

ABEMA[®]
TV&VIDEO ENTERTAINMENT

ABEMA Ads
Media Guide



本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禁じます

Index

01 — ABEMA

02 — ABEMA Ads

03 — お申し込み・入稿規定

04 — 留意事項・免責事項・Q&A

01 — ABEMA



ABEMA®

TV&VIDEO ENTERTAINMENT

テレビ×ビデオのハイブリッド型

24時間365日完全編成型リニア配信と見逃しや限定コンテンツを見逃しや限定コンテンツを登録不要で好きなタイミングに視聴できるビデオ配信を楽しむことができます。

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約8,000本、総エピソード数は常時26,000本以上を配信しています。

100%プロコンテンツ

サイバーエージェントとテレビ朝日それぞれの強みを活かした制作体制で高品質なコンテンツを配信しています。

多彩なラインナップ

24時間編成のニュース専門チャンネルやオリジナルのドラマやアニメ・スポーツなど多彩な約20チャンネルを取り揃えています。

複数デバイス対応・多彩なチャンネルラインナップ



ABEMA news/

ABEMA SPECIAL

ABEMA SPECIAL2

ABEMA GOLD

ドラマ CHANNEL

韓流・華流 ドラマ

WORLD

ABEMA アニメ

TEAM PLUS LIVE

みんなの アニメ

CCM

dplay by Discovery

HIP HOP

ABEMA RADIO

格闘

SPORTS

大相撲

BOATRACE

競輪 WINTICKET オートレース

釣り

将棋

麻雀

プレミアム動画メディア最大級のリーチ量

開局4年半で

5,900万DL突破

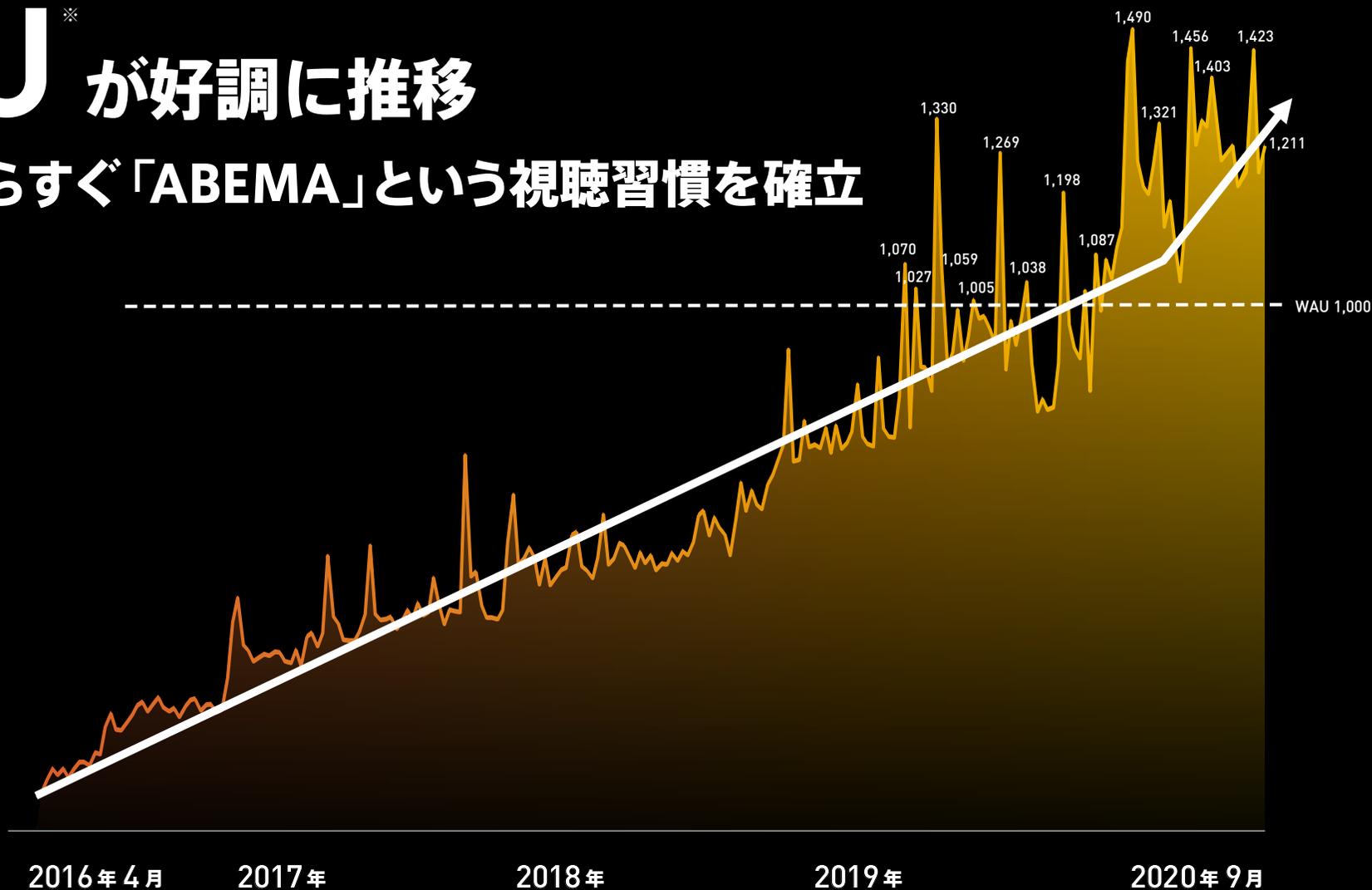
5,900万



プレミアム動画メディア最大級のリーチ量

WUA[※] が好調に推移

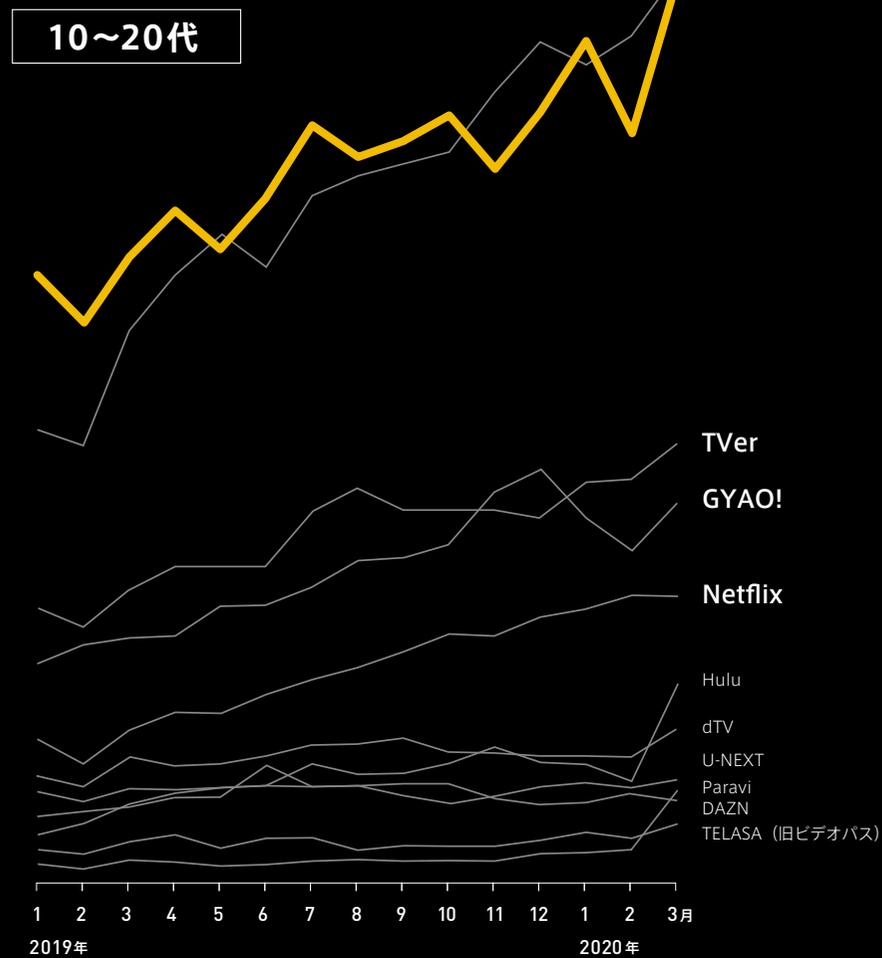
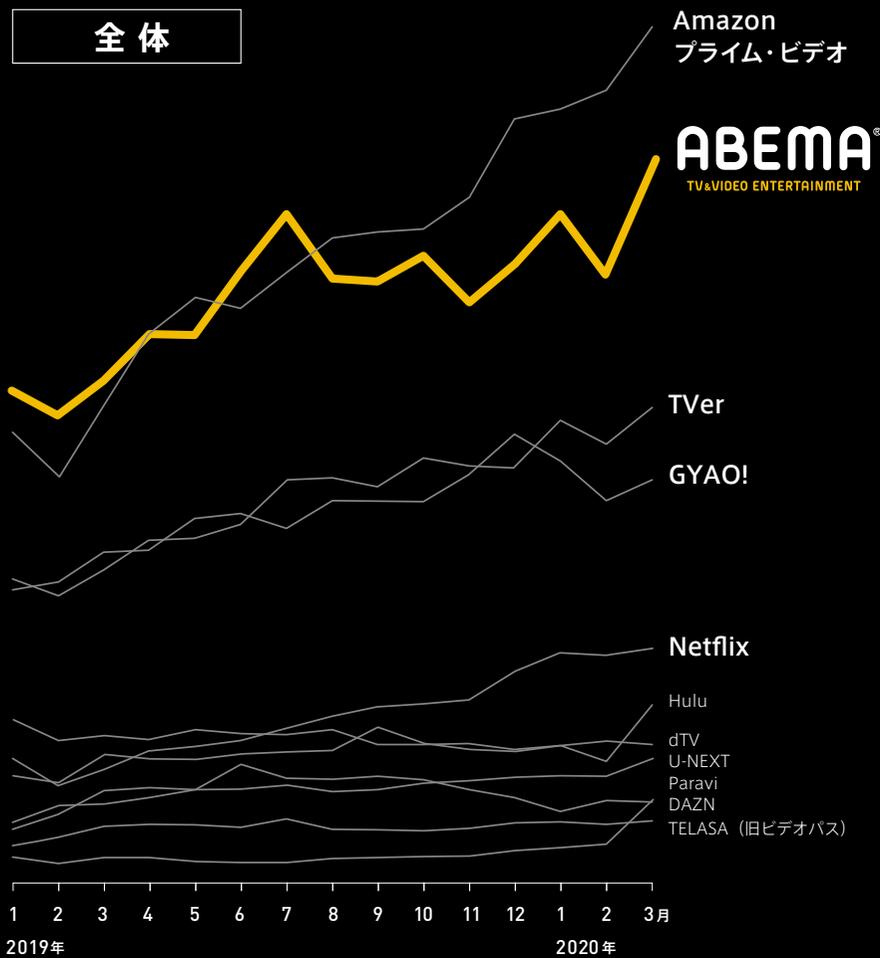
何かあったらすぐ「ABEMA」という視聴習慣を確立



※WUA: 1週間あたりの利用者数 (Weekly Active Users)

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[※]



※MAU：月間利用者数 (Monthly Active Users)

※動画配信サービスMAU比較：フラール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)

日本の女子中高生のおよそ2.2人に1人が視聴する人気番組



「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中。
 この6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。)

※ 2019年1月の「白雪とお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。

多彩なジャンルのオリジナル番組



ドラマや特番など「ABEMA」オリジナルコンテンツをはじめ、テレビ朝日との連携強化による独占コンテンツが大きな話題となりました。

ジャンル

バラエティ・ 恋愛リアリティーショー

チャンネル群

ABEMA SPECIAL
ABEMA SPECIAL2
ABEMA GOLD

番組例



GENERATIONS高校TV

GENERATIONSの冠レギュラー番組。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！



今日、好きになりました。

“運命の恋と青春の修学旅行”をテーマに、現役高校生たちによる2泊3日の本気の“恋”と“青春”を追った恋愛リアリティーショー。果たしてメンバーは運命の恋を見つけることができるのか？

アニメ

ABEMA アニメ
アニメLIVE
みんなのアニメ



©2019 佐島 勤/KADOKAWA/魔法科高校2製作委員会

魔法科高校の劣等生 来訪者編

街がクリスマスの飾りとイルミネーションで賑わっているなか、達也たちは交換留学でアメリカに行くという雫の送別会に集まっていた。雫がアメリカに行く期間は三ヶ月。雫によると、彼女に代わって第一高校に来るのは、同い年の女の子だという。同じ頃、USNAのスターズ基地では、一人の少女が第一高校への潜入調査に赴く準備を進めていた。



©Koi・芳文社/ご注文はBLOOM製作委員会ですか？

ご注文はうさぎですか？ BLOOM

ココアが木組みの街で過ごす二度目の夏ももうすぐ終わり、季節はイベント盛りだくさんの秋へと移り変わろうとしています。学校にもラビットハウスにも、楽しいことが今日もいっぱい！ココア、チノ、そしてみんなの未来へのわくわくが止まりません……！

ニュース

ABEMA NEWS



ABEMA Prime

“報道リアリティーショー”をコンセプトに、テレビよりスマホが気になる若者、普段あまりテレビのニュースを見ない人たちに向けて、彼らが聞きたいことや知りたいことを正面から伝えていく、尖った企画満載のニュース番組です。曜日ごとに変わるMCやコメンテーターに加え、個性豊かなゲストも生出演します。

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!をお楽しみください。

ジャンル

チャンネル群

番組例

ドラマ

ドラマ



17.3 about a sex

Seventeenモデルの永瀬莉子さん、田鍋梨々花さん、秋田汐梨さんがトリプル主演を務めるひと夏の青春恋愛物語。初体験平均年齢=17.3歳だと知った女子高生3人組。その日をきっかけに“性の価値観”が揺らぎ始める。異なる恋愛の価値観を持つ3人が、自分たちの足で一歩オトナへと踏み出すリアルな心情を描いた作品。

韓流

K WORLD

韓流・華流ドラマ



JO1 スターギャザーTV

世界の頂点を目指すJO1のメンバーが、同世代で同じく世界を目指す“ゲンセキさん”をスタジオに招き、様々なジャンルのエンターテインメントに挑戦し、パフォーマンスやその心構えを学んでいきます。



私のIDはカンナム美人

幼い頃から容姿のことでいじめを受けていたミレは、せめて普通の人のように行きたいと大学入学を機に美容整形を決意。生まれ変わった姿で大学の化学科に入学するが、中学の同級生だったギョンソクと再会してしまう。

© Jcontentree corp. all rights reserved

趣味

将棋

麻雀

釣り

競輪・オートレース



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。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、チェスに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。



Mリーグ2020

「2020シーズン」も昨シーズンと同様に、セミファイナル制を導入し、全8チームでレギュラーシーズンを開催。セミファイナルシリーズではレギュラーシーズン上位6チームで試合を行い、ファイナルシリーズは、セミファイナルより上位4チームに絞られ、優勝チームが決定する。

ミュージック

HIP HOP



AbemaMix

人気DJによるDJ PLAY生配信!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!生配信ノンストップ MIX!

© ABEMA

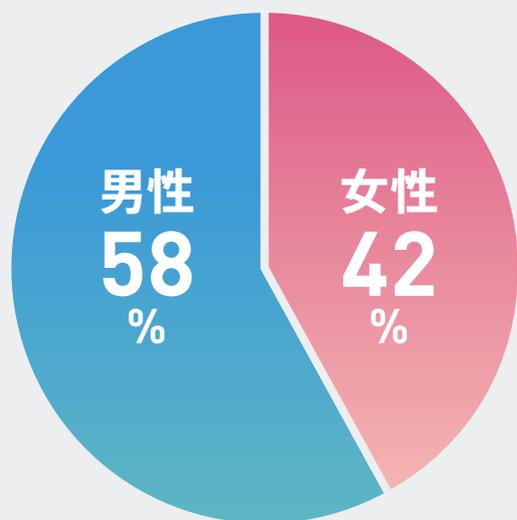
02 — ABEMA Ads

「ABEMA Ads」の特長 ①

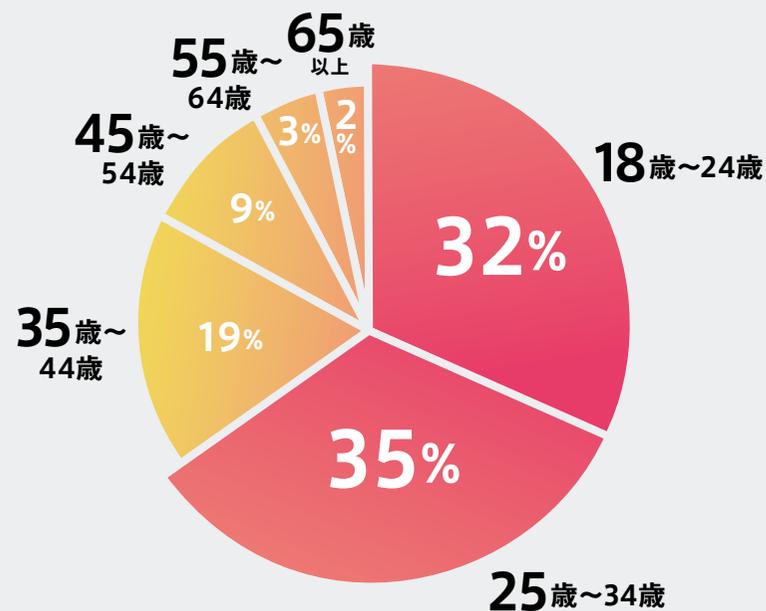
若年層 (Teen, MF1層) を中心に、幅広いユーザーにリーチが可能

18-34歳が半数以上を占める

男女比率



年齢比率

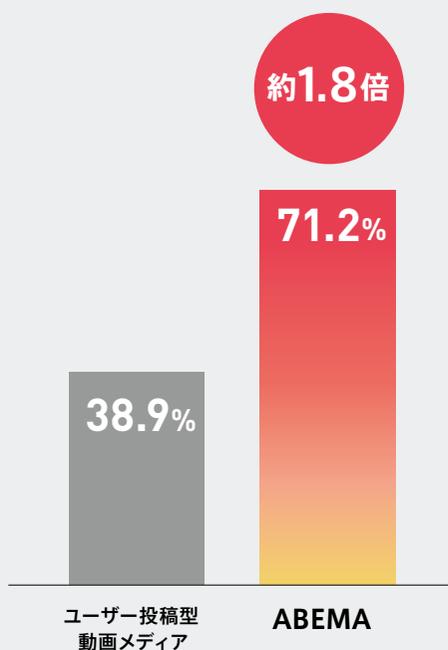


※2020年10月時点の5分以上の利用者の属性(Google Analytics にて計測した数値)

「ABEMA Ads」の特長 ②

ユーザーからの信頼性が高い

違法性がなく安心して使える

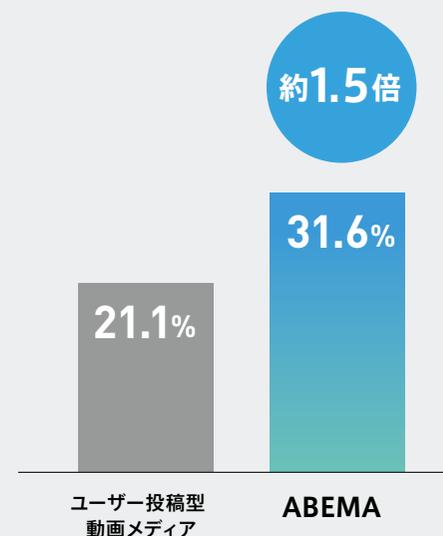


設問「違法性がなく安心して使える」:

【ABEMA】とてもそう思う(18.3%)、そう思う(25.9%)、ややそう思う(27.0%)

【ユーザー投稿型動画メディア】とてもそう思う(6.0%)、そう思う(14.2%)、ややそう思う(18.7%)

広告の内容が信頼できる



設問「流れている広告の内容が信頼できる」:

【ABEMA】とてもそう思う(4.4%)、そう思う(8.7%)、ややそう思う(18.5%)

【ユーザー投稿型動画メディア】とてもそう思う(1.7%)、そう思う(5.3%)、ややそう思う(14.1%)

※ ABEMA : 「ABEMA」を1ヶ月以内に利用したユーザー(N=3945)

※ ユーザー投稿型動画メディア : ユーザー投稿型動画メディアを1ヶ月以内に利用したユーザー (N=19254)

(2019年7月26日~2019年7月27日に株式会社マクロミルが実施した調査結果)

「ABEMA Ads」の特長 ③

広告配信の最適化により高い視聴完了率を誇る

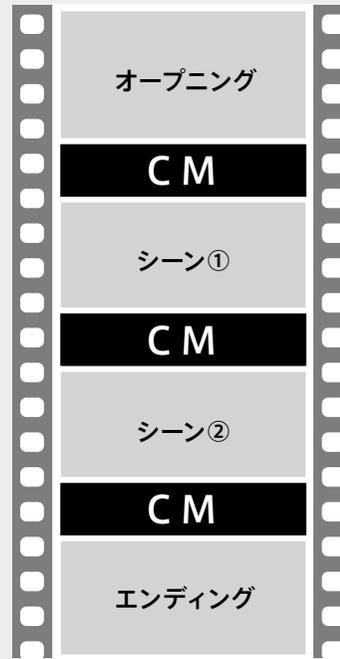
平均視聴完了率

15秒 **91%**

30秒 **89%**

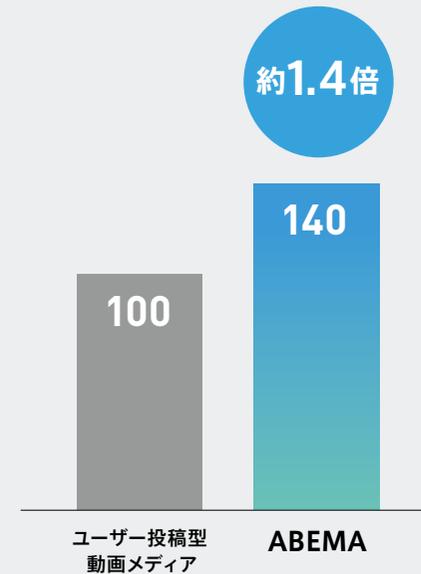
60秒以上 **79%**

広告位置の最適化によるユーザーストレスの低減



アニメの例 (1話30分)

「広告が流れるタイミングに
ストレスを感じない」



※ユーザー投稿型動画メディアを100とした場合

※ 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。

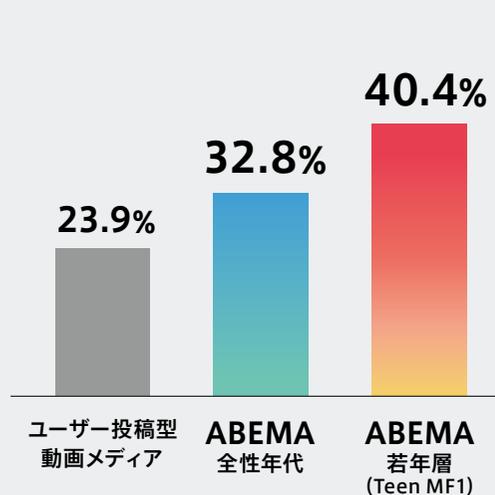
<調査概要>
調査機関:株式会社マクロミル
調査期間:2019年7月24日~2019年7月27日
調査対象者:各メディアを直近1ヶ月以内に利用した15-69歳男女
サンプルサイズ:「ABEMA」利用者n=416、ユーザー投稿型動画メディア利用者n=416

「ABEMA Ads」の特長 ④

広告視聴環境の良さが広告効果の高さに繋がっている

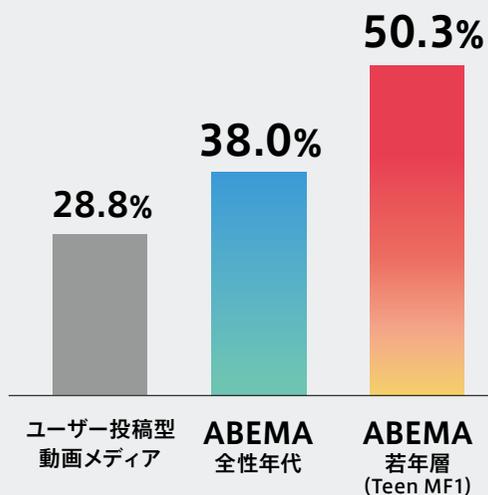
認知

広告に注目しやすい



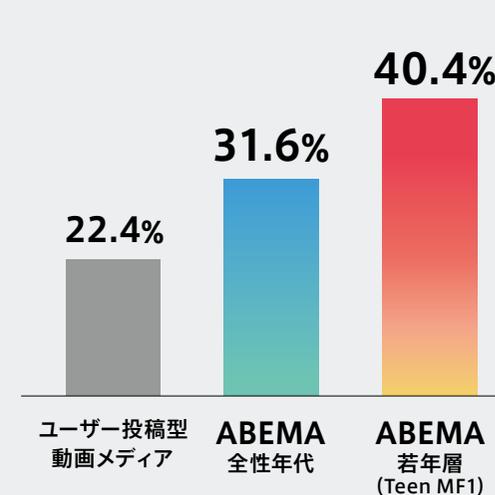
理解

商品やサービスのイメージが付きやすい



興味関心

商品やサービスに興味関心が湧きやすい



※ ABEMA : 「ABEMA」を1ヶ月以内に利用したユーザー (N=3945)

※ ユーザー投稿型動画メディア : ユーザー投稿型動画メディアを1ヶ月以内に利用したユーザー (N=19254)
(2019年7月26日～2019年7月27日に株式会社マクロミルが実施した調査結果)

「ABEMA Ads」商品メニュー

ABEMA Ads

CM配信

オーディエンス

| 予約型 | 予算消化型 |

プログラム

| プログラムパッケージ | プログラムマッチ |

タイアップ

起動広告

| 起動広告 |

番組連動

| オリジナルCM制作 | 番組タイアップ |
| プレミアムサポートパッケージ |

CM配信メニュー

オーディエンス

予約型

指定のオーディエンスへのCM配信

- ・リーチ効率重視プラン
- ・デモグラフィック(性年代、エリア)
- ・その他(OS、キャリア、ジャンル、時間)

予算消化型

詳細にカスタマイズ可能なCM配信

- ・デモグラフィック(性年代、エリア)
- ・サイコグラフィック(興味関心)
- ・サイコグラフィック(購買)
- ・その他(OS、キャリア、ローテレ/ハイテレ、気象情報)
- ・for search **NEW!**

プログラム

プログラムパッケージ

パッケージ化された人気番組へのCM配信

- ・『7.2 新しい別の窓』
- ・『Mリーグ2020』
- ・『恋愛リアリティーショー』
- ・『アニメスペシャル』

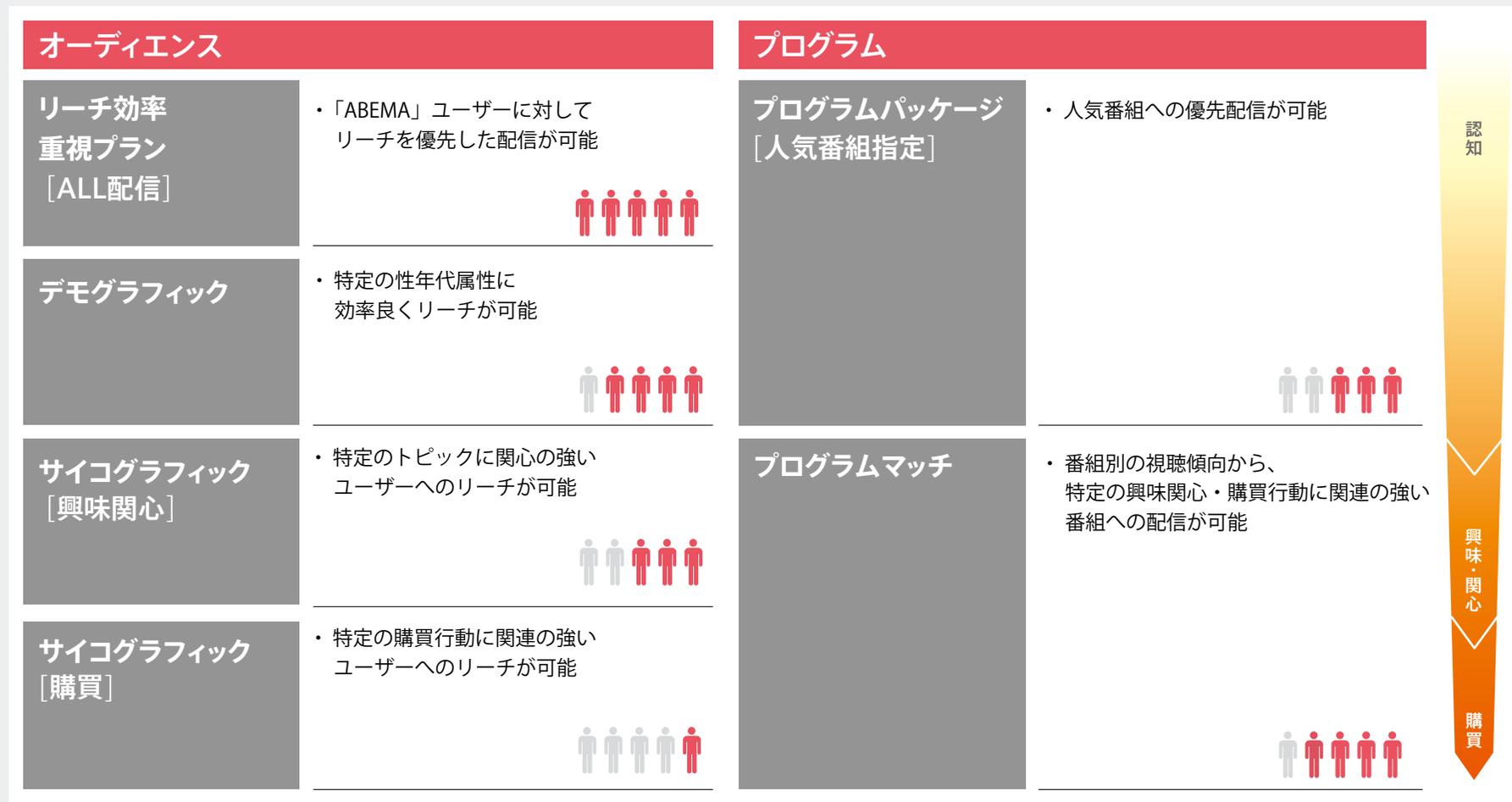
プログラムマッチ **NEW!**

視聴者の購買行動を基点にし最適な番組へのCM配信

- ・サイコグラフィック(購買)

CM配信プロダクトマップ

プロモーションの目的やターゲットに応じてユーザーに効率的にリーチすることが可能です。



 = リーチできるユーザー量

CM配信 | オーディエンス (予約型)

狙いたいターゲットにリーチが可能です。

リーチ効率重視プラン (ALL)

金額	10,000,000円	視聴開始数	5,000,000
視聴開始単価	[15秒] 2.0円	想定リーチ数	2,000,000

※15秒尺のみとなります。 ※リーチ数はあくまで想定となり、保証するものではありません。

オーディエンス (予約型)



デモグラフィック	性年代	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)
	性年代	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)
	エリア	47都道府県ごとに指定が可能です。 ※海外への配信は対応しておりません。
その他	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。
	ジャンル	各ジャンルごとでの指定が可能です。

※組み合わせに関しては、お問い合わせくださいませ。

金額	5,000,000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 保証
ALL 視聴開始単価	[15秒] 2.5円 [30秒] 5.0円 [60秒] 10.0円 ※麻雀、格闘、HIPHOPの除外に関しては、上記単価で可能です。
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~ ※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。
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。

CM配信 | オーディエンス (予算消化型)

目的やターゲットに応じて、より詳細にカスタマイズをした配信が可能です。

オーディエンス (予算消化型)

ターゲティング



配信設計と効果計測



デモグラフィック	性年代	マーケティング区分 (Teen (男女22歳以下)、M1、M2、M3、F1、F2、F3) 10歳刻み (20代、30代、40代、50代以上)
	エリア	47都道府県ごとに指定が可能です。 ※海外への配信は対応しておりません。
サイコグラフィック		興味関心ターゲティング 購買ターゲティング (ポイントデータ) ジャンルターゲティング 番組視聴者ターゲティング
その他		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リタグ/デリタグ)

※ その他、詳細なターゲティングは、お問い合わせくださいませ。

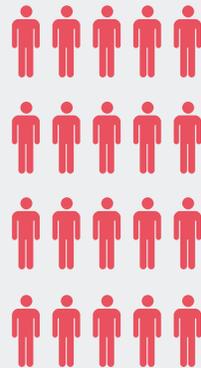
金額	3,000,000円/Q~
配信面	リニア面：MID/JUNCTION ビデオ面：PRE/MID ※すべての面への配信を保証するものではありません。
保証	視聴開始数 非保証
視聴開始単価	[6秒] 2.0円~ [15秒] 4.0円~ [30秒] 8.0円~ ※一部単価が異なるメニューがございますので、詳細はお問い合わせくださいませ。
尺	6秒 15秒 30秒 60秒
配信期間	任意 ※1ヶ月~推奨
FQ制御	可能
計測タグ	DAR MOAT ※ビデオ面のみ Campaign Manager Adjust AppsFlyer
備考	・視聴開始数および期間の保証はいたしませんので予めご了承くださいませ。 ・予算消化型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ございますので、ご了承くださいませ。 ・社会通念上、倫理に反するジャンル(ギャブル、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。

CM配信 | for search (予算消化型)

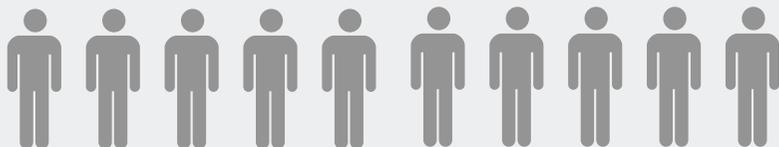
一定量の予算消化型のCMのご出稿をいただいた広告主様向けにサーチリフト調査を付帯いたします。

テックベンダー利用者のうち、ABEMA利用者と非利用者を分類し、プロモーション前後の検索数の変動率を可視化します。

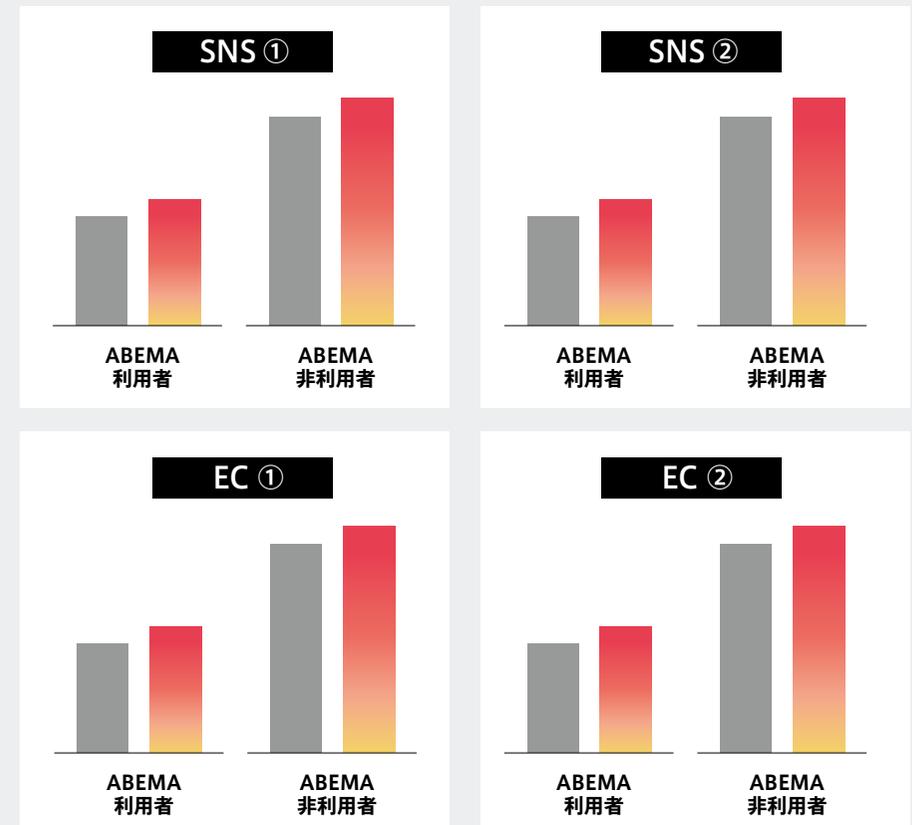
ABEMA利用者 / 非利用者



某テックベンダー対象ユーザー



媒体別



※最低発注金額: 300万円 (gross) / 月~

※β版の商品となりますので、詳細は営業担当までお問い合わせくださいませ。

CM配信 | プログラムパッケージ

パッケージ化された人気番組への優先配信が可能です。

※ 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 [1月、2月、3月配信分]	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時間生配信! 生配信日 [1月] 1月1日 [2月] 2月7日 [3月] 3月7日 想定ターゲット F2中心にリーチ可能	
『Mリーグ2020』 配信パッケージ	配信先 「Mリーグ2020」 配信日 月曜日・火曜日・木曜日・金曜日 想定ターゲット M2中心にリーチ可能	
『恋愛リアリティーショー』 配信パッケージ [1月、2月、3月配信分]	配信先 「恋する♡週末ホームステイ」 「今日、好きになりました。」など 配信日 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 [1月、2月、3月配信分]	配信先 1-3月クールの最新作など、多数のアニメ 配信日 各番組に準拠 想定ターゲット M1・M2中心にリーチ可能	 <p>魔法科高校の劣等生 来訪者編 ©2019 佐島 勤 / KADOKAWA / 魔法科高校 2 製作委員会</p>

※ 追加でリリースされましたら、随時ご案内いたします。
 ※ 配信日が変更となる場合がございます。
 ※ 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。

CM配信 | プログラムマッチ

視聴者の属性や購買行動データを活用し、購買をはじめとした行動確率が高いと想定される番組を自動的に選定し配信します。



商品リリース背景

近年のデジタルマーケティングでは、各ブラウザの Cookie によるトラッキング制限の方針や Apple社の個人情報保護方針の発表を受け、従来のリターゲティング広告をはじめとするオーディエンスターゲティングが大きな影響を受け始めています。

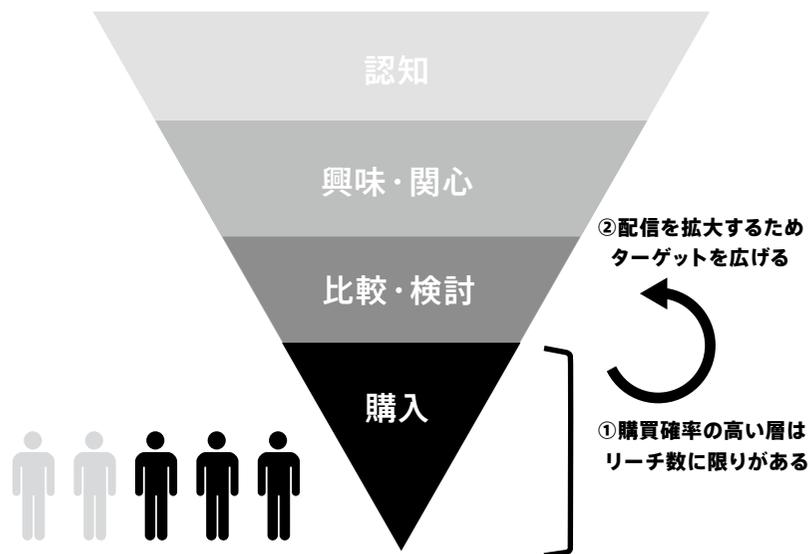
「プログラムマッチ」は、デジタルマーケティングが抱える課題を解決するために、従来のオーディエンスターゲティングの利点である「ターゲットユーザーへの効率的なリーチ」に加えて、トラッキング制限等の影響を受けずに「ユーザーへのリーチの最大化」を実現します。

CM配信 | プログラムマッチ

参考資料: 従来の購買データターゲティングとの違い

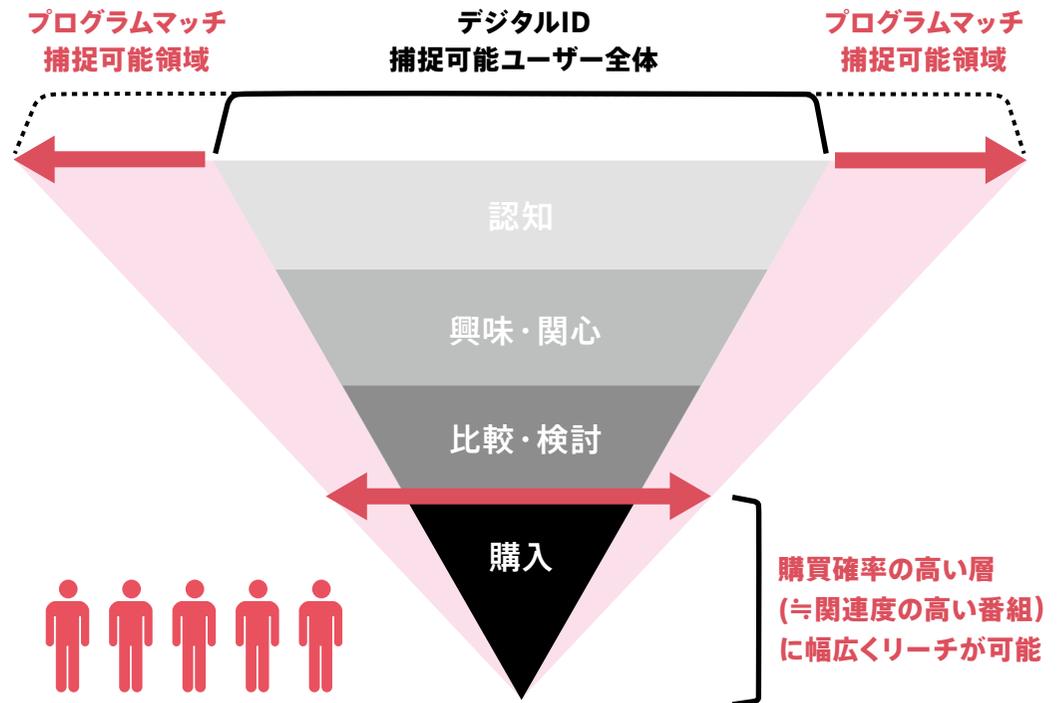
従来の購買データターゲティング

購買確率が高いユーザーへ配信したいが、保有データ(配信ID数)に限りがあるため、ミッドファネルやトップファネルまで配信ターゲットを広げる必要がある



プログラムマッチのターゲティング

ユーザーの消費行動データを基点に関連度の高い番組に幅広く配信



従来のデジタルIDを活用した配信では捕捉できない層に対してリーチが可能

タイアップメニュー

起動広告

起動広告

「ABEMA」起動時にコラボ広告を配信

- ・スマートフォンアプリ起動時とPCトップ面にコラボ広告を配信

番組連動

オリジナルCM制作

オリジナルCM制作

- ・番組IPや番組キャストを起用したCM制作
- ・オリジナルブランドCM制作

番組タイアップ

人気番組と連動させたタイアップ企画

- ・固定ファンがいるオリジナル番組で連動感のあるタイアップが可能

プレミアムサポートパッケージ

人気番組への協賛企画

- ・人気番組への提供表示に加え、番組オリジナルCM制作や番組タイアップも可能

タイアップ | 起動広告

スマートフォンのアプリ起動時とPCトップ面に広告配信をすることでリーチ最大化が可能です。

スマートフォン/タブレット



PC



1週間で想定450万UUにリーチ

※別途、起動広告専用資料をご確認ください。

※全ユーザーへの配信を保証するものではありません。初回起動ユーザーなど、広告が表示されないユーザーもおります。
また、TVおよびスマートフォンブラウザなど、一部表示されないデバイスもございますので、予めご了承くださいませ。

※UU数はあくまで想定数値となります。保証するものではありませんので予めご了承くださいませ。

タイアップ | 番組連動 (オリジナルCM制作)

「ABEMA」の番組IPや番組キャストを起用した15～60秒のオリジナルCMを制作・配信します。

「ABEMA」では年間50～100本のCM実績がございます。

番組キャストを起用することで、
広告をより好意的に印象づけることが可能です。

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	15～300秒尺

展開例



「ABEMA」の出演者を起用可能

タイアップ | 番組連動 (番組タイアップ)

「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です。

「ABEMA」では常時10前後のオリジナル番組が放送されています。

※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。)

視聴者のより深いファネル(理解～購入意向など)での
広告効果が期待できます。

金額	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">スポット</div> CM配信 1,250万円分 + 制作費用
	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">1クール</div> 番組プレミアムサポートパッケージ + 制作費用
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 1～3分



タイアップ | 番組連動 (プレミアムサポートパッケージ)

「ABEMA」の人気番組への提供表示が可能な協賛企画です。オリジナルCM制作や番組タイアップを併用することができます。

※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。)

番組や出演者のファンである視聴者に好印象を与え、さらに他メニューと掛け合わせることで効果を最大化します。



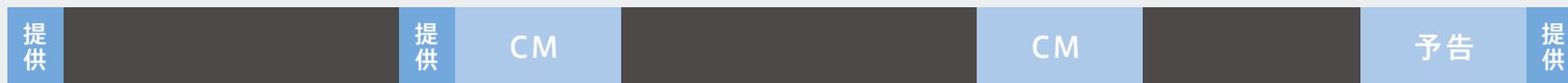
金額 GOLD、SILVER、BRONZEでプランが異なります。

※番組によって金額が異なりますので、別途プレミアムサポートパッケージ専用資料をご確認ください。

準備期間 1~2ヶ月程度

提供表示

番組本編 55分程度



オープニングロゴ



| GOLD |

提供クレジット(前半)



| GOLD | SILVER | BRONZE |

提供クレジット(後半)



| GOLD | SILVER | BRONZE |

Case 1 | トイレタリー新規ブランド

新ブランドの認知向上

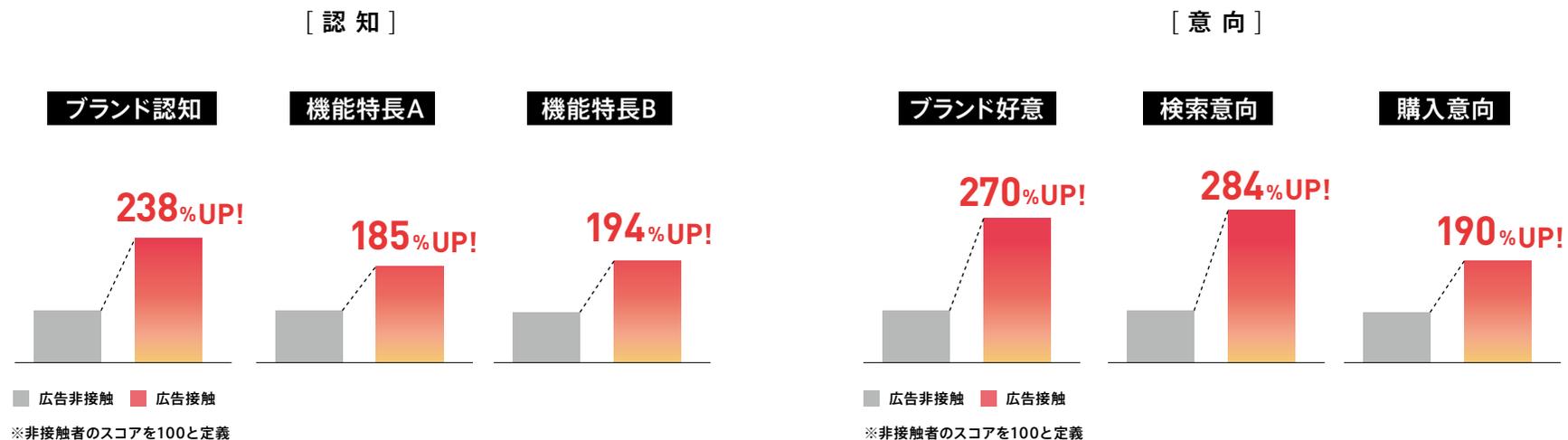
課題 新商品のブランド認知を向上させたい。さらに機能特長の認知率を高めたい。

ご提案 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。

| 配信メニュー | Demographic M2以上

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。



※ 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

Case 2 | 化粧品既存ブランド

既存ブランドの購入率向上と市場シェア拡大

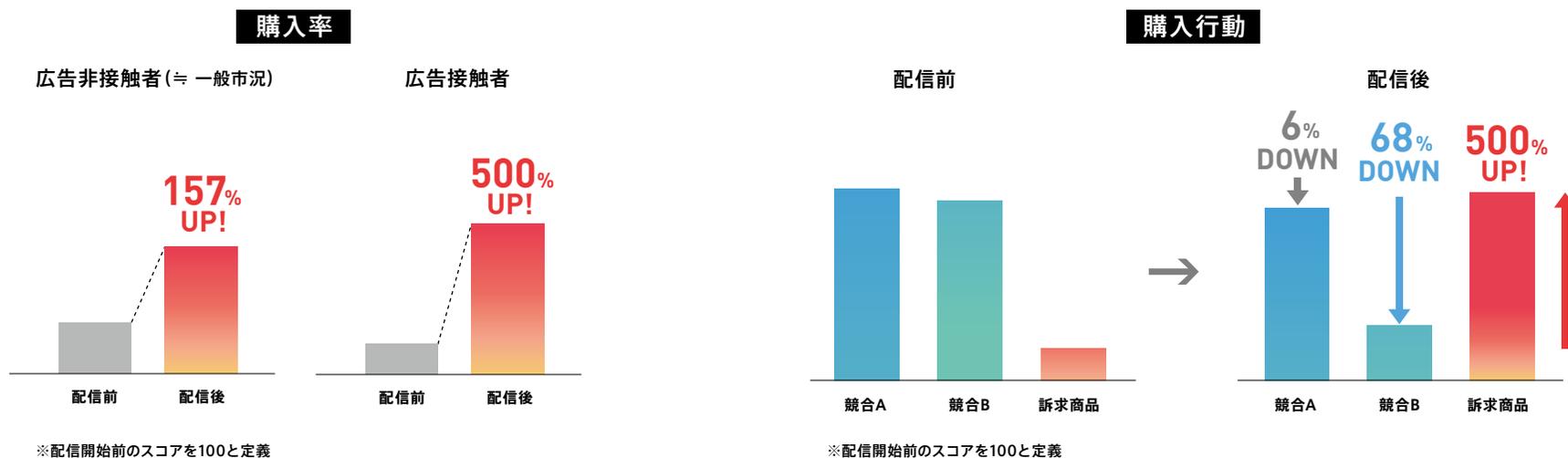
課題 市場シェアが高いブランドであるため、同ブランドの新商品をフックに、競合からブランドスイッチさせて購入を伸ばしたい。

ご提案 恋愛リアリティーショーの過去出演者を起用した15秒 / 60秒の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。

| 配信メニュー | Program『恋愛リアリティーショー+Teen番組』 15秒CM / 60秒CM

結果

広告接触者において、競合の購入率が下がっている中、「購入率」が大幅にアップ。



※調査期間：2019年12月23日～2020年7月5日

※株式会社インテージが保有する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。

Case 3 | 化粧品

複数メニュー活用による効果最大化

課題 若年女性へのリーチの最大化を図りたい。

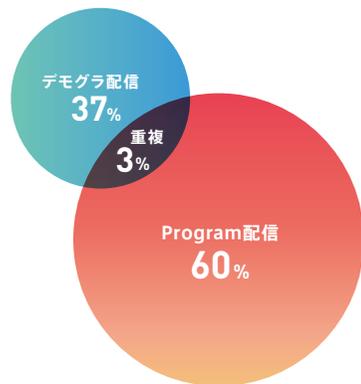
ご提案 Demographic配信(F1)と、Program配信(恋愛リアリティーショーパッケージ)を同時に実施。

| 配信メニュー | (1) Demographic F1 (2) Program 恋愛リアリティーショー

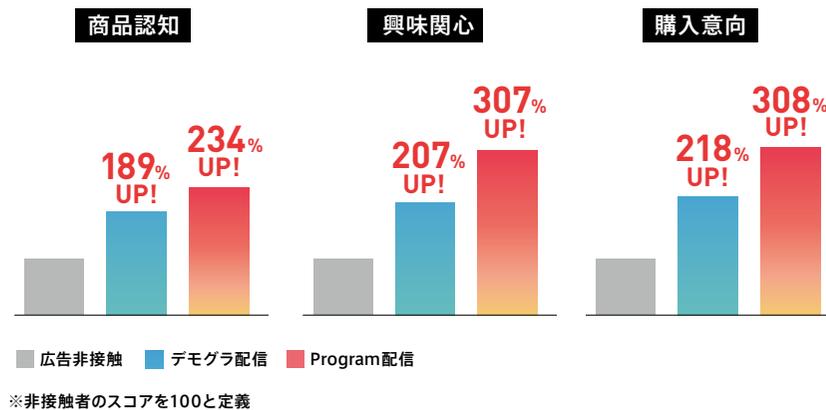
結果

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、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



F2以上へのリーチを最大化



※2018年9月4日～2019年9月10日に株式会社マクロミルが実施した調査結果

Case 4 | 人材

人気番組出演者を起用したオリジナルCM

課題 テレビCMではリーチしにくい、Teen層へリーチしたい。

ご提案 Teen層に人気の恋愛リアリティーショー「オオカミくんには騙されない♥」シリーズの過去出演者を起用し、“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。

[| 配信メニュー | オリジナル長尺CM](#)

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。

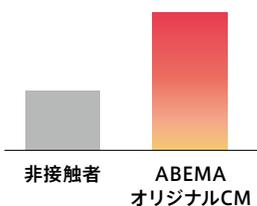


サービスへのイメージ

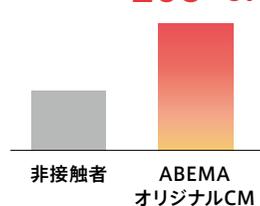
「親しみやすい」

「自分に合う仕事を見つけられる」

226%UP!



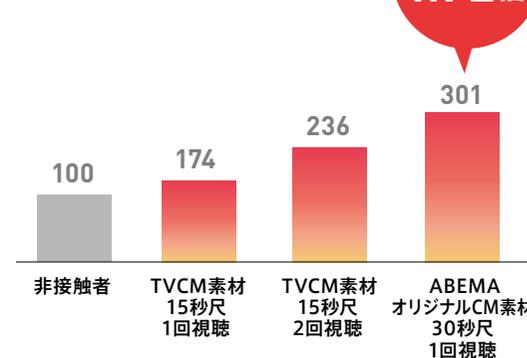
208%UP!



※非接触者のスコアを100と定義

利用意向

テレビCM素材の
1.72倍



※非接触者のスコアを100と定義

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

※2018年11月2日～2018年11月5日に株式会社マクロミルが実施した調査結果

Case 5 | 保険 既存ブランド

インクリメンタルリーチの最大化

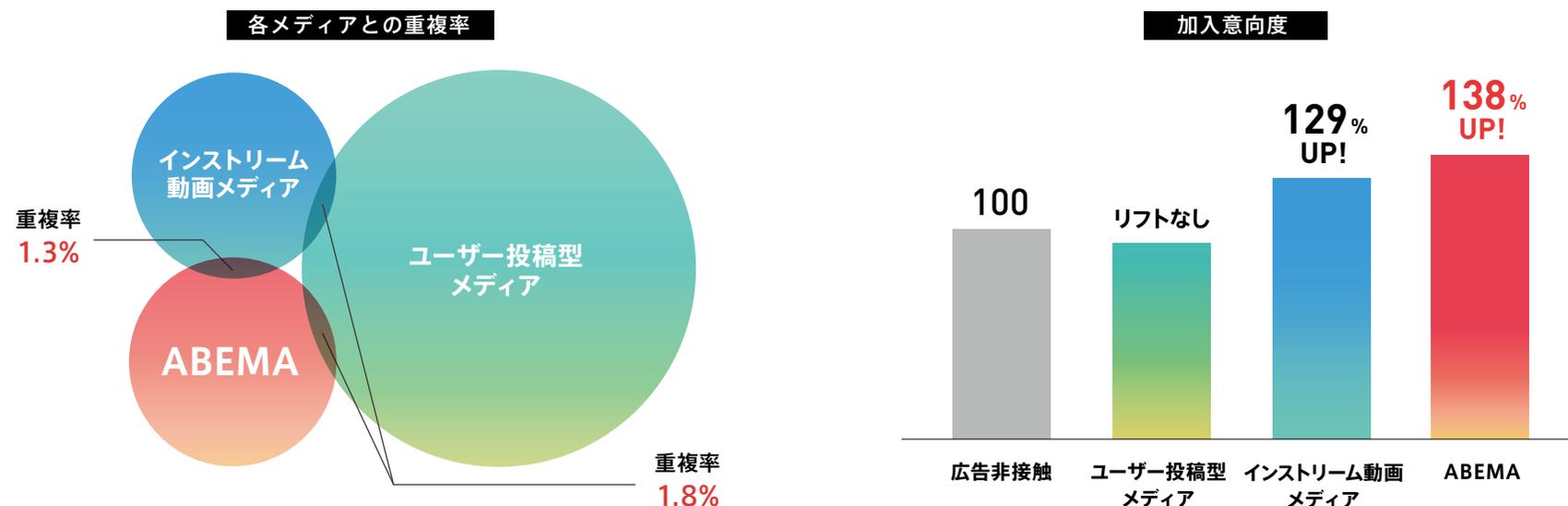
課題 テレビCMでのリーチ獲得効果の補完をするために効果が高いデジタルメディアを選定したい。

ご提案 DARタグを活用し、主要なデジタル動画メディアでCM配信した際のインクリメンタルリーチを可視化。

| 配信メニュー | オーディエンス(予算消化型) Demographic M1・M2 × エリア(関東圏) 配信

結果

「ABEMA」と他メディアでの重複が少なくリーチを最大化でき、サービスへの加入意向度は「ABEMA」が最も高くリフトアップする結果に。



※レポート対象期間：2020年1月14日～1月27日（ユーザー投稿型メディアは1月20日より配信開始）
 ※計測媒体：ABEMA、インストリーム動画メディア、ユーザー投稿型メディア
 ※計測目的：関東圏でのABEMA、インストリーム動画メディア、およびユーザー投稿型メディアの広告接触者の重複率計測
 ※計測方法：ABEMA、インストリーム動画メディア、ユーザー投稿型メディア共にニールセンのDARタグを使用
 ※ABEMAとインストリーム動画メディアのUU数は同規模、ユーザー投稿型メディアのUU数は約2倍の規模

※非接触者のスコアを100と定義
 ※2020年1月28日～2020年2月3日に株式会社マクロミルが実施した調査結果
 ※対象者条件：関東在住 男性20歳～60歳
 ※ABEMA・インストリーム動画メディア・ユーザー投稿型メディアともに広告接触についてはログにて判定

Case 6 | 飲食

ソーシャルメディアでの話題化

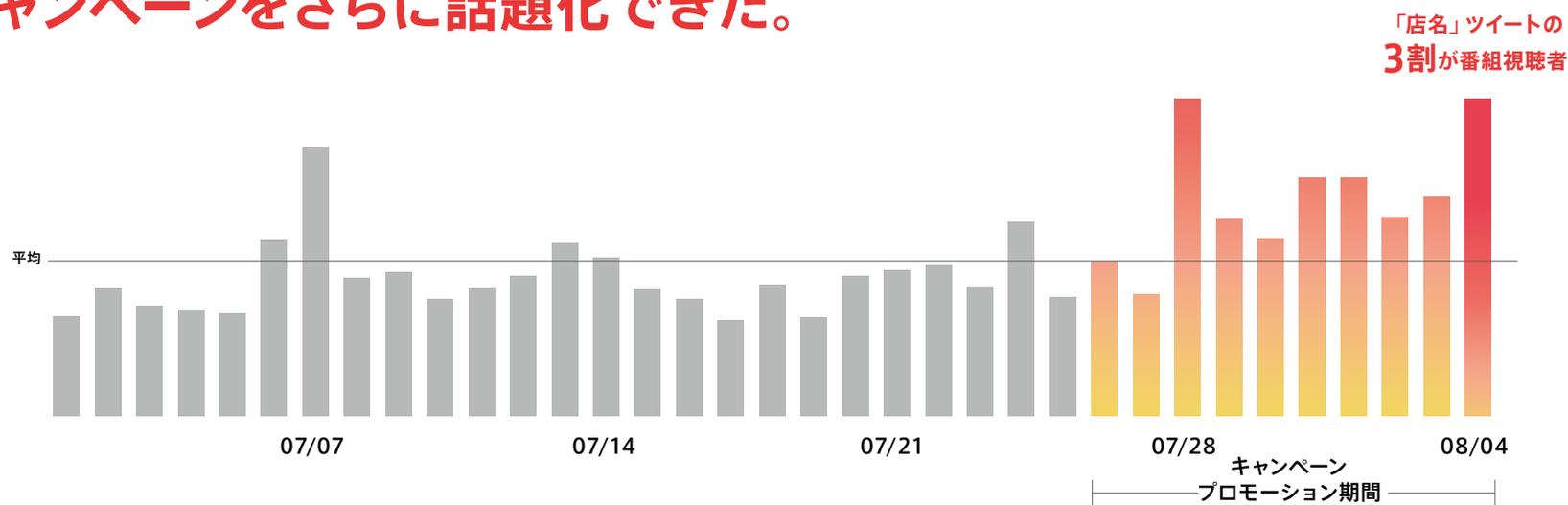
課題 キャンペーンの認知と商品の購入意向を向上させたい。

ご提案 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。

| [配信メニュー](#) | [Program『7.2 新しい別の窓』](#)

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」

Case 7 | 製薬会社

CM配信 × 提供クレジットの相乗効果

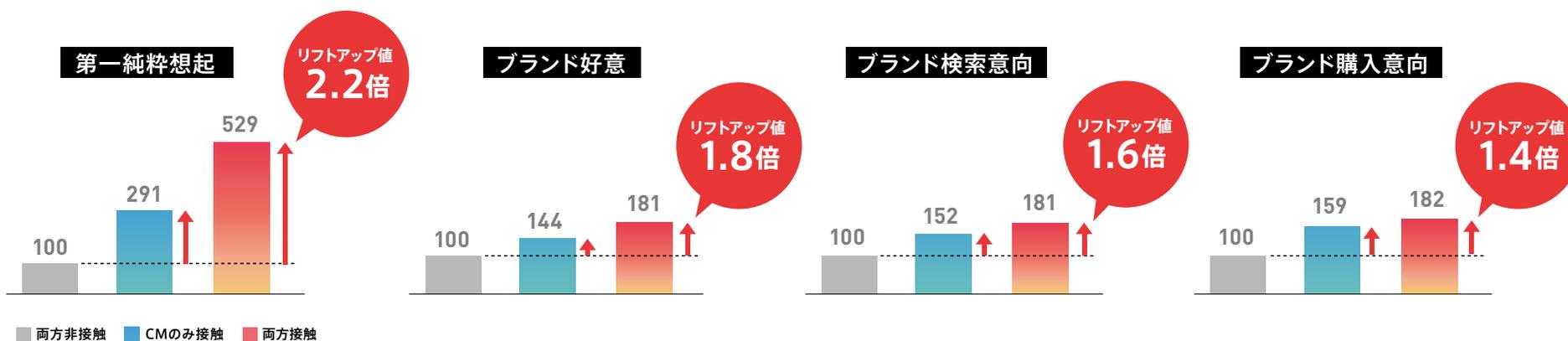
課題 CM配信と合わせて他のメニューも活用することで、新たなユーザーにリーチし効果を最大化させたい。

ご提案 1つの番組で提供クレジットとCM配信を実施。

| 配信メニュー | Demographic M2以上

結果

提供クレジットとCM両方に接触したユーザーは、多くの項目で高いリフトアップがみられた。



※ 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

※ 株式会社マクロミルが2018年7月20日～2018年7月23日に実施した調査結果 n数: Demographic Light = 69 Demographic = 34

Case 8 | 飲料 既存ブランド

長尺CMによる購買意欲向上

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。

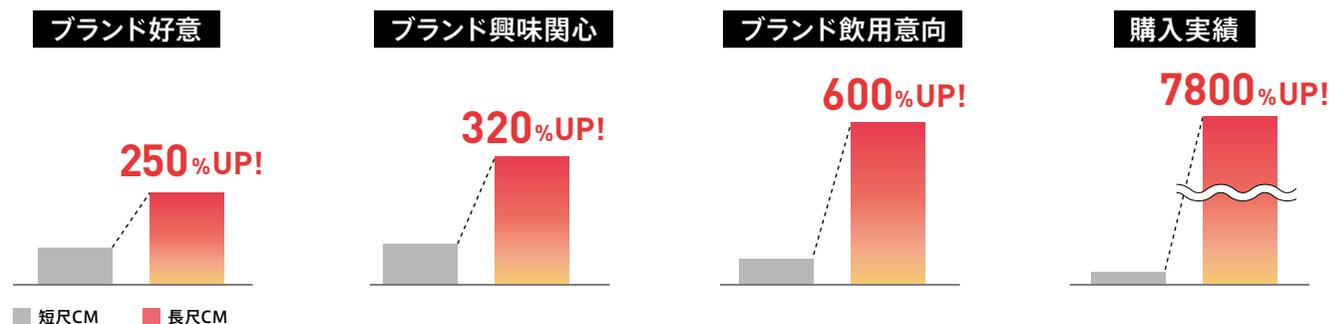
ご提案 飲用シーンを訴求する ①60秒長尺(オリジナル制作)と ②15秒短尺(テレビCM)を「ABEMA」にて同時配信。

| 配信メニュー | Demographic M2以上

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。

	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	10.0円	↑ 4.0倍	82%	12.2円
15秒CM	オリジナル素材	2.5円		88%	2.8円



※短尺CMのスコアを100と定義

※ 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

03 ——— お申し込み・入稿規定

オーディエンス (予約型) | 広告配信フロー

ご出稿の際は以下のスケジュール・フローをご確認ください。



※ 記載内容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ください。
 ※ お申し込み前に必ず在庫確認を行うようお願いいたします。
 ※ 在庫は決定優先ですので予めご了承ください。
 ※ 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。

オーディエンス (予約型) | 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。

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。

※レポートのフォーマットは Excel となります。

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]
 配信開始日/
 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								
	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です。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。
 ※ 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。

オーディエンス (予約型) | 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。

※レポートのフォーマットは Excel となります。

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

 視聴開始数

 時間別

×

 視聴完了数

 番組ジャンル

 視聴完了率

 性年齢別

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

オーディエンス (予約型) | 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	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	600s	2 本	×
1,000 万円 ~	7 問	600s	2 本	○
1,500 万円 ~	7 問	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	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○

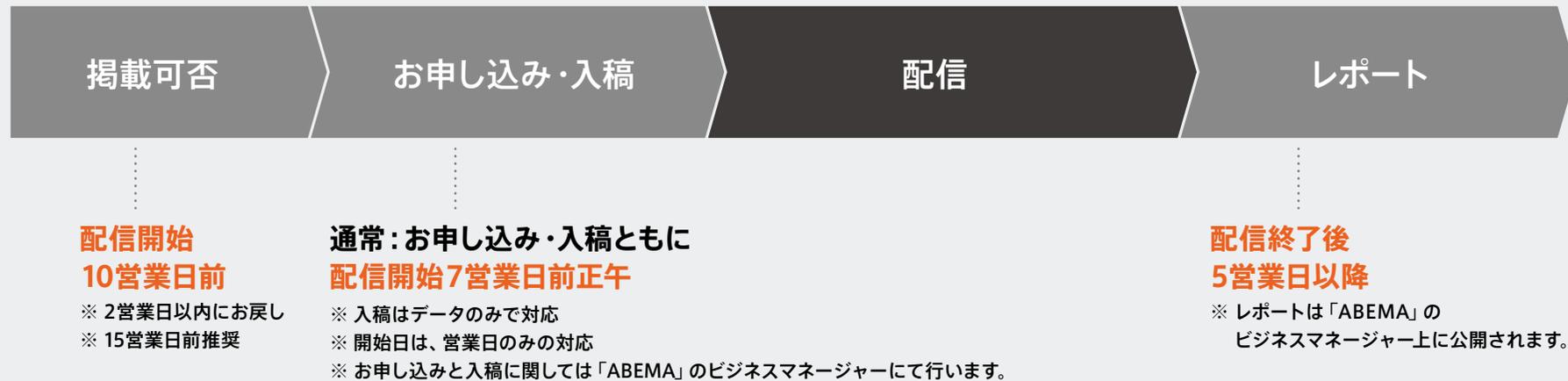
注意事項

- ・無償調査のパッケージ詳細に関しましては、担当営業にお問い合わせください。
- ・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。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様側での負担となりますので予めご了承くださいませ。
- ・配信数によってはサンプル数が非常に少なくなることがございます。
- ・ご要望に応じてローデータをお渡しいたします。

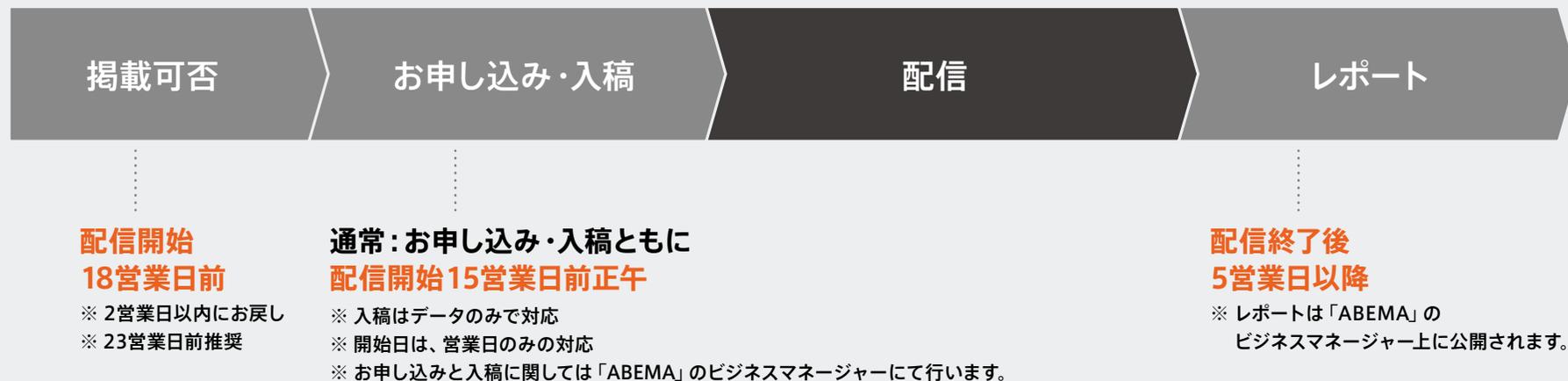
オーディエンス (予算消化型) | 広告配信フロー

ご出稿の際は以下のスケジュール・フローをご確認ください。

通常の場合



購買データを活用する場合



※ 記載内容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ください。
 ※ お申し込み前に必ず在庫確認を行うようお願いいたします。
 ※ 在庫は決定優先ですので予めご了承ください。
 ※ 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。

オーディエンス (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。

※レポートのフォーマットは Excel となります。

1	2
配信結果概要サマリ	各種詳細内訳レポート
視聴開始数	視聴開始数
視聴完了数	視聴完了数
視聴完了率	日別 × 視聴完了率
cost	クリエイティブ別 × cost
CPM	CPM
視聴開始リーチ	
フリークエンシー	

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いたします。</p> <p>※繰り返し配信の掲載順番の指定はお受けいたしかねます。</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の素材は掲載いたしません。</p> <p>※競合排除、カスタマイズ反映はお受けいたしかねます。</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>

CMチャンネルロゴ

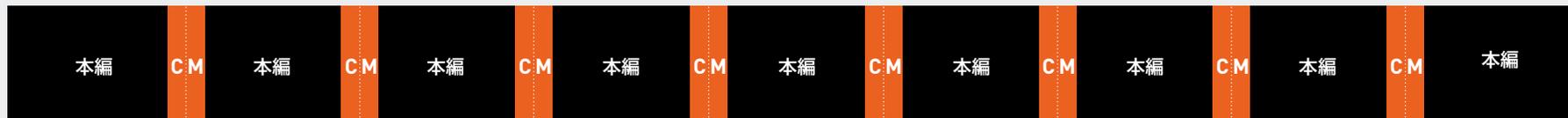


※記載内容は現時点のものとなり、変更となる可能性がありますのでご了承ください。
 ※記載の尺以外の半端尺については配信いたしかねます。

CMチャンスの設計

番組の特徴に合わせてCMチャンスを個別に編成しております。

[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。



本編48分 + CMチャンス6分 (60秒×6回) = 54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。



本編48分 + CMチャンス6分 (90秒×4回) = 54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ください。
 ※ 記載の尺以外の半端尺については配信いたしかねます。

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	2 Pass 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おりません。
音声コーデック	AAC-LC
音声ビットレート	320 kbps
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。

- ※ 素材本数については、1ブランドにつき4素材までとなっております。
- ※ エンコード時のDRMは不要です。
- ※ 記載内容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ください。
- ※ 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

04 —— 留意事項・免責事項・Q&A

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ございますので予めご了承ください。

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ください。

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。
※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ください。

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：ニックネーム登録



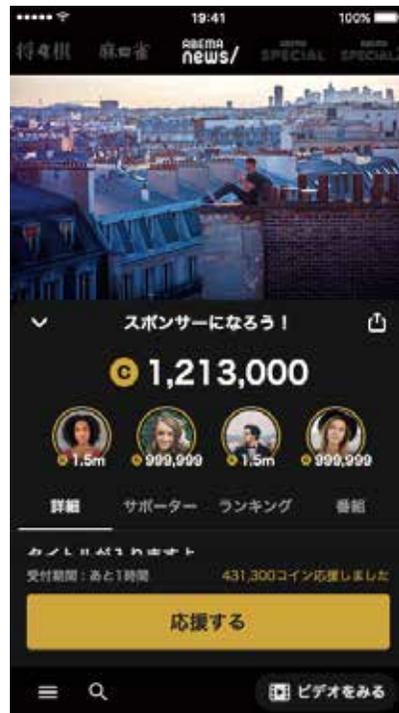
※ Android端末での閲覧の際も同様のOSに依存する仕様があることを予めご了承ください。
 ※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がありますので予めご了承ください。

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。

縦型の詳細説明は動画に被りません



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ください。

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。

横型：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ください。

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ください。

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、セキュリティーソフト、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ことをご了承ください。
- 「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。
- お申し込み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し込み金額の全額をいただきます。
- 一度お支払いいただ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、お申し込み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などは競合排他いたしかねます。
- 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ください。

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 番組視聴予約はできますか？

A できます。右下の番組表をタップいただき、番組表(各番組枠)の右のチェックボタンを押していただ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 「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、ジャンル・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、ご了承ください。

Q パッケージに含まれるジャンル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ジャンルに配信されるとは限りませんのでご了承ください。
※100%保証の場合は、事前に配信可能なジャンルを確認の上、そこに確実に配信いたします。

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 お手数おかけいたしますが予めご用意いただ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いたします。

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。

※ 記載内容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ください。

ABEMA®

株式会社AbemaTV
ビジネスディベロップメント本部

株式会社テレビ朝日
セールスプロモーション局

お問い合わせ

adinfo@abema.tv

掲載可否確認

kahi@abema.tv

〒150-0042

東京都渋谷区宇田川町40番1号 Abema Towers

