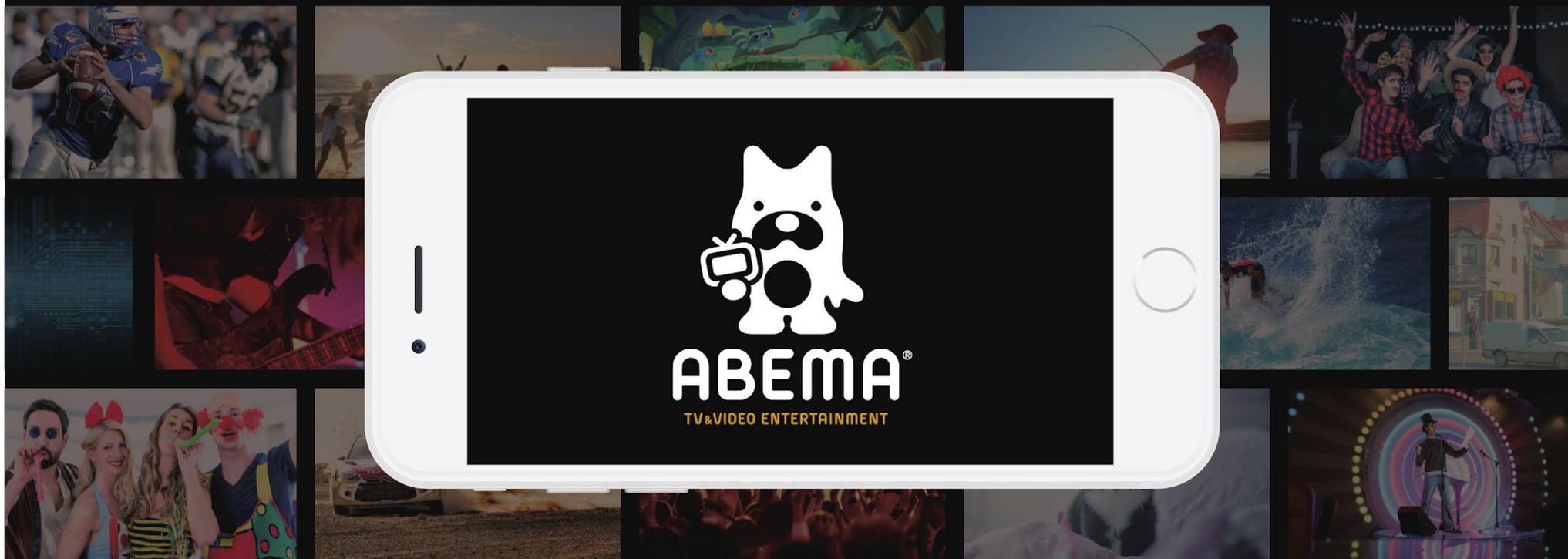


ABEMA Ads

2020年7月～2020年9掲載分

Media Guide



iPhone

iPad

Android

Android Tablet

PC

TV

※ 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。

©AbemaTV, Inc.

Index

① ABEMA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 ABEMA Ads

③ お申込・入稿規定

● メディアの特長

ABEMA[®]とは？

TV&VIDEO ENTERTAINMENT

テレビ & ビデオエンターテインメント「ABEMA」

1

テレビ×ビデオのハイブリッド型

完全編成型のリニア配信と、見逃しや限定番組を好きなタイミングで視聴できるビデオ配信を楽しむことができます。

2

国内最大級のオリジナルエピソード数

オリジナルエピソード数は8,000本を超え、総エピソード数は常時26,000本以上を配信しています。

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

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



● 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



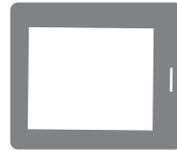
iPhone



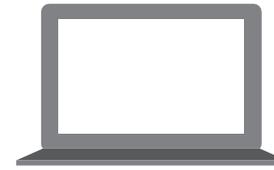
iPad



Android



Android Tablet

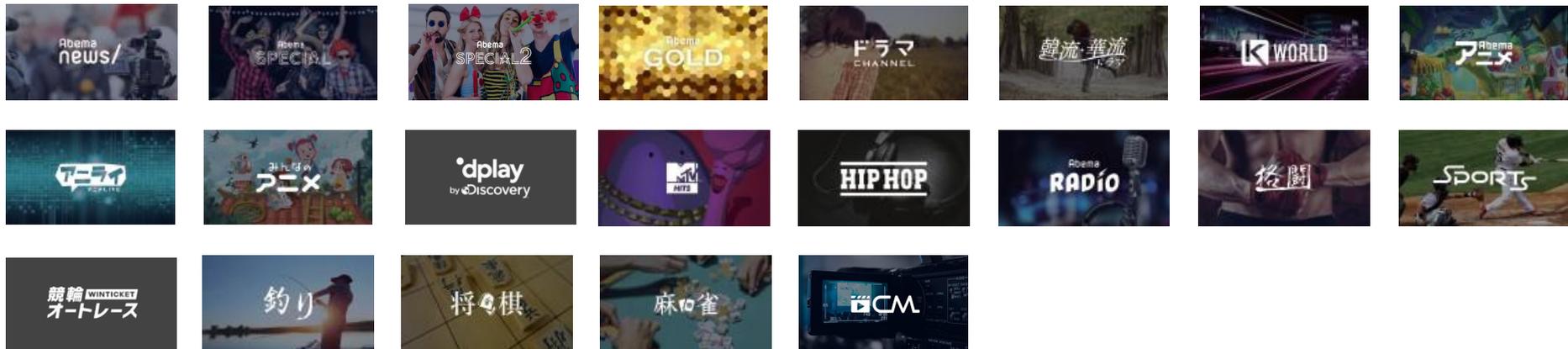


PC



Chromecast / AppleTV / FireTV / AndroidTV

チャンネル・ラインナップ



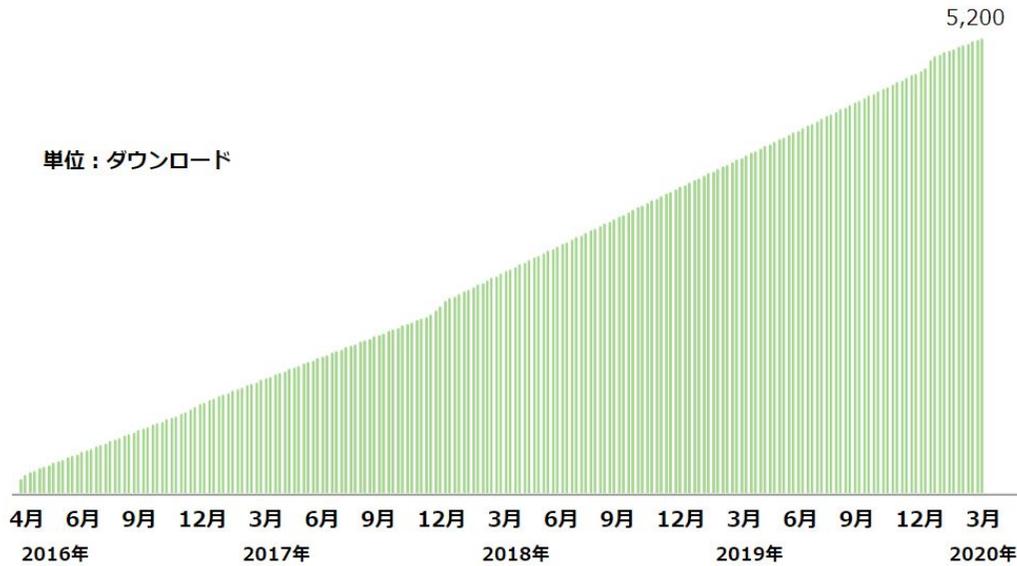
● 成長推移

動画メディア最大級のリーチ量に ※

開局4年で
5,200万DL突破

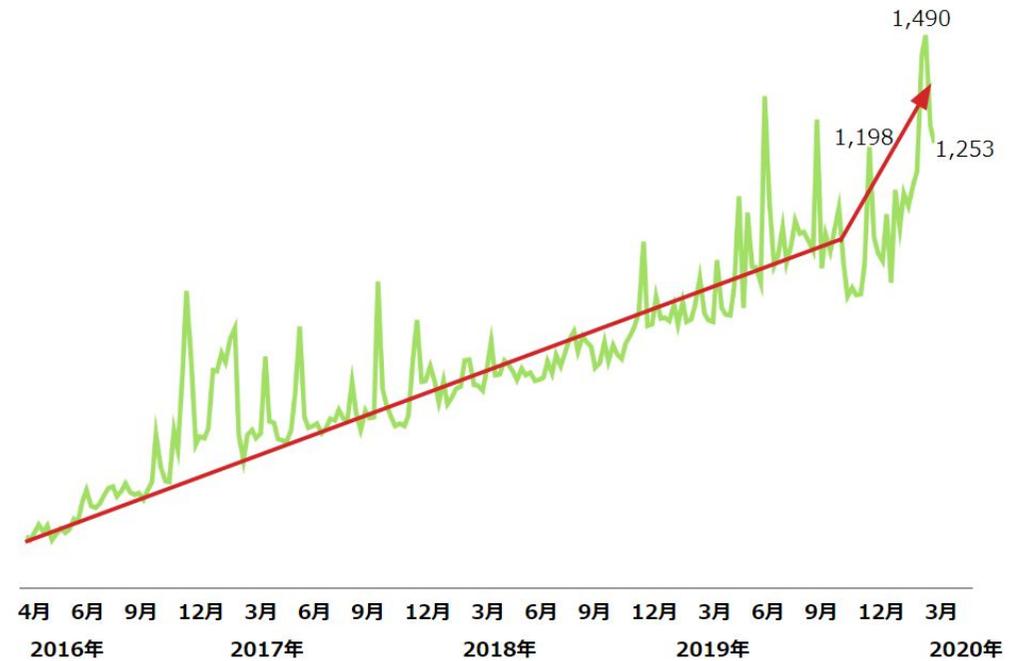
DL

単位：ダウンロード



巣ごもり需要も取り込み
20~30%増のベースアップに

WAU

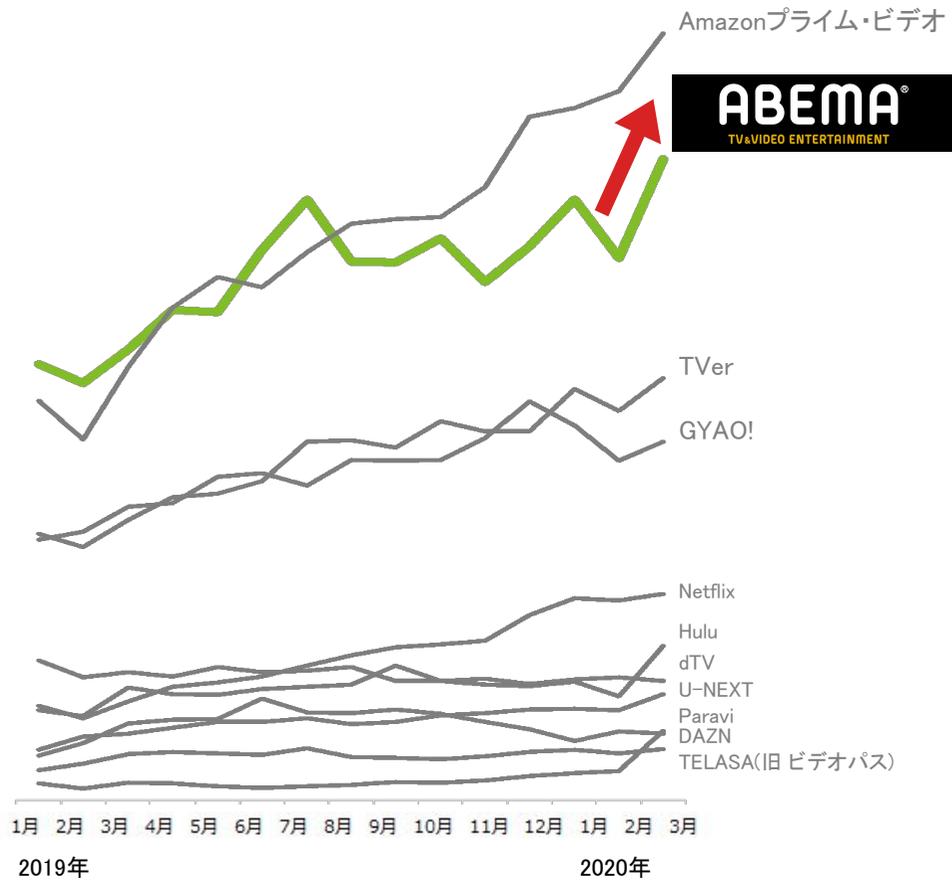


※ 国内におけるプレミアム動画メディアにおいて

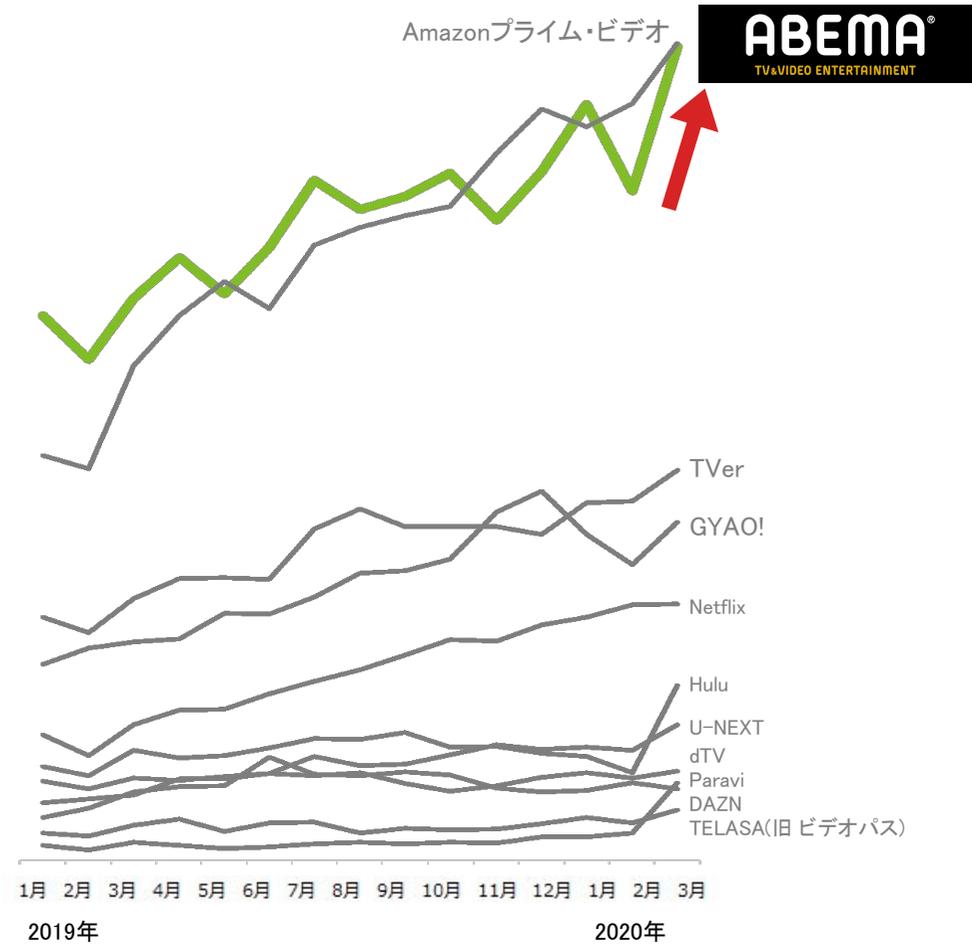
● 成長推移

若年層からの利用も多く、国内有数のMAU※に

動画配信サービスMAU比較※



10~20代
動画配信サービスMAU比較※



※動画配信サービスMAU比較: フラー株式会社が提供する、アプリ分析ツール「App Ape」より(2020年3月)

● 開局からの軌跡

ABEMAオリジナル番組やテレビ朝日との連携強化など様々な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」では、『オオカミ』シリーズをはじめ、『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。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。
 (※『全力部活！E高』『Popteen カバーガール戦争』は、現在放送が終了しております。)

新型コロナの期間中には、独自の手法で多彩なジャンルの特別番組を放送！



『家-1グランプリ』お笑い自宅芸No.1を決定！



おうちがフェス会場！メロックライブ映像大放送



『GWおうちでアベマLDH祭り』メディア初公開★グループ初となる単独ホールツアーで公演を成功させた「FANTASTICS SOUND DRAMA 2019 FANTASTIC NINE」の模様をお届け！



『乃木坂46時間TV』乃木坂46メンバー大集合！放送決定を記念して、メンバー45名参加の『46分』オンライン記者会見！公式事前番組『乃木坂46分TV』を特別放送！

プロ麻雀リーグ戦、Mリーグを放送



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プロ麻雀リーグが今年も開幕！

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をして話題に。

話題や反響を呼ぶオリジナルドラマ



「もしも奇跡が起こるなら、もう一度会いたい。今度こそ、君に想いを伝えたい。」17年という期間を共に過ごした幼馴染の二人が、ようやく気付いた恋する気持ち。自分の気持ちを伝える大切さや一歩踏み出す勇気に気づかせてくれる、ファンタジーラブロマンス。

オリジナル番組『7.2 新しい別の窓』



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「ABEMA」オリジナルのレギュラー番組群を牽引。

テレビ朝日との連携強化！地上波未公開や期間限定のコンテンツも！



旅の道中で謎の果実を全身に塗り、肌が真っ黒になったことから「ナスD」と呼ばれることになったテレビディレクターが、ここでしか見る事ができない部族のリアルな暮らしをお届け。



安齋かれん&三浦翔平のW主演で描く、奇跡のベストセラー 待望のドラマ化！



「かぐや様は告らせたい？～天才たちの恋愛頭脳戦～」



「八男って、それはないでしょう！」

※ 2019年1月の『白雪とオオカミくんには騙されない♡』『今日、好きになりました。』『恋する週末ホームステイ』『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 (ABEMA、ABEMAビデオ視聴対象)の実績をベースに、3ヵ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。

※ オリジナル放送番組数:恋愛リアリティーショー、バラエティ、ニュースなど自社制作番組

● メディアの特長

常設約20chに及ぶ各コンテンツは、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
ABEMA SPECIAL、ABEMA SPECIAL2、
ABEMA GOLD

GENERATIONS高校TV



「ABEMA」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

新サクラ大戦 the Animation



大正三十年。帝都・東京は、平和な日々を取り戻していた――。そんな中、欧州へと旅立っていた帝国華撃団・花組隊長の神山が、莫斯科(モスクワ)華撃団の元隊員クララを連れて一時帰国する。一方、街では少女ばかりを狙った連続誘拐事件が発生。クララも事件に巻き込まれることに……。何故、クララは狙われているのか？クララ来日の本当の目的とはいったい？日露を股にかけた、壮絶な戦いが幕を開ける！

プリンセスコネクト！ Re:Dive



穏やかな風が吹き抜ける美しき大地・アストライア大陸。その一角で記憶を失った少年・ユウキは目を覚ます。彼を世話する小さなガイド役・コッコロ。いつも腹ペコな美少女剣士・ペコリーヌ。ちょっとクールなネコ耳魔法少女のキャル。運命に導かれるまま、彼らが立ち上げたギルドの名は「美食殿」。今、ユウキと彼女たちの冒険の幕が開ける――

ニュース

ABEMA News

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！

スポーツ

SPORTS、大相撲、格闘

大相撲LIVE



「ABEMA」では大相撲全6場所90日間、完全生中継！誰もが自由にも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、「ABEMA」ならではの新しい大相撲LIVE!ご期待ください。

● メディアの特長

常設約20chに及ぶ各コンテンツは、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	ドクターX ～外科医・大門未知子～		「いたしません」「私、失敗しないので」という名セリフでおなじみ、群れを嫌い、権威を嫌い、束縛を嫌い、専門医のライセンスと叩き上げのスキルだけを武器に突き進むフリーランスの天才外科医・大門未知子の姿を描いた話題の医療ドラマ。
韓流 韓流・華流ドラマ、KWORLD	花遊記<ファユギ>		古代小説西遊記をモチーフにした、悪童孫悟空と紳士な牛魔王が暗い世界で光を探す旅を描いた物語。化け物扱いをされて育ったチン・ソンミこと三蔵、悟空の弟分である沙悟浄と猪八戒。悪鬼がはびこる世界で、愛は花咲くのだろうか？
	I-LAND		BTSなどが所属するBig HitとCJ ENMによる超大型プロジェクト『I-LAND』。次世代を担うK-POPアーティストを誕生させていくうえでのさまざまな過程を描く観察型リアリティー番組。日韓同時日本語字幕付きでABEMA独占放送決定！
趣味 将棋、釣り、麻雀	AbemaTVトーナメント		将棋界の早指し王を決めるAbemaTVトーナメント開幕！この番組では、あの羽生永世七冠から着想を得て作られた「AbemaTVルール」で対局が行われる。「AbemaTVルール」とは、チェスでよく知られるフィッシャールール(持ち時間5分切れ負け/1手ごとに5秒追加)を採用した新ルール。三番勝負で行われ、二勝した棋士が勝ち上がる。
	宮川大輔のちよい釣り		宮川大輔が送る「明日から始められる」釣り番組。ちよい釣りなのに、大物とのバトルで大焦り&大興奮の宮川大輔。「釣りって楽しい！」がたくさん詰まった入門編。
ミュージック MTV HITS、HIP HOP	AbemaMix		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、渋谷のスタジオから毎日6時間!生放送ノンストップMIX!

Index

① ABEMAとは

② ABEMA Adsとは

- ・ABEMA Adsの品質と期待できる効果
- ・ABEMA Ads 商品メニュー一覧
- ・ABEMA Premium Ads(純広型)
- ・ABEMA Performance Ads(予算消化型)
- ・企画制作概要
- ・事例紹介

③ お申込・入稿規定

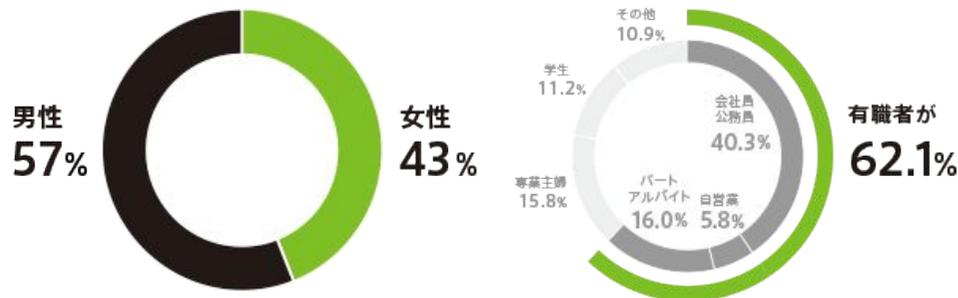
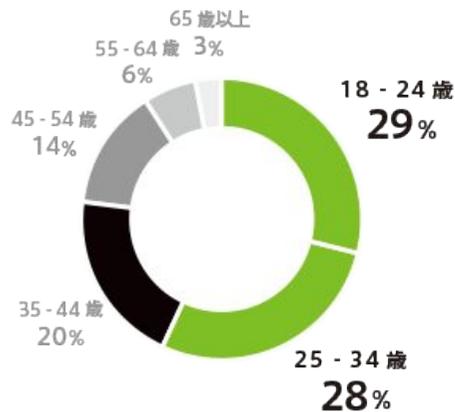
● ABEMA Adsの品質

若年層ユーザーにパーソナルな空間で視聴してもらえるサービスに

時間・場所を選ばずじっくり動画を楽しみたい若年層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

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

映像と音声がいっしょに届く
視聴環境にリーチ

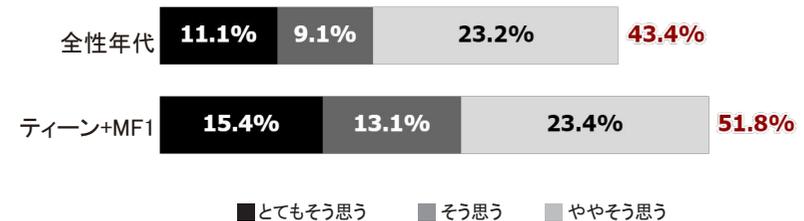
自分の部屋・寝室で利用する ※

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。)

※ ABEMAを1ヶ月以内に利用したユーザー (N=3945) に対する調査
(株式会社マクロミルにより2019年7月26日~2019年7月27日実施)

● ABEMA Adsの品質

100%プロコンテンツ

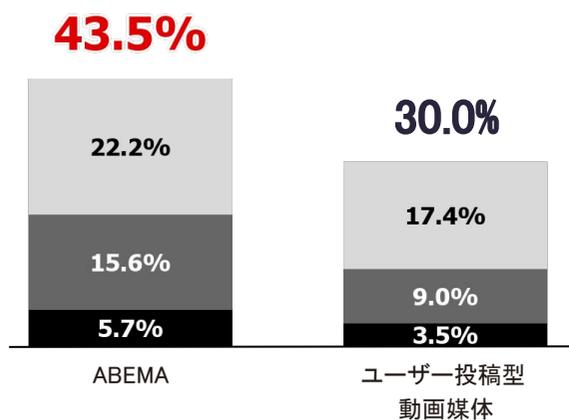
メディアへの信頼性が高く、広告に対する信頼性も高い結果に。

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

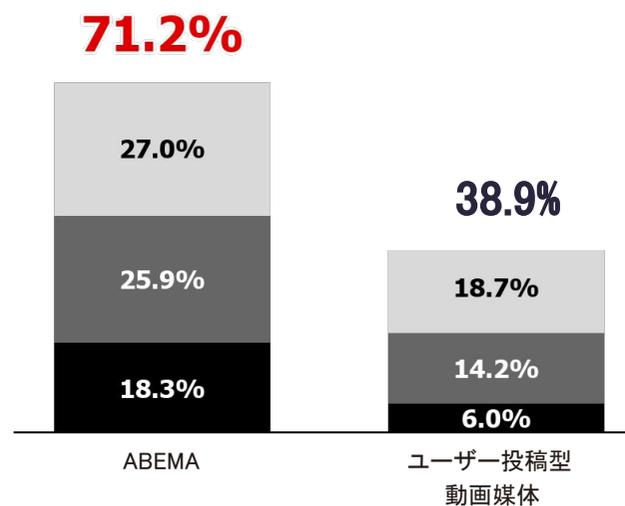


メディアポリシーに対する信頼性

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

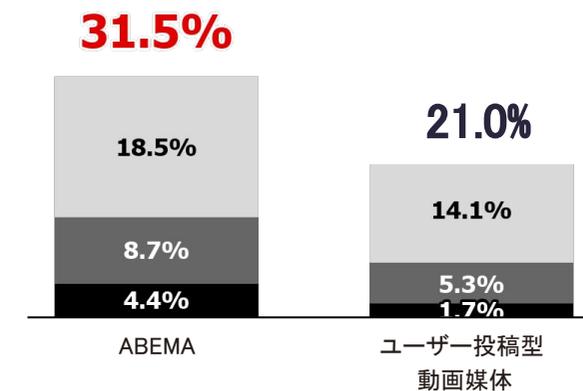


流れている広告内容に対する信頼性

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



※ ABEMAを1ヶ月以内に利用したユーザー(N=3945)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=19254)
(株式会社マクロミルにより2019年7月26日～2019年7月27日実施)

●ABEMA Adsの品質と期待できる効果

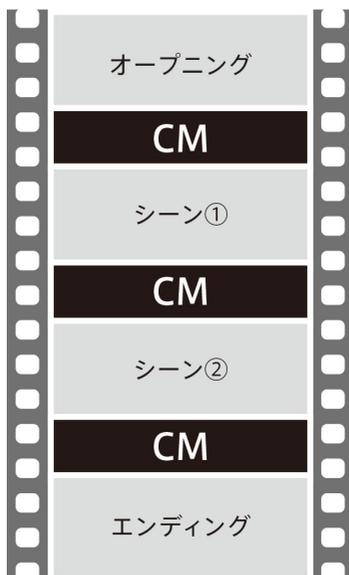
あらゆるCM尺で高い視聴完了率に

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

起承転結に合わせ
適切な箇所にCMチャンスを設置

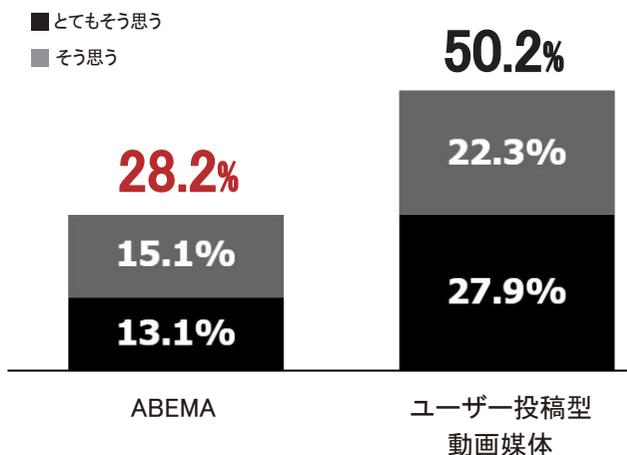
アニメの例
(1話 30分)



広告のタイミングにストレスを感じる割合

広告位置の最適化により
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



※ ABEMAを1ヶ月以内に利用したユーザー(N=3945)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=19254)
 (株式会社マクロミルにより2019年7月26日～2019年7月27日実施)

平均視聴完了率

メディア特性と広告位置の最適化で
高い広告視聴完了率を実現

平均視聴完了率



※ 2020年4月広告実績
 ※ 実績のためメディアプランの想定とは異なりますのでご了承ください。

● 期待できる効果

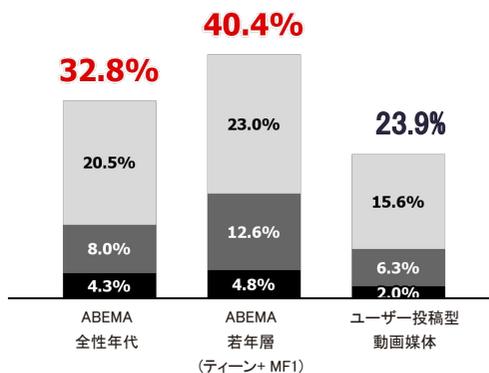
広告視聴環境の良さが広告効果の高さへ繋がっている

ユーザーの声からも、広告を受け入れやすい状態になっていることがわかる。

認知

広告に注目しやすい

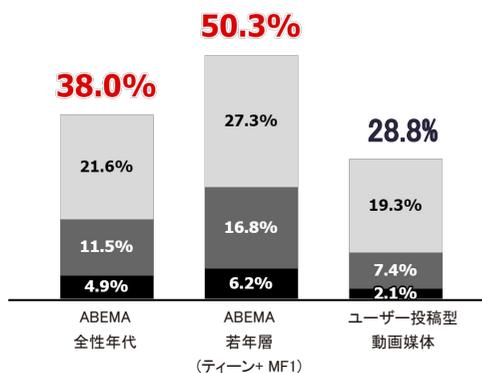
■ とてもそう思う ■ そう思う ■ ややそう思う



理解

商品やサービスのイメージが付きやすい

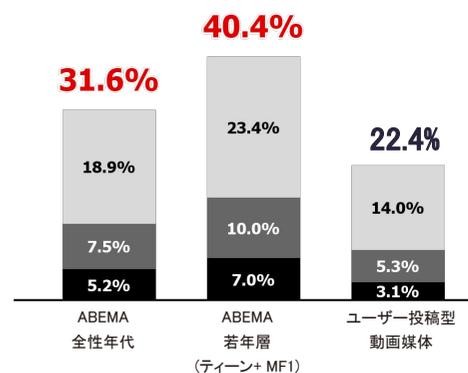
■ とてもそう思う ■ そう思う ■ ややそう思う



興味関心

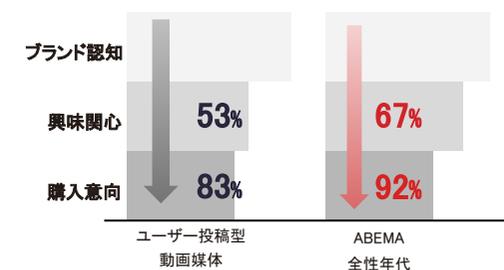
商品やサービスに興味関心が湧きやすい

■ とてもそう思う ■ そう思う ■ ややそう思う



競合サービスとの比較

深いファネルへ進行するほど転換率が高くなる傾向に



※ ABEMAを1ヶ月以内に利用したユーザー(N=3945)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=19254)
(株式会社マクロミルにより2019年7月26日～2019年7月27日実施)

調査機関：株式会社マクロミル 調査期間：2018年12月～2019年1月

調査内容：ABEMAでの広告認知者(アンケートベース)とユーザー投稿型動画媒体での広告認知者(アンケートベース)でファネル分析(歩留まり率を算出)を実施

● ABEMA Ads 商品メニュー一覧

CM配信

ABEMA Premium Ads (純広型)	
オーディエンス	<p>ALL配信 (視聴開始単価:15秒/2.5円、30秒/5円、60秒/10円) セグメントをフィルタリングしない全配信です。</p> <p>デモグラフィック配信(性年齢)</p> <p>他ターゲティング配信 (エリア、OS、キャリア、時間、チャンネル) (視聴開始単価:15秒/4円、30秒/8円、60秒/16円) (男女22歳以下のみ視聴開始単価:15秒/7円、30秒/14円、60秒/28円) 選択したセグメントのみに配信できるメニューです。</p> <p>※上記、組み合わせでの配信も可能です。</p>
プログラム	<p>番組指定配信 (視聴開始単価:パッケージごとに異なります) 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

企画	
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「ABEMA」にて、30~60秒のオリジナルCMを制作・配信します。
番組 タイアップ	「ABEMA」オリジナル人気番組と連動させた広告企画で、固定ファンがいる番組とのタイアップが可能です。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ございます。
番組プレミアム サポートパッケージ	「ABEMA」オリジナル人気番組に協賛できるメニューです。長期的な番組タイアップも可能です。

ABEMA Performance Ads (予算消化型)

オーディエンス (トライアルβ版)	<p>デモグラフィック配信(性年齢)</p> <p>サイコグラフィック配信(興味関心、購買)</p> <p>他ターゲティング配信 (視聴開始単価:15秒/4.0円~、30秒/8.0円~) 選択したセグメントのみに配信できるメニューです。 フリークエンシーコントロールなど詳細な配信設定も可能です。</p>
----------------------	---

※ 企画は、ABEMA Premium Ads(純広型)の配信が出稿条件です。

※ 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。

● ABEMA Premium Ads(純広型) | オーディエンス

狙いたいターゲットにリーチ可能なCM配信メニュー

※ 最低発注金額:500万円(グロス)/Q ~

ターゲティング一覧		
詳細	性年齢	Teen(男女22歳以下)、M1(20-34歳)、M2以上(35歳以上)、F1(20-34歳)、F2以上(35歳以上)
	性年齢	M2(35-49歳)、M3(50歳以上)、F2(35-49歳)、F3(50歳以上) 10歳刻み(20代、30代、40代、50代以上) Coming soon
	エリア	47都道府県毎に指定が可能です。 ※海外への配信は対応していません。
	キャリア	au, docomo, SoftBank
	OS	iOS, Android
	時間帯	1時間単位での指定が可能です。
	チャンネル	1チャンネル単位での指定が可能です。
	ジャンル	各ジャンルごとに除外指定が可能です。
※組み合わせに関しては、お問合せ下さいませ。		

項目	詳細
金額	5,000,000円/Q~
配信面	リニア面: MID/JUNCTION ビデオ面: PRE/MID <small>※すべての面への配信を保証するものではありません。</small>
保証	視聴開始数 保証
ALL 視聴開始単価	15秒: 2.5円、30秒: 5.0円、60秒: 10.0円 <small>※麻雀、格闘、HIPHOPの除外に関しては、上記単価で可能です。</small>
ターゲティング 視聴開始単価	15秒: 4.0円、30秒: 8.0円、60秒: 16.0円
Teen(男女22歳以下) 視聴開始単価	15秒: 7.0円、30秒: 14.0円、60秒: 28.0円
尺	15秒 / 30秒 / 60秒 / 90秒 120秒 / 150秒 / 180秒 / 300秒
配信期間	1週間~ <small>※ターゲティングによって、消化可能な配信期間は変わります。</small>
FQ制御	不可
計測タグ	DAR MOAT ※ビデオ面のみ
備考	※ 社会通念上、倫理に反するジャンル(ギャンブル、戦争・犯罪、エロスなど)は予め配信対象に含めておりません。 ※ 在庫は決定優先ですので予めご了承ください。

● ABEMA Premium Ads(純広型) | プログラム

人気の番組を指定した配信が可能なパッケージメニュー

※ 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 (7月、8月、9月放送分)	番組概要: 稲垣吾郎・草彅剛・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: 7月:7月5日、8月:8月2日、9月:9月6日 想定ターゲット: F2中心にリーチ可能	
シブザイル+GENERATIONS高校TV 配信パッケージ	配信先:「シブザイル ~シブ8 from EXILE TRIBE」 「GENERATIONS高校TV」 放送日: 火曜日・日曜日 (再放送は随時) 想定ターゲット: 若年女性中心にリーチ可能	
『恋愛リアリティーショー+Teen番組』 配信パッケージ (7月、8月、9月放送分)	配信先:「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』配信パッケージ (7月、8月、9月放送分)	配信先: 7-9月クールの最新作など、多数のアニメ 放送日: 各番組に準拠 想定ターゲット: M1・M2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。

● ABEMA Performance Ads(予算消化型) | オーディエンス(トライアルβ版)

より詳細なニーズに対応したカスタマイズ可能なCM配信メニュー

※ 最低発注金額:300万円(グロス)/Q ~

ターゲティング例	
ターゲティング	配信設計と効果計測
<p>デモグラ 購買情報 番組視聴ログ 興味関心</p>	<p>FQ制御 エリア キャリア/OS 気象情報 テレビ視聴頻度 広告効果計測</p>
<p>デモグラフィック配信 ※10代、性年齢配信不可 ※6秒は性年齢のみ</p>	<p>マーケティング区分(M1、M2、M3、F1、F2、F3) 10歳刻み(20代、30代、40代、50代以上)</p>
<p>サイコグラフィック配信</p>	<p>興味関心ターゲティング 番組視聴者ターゲティング 購買ターゲティング(ポイントデータ) 購買ターゲティング(POSデータ)</p>
<p>他ターゲティング配信</p>	<p>エリアターゲティング(47都道府県) キャリアターゲティング OSターゲティング ローテレ/ハイテレターゲティング 位置情報ターゲティング 気象情報ターゲティング カスタムオーディエンスターゲティング(IDFA/AdvertisingIDリタゲ/デリタゲ)</p>

金額	3,000,000円/Q~
配信面	リニア面: MID/JUNCTION ビデオ面: PRE/MID ※すべての面への配信を保証するものではありません
保証	視聴開始数 非保証
視聴開始単価	6秒:2.0円~、15秒:4.0円~、30秒:8.0円~
尺	6秒 / 15秒 / 30秒 / 60秒
配信期間	任意 ※1ヶ月~推奨
FQ制御	可能
計測タグ	DAR MOAT ※ビデオ面のみ Campaign Manager Adjust AppsFlyer
備考	<ul style="list-style-type: none"> ・視聴開始数および期間の保証はいたしませんので予めご了承くださいませ。 ・トライアル商品のため予告なくスペックが変動する可能性があります。 ・ABEMA Performance Adsの単価はフロアプライスです。広告の配信状況によっては、単価が変動することもありますので、ご了承下さいませ。 ・社会通念上、倫理に反するジャンル(ギャンブル、戦争・犯罪、エロスなど)は予め配信対象に含めておりません。

※ 現状、β版での展開となり、仕様変更の可能性もございますので、予めご了承くださいませ。

● 企画 | オリジナル長尺CM

出演者を起用することで視聴者の注目度が増し、視聴完了率が向上

CM配信 1,250万円～ + 制作費用

オリジナル長尺CM			
概要	 <p>30～60秒のオリジナルCMを制作・配信します。長尺かつ「ABEMA」視聴者層に合ったオリジナル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、より深いファネルでの広告効果が期待できます。</p>	金額	CM配信 1,250万円分 + 制作費用
		準備期間	1～2ヶ月程度
		チャンネル	CM配信のプランに合わせて
		尺	30～300秒尺

流れのイメージ

1. 企画立案



2. 撮影・制作



3. CM配信



4. レポート・振り返り

「ABEMA」の出演者を起用可能

● 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し視聴者に商品を訴求できます

CM配信 1,250万円～ + 制作費用

番組タイアップ

概要	 <p>「ABEMA」のオリジナル人気番組と連動させた広告企画で、固定ファンがいる番組とのタイアップが可能な商品です。常時10前後のオリジナル番組が放送されています。</p> <p>※番組プレミアムサポートパッケージ(GOLD)をお申し込みいただくと、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。)</p>		金額	<p>【スポット】 CM配信 1,250万円分+制作費用</p> <p>【1クール】 番組プレミアムサポートパッケージ+制作費用</p>
			準備期間	1 - 2ヶ月程度
			チャンネル	都度ご相談
			尺	都度ご相談

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

● 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

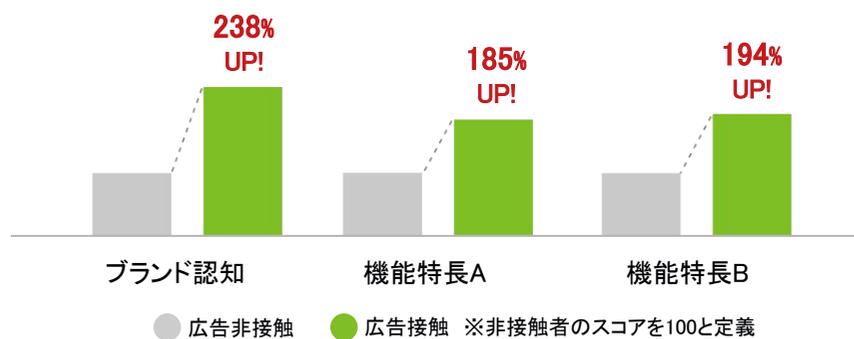
課題	新商品のためブランド認知を向上させたい。さらに機能特長の認知率を高めたい。
プラン	商品のメインターゲットが男性のため、男性へ性年齢別配信を4週間実施。

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

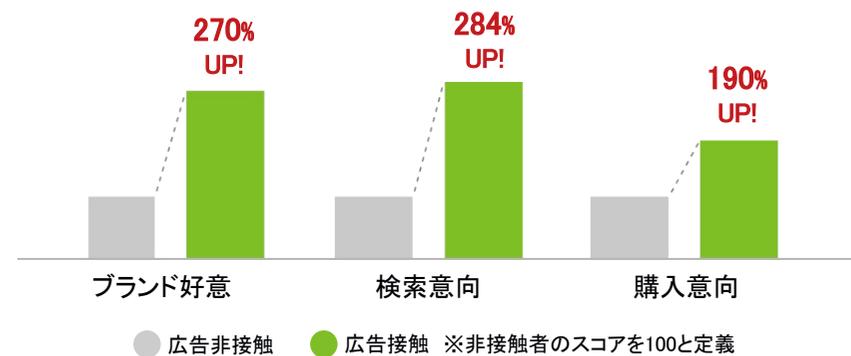
認知

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

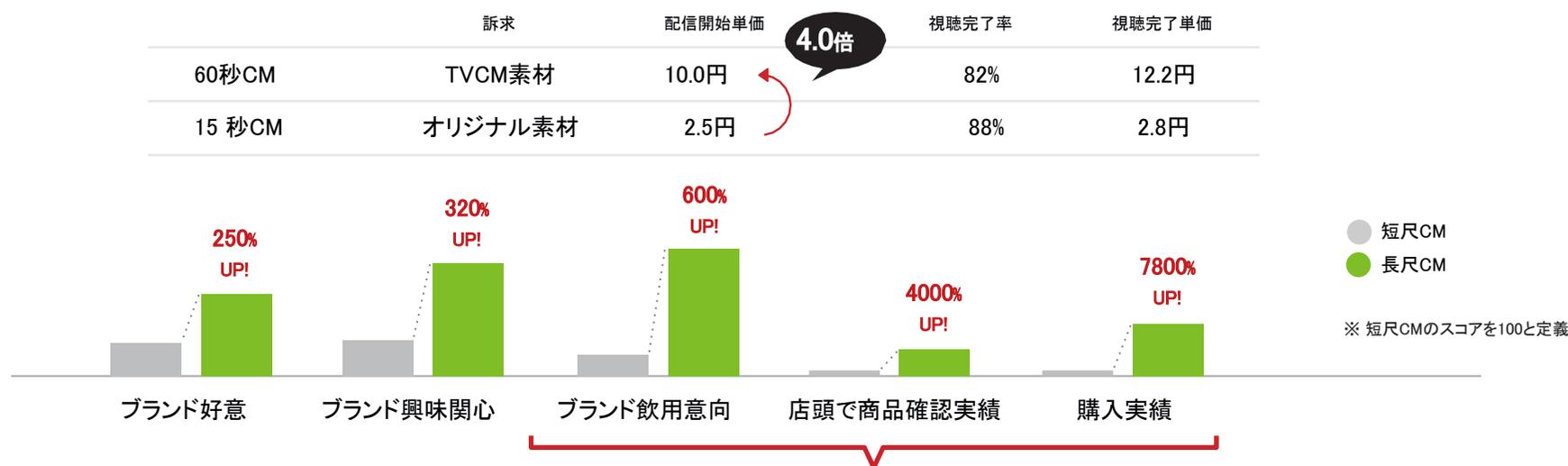
短尺CMと長尺CMを使った購買意欲向上プロモーション

業種 飲料: 既存ブランド 配信メニュー 長尺CM

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

結果

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



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

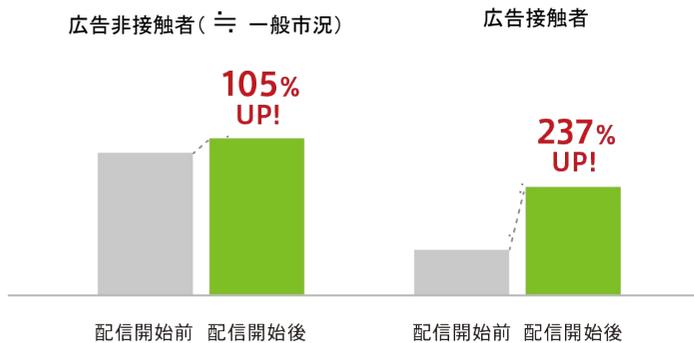
業種 飲料: 既存ブランド 配信メニュー 15秒CM

課題	市場シェアが高いブランドであるため、競合からブランドスイッチさせて購入を伸ばしたい。
プラン	季節限定ボトル訴求の15秒CMを「ABEMA」にて配信し、配信前後で購買ログを用いて購買状況を比較。

結果

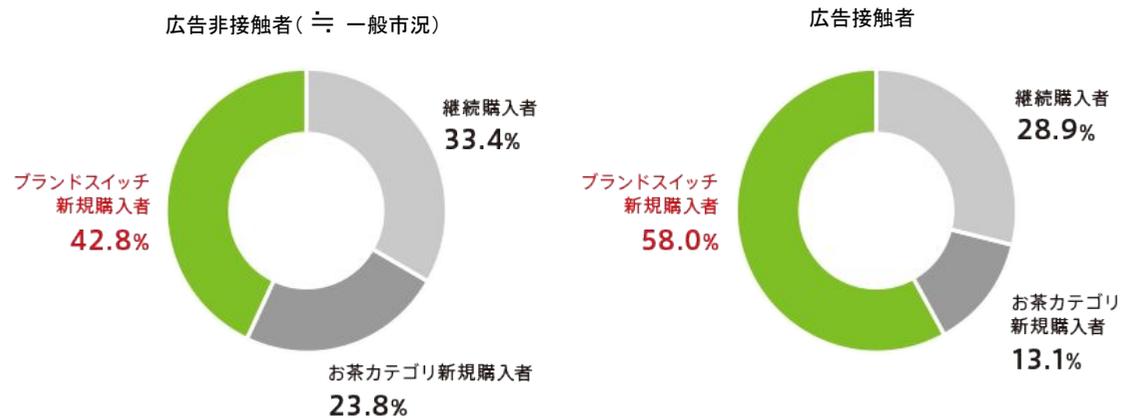
広告接触者の購入率が大幅にアップ。
また、広告接触者のうち58%が競合からブランドスイッチし商品を購入するという結果に

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～

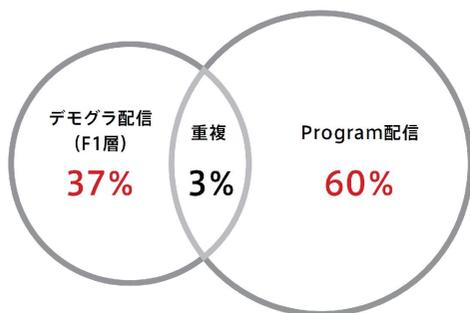
業種 業界:化粧品 配信メニュー (1)Demographic F1 (2)Program 恋愛リアリティーショー

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)を同時に実施。

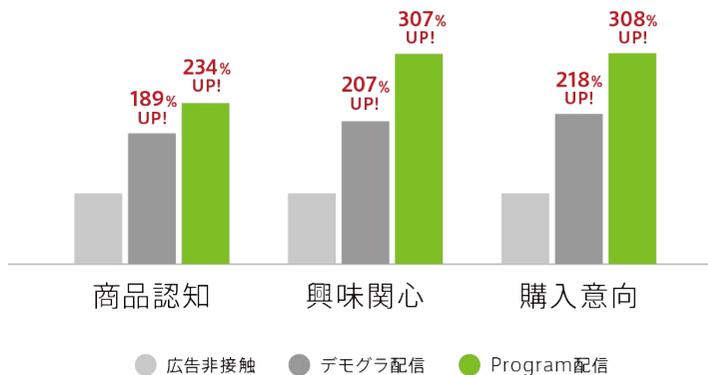
結果

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



※非接触者のスコアを100と定義

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

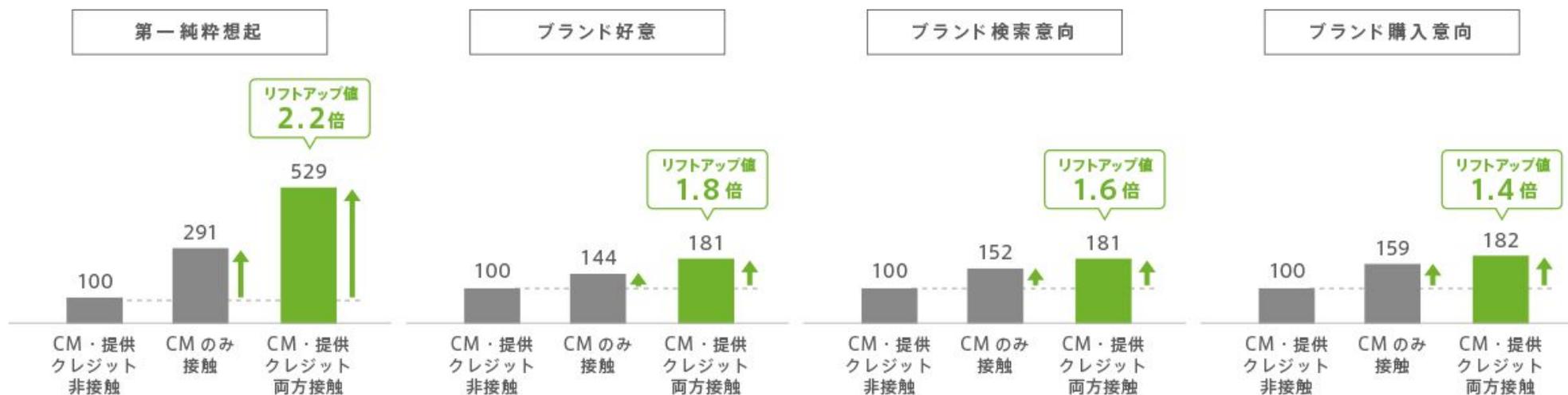
業種 業界: 製薬会社 配信メニュー 番組プレミアムサポートパッケージ

狙い	CM配信と合わせて他のメニューも活用することで、新たなユーザーにリーチし効果を最大化させたい。
プラン	1つの番組で提供クレジットとCMを配信。

結果

提供クレジットとCM両方に接触したユーザーは、多くの項目で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

「ABEMA」出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層へのリーチをしたい。
プラン	Teen層に人気の恋愛リアリティショー「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

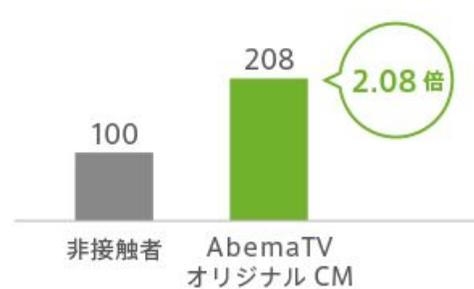
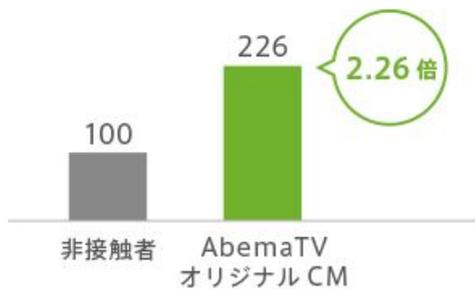
Teen層に親和性の高いクリエイティブにより、ユーザーの利用意向が向上。
その結果、配信単価の低い15秒のテレビCMに比べても配信のコスト効率がアップ



「親しみやすい」

「自分に合う仕事を見付けられる」

利用意向



さらに

テレビCM素材を視聴しても利用意向がなかったユーザーに、オリジナルCM素材を配信した結果

58%

のユーザーの利用意向がアップ

※ 非接触者の数値を100と定義

※ 非接触者の数値を100と定義

※ 非接触者の数値を100と定義

● 事例紹介

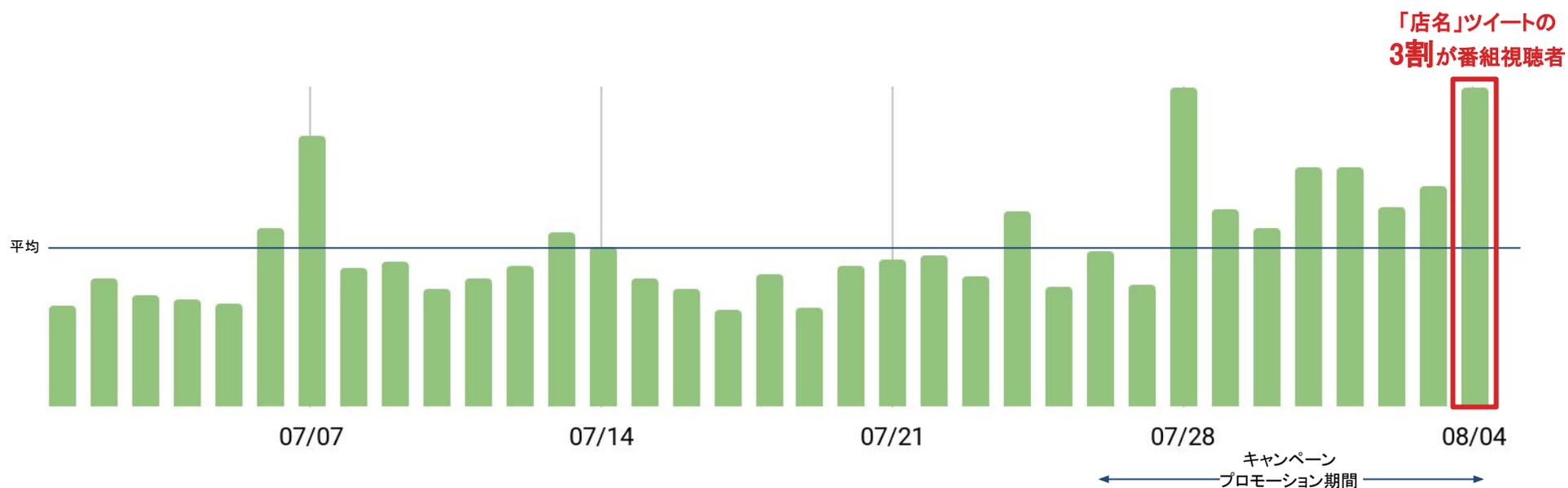
ソーシャルメディアでの話題化を狙ったCM配信

業種 業界: 飲食 配信メニュー Program『7.2 新しい別の窓』

課題	キャンペーンの認知と商品の購入意向を向上させたい。
プラン	ターゲットとする購買層(主婦・家族層)に向けて効果的な訴求ができる『7.2 新しい別の窓』へCMを配信。

結果

Twitter分析によると、放送当日は「店名」のツイート数が平均の2倍に。
また、放送当日はその3割が番組視聴者によって行われ、キャンペーンをさらに話題化できた。



※Twitter分析
抽出期間: 2019年7月1日~2019年8月4日 (CM配信日: 2019年8月4日)
抽出ワード: 「店名」

Index

① ABEMAとは

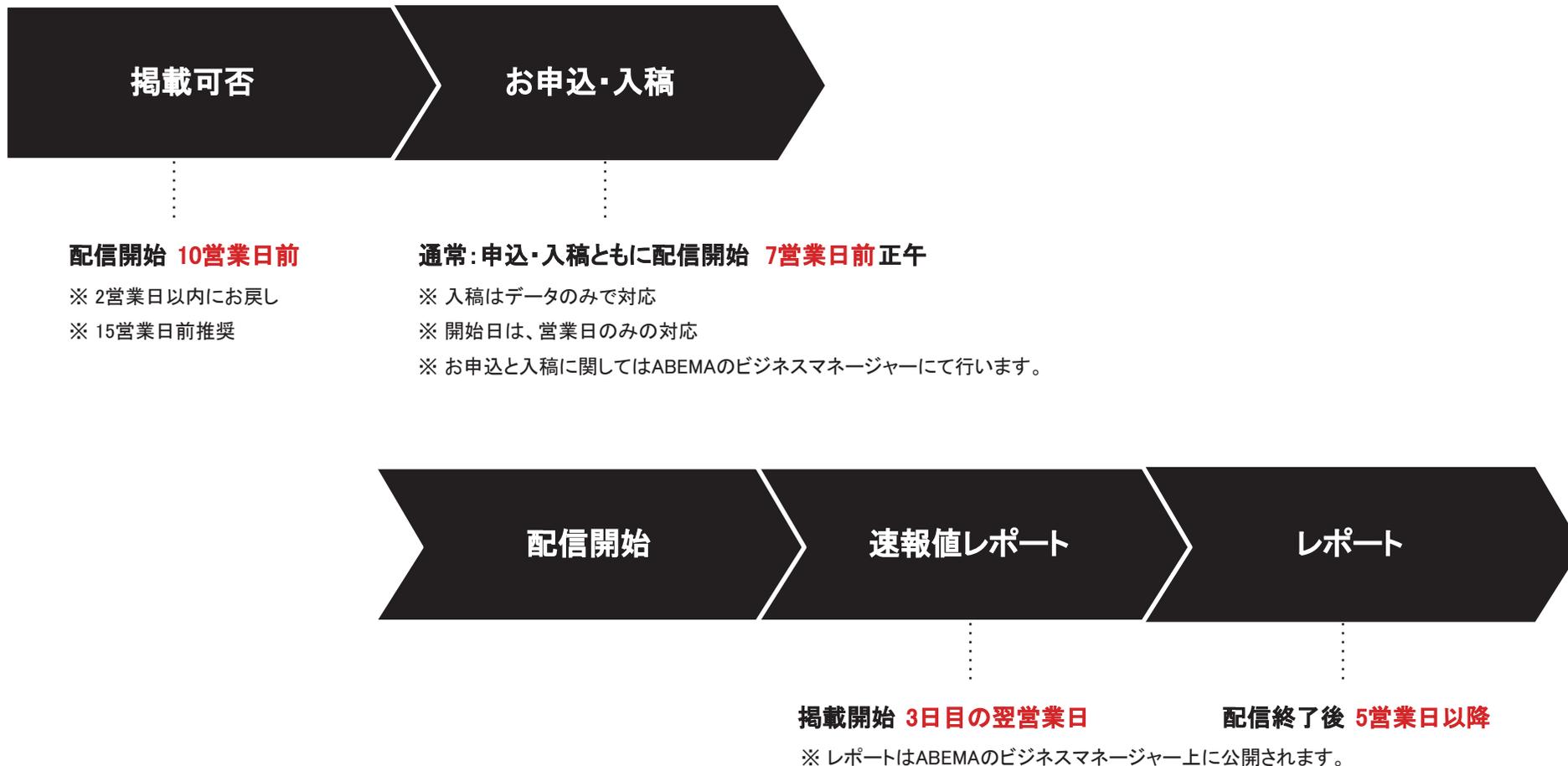
② ABEMA Adsとは

③ お申込フロー・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

● ABEMA Premium Ads(純広型) | 広告配信フロー

ABEMA 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。



※ 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あり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。
※ 在庫は決定優先で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。

● ABEMA Premium Ads(純広型) | 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。(エクセルでのご提供)

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 ※以下のようなイメージのフォーマットにて提出いたします。
提出目処	掲載開始3日目の翌営業日
提出方法	レポートはABEMAのビジネスマネージャー上に公開されます。

速報値掲載報告書 | 株式会社●●●●御中

キャンペーン/
 商材名: ●●●●

実施プラン/
 Zone Select [●●●万円 / ●週
 間]
 起稼開始日/
 2016.●●.●● ~
 2016.●●.●●

クリエイティブ/
 ●●●●_●●●秒

クリエイティブ名	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
AWA	71,429	100,000	82%	140%	71,429	114,286	83%	160%
AWA	71,429	130,000	83%	182%	71,429	124,313	84%	174%
AWA	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です。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。

● ABEMA Premium Ads(純広型) | 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基本レポートとしてご提供いたします。(エクセルでのご提供)

1. 配信結果概要サマリ

- ・視聴開始数
- ・視聴開始単価
- ・視聴完了数
- ・視聴完了率
- ・視聴完了単価
- ・フリークエンシー
- ・視聴開始リーチ数
- ・視聴開始リーチ単価

2. クリエイティブ別レポート

- ・視聴開始数
- ・視聴完了数
- ・視聴完了率
- ・フリークエンシー
- ・視聴開始リーチ数
- ・離脱率(0,25,50,100%地点)

3. 各種詳細内訳レポート

- ・日別
- ・時間別 ×
- ・チャンネル別
- ・番組ジャンル
- ・性年齢別
- ・視聴開始数
- ・視聴完了数
- ・視聴完了率

4. フリークエンシー分布

- ・フリークエンシー回数×視聴開始リーチ数

5. 番組別レポート

- ・番組タイトル
- ・番組概要
- ・視聴開始数
- ・視聴完了数
- ・視聴完了率

● ABEMA Premium Ads (純広型) | 配信結果レポート(無償)

調査会社による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。

出稿金額 (配信金額)	最大設問数	設問内容	最大サンプル数	最大 クリエイティブ数	ウェイトバック 集計
500万円～	5問	定型文①	600s	2本	×
～1,000万円	10問	定型文②	600s	2本	○
～1,500万円	10問	定型文②	1,000s	3本	○
～2,000万円	貴社ご相談の上、都度調査を設計いたします				

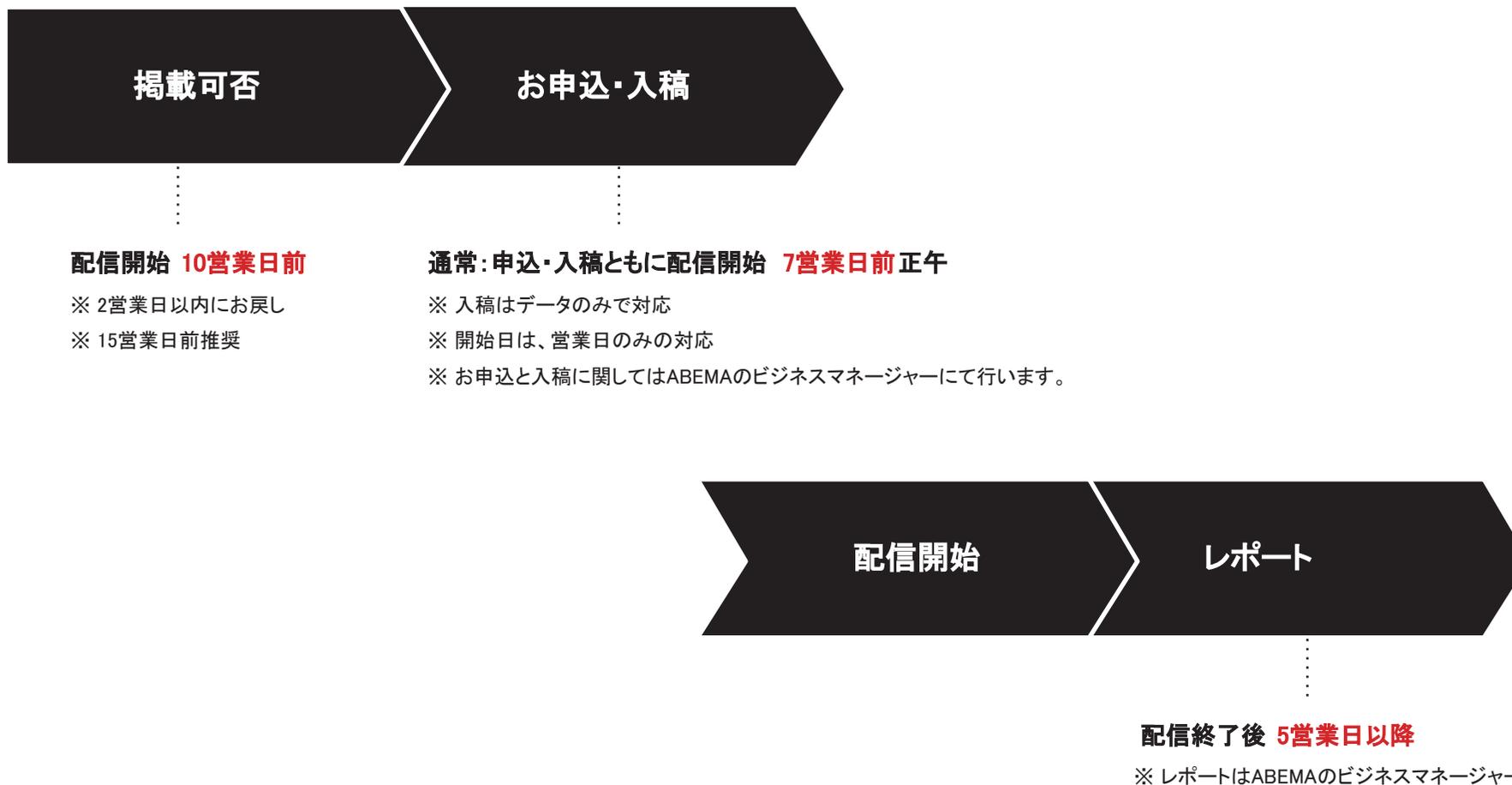
設問内容	純粹想起	商品 助成想起	商品 イメージ	商品 特徴理解	商品 好感度	商品興味 関心度	商品 購入意向	ネット 検索意向	広告認知	広告評価	態度変容	カテゴリ 関与度	ブランド 関与度
定型文①		○		○	○	○	○	○	○	○	○		
定型文②	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○

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。なお広告配信費とは別に費用が発生いたしますこと予めご了承ください。
- ・追加の調査費に関しては実施の都度見積もりが必要で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ですので予めご了承くださいませ。
- ・配信数によってはサンプル数が非常に少なくなることがございます。
- ・ご希望に応じてローデータをお渡しいたします

● ABEMA Performance Ads(予算消化型) | 広告配信フロー

ABEMA 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。



※ 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あり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。
※ 在庫は決定優先で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。

● ABEMA Performance Ads(予算消化型) | 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基本レポートとしてご提供いたします。(エクセルでのご提供)

1. 配信結果概要サマリ

- ・視聴開始数
- ・視聴完了数
- ・視聴完了率
- ・cost
- ・CPM
- ・視聴開始リーチ
- ・フリークエンシー

2. 各種詳細内訳レポート

- | | | |
|-----------|---|--------|
| ・日別 | | ・視聴開始数 |
| ・週別 | × | ・視聴完了数 |
| ・曜日別 | | ・視聴完了率 |
| ・クリエイティブ別 | | ・cost |
| | | ・CPM |

※ ABEMA Performance Ads(予算消化型)の外部によるブランドリフト調査に関しては、別途お問合せくださいませ。

●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、無償にて配信いたします。

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、カスタマイズ反映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



※ 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チャンスの設計

番組の特長にあわせてCMチャンス^①を個別に編成

※ 随時、変更を加えていく前提でおります。

[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。



$$\text{本編48分} + \text{CMチャンス6分 (60秒} \times \text{6回)} = 54\text{分}$$

[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。



$$\text{本編48分} + \text{CMチャンス6分 (90秒} \times \text{4回)} = 54\text{分}$$

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 秒尺のみの対応です。
※ 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。

● 入稿形式

項目	入稿規定
CM 尺	6秒、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)
スキヤンの種類	プログレッシブスキヤン ※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 大きな音で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)
ノンモン	前後に0.5秒の無音部分を挿入 ※入稿前に、映像編集もしくは音声編集アプリケーションにて、必ず音声波形を確認してください。

※ 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下さい。

※ 無音のCM素材については、事前に確認が必要です。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。

※CM素材制作上での注意点は、「[AbemaTV 広告入稿動画技術ガイド](#)」を参照ください。

● 掲載可否基準について

TVCMの基準に準拠

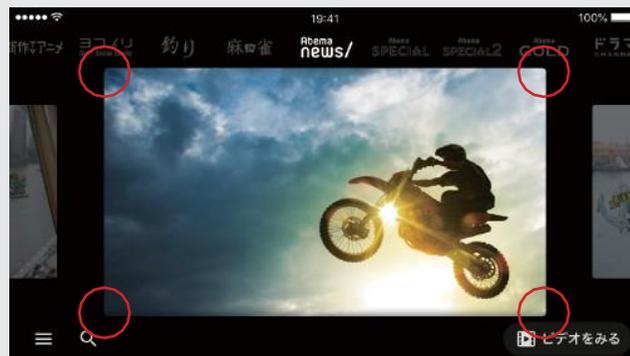
ABEMA独自の方針を加味

- └ ① ABEMA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

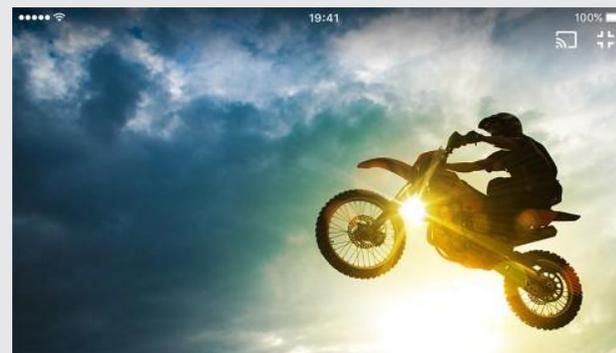
● 留意事項

【補足】掲載時の留意事項 (Phone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

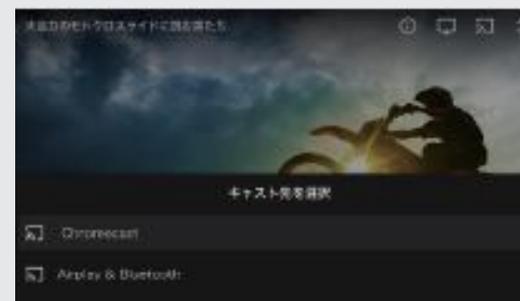
※ Android端末での閲覧の際も同様のOSに依存する仕様があることを予めご了承ください。
※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がございますので予めご了承下さい。

● 留意事項

【補足】掲載時の留意事項 (Phone 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、番組情報が提示される場合がございます。

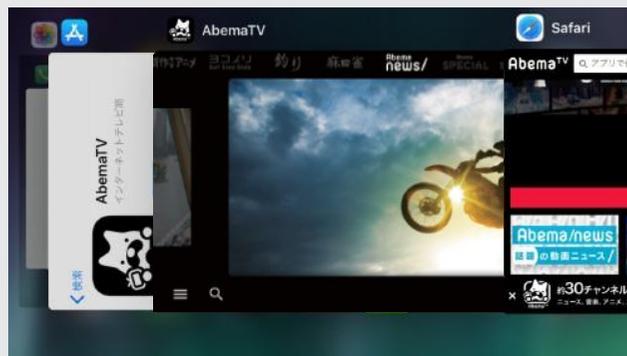
※ Android端末での閲覧の際も同様のOSに依存する仕様があることを予めご了承ください。
 ※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる場合がございますので予めご了承下さい。

● 留意事項

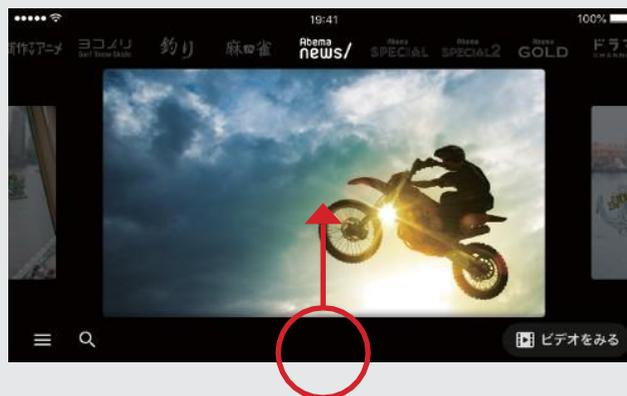
【補足】掲載時の留意事項 (iPhoneでの閲覧想定)

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 (Phone 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。

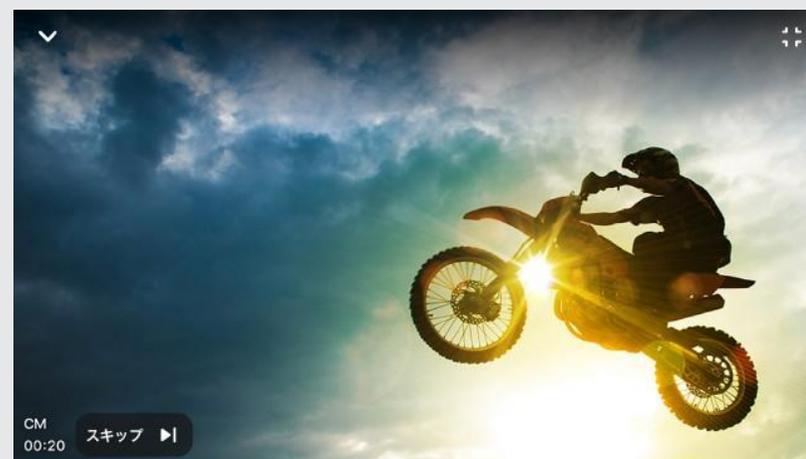
ビデオ再生時

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。
※CMが複数入る場合は「●本中●本目」という表記が入ります。

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可能性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: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: 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、縦横合計の数値ですので、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ござい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ことに伴い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。
- ・ABEMA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。
- ・ABEMA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。
- ・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いただきます。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。
一部番組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 ABEMA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ABEMA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、事前に確認が必要です。また、全くの無音CMは放送できかねる場合がございます。



ABEMA



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 セールスプロモーション局

〒150-0042

東京都渋谷区宇田川町 40 番 1 号

AbemaTowers

お問い合わせ: adinfo@abema.tv

掲載可否: kahi@abema.tv