





@AbemaTV, Inc.





ABEMA Ads For CTV

TOPICS: UI/UXを大幅リニューアル

この度、より快適な視聴体験を提供するため プロダクトを大幅にアップデートいたしました。

自分の好みにあった作品や番組を、 よりスムーズに見つけることができるようになります。

※本アップデートは、iOSアプリ, Androidアプリ, PCブラウザ, CTVに対応しております。

テレビとビデオがひとつに。ホームでお気に入りの作品を見つけよう。





PCブラウザのトップペー<u>ジも刷新</u>



ABEMA'





複数デバイス対応・多彩なチャンネルラインナップ



NEW!

Nintendo Switchでも視聴可能に!







SPECIAL2

WORLD













格閩

SPORTS 大相撲 BOATRACE 競輪WINTKEE



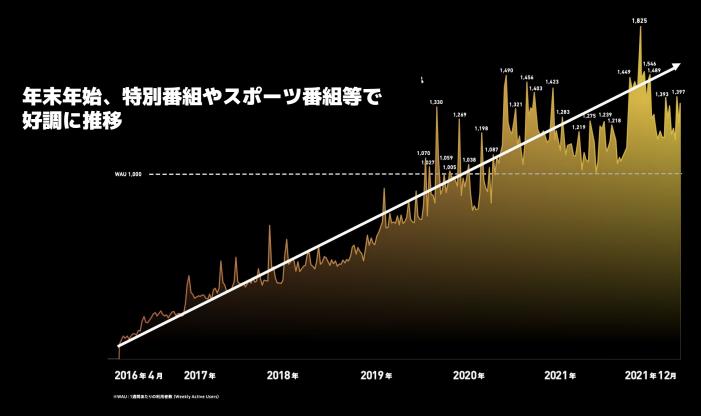
釣り

将《棋

プレミアム動画メディア最大級のリーチ量



プレミアム動画メディア最大級のリーチ量



多彩なジャンルのオリジナル番組

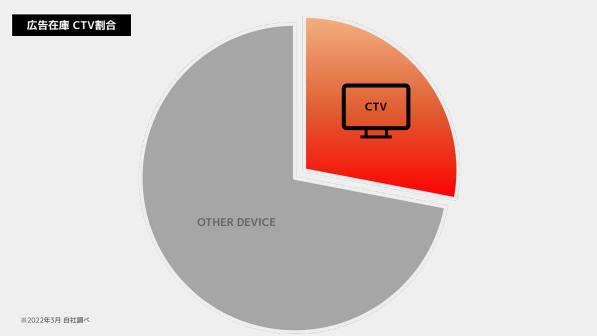






広告在庫に占めるCTV割合は3割まで拡大

コロナ禍による新生活様式や、スポーツ・格闘などのエンタメコンテンツの拡充によって、CTV広告在庫は3割にまで拡大



CTV割合 28%

(2022年3月)

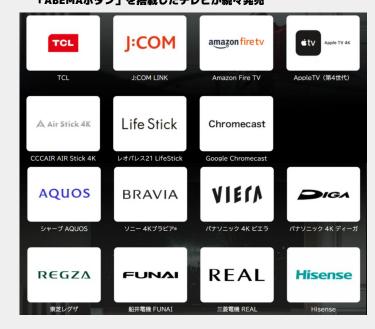


Amazon Fire TV シリーズのリモコンに「ABEMA」ボタンが搭載

「Amazon Fire TV シリーズ」に「ABEMA」ボタンが登場。臨場感ある大画面での視聴環境の提供拡大



「ABEMAボタン」を搭載したテレビが続々発売



大画面で楽しめるスポーツや格闘などのコンテンツが目白押し

「FIFA ワールドカップ カタール 2022」の全64試合無料生中継(11/21開幕)



MLB公式戦324全試合を完全生中継(放映中)



那須川天心VS武尊による格闘界のドリームマッチ(6/19)



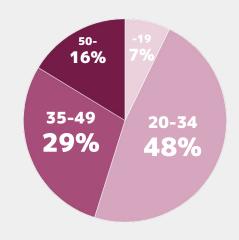


若年を中心としたユーザー層にリーチが可能



MF1/MF2がメイン





出典: Nielsen Video Contents & Ads Report 2022 (ABEMAをCTVで週1回以上の利用)

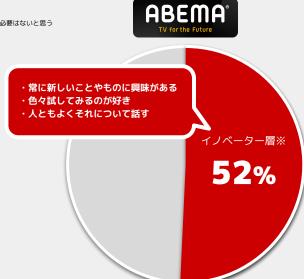
ABEMA CTV

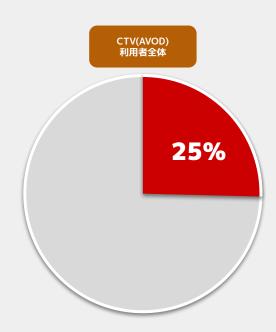


4割近くが情報感度の高いオピニオンリーダー層

※以下の設問でAと回答した割合

- Q:以下の中から、あなたご自身に最もあてはまるものを以下の中からひとつだけお選びください。
 - 常に新しいことやものに興味があり、
 - 色々試してみるのが好き。人ともよくそれについて話すほうだ
 - 新しいことやものに興味はあるが、
 - あえていつも試すわけではない
 - 自分の好みはわかっているので、
 - あえて新しいものやことに時間を費やす必要はないと思う





出典: Nielsen Video Contents & Ads Report 2022 (各メディア週1回以上の利用)

※1: AVOD対象サービスは、Youtube,GYAO!,Tver,ABEMA

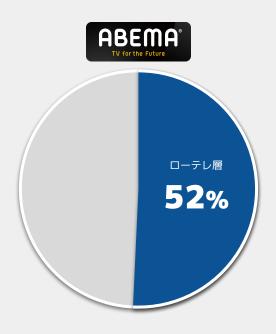
価値観はSVODユーザーに近しく、消費志向の強いABEMAユーザー

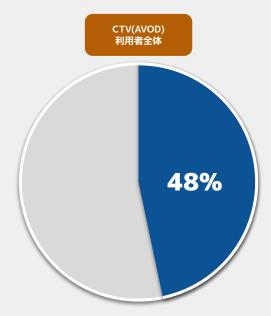
価値観	カテゴリ	ABEMA CTV (AVOD平均以上の項目)	SVOD CTV (AVOD平均以上の項目)	
新商品やサービスが出来たらすぐ買う方である	新商品・流行重視志向	ABEMA	SVOD	 # 新商品・トレンドに敏感
新聞や雑誌などで取り上げられる新商品情報に注目している	新商品・流行重視志向	ABEMA	SVOD	# 利間品・トレントに敷窓
自分の趣味や関心事に関することには、ついついお金を使ってしまう	消費志向	ABEMA	SVOD	■ ¬ ■ # 積極的な消費志向
多少値段が高くても、有名なブランド品を買うことが多い	大手・ブランド志向	ABEMA	SVOD	# 快速的心脏
自分の考えや意見を人に伝えたい	情報発信	ABEMA	SVOD	
よいと思ったものは人にすすめたい	情報発信		SVOD	
Webにおいて信頼できる情報に行きつくために、自分なりの判断基準を持っている	情報収集	ABEMA	SVOD	■ ┐ # 高いネットリテラシー
よい商品を探すためには手間や時間も惜しまない	情報収集	ABEMA	SVOD	# IBIOTAL DI 1999
普段からショッピングサイトを見るのが好き(Amazon、楽天、メルカリ、ヤフーショッピングなど)	ECヘビーユーザー			
ネット広告から商品を購入することが多い	ネット広告好意派	ABEMA	SVOD	# 広告への受容性
ブランド服には興味がない	マイペース			
安くて、それなりの質で満足できる	価格・コスパ重視			
価格を比較して少しでも安い店で買うことが多い	価格・コスパ重視			
将来のために、貯金をしておきたい	計画·堅実消費			
無理をしないで身の丈に合った生活をしたい	計画·堅実消費			
買い物する際は、自分なりの判断基準を持っている	選別眼・自己判断基準			
商品やお店選びは、自分が知っている(馴染みのある)ブランド・商品・お店を選ぶ方だと思う	選別眼・自己判断基準	ABEMA	SVOD	# 既知商品への安心感
なるべく使い慣れているメーカーの商品を買う	選別眼・自己判断基準			
便利なものは積極的に日々の暮らしに取り入れたい	利便性重視			
時間が節約できる商品は魅力的だと思う	利便性重視		SVOD	

出典:インターネット調査(2022年3月実施 / サンプル数 7,817) ※:AVOD対象サービスは、Youtube,GYAO!,Tver,ABEMA / SVOD対象サービスは、Netflix、Hulu、U-NEXT、Disney+、DAZN ABEMA CTV



半数以上がテレビCMが届きづらいローテレ層





『テレビ視聴6分類のグルーピングルール』

地上波テレビ「リアルタイム視聴」の平均的な視聴時間から以下で分類

- 1 ローテレ :テレビを持っていない/一ヶ月以内に視聴なし/平日1時間以下、かつ休日2時間以下
- 4 ミドルテレ:平日2時間以上、または休日3時間以上
- 5 ハイテレ : 平日3時間以上、かつ休日3時間以上

出典: インターネット調査 (2022年3月実施 / サンプル数 7,817) ※1: AVOD対象サービスは、Youtube.GYAO!.Tver.ABEMA

@AbemaTV, Inc.



©AbemaTV, Inc.

17

ABEMA Ads CTV向け新商品メニュー

ABEMA Programmatic Ads - CPM課金型配信 -

For CTV

| デモグラフィック配信 || ジオデモグラフィック配信 || TVCM連動配信 |

For CTV - 提供する機能一覧

伸長するCTVをより有効にマーケティング活用いただくために、CTVの特性を生かした配信手法および、CTVに特化した広告効果計測ソリューションを提供いたします

ABEMA Programmatic Ads - CPM課金型配信 | For CTV

広告配信ソリューション

効果計測ソリューション

ブランドリフト調査 ZSMN

ドリフト調査が可能

デモグラフィック(性年代)配信

ユーザーアンケート等によって収集・推定した高精度の1stPartyData 「性年代」でターゲットユーザーにリーチが可能

ジオデモグラフィック配信 🔯 🔀



CTVを利用する世帯にフォーカスし、国勢調査やマーケットデータによっ てセグメンテーションされた世帯クラスタでターゲティングが可能



アプリインストール計測

SMN社との協業によって、外部調査会社を通じたCTV広告接触者のブラン

Adjust社が提供した「コネクテッドTV広告計測」によって、CTV広告接 触後のモバイルアプリインストール計測が可能

特定のTVCMに接触したユーザーをCTV上で除外することで、 リーチの最大化、適正FQの獲得を目的とした配信が可能

サイト来訪/ウェブCV計測

ABEMA独自のトラッキングタグによるクロスデバイス技術を活用し、 CTV広告接触後のモバイルウェブコンバージョンの計測が可能

For CTV - CTVの広告効果が検証可能なABEMAAds

ABEMA Ads For CTVでは、豊富なターゲティングメニューから配信設計が可能で、様々なKPIに応じた計測手法による適切な広告評価が可能です

1.広告在庫品質 2.ユーザー特性 安全・安心の動画広告体験 消費行動に積極的なローテレ層 ABEMAではビュアビリティの高い ABEMA CTVを利用するユーザーは、 テレビCMではリーチがしづらい層であり、 インストリーム型動画広告を提供。 またABEMAはCMタイミングが完全編成され、 若年層でかつ購買力の強いことが特長 厳しい考査フローなど、ブランディングを目的と した広告主様が安全・安心に出稿いただける環境 配信から計測まで を提供 一気通貫の 4.計測·分析 3.配信 CTV広告 業種に応じた計測手法 ターゲットに応じた配信メニュー ABEMAではマーケットに先行してCTV広告の様々 CTVを利用するユーザーに対して、 な効果計測手法を用意しています。 1stPartvDataによるデモグラフィック配信や、 従来の態度変容調査に加えて、サイト来訪計測や 世帯特性にフォーカスした配信など

アプリインストール計測などCTV面でKPIに応じ

て適切な広告評価が可能

ターゲットユーザーに効率よくリーチ可能な配信

メニューが充実

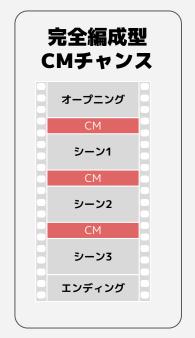
安全・安心の動画広告体験

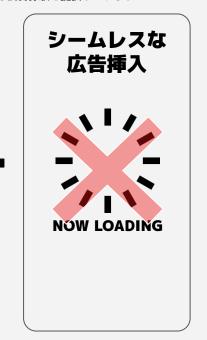


大画面でもストレスが少なく印象を残すことができる動画広告体験

従来のTVCM体験と比較し、

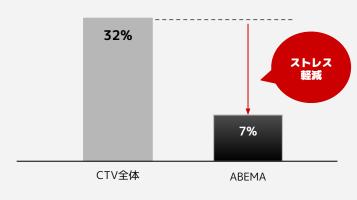
ネットサービスで散見される広告体験(視聴阻害/中断、広告の読込待ち等)は嫌がられる傾向が強くなる可能性があります。 ABEMAでは、そのようなストレスを軽減するシームレスな広告体験を提供しています





広告体験最適化による ユーザーストレスの軽減

テレビデバイスで表示される広告について 「広告が表示されるタイミングが悪い」

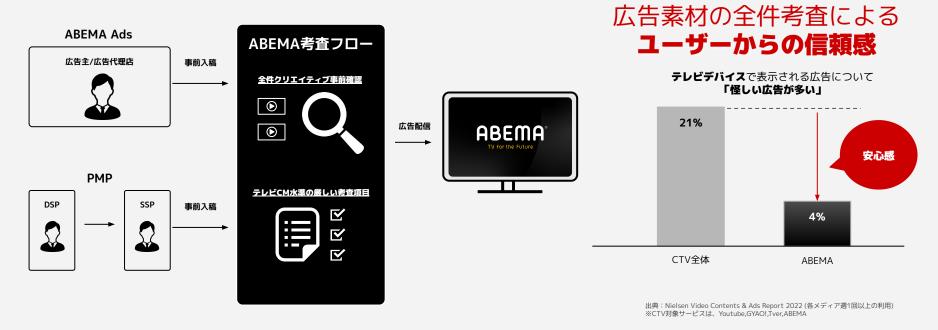


出典: Nielsen Video Contents & Ads Report 2022 (各メディア週1回以上の利用) ※CTV対象サービスは、Youtube,GYAO!,Tver,ABEMA



厳正な考査による、ユーザーに信頼される広告クリエイティブ

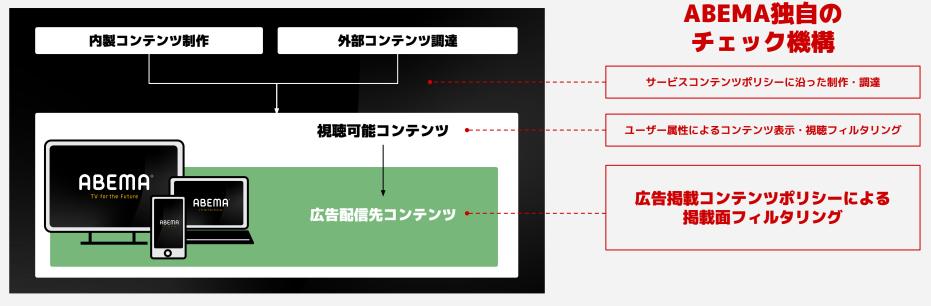
ABEMAでは全ての広告クリエイティブに対して事前考査を実施し、 ユーザーから安心される広告体験を徹底しています



@AbemaTV, Inc.

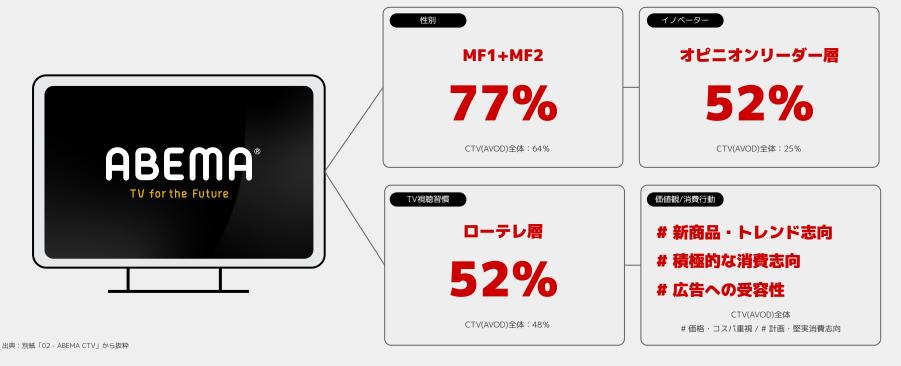
掲載面コンテンツも安全・安心のブランドセーフティ対策

ABEMAでは、コンテンツの調達・制作におけるサービスコンテンツポリシーに加えて、 広告配信におけるブランドセーフ対策として独自の広告掲載ポリシーを策定しています。 その広告掲載ポリシーに沿って、コンテンツフィルタリングすることで、 ブランディングを目的としたマーケティングでも安心して出稿いただける掲載面を提供しています



消費行動に積極的なローテレ層

サマリー - ABEMA CTVユーザー



@AbemaTV, Inc.

ターゲットに応じた配信メニュー

広告配信ソリューション

For CTV- デモグラフィック(性年代)配信

ABEMAのCTV利用者に対するアンケート等によって収集・推定した高精度の1stPartyData「性年代」でターゲットユーザーにリーチが可能





マーケ区分



10代区分

広告配信ソリューション

For CTV- ジオデモグラフィック配信

CTVを利用する世帯にフォーカスし、技研商事インターナショナル社が展開する「c-japan®」と連携し、 国勢調査やマーケットデータによってセグメンテーションされた世帯クラスタでターゲティングが可能







世帯特性 ※-例

c-japan®で分類された 36セグメントの世帯特性でターゲティング配信

都心のファミリー

マンション 住まいのファミリー

住みやすい都会住宅街

都心の単身層

興味関心特性 ※-例

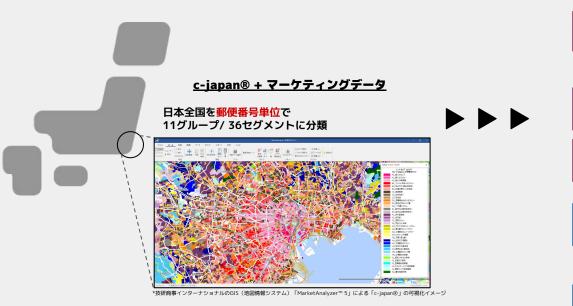
ジオグラフィックxマーケティングデータから、 各業種に最適な世帯を抽出しターゲティング配信

自動車

子育て

ビール

服飾・美容



For CTV- ジオデモグラフィック配信



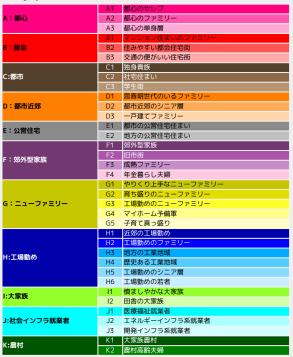
ABEMA Ads For CTV 💻

世帯特性

Key Feature

- 国勢調査上の属性情報による独自のグルーピング

■c-japan®36セグメント一覧



■c-japan®セグメント詳細例



For CTV- ジオデモグラフィック配信





興味関心

Key Feature

- 技研商事インターナショナル社から連携される、ユーザー嗜好性に関するマーケティングデータの活用
- 様々な業種の広告主に活用可能な配信バリエーションで、関連性の高い世帯にターゲティング



グルメ・食情報	教育	ポータル・ニュース	インターネットサービス
ゲーム	金融	ライフステージ	エンターテインメント
ショッピング・EC	携帯・スマホ	不動産	書籍・文学
スポーツ	健康・美容・化粧品	PC·電化製品	イベント・レジャー
ファッション	自動車・オートバイ	SNS	テクノロジー

※上記は一例となります。詳細については弊社担当までお問い合わせ下さい

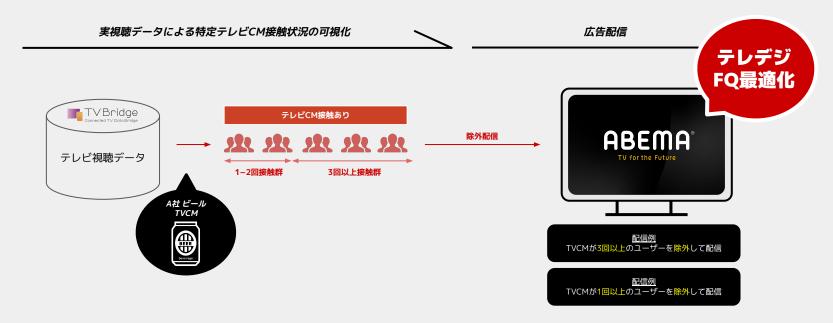
©AbemaTV, Inc.

広告配信ソリューション

For CTV- テレビCM連動配信

特定のTVCMに接触したユーザーをCTV上で除外することで、リーチの最大化、適正FQの獲得を目的とした配信が可能

国内テレビメーカーログを保有するSMN「TVBridge」との連携により、 テレビCMの視聴状況に応じたリーチ最適化配信が可能です



@AbemaTV, Inc.

業種に応じた計測手法

|ブランドリフト調査 | | アプリインストール計測 |

| **サイト来訪/ウェブCV**計測 |

For CTV- ブランドリフト調査

CTV広告に接触したユーザーに対して、ブランド認知等の意識調査を通じたブランドリフトの可視化が可能

Key Feature

- SMN社「TV Bridge」とのデータ連携
- コネクテッドテレビとモバイルデバイスの独自マッピング
- 外部調査会社による品質の高い意識調査を無償提供 *条件あり





For CTV- モバイルアプリインストール計測

CTV広告に接触したユーザーに対して、ブランド認知等の意識調査を通じたブランドリフトの可視化が可能

Key Feature

- Adjust「クロスデバイス計測ソリューション」に国内初の連携
- CTV広告接触後のモバイルアプリインストールのビュースルーコンバージョンの計測が可能
- Adjustのマルチタッチ分析などによってCTVのアトリビューション分析も可能



@AbemaTV, Inc.



For CTV- サイト来訪/ウェブCV計測

CTV広告に接触したユーザーのサイト来訪率やCV率などのアクション率、および広告非接触者との比較によるリフト効果の可視化が可能

Key Feature

- 計測にはABEMAタグをウェブサイトに設置するのみ
- ポストCookie/ポストIDFA時代に対応したクロスデバイス計測ソリューション
- 第三者ツールでは可視化できない、ABEMAの1stPartyData/ContentsDataを活用した様々な粒度でのレポート
- 出稿金額に条件なく無償提供

