおよび、出演人数、商材の取り上げ方、演出方法によっては、別途料金が発生する場合がございます。
- ・2次利用の範囲、期間などは番組やタレントごとに異なります。追加費用が発生する場合がございます。各営業へお問い合わせ下さい。

## ● Q&A

### サービスについて

**Q web サイトへの遷移は可能ですか？また可能な場合、どのように出来ますか？**

A 現状遷移導線はございませんが、今後そのような取り組みも検討しております。

**Q 番組視聴予約は出来ますか？**

A 出来ます。右下の番組表をタップ頂き、番組表（各番組枠）の右のチェックボタンを押して頂ければ番組視聴予約が可能です。

一部番宣視聴時に出現する予約ボタンからも予約が可能です。配信開始時間になるとプッシュ通知が届きます。

### 広告について

**Q AbemaTV の 1 日の配信は何時から何時ですか？**

A 0:00 ~ 23:59 を 1 日としております。

最終レポートでも 0:00 ~ 23:59 を 1 日として提出しております。

**Q 業種によって単価や条件は変わりますか？**

A 訴求がコンプレックス商材である場合、ch・時間を制限させていただく可能性がございます。

それに応じて配信単価が上がる可能性がございますので、ご了承下さい。

**Q パッケージに含まれる ch 全てに配信されますか？**

A 編成の状況や尺によっては、記載されている全ての ch に配信されるとは限りませんのでご了承下さい。

※ 100% 保証の場合は、事前に配信可能な ch を確認の上、そこに確実に配信致します。

### 素材・入稿について

**Q HDCAM 等テープ素材を AbemaTV でデータに変換することは可能でしょうか？**

A お手数おかけ致しますが予めご用意頂いたデータをメール添付のうえ、ご入稿いただけますと幸いです。

**Q ラウドネス値：-24.0LUFS±1dB（ピーク値は同範囲内）での入稿・配信は可能でしょうか？**

A 現状お受けが難しくなっておりますため、原稿規定に沿い（-18.0LUFS±1dB）でのご入稿をお願い致します。

**Q 素材の上限はありますか？**

A 1 ブランドにつき 4 本までとさせていただきます。

**Q 無音の素材を配信できますか？**

A 無音のCM素材については、事前に確認が必要となります。また、全くの無音CMは放送できかねる場合がございます。





アベマTV



AppleとAppleロゴは、米国その他の国で登録されたApple Inc. の商標です。App Storeは Apple Inc. のサービスマークです。

Google Play、Google Play ロゴは、Google Inc. の商標です。

● お問い合わせ先

**株式会社 AbemaTV 広告本部**

**株式会社テレビ朝日 営業局**

〒150-0042

東京都渋谷区宇田川町 40 番 1 号

Abema Towers

お問い合わせ : [adinfo@abema.tv](mailto:adinfo@abema.tv)

掲載可否 : [kahi@abema.tv](mailto:kahi@abema.tv)