UPDATE | 2022.05.20

ABEMA®
TV for the Future

ABEMA Ads Media Guide

2022年7-9月期

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

©AbemaTV, Inc.

Index

01 — ABEMA
02 — ABEMA Ads
03 — 調査・計測ソリューション
04 — お申し込み・入稿規定
05 — 留意事項・免責事項・Q&A

01 — ABEMA

ABEMA®

TV for the Future

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
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約30,000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。

©AbemaTV, Inc.

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。

©AbemaTV, Inc.

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 | ドラマ CHANNEL | 韓流・華流 ドラマ | K WORLD

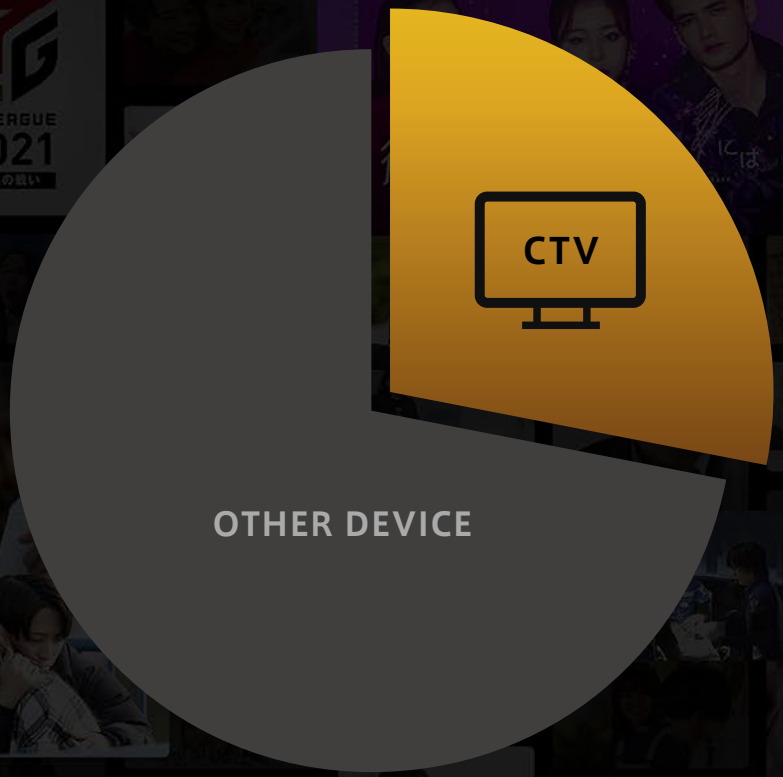
ABEMA アニメ | アニライ アニメLIVE | みんなのアニメ | CM | HIP HOP | ABEMA RADIO

格闘 | SPORTS | 大相撲 | BOATRACE | 競輪 WINTICKET オートレース | 釣り | 将棋 | 麻雀

©AbemaTV, Inc.

TOPICS：広告在庫に占めるテレビデバイスの割合は3割まで拡大

広告在庫 CTV割合



※2022年3月 自社調べ

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）

©AbemaTV, Inc.

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

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

TCL	J:COM LINK	Amazon Fire TV	AppleTV（第4世代）
CCCAIR AIR Stick 4K	レオパレス21 LifeStick	Google Chromecast	
シャープ AQUOS	ソニー 4K ブラビア ※	パナソニック 4K ビエラ	パナソニック 4K ディーガ
東芝レグザ	船井電機 FUNAI	三菱電機 REAL	Hisense

※Amazon Fire TVシリーズ：Amazonが発売する「Fire TV Stick」「Fire TV Stick 4K Max」「Fire TV Cube」などFire TVシリーズ端末用のリモコン

©AbemaTV, Inc.

プレミアム動画メディア最大級のリーチ量

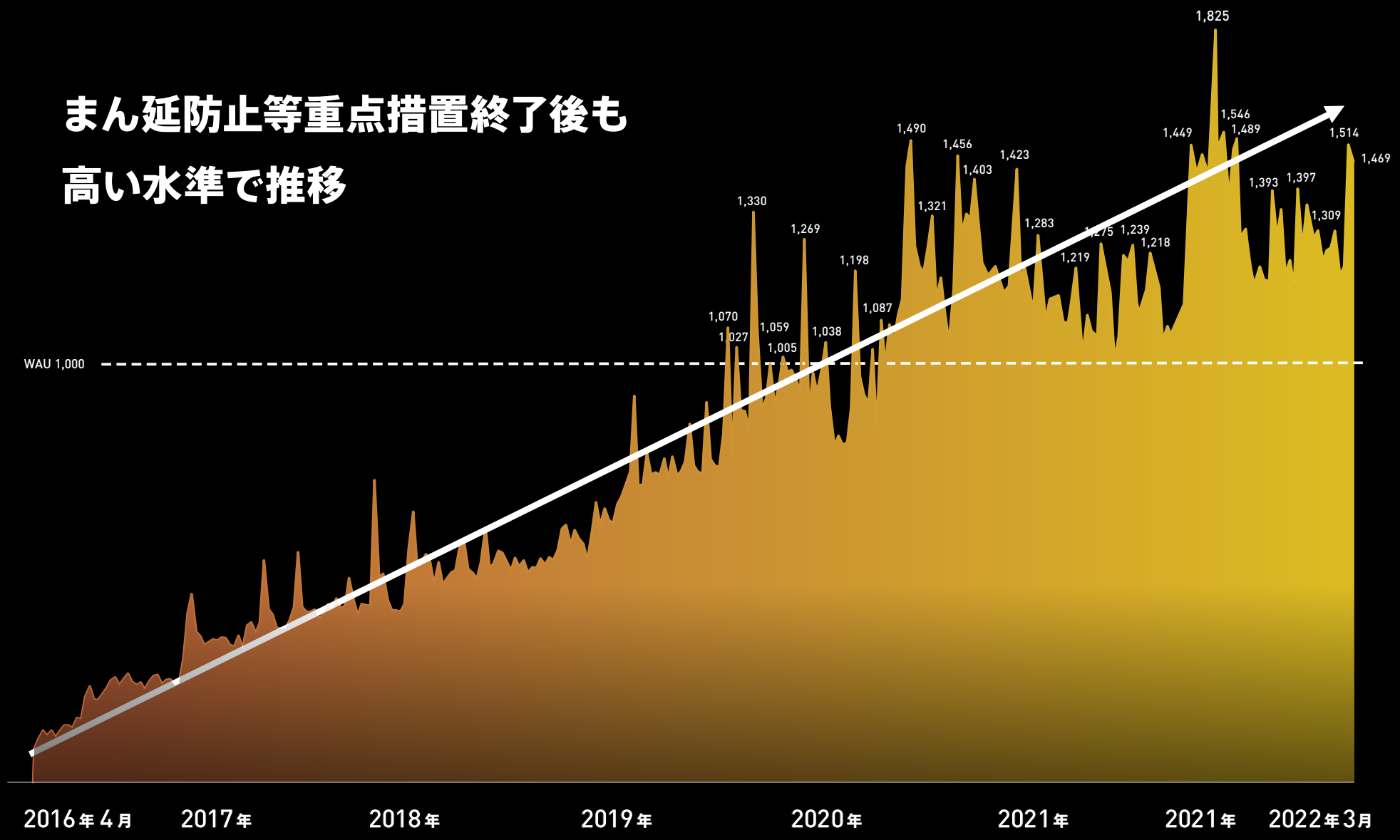
開局6年で
7,800万DL突破

単位：ダウンロード

©AbemaTV, Inc.

プレミアム動画メディア最大級のリーチ量

まん延防止等重点措置終了後も
高い水準で推移

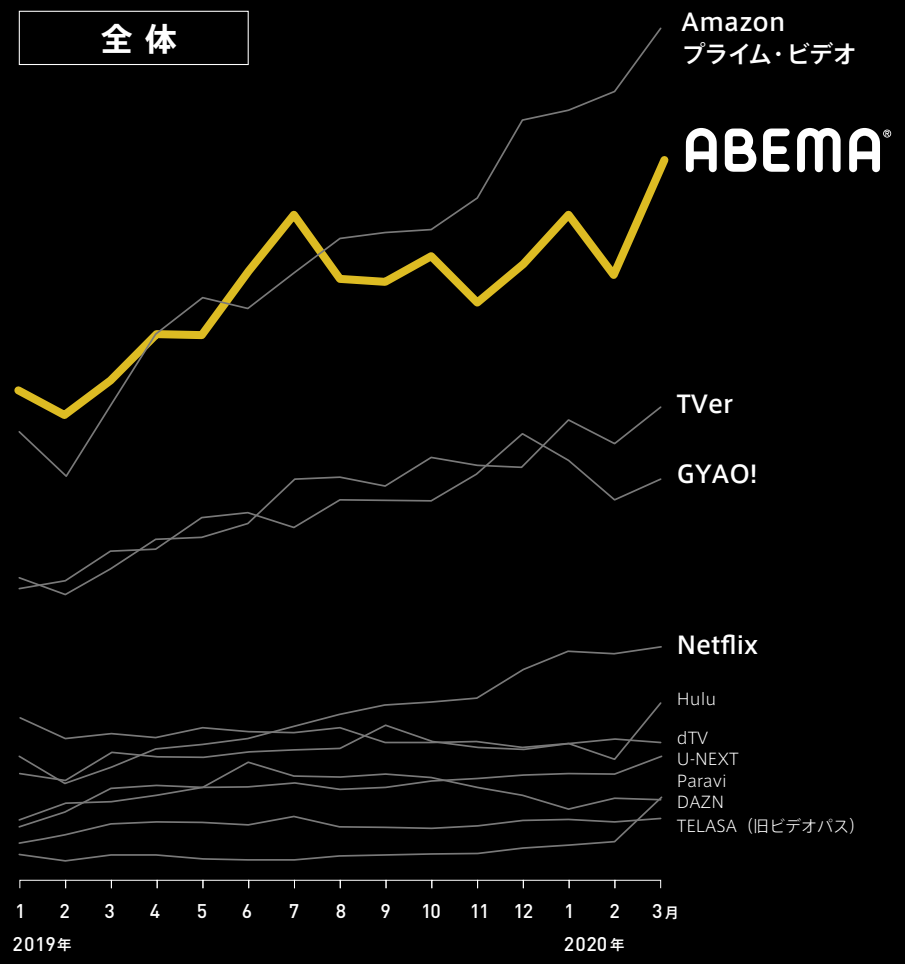


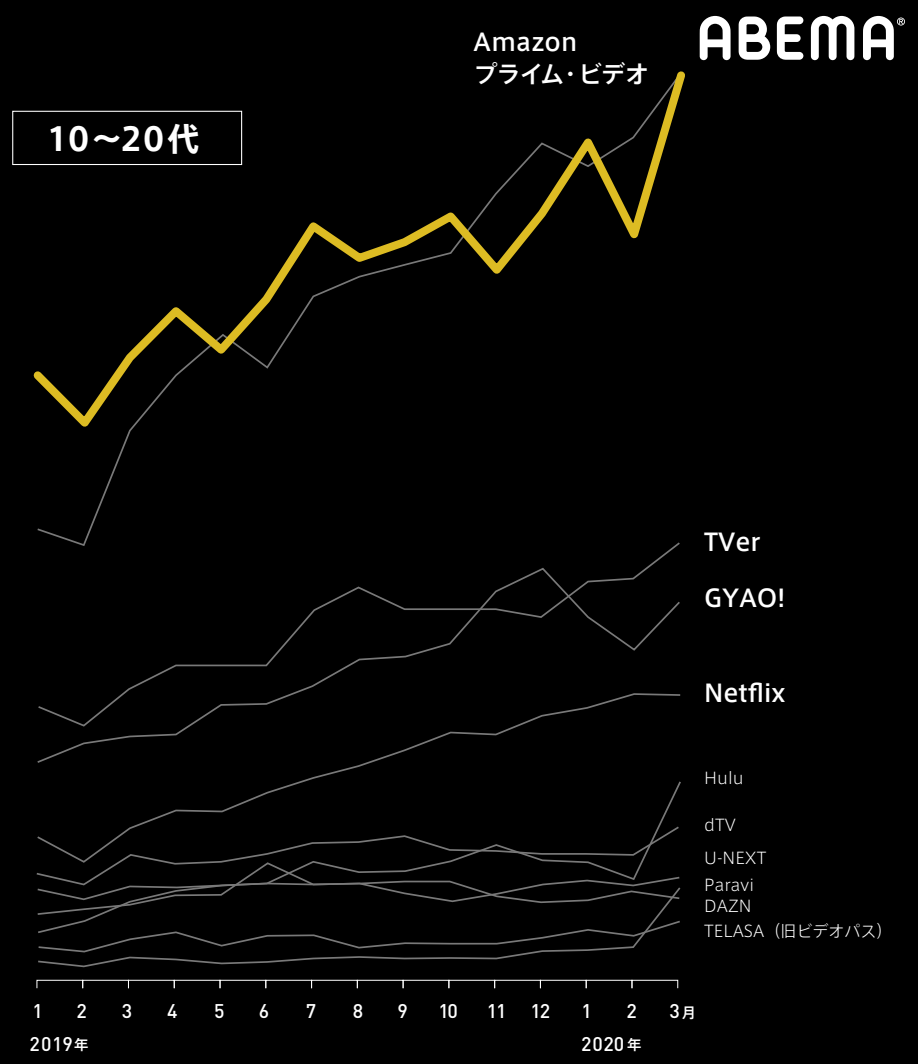
※WAU : 1週間あたりの利用者数 (Weekly Active Users)

©AbemaTV, Inc.

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）

©AbemaTV, Inc.

日本の女子高生のおよそ"2.0人に1人"が視聴する人気恋愛番組

「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』『恋愛ドラマな恋がしたい』『私たち結婚しました』などの恋愛番組が若年層からの人気を集めています。
これらの番組を視聴したことがある女子高生（15歳～19歳の女性）の視聴者数は、
日本全国の女子高生のおよそ2.0人に1人にあたる規模となりました。

※2020年8月16日～2021年10月24日の「オオカミ」「今日、好きになりました。」「恋する♥週末ホームステイ」「恋愛ドラマな恋がしたい」「私たち結婚しました」シリーズの
いずれかの番組を視聴した重複を含まない15歳～19歳の女性視聴者数の実績をベースに、2021年10月総務省発表の日本の15歳～19歳女性人口（2,710,000人）の割合から算出。

©AbemaTV, Inc.

多彩なジャンルのオリジナル番組

©Major League Baseball trademarks and copyrights are used with permission of Major League Baseball. Visit MLB.com
Photo by Getty Images

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

©AbemaTV, Inc.

ジャンル	番組例

恋愛番組

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” を追った恋愛番組。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？

恋愛ドラマな恋がしたい　～Kiss me like a princess～

『恋愛ドラマの共演をきっかけに恋は生まれるのか？』をテーマに、若手俳優と女優がキスシーンのある恋愛ドラマの撮影をしながらその恋模様も追いかけるリアリティショー。メンバーは役作りとして、約一ヶ月の共同生活をしながら全６本の恋愛ドラマの撮影をする。主役を勝ち取りキスシーンを演じるのは誰？演技を超えたキスは生まれる？

バラエティ

チャンスの時間

身近にある、言われてみれば気になるクセ強めの疑問を取り上げたり、気になる若手芸人が対決したり、今後活躍するであろうニュースターを発掘していく番組！ 千鳥もこの番組に出る人も、またこの番組を観る人もチャンスをつかむための時間！

ぜにいたち

Life is Money「人生は、金だ。」
銭を操り、銭に弄ばれ、銭に人生を捧げた人々と
かまいたちがぶつかり合うドキュメントバラエティ
金は人を臆病に、卑怯に、下衆に、本気に、鋭敏に、大胆に、丸裸にする
Money is Life「金は、人生だ。」

ニューヨーク恋愛市場

舌芸人ニューヨークが”オトコ”と”オンナ”のリアルを射抜く恋愛バラエティ番組。ニューヨーク恋愛市場（れんあいしじょう）
「男と女でこんなに違うの !?」彼氏のちょうどいい嫉妬は !? キュン DM vs キモい DM、気持ちのいいメンヘラ…LOVE に関するリアルな本音を突きまくる！

©AbemaTV, Inc.

ジャンル	番組例

アニメ

©赤坂アカ／集英社・かぐや様は告らせたい製作委員会

かぐや様は告らせたい －ウルトラロマンティック－

恋が天才をアホにする!!新感覚"頭脳戦"？　ウルトラロマンティックなラブコメ、再々始動!!　秀才たちが集うエリート校・秀知院学園 その生徒会で出会った副会長・四宮かぐやと生徒会長・白銀御行 誰もがお似合いだと認める2人の天才は、 すぐに結ばれるのかと思いきや 高すぎるプライドが邪魔して告白できずにいた!! "如何にして相手を告白させるか" という恋愛頭脳戦に知略を尽くしてきた歴戦の2人は 各々、心の内にとある決心を固める…… 秀知院高等部の文化祭"奉心祭"の最終日までに、 2人の恋愛模様は大きく動き出す事に!?

©遠藤達哉／集英社・SPY×FAMILY製作委員会

SPY×FAMILY

人はみな　誰にも見せぬ自分を　持っている――世界各国が水面下で熾烈な情報戦を繰り広げていた時代。
東国 " オスタニア " と西国 " ウェスタリス " は、十数年間にわたる冷戦状態にあった。
西国の情報局対東課〈WISE〉" ワイズ " 所属である凄腕スパイの〈黄昏〉" たそがれ " は、東西平和を脅かす危険人物、東国の国家統一党総裁ドノバン・デズモンドの動向を探るため、ある極秘任務を課せられる。その名も、オペレーション〈梟〉" ストリクス "。内容は、" 一週間以内に家族を作り、デズモンドの息子が通う名門校の懇親会に潜入せよ "。〈黄昏〉は、精神科医ロイド・フォージャーに扮し、家族を作ることに。だが、彼が出会った娘・アーニャは心を読むことができる超能力者、妻・ヨルは殺し屋だった！3 人の利害が一致したことで、お互いの正体を隠しながら共に暮らすこととなる。ハプニング連続の仮初めの家族に、世界の平和は託された――。

韓流

© CHANNEL A All rights reserved

青春スター

「ABEMA」と「CHANNEL A」による世界規模の日韓男女グローバルオーディションプロジェクトが始動。
世界中から応募があったなかから厳選された、男女総勢108名の参加者たちが「アイドル」「ボーカル」「シンガーソングライター」の3派で頂点を目指し、番組で最終的に勝ち残った参加者には日本の大手レコード会社からデビューが予定されている。参加者には、『Girls Planet 999：少女祭典』、『PRODUCE 101』シリーズ出身者、現役アイドルなどの実力者や、日本人4名も選出されており、グローバルK-POPアーティストを目指した熱い戦いが期待される。
また番組では、BTS、NCT、BLACKPINK、IVEなど日本でも絶大な人気を誇る韓国のトップアーティストの大ヒット曲で完成度の高い迫力あるステージパフォーマンスを披露予定！
2022年、『青春スター』で夢を叶え、次世代の輝く"青春スター"となるのは一体誰か。

©Kakao Entertainment Corp. All rights reserved.
原作者：Ahum 原作出版社：oons Family 連載プラットフォーム：kakaopage

影美女

KakaoPage購読者70万人を突破、評点9.1点を記録している大人気ウェブ漫画が待望のドラマ化！現実では外見コンプレックスを持つ存在感のないいじめられっ子が、SNSでは77万人のフォロワーを持つSNSスターに変身！そんなある日、自分の正体を知っているという人物が現れて…！？ハラハラドキドキのスリル溢れる予測不可能な二重生活を描く！

ニュース

変わる報道番組 #アベプラ

「あっ」と驚くニュース解説や議論を通して、視聴者や出演者・制作者の考え方や視点が「変わる報道番組」を目指します。これまでの常識や価値観が大きく変わる中、いまの時代に合ったコンテンツをお届けします。また伝えることだけに満足せず、社会を変えるには、何が必要なのか?皆さんと一緒に悩み、考えそして行動する番組です。レギュラーメンバーは総勢53人。「みんなでしゃべるとニュースはおもしろい」を掲げ、多様な視点をベースにした新たな言論空間を作ります。

©AbemaTV, Inc.

ジャンル	番組例

スポーツ

メジャーリーグベースボール2022

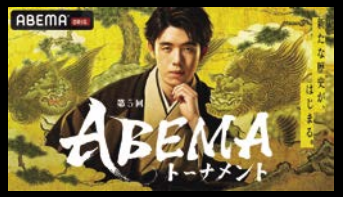
アベマではメジャーリーグベースボール 2022 を毎日無料で生中継 !ABEMA ビデオでは試合の様子やハイライト映像など、試合を時間を気にせずいつでも余すことなくお楽しみいただけます。
※試合中継は 1 週間、ハイライト映像は 1 か月、それぞれ見逃し視聴が可能です。

©Major League Baseball trademarks and copyrights are used with permission of Major League Baseball. Visit MLB.com
Photo by Getty Images

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。

趣味



第5回ABEMAトーナメント

『第 5 回 ABEMA トーナメント』は、昨年 4 月に配信した『第 4 回 ABEMA トーナメント』に続く「ABEMA」オリジナル対局企画の第 5 弾で、優勝賞金 1000 万を懸けて、将棋界唯一のドラフト会議を経て決定したチームによる団体戦。対局のルールは慣例の AbemaTV ルール。「AbemaTV ルール」は、持ち時間 5 分で開始し、1 手指すごとに 5 秒が加算、持ち時間が切れると負けとなるフィッシャールール。

宮川大輔のちょい釣り

宮川大輔が送る「明日から始められる」釣り番組。
ちょい釣りなのに、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。

音楽

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 UDAGAWA BASE スタジオから毎日 6 時間 ! 生放送ノンストップ MIX!

©AbemaTV, Inc.

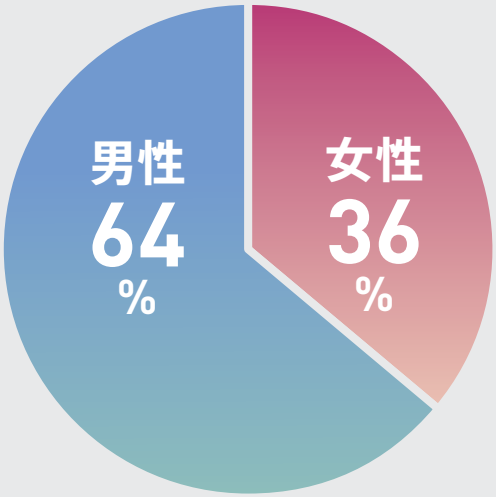
02 — ABEMA Ads

「ABEMA Ads」の特長 ❶

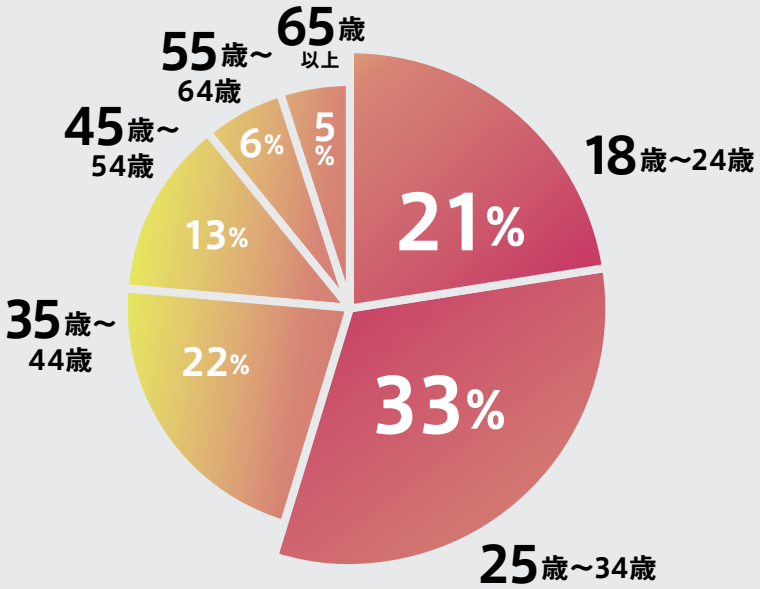
若年層 (Teen,MF1層) を中心に、幅広いユーザーにリーチが可能

18-34歳が半数以上を占める

男女比率



年齢比率



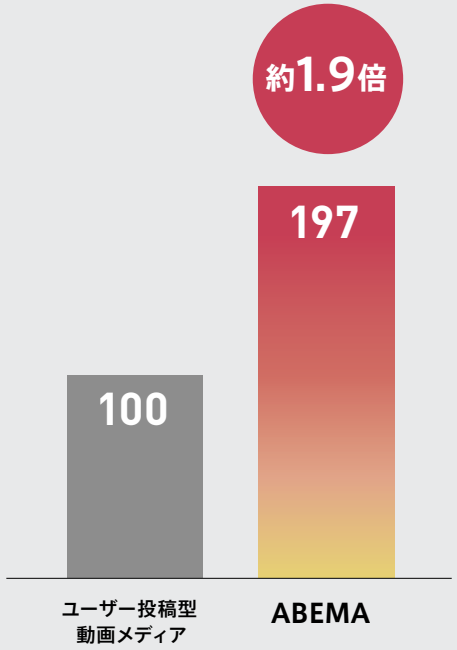
※2022年3月時点の5分以上の利用者の属性(Google Analytics にて計測した数値)

©AbemaTV, Inc.

「ABEMA Ads」の特長 ❷

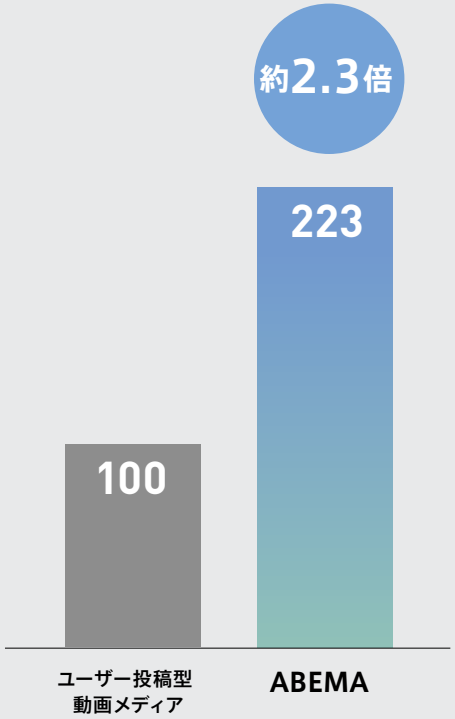
ユーザーからの信頼性が高い

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」
※ユーザー投稿型動画メディアを100とした場合

広告の内容が信頼できる



設問「広告の内容が信頼できる」
※ユーザー投稿型動画メディアを100とした場合

※ ABEMA:「ABEMA」を1ヶ月以内に利用したユーザー(N=545)
※ 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=3,438)
(2021年2月8日～2021年2月11日に株式会社マクロミルが実施した調査結果)

©AbemaTV, Inc.

「ABEMA Ads」の特長 ❸

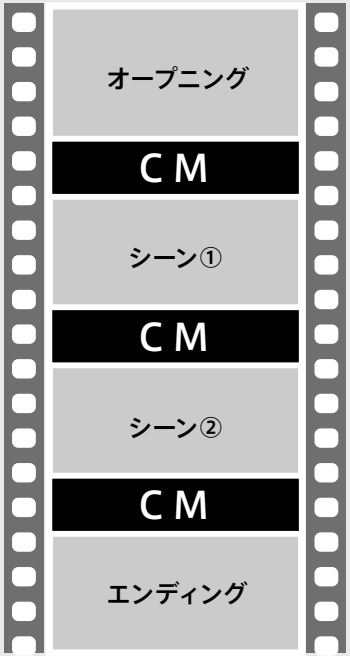
広告配信の最適化により高い視聴完了率を誇る

平均視聴完了率

15秒	93%
30秒	92%
60秒以上	87%

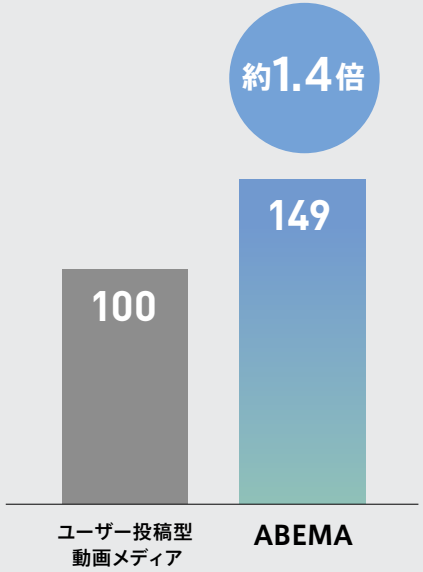
※ 2021年3月広告実績
※ 実績のためメディアプランの想定とは異なりますのでご了承ください。

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

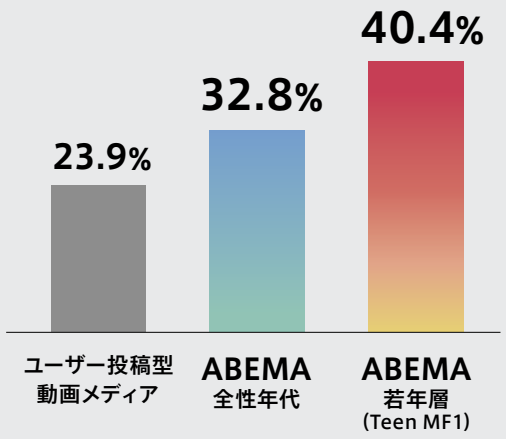
※ ABEMA:「ABEMA」を1ヶ月以内に利用したユーザー（N=545）
※ ユーザー投稿型動画メディア：ユーザー投稿型動画メディアを1ヶ月以内に利用したユーザー（N=3,438）
（2021年2月8日～2021年2月11日に株式会社マクロミルが実施した調査結果）

©AbemaTV, Inc.

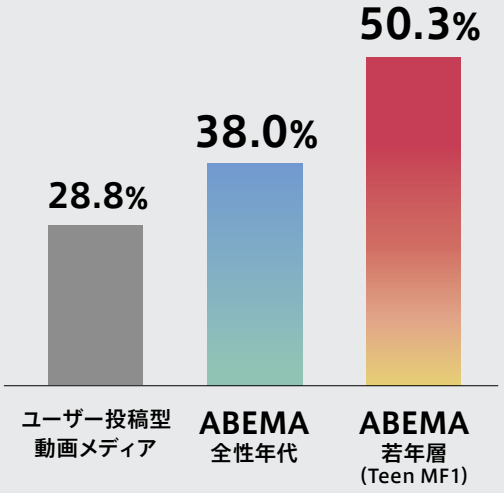
「ABEMA Ads」の特長 ❹

広告視聴環境の良さが広告効果の高さに繋がっている

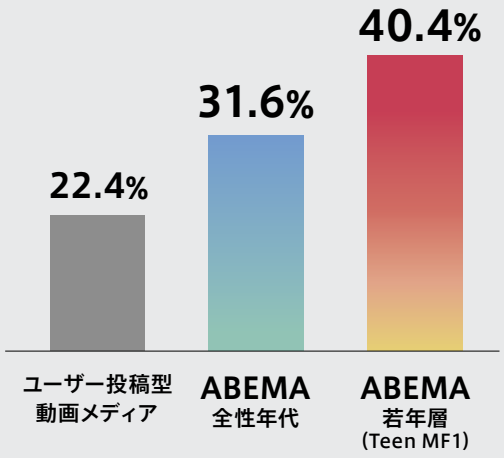
広告に注目しやすい



商品やサービスのイメージがつきやすい



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）

©AbemaTV, Inc.

「ABEMA Ads」商品メニュー

ABEMA Ads

ABEMA Premium Ads
— 予約型配信 —

Instream Video

| Home Sponsored |
| オーディエンスパッケージ |
| プログラムパッケージ |

ABEMA Programmatic Ads
— CPM課金型配信 —

Instream Video

| オーディエンスマッチ |
| プログラムマッチ |
NEW! | For CTV |

ABEMA Contents Sponsored
— 企画 —

Contents Sponsored

人気番組との連動企画

※番組によって企画内容や金額などの実施条件が異なりますので、
詳細はお問い合わせくださいませ。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Premium Ads ―予約型配信―

良質な配信面への優先配信を行うプレミアムCM

Instream Video

Home Sponsored

多くのABEMAユーザーが閲覧するホーム画面ファーストビューに1日1社独占で広告配信

・性年代（ALL、男女20歳以上）

オーディエンスパッケージ

指定のオーディエンスへ優先的に広告配信

・デモグラフィック（性年代）
・ジオグラフィック（エリア）
・サイコグラフィック（ジャンル）
・その他（OS、キャリア、時間）

プログラムパッケージ

パッケージ化された人気番組へ優先的に広告配信

・『7.2 新しい別の窓』
・『恋愛番組』
・『アニメスペシャル』
・『大相撲』
※随時新しいパッケージをリリースいたします。

©AbemaTV, Inc.

Home Sponsored

多くのABEMAユーザーが閲覧するホーム画面ファーストビューに1日1社独占で広告配信することが可能です。

アプリ
(スマートフォン/タブレットホーム画面)

PC
(PCホーム画面)

※ 全ユーザーへの配信を保証するものではございませんので、予めご了承くださいませ。一部、配信されないユーザーがおります。
※ 詳細は、専用のセールス資料をご確認くださいませ。

©AbemaTV, Inc.

オーディエンスパッケージ

指定のオーディエンスへ優先的にリーチすることが可能です。

オーディエンスパッケージ（予約型）

性年代 ｜ ジャンル ｜ エリア ｜ 時間帯 ｜ キャリア/OS

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）
ジオグラフィック	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	ジャンル	各ジャンルごとでの指定が可能です。
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。

※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ございません。
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

©AbemaTV, Inc.

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［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！	
	生配信日	[7月] 7月3日 [8月] 8月7日 [9月]9月4日	
	想定ターゲット	F2中心にリーチ可能	
『恋愛番組』配信パッケージ［7月、8月、9月放送分］	配信先	「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［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	©遠藤達哉／集英社・SPY×FAMILY製作委員会
	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	
『大相撲』配信パッケージ［7月場所、9月場所］	番組概要	今までの大相撲中継とは全く違う明るく楽しい&敷居の低い「大相撲」を配信！	
	配信日	7月場所、9月場所	
	想定ターゲット	M2・M3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。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Programmatic Ads ―CPM課金型配信―

目的やターゲットにあわせて詳細にカスタマイズできるCM

Instream Video

オーディエンスマッチ

詳細にカスタマイズ可能な広告配信

・デモグラフィック（性年代）
・ジオグラフィック（エリア）
・サイコグラフィック（ジャンル、番組視聴者、興味関心、購買）
・テレビ視聴（ローテレ/ハイテレ、テレビCM連動）
・その他（OS、キャリア、時間、カスタムオーディエンス）

プログラムマッチ

視聴者の購買データを基点にした最適な番組への広告配信

・デモグラフィック（職業）
・サイコグラフィック（興味関心、購買）

For CTV NEW!

伸長するCTV領域に特化した広告ソリューション

・ジオグラフィック（性年代）
・ジオデモグラフィック（世帯特性 / 世帯関心事）
・テレビCM連動

©AbemaTV, Inc.

オーディエンスマッチ

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。

オーディエンスマッチ（CPM課金型）

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）
ジオグラフィック	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		ジャンルターゲティング 番組視聴者リターゲティング 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）
テレビ視聴		ローテレ/ハイテレターゲティング テレビCM連動配信
その他		キャリアターゲティング OSターゲティング 時間帯ターゲティング 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）

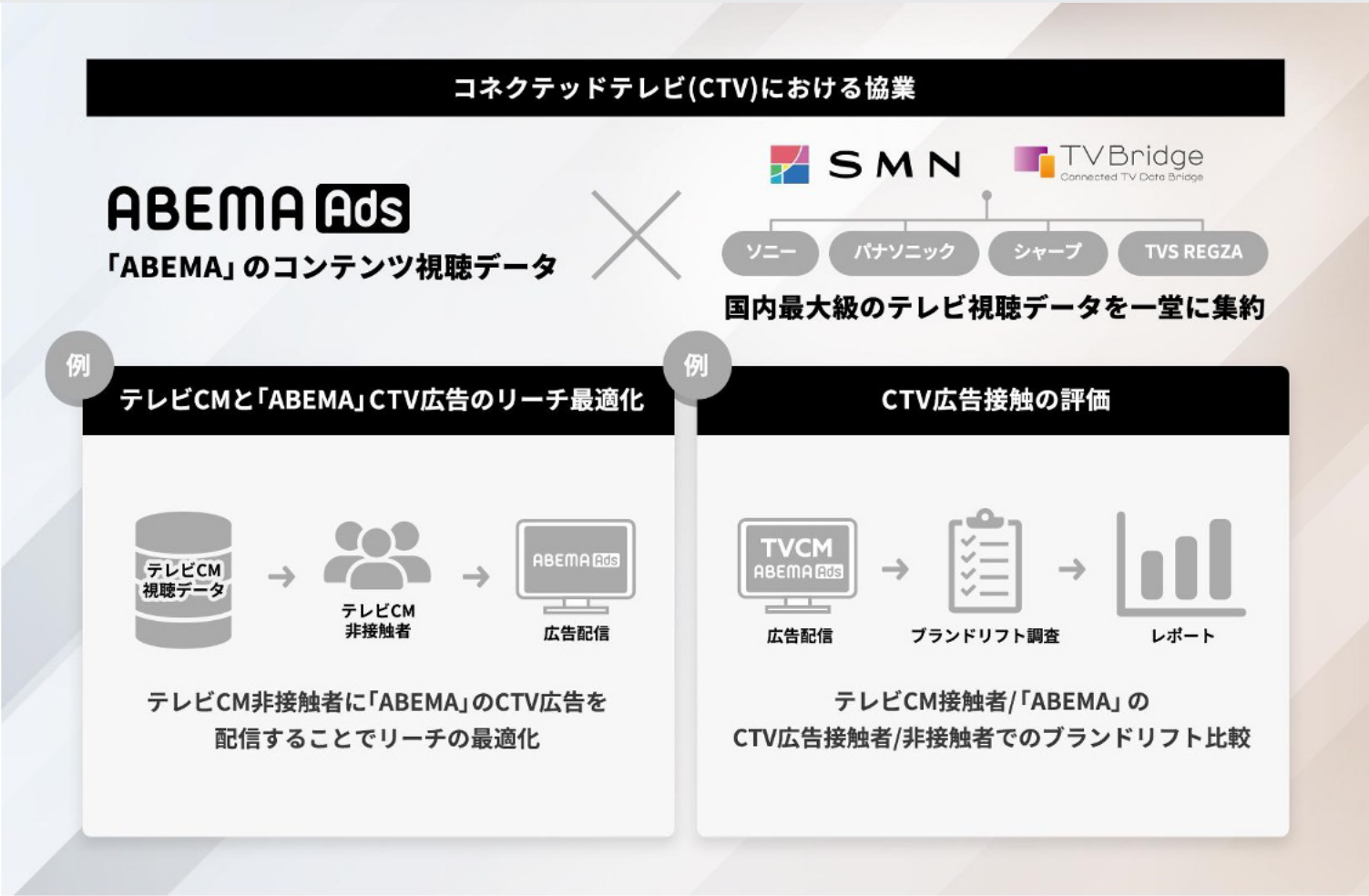
※ その他、詳細なターゲティング、計測に関しては、お問い合わせくださいませ。

金額	3,000,000円/Q～ 推奨
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ございません。
保証	視聴開始数 非保証
視聴開始単価	［15秒］2.5円～ ［30秒］5.0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。 ※ の単価はフロアプライスです。広告の配信状況によって単価が変動することがございますので、予めご了承くださいませ。
尺	15秒 ｜ 30秒 ｜ 60秒
配信期間	任意 ※1ヶ月～推奨
FQ 制御	可能
計測	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。 ・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。 ※規定外尺素材の配信をご希望の場合は、担当営業までご相談ください。

©AbemaTV, Inc.

オーディエンスマッチ（テレビCM連動配信）

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をご提供します。



©AbemaTV, Inc.

プログラムマッチ

ユーザーの実購買データを含む消費行動データ及び、意識データを元に関連度の高い番組に幅広く配信します。

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。

©AbemaTV, Inc.

プログラムマッチ

di-PiNKを活用したセグメントがプログラムマッチに新規追加。幅広い業種で活用可能になりました。

プログラムマッチ

金額条件	最低出稿金額	3,000,000円/Q～
	配信期間	任意※1か月～推奨
	配信単価	[15秒] 2.5円～、[30秒] 5.0円～、[60秒] 10.0円～
配信条件	保証内容	視聴開始数 非保証
	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ございません。 ※60秒尺はリニア面のみの配信となります。
お申し込み/入稿期限		配信開始7営業日前 正午
その他		※購買データを活用するため、 配信はデータプロバイダー側の事前可否が必要となります。 ※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。 ※ご提案前に必ず事前可否を弊社営業担当にお問い合わせください。

カテゴリー	セグメント	
食料品・料理・食事	決済	コーヒー
		清涼飲料水
		お酒
		お菓子
		デザート
		インスタント食品
		ビール
		発泡酒・新ジャンル
		ワイン
		チューハイ
		トクホ飲料
		エナジードリンク
		栄養ドリンク
	関心	ダイエット
		健康食品
		料理
		飲食
		グルメ
		フードデリバリー
自動車	利用	自動車
		外車・高級車
		国産車
日用品	決済	メガネ・コンタクト
		花粉対策
		UVケア
		ベビー用品
		タバコ
		決済_コスメタリー(シャンプー等)
		日用雑貨(洗剤等)
		生理用品

カテゴリー	セグメント	
レストラン・ショップ	レストラン	1人系
		ファミリー系
		ファミリー系
	ショップ	百貨店
		リサイクルショップ
		スポーツショップ
		スーパー
		ドラッグストア
		コンビニエンスストア
		家電量販店
		アパレル
		コーヒー
		回転寿司
		ネットショップ
		映画館
	サービス	レンタカー・ガソリンスタンド・駐車場
旅行・行楽・イベント	決済	旅行
	関心	国内旅行
		海外旅行
		スポーツ観戦
		アウトドア
		スポーツ
		イベント
		レジャー
		おでかけ
		温泉
	関連決済	ゴルフ

カテゴリー	セグメント	
エンターテイメント	関心	映画
		音楽
		動画コンテンツ
		アニメ
		マンガ
		ゲーム
		読書
		観劇
		アート
		楽器
		語学
ギャンブル	関連決済	ギャンブル
美容・ファッション	関心	化粧品
		ファッション
		美容
ホーム	暮らし	ペット(犬)
		ペット(猫)
		インテリア
		家事
		手芸
		デジタルデバイス
		カメラ
恋愛・育児・子育て	暮らし	子供の教育
		恋愛・婚活
		育児
体調・症状	体調・症状	生活習慣の乱れ
		花粉症
		高血圧
		高血糖

※ 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。
※ 配信セグメントは、データ提供元の都合によりセグメント提供を終了する場合がございます。提案前に事前にデータ使用可否のお問い合わせをお願いいたします。

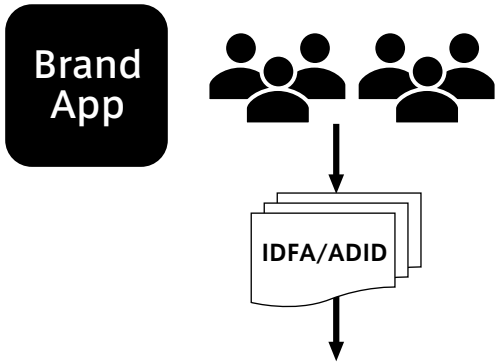
©AbemaTV, Inc.

新機能 プログラムマッチ【カスタムセグメント】

広告主サービスの利用データを元にAIがABEMAの視聴傾向を分析。
関連性の高いコンテキストを見出し最適な番組に配信する事が可能です。

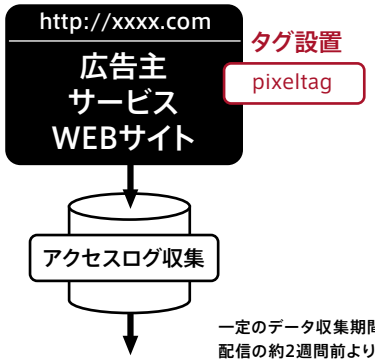
アプリ広告主の場合

指定の方法で、アプリ利用者のユーザーリスト（IDFA/ADID）をABEMAに連携



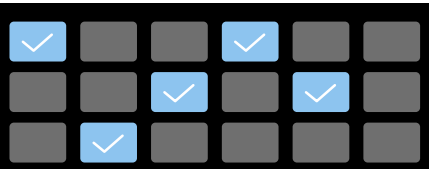
ウェブサイト広告主の場合

ABEMAで発行した専用のピクセルタグをウェブサイトに設置し、アクセスログをABEMAが収集



一定のデータ収集期間後に配信となります。
配信の約2週間前よりデータ収集することを推奨してます。

連携・取得したデータから、AIがABEMAの視聴傾向を分析し最適な番組に広告配信 ⟶



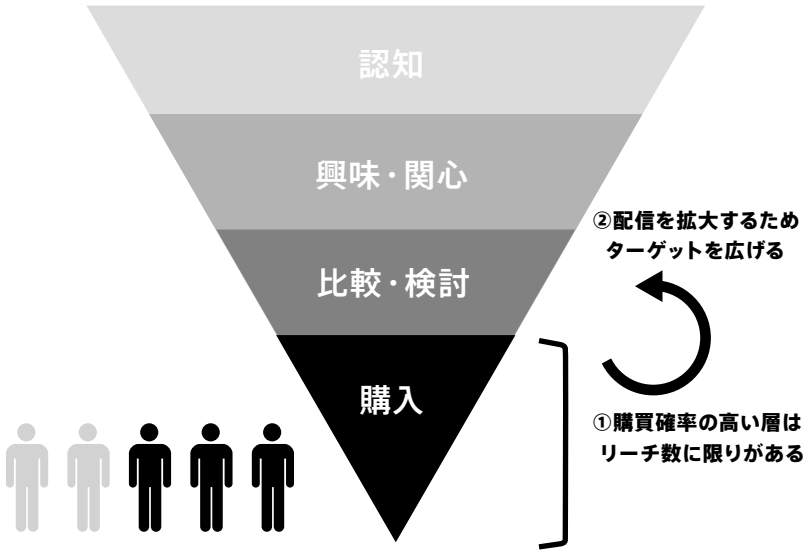
©AbemaTV, Inc.

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

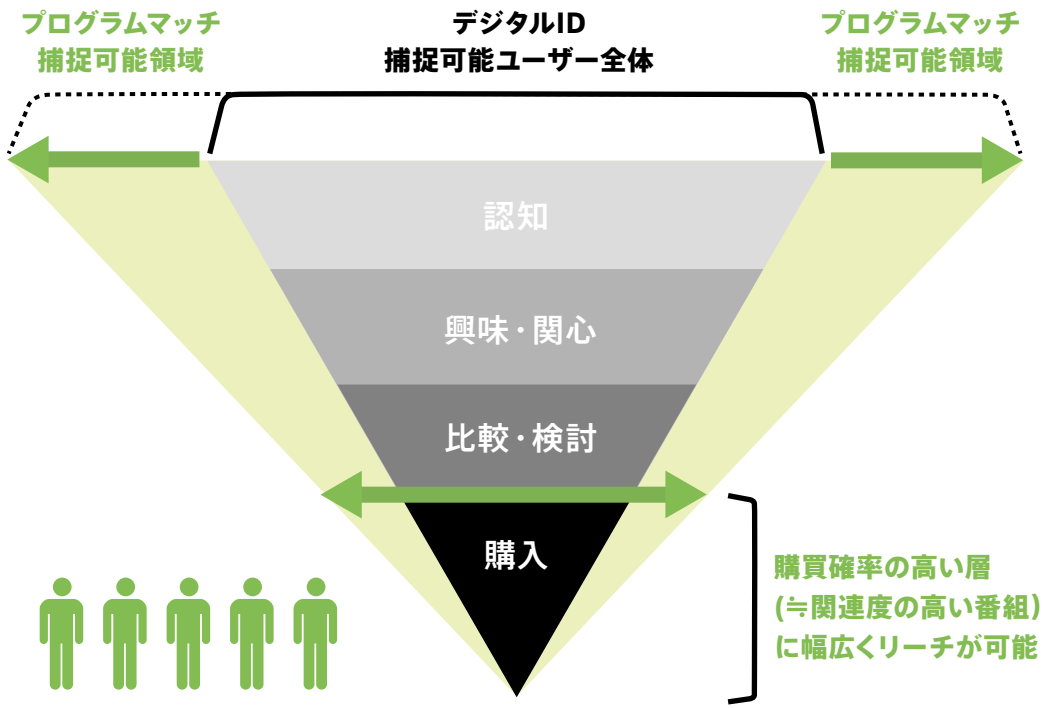
従来の購買データターゲティング

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

©AbemaTV, Inc.

For CTV

伸長するCTVに特化し、CTVの特性を生かした配信手法を提供

デモグラフィック配信

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リサーチによって
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

TVCM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

©AbemaTV, Inc.

For CTV – デモグラフィック配信

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

CTV利用時に年齢・性別を取得

マーケ区分	
TEEN	
M1 (男性 20~34歳)	F1 (f女性 20~34歳)
M2 (男性 35~49歳)	F2 (女性 35~49歳)
M3 (男性 50歳~)	F3 (女性 50歳~)

10代区分	
TEEN	
男性20代	女性20代
男性30代	女性30代
男性40代	女性40代
男性50代以上	女性50代以上

©AbemaTV, Inc.

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、国勢調査やマーケットリサーチ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

c-japan® + マーケティングデータ

日本全国を郵便番号単位で
11 グループ / 36 セグメントに分類

＊技研商事インターナショナルのGIS（地図情報システム）「MarketAnalyzer™ 5」による「c-japan®」の可視化イメージ

▶ ▶ ▶

指定可能なターゲティング

世帯特性 ※一例

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 ※一例

ジオグラフィック×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

©AbemaTV, Inc.

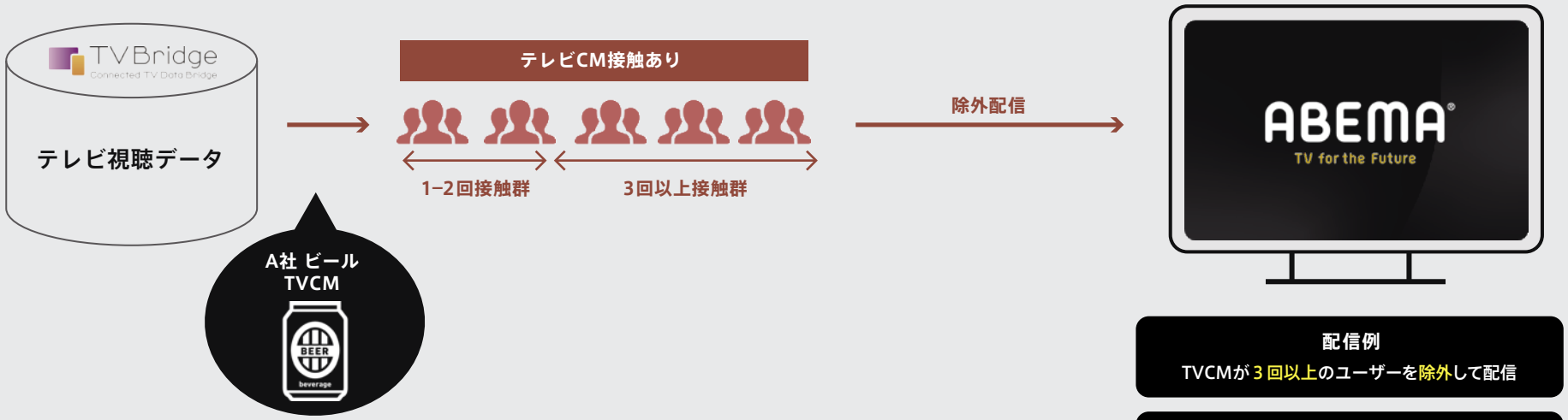
For CTV – テレビCM連動配信

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。

実視聴データによる特定テレビCM接触状況の可視化

広告配信



配信例
TVCMが3回以上のユーザーを除外して配信

配信例
TVCMが1回以上のユーザーを除外して配信

©AbemaTV, Inc.

For CTVで提供する効果計測ソリューション

ABEMAのCTV広告では、従来のデジタル同様に効果可視化が可能な計測ソリューションを各種提供いたします

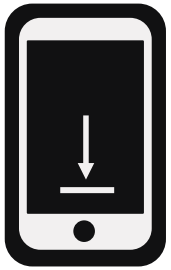
全業種向け

ブランドリフト効果

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ドリフト調査が可能

モバイルアプリディベロッパー向け

アプリインストール計測



Adjust社が提供する「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

キャンペーン/ECサイト向け

ウェブサイト来訪/CVリフト計測

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

©AbemaTV, Inc.

価格表

予約型配信は配信量を保証いたしますが、CPM課金型については配信量の保証はできかねますので、予めご了承くださいませ。

ターゲティング				ABEMA Premium Ads 予約型配信		ABEMA Programmatic Ads CPM課金型配信	
				金額条件	単価	金額条件	単価
オーディエンスパッケージ（予約型） オーディエンスマッチ（CPM課金型）	デモグラフィック	性年代	ALL（麻雀、格闘、HipHopまで除外可）	¥5,000,000～	¥2.5	¥3,000,000～	¥2.5～
			男女22歳以下		¥7.0		¥7.0～
			マーケ区分（M1、M2以上、F1、F2以上） マーケ区分（M2、M3、F2、F3） 10歳刻み（20代、30代、40代、50代以上）		¥4.0		¥2.5～
	サイコグラフィック	ジャンル	CPM課金型に関しては、ニュース面はできかねます。		¥4.0		¥2.5～
		番組視聴者	番組視聴者リターゲティング		-		¥2.5～
		興味関心			-		¥4.0～
		購買			-		¥5.5～
	ジオグラフィック	エリア	47都道府県		¥4.0		¥2.5～
	テレビ視聴	テレビ視聴頻度	ローテレ/ハイテレ		-		¥2.5～
		テレビCM連動配信	性年齢/エリア組み合わせまで可		-		¥4.0～
	その他	キャリア	au 、docomo 、SoftBank		¥4.0		¥2.5～
		OS	iOS、Android		¥4.0		¥2.5～
		時間帯	1時間単位		¥4.0		¥2.5～
		カスタムオーディエンス	IDFA/AdvertisingIDベース		-		¥2.5～
	掛け合わせ				単価の高いものに準ずる		単価の高いものに準ずる
プログラムパッケージ（予約型）	プログラム	各プログラム	恋愛番組配信PKG	¥5,000,000～	¥7.0	-	-
			アニメスペシャル配信PKG	¥5,000,000～¥14,999,999	¥4.0	-	-
			アニメスペシャル配信PKG	¥15,000,000～	¥3.5	-	-
			大相撲配信PKG	¥4,000,000～	¥7.0	-	-
			7.2新しい別の窓PKG	¥4,000,000～	¥6.0	-	-
プログラムマッチ（CPM課金型）	デモグラフィック	職業		-	-	¥3,000,000～	¥2.5～
	サイコグラフィック	購買		-	-		¥2.5～
		興味関心		-	-		¥2.5～
	その他	カスタム		-	-		¥2.5～
For CTV (CPM課金型)	デモグラフィック	性年代	ALL（麻雀、格闘、HipHopまで除外可）	-	-	¥1,000,000～	¥4.0～
			男女22歳以下	-	-		¥7.0～
			マーケ区分（M1、F1、M2、F2、M3、F3） 10歳刻み（20代、30代、40代、50代以上）	-	-		¥4.0～
	ジオデモグラフィック	世帯特製		-	-		¥4.0～
		興味関心		-	-		¥4.0～
	テレビ視聴	テレビCM連動配信	性年齢まで組み合わせ可	-	-		¥4.0～

配信期間	1週間以上	任意（1か月推奨）
フリークエンシー	×	○

©AbemaTV, Inc.

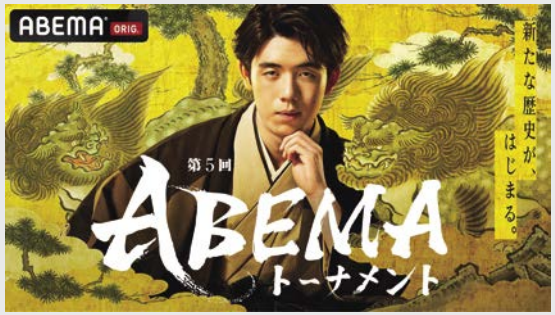
ABEMA Contents Sponsored ―企画―

オリジナル番組と連動させ、視聴者とのエンゲージメントを高める企画広告

Contents Sponsored

人気番組との連動企画

人気番組への提供表示や、番組オリジナルCM制作、番組と連動した企画などが可能。
番組によって企画内容や金額などの実施条件が異なりますので、詳細はお問い合わせくださいませ。



©AbemaTV, Inc.

コンテンツスポンサード

「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連動施策が可能です。

※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(約12回)を通して番組連動施策が可能です。（別途制作費がかかります。）

※番組やお取り組み内容によって、実施可否に関する確認事項が異なるため、詳細はお問い合わせください。

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。番組のトーン＆マナーに合わせたCM制作も可能です。

金額	スポット CM配信 2,000万円～ 1クール 番組プレミアムサポートパッケージ ＋ 制作費用

※番組によって金額が異なるため、詳細はお問い合わせください。

準備期間	1.5～2.5ヶ月程度
チャンネル	都度ご相談
尺	都度ご相談

企画イメージ

©AbemaTV, Inc.

Case 1 | 飲料

新ブランドの認知向上

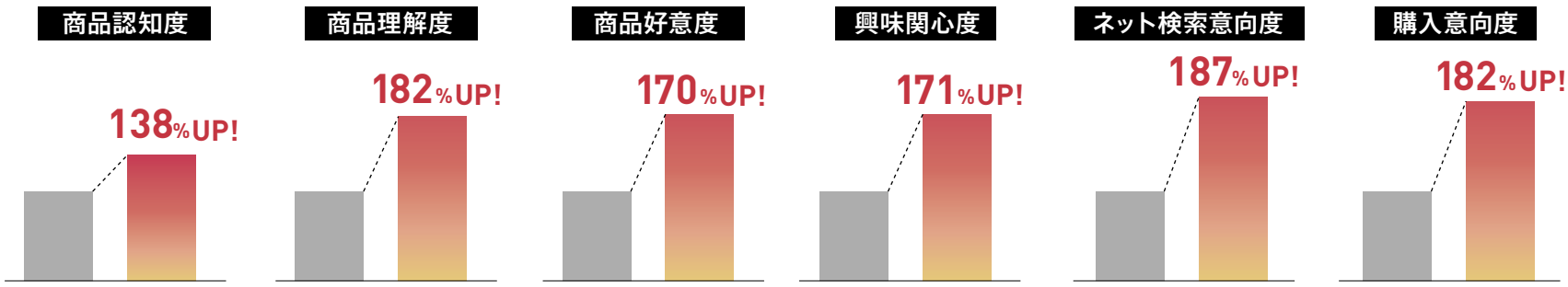
課題　新商品の認知と購入意向を高めたい。

ご提案　男女20歳以上に向け、Demographic配信を約4週間かけて実施。

| 配信メニュー | オーディエンスパッケージ（予約型） Demographic 男女20歳以上

結果

商品の「認知」「理解」だけでなく、「ネット検索意向」「購入意向」などの、より深い指標においても大幅にリフトアップする結果に。



広告非接触　広告接触

※非接触者のスコアを100と定義

※ 2020年12月1日 ～2020年12月2日に株式会社マクロミルが実施した調査結果

©AbemaTV, Inc.

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。

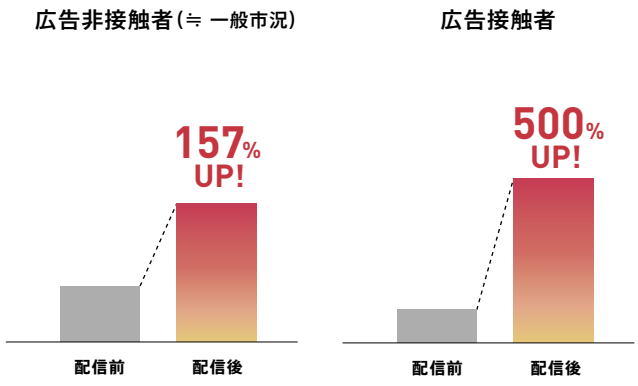
ご提案 恋愛番組の過去出演者を起用した15秒 / 60秒のCMを「ABEMA」にて配信し、
配信前後で購買ログを用いて購買状況を比較。

| 配信メニュー | プログラムパッケージ 『恋愛番組』 15秒CM / 60秒CM

結果

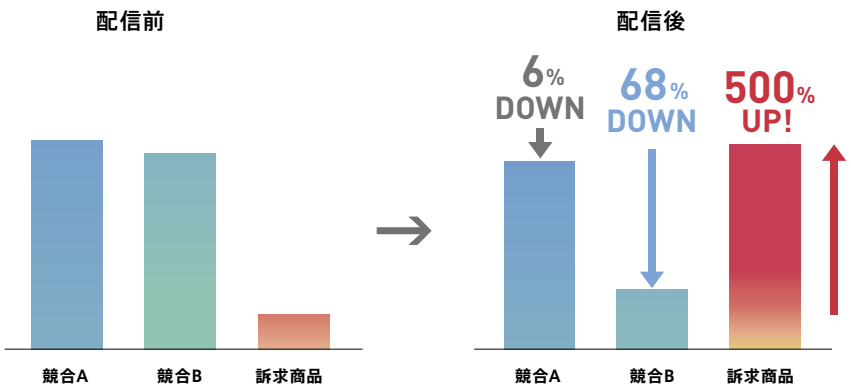
広告接触者において、競合の購入率が下がっている中、「購入率」が大幅にアップ。

購入率



※配信開始前のスコアを100と定義

購入行動



※配信開始前のスコアを100と定義

※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。

©AbemaTV, Inc.

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。

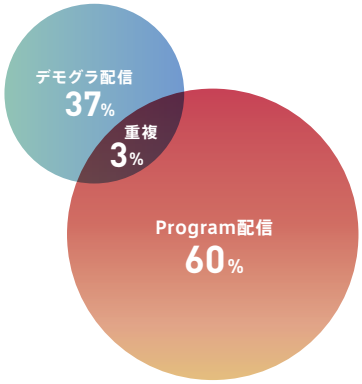
ご提案 Demographic配信(F1)と、プログラムパッケージ(恋愛番組)を同時に実施。

| 配信メニュー | (1) オーディエンスパッケージ (予約型) Demographic F1 (2) プログラムパッケージ 『恋愛番組』

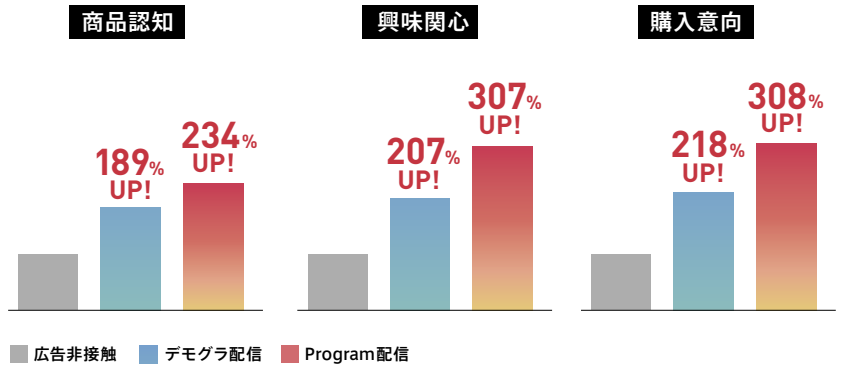
結果

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」



※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

恋愛番組 ＋ 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

※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

©AbemaTV, Inc.

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層に人気の恋愛番組「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た、オリジナルCMを制作。

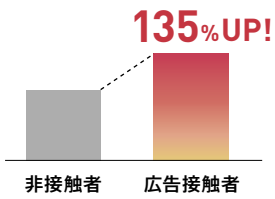
| 配信メニュー | プログラムパッケージ 『恋愛番組』

結果

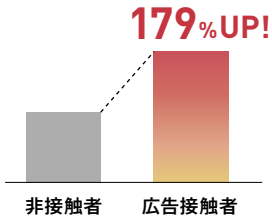
Teen層に親和性の高いクリエイティブにより、「純粋想起」や 「サービスイメージ」がリフトアップ。

純粋想起

「全体想起」



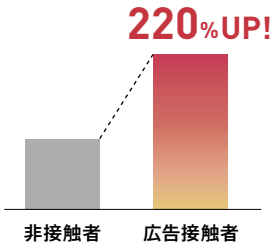
「第一想起」



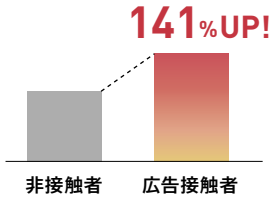
※非接触者のスコアを100と定義

サービスへのイメージ

「安心感がある」



「自分に合った仕事が見つかる」



※非接触者のスコアを100と定義

※2020年10月7日～2020年10月12日に株式会社マクロミルが実施した調査結果

©AbemaTV, Inc.

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。

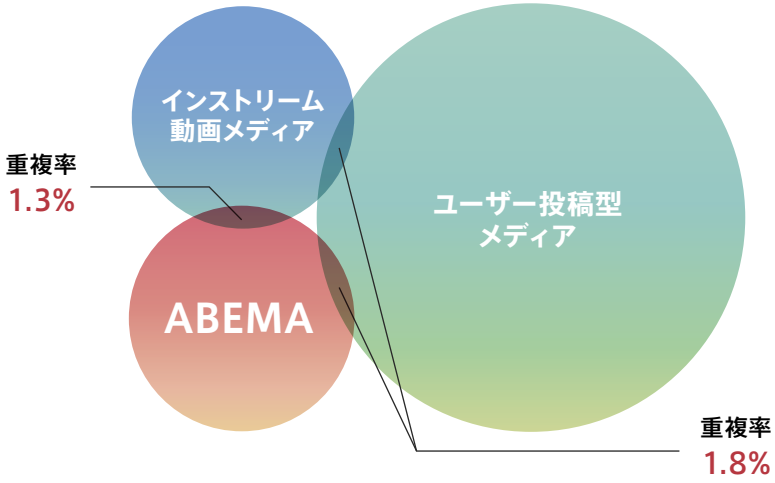
ご提案 DARタグを活用し、主要なデジタル動画メディアでCM配信した際のインクリメンタルリーチを可視化。

| 配信メニュー | オーディエンスマッチ（CPM課金型） Demographic M1・M2 × エリア（関東圏） 配信

結果

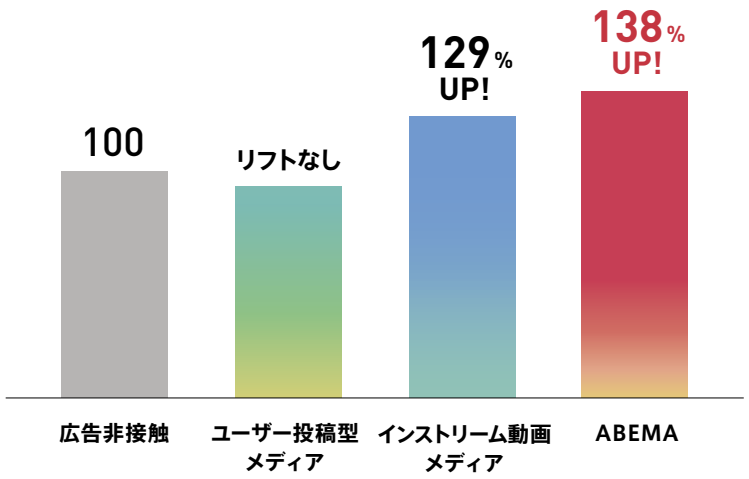
「ABEMA」と他メディアでの重複が少なくリーチを最大化でき、サービスへの加入意向度は「ABEMA」が最も高くリフトアップする結果に。

各メディアとの重複率



※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

加入意向度



※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

©AbemaTV, Inc.

Case 6 | 飲食

ソーシャルメディアでの話題化

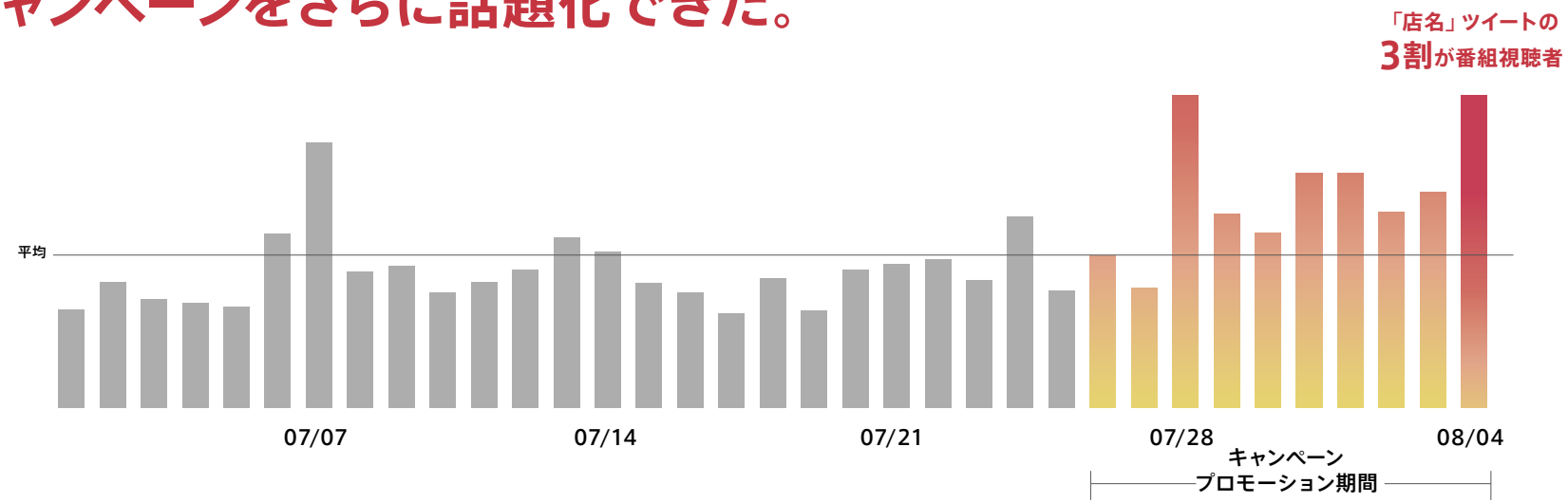
課題 キャンペーンの認知と商品の購入意向を向上させたい。

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 | プログラムパッケージ 『7.2 新しい別の窓』

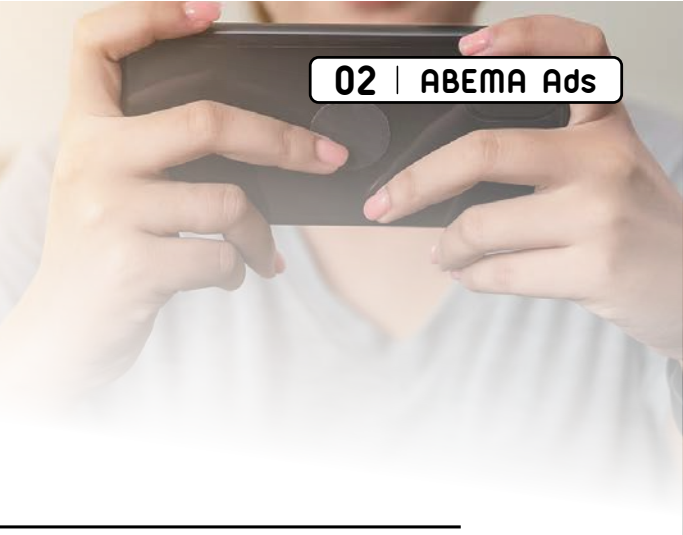
結果

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」

©AbemaTV, Inc.



Case 7 | ゲーム

CM配信×提供クレジットの相乗効果

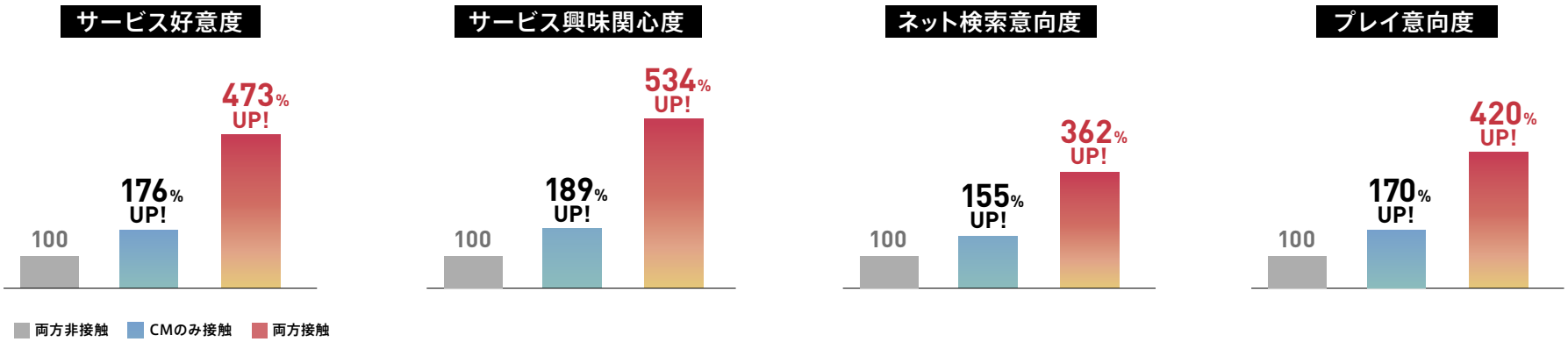
課題 CM配信と合わせて他のメニューも活用することで、効果を最大化させたい。

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 | プログラムパッケージ 『アニメスペシャル』

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の数値を100と定義

※ 2020年10月5日～2020年10月8日に株式会社マクロミルが実施した調査結果

©AbemaTV, Inc.

Case 8 | 食品

独自リーチによりテレビCM併用時の効果を最大化

課題　「ABEMA」とテレビCMを併用し商品認知と利用意向を向上させたい。

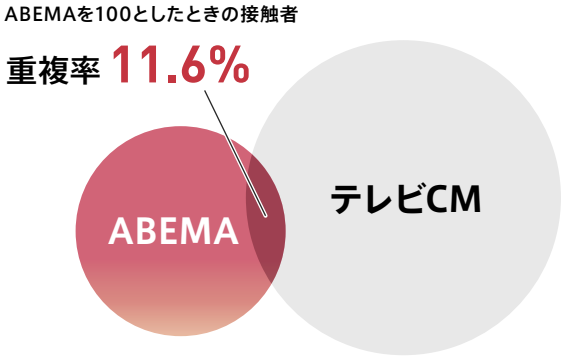
ご提案　Demographic配信（男女22歳以下）と、プログラムパッケージ（恋愛番組）を同時に実施。

| 配信メニュー |　（1）オーディエンスパッケージ（予約型）　Demographic 男女22歳以下　（2）プログラムパッケージ　『恋愛番組』

結果

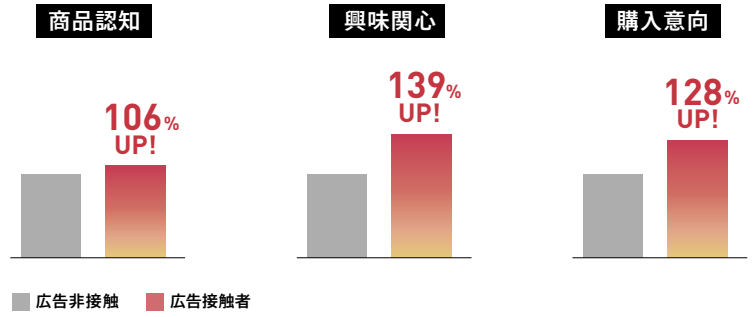
テレビCMとの重複が少なくリーチを最大化でき、各指標においてもリフトアップする結果となった。

「広告接触者の重複率」



※ABEMA 対象期間：2020年12月13日～2020年12月19日
※テレビCM 対象期間：2020年12月13日～2020年12月19日
※調査手法：テレビメーカーが保有するテレビCM視聴ログおよび広告接触ログによる推計

「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

©AbemaTV, Inc.

Case 9 | 電子書籍

継続出稿による効果最大化

課題 テレビCMだけではリーチできていないユーザー層に、テレビと同様に、質の高い視聴環境下でリーチしたい。

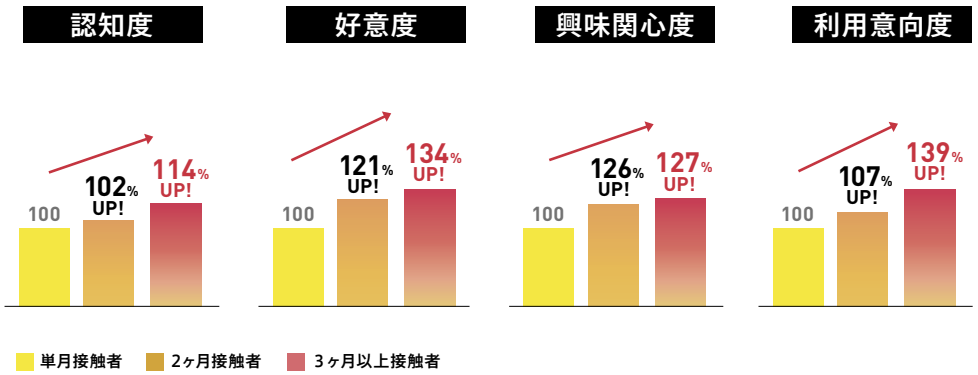
ご提案 テレビCMの出稿期間に合わせて、リーチ単価の安いALL配信を継続的に実施。

| 配信メニュー | オーディエンスパッケージ（予約型） ALL配信

結果

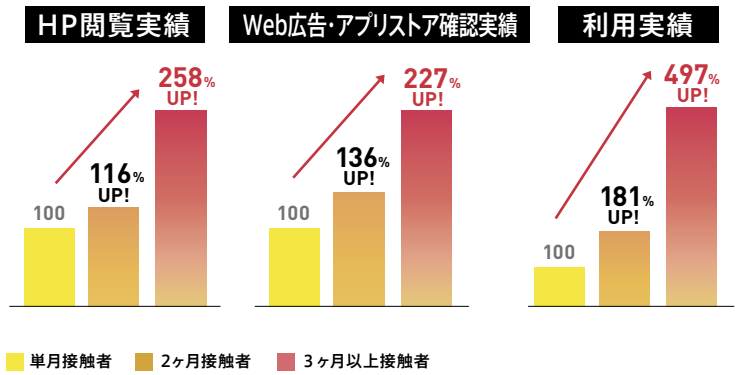
単月での接触より、複数月で接触を重ねた方が大きくリフトアップする結果となった。

「浸透度」



※ 単月接触者のスコアを100と定義

「行動実績」



※ 単月接触者のスコアを100と定義

※2020年12月11日～2020年12月14日に株式会社マクロミルが実施した調査結果

©AbemaTV, Inc.

03 —— 調査・計測ソリューション

ABEMA Ads | 調査・計測ソリューション

広告効果の可視化を目的に、以下のソリューションを提供・対応しています

主要計測概要	提供事業者	サービス名	補足	対応デバイス (SP/PC/CTV)	対応配信面 (テレビ / ビデオ)	予約型配信	予約型配信	CPM 課金型配信	企画
						Home Sponsored	オーディエンスパッケージ プログラムパッケージ	オーディエンスパッケージ プログラムパッケージ	
意識調査 (ブランドサーベイ)	ABEMA (外部調査会社と連携)	意識調査 (ブランドリフト調査)	付帯提供 (条件有り)	SP/CTV	ALL	○	○	○	○
サイト来訪 / ウェブ CV	ABEMA	ABEMA タグ	計測タグは要事前発行	ALL	ALL	×	○	○	×
リーチ	Nielsen	デジタル広告視聴率 (DAR)	※1	ALL	ALL	×	○	○	×
ビューアビリティ ブランドセーフティ	ORACLE	MOAT by ORACLE DATA CLOUD	※1 ※2	ALL	ビデオ	×	○	○	×
インプレッション サイト来訪 / ウェブ CV	Google	Campaign Manager 360	※1	ALL	ALL	×	事前可否必須	○	×
アプリインストール	ADJUST	ADJUST	※1	SP/CTV	ALL	×	×	○	×
	AppsFlyer	AppsFlyer	※1	SP	ALL	×	×	○	×

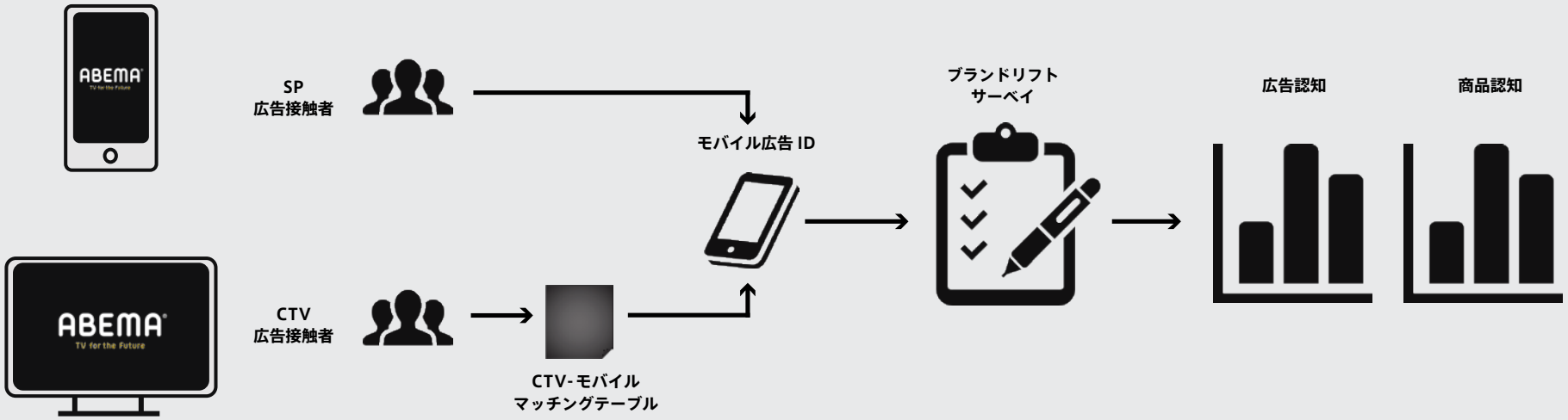
※1 : 一部計測に対応していない環境があり、媒体計測値と乖離がある場合があります。
※2:タグ入稿は不要、事前のダッシュボード連携が必要となります。
※上記以外の計測ソリューションについては、随時ご相談ください。
※ ABEMA以外の外部企業による計測ソリューションについては、広告主様にて計測タグ等の手配およびABEMAへの入稿が必要になります。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Ads | 意識調査（ブランドサーベイ） **無償提供** ※条件あり

調査会社による意識調査（ブランドリフト調査）

一定の広告出稿条件を満たした広告主様に対して、意識調査（ブランドリフト）を無償で提供しております



注意事項
・通常付帯している調査会社によるブランドリフト調査の内容については別紙ご確認ください。
・CTV広告接触者における意識調査は、ご希望の広告主様限定でご提供しています。ご提供に必要な申込方法については別紙ご確認ください。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Ads | 意識調査（ブランドサーベイ） **無償提供** ※条件あり

付帯提供する意識調査の実施条件・実施概要

出稿金額（配信金額）	聴取可能設問	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	追加調査対応 CTV広告接触者 ※要希望
500万円 ～	定型 ①	5 問	600s	2 本	×	×
1,000 万円 ～	定型 ②	7 問	600s	2 本	○	○
1,500 万円 ～	定型 ③	7 問	1,000s	2 本	○	○
2,000 万円 ～	定型 ③	貴社ご相談の上、都度調査を設計いたします。				

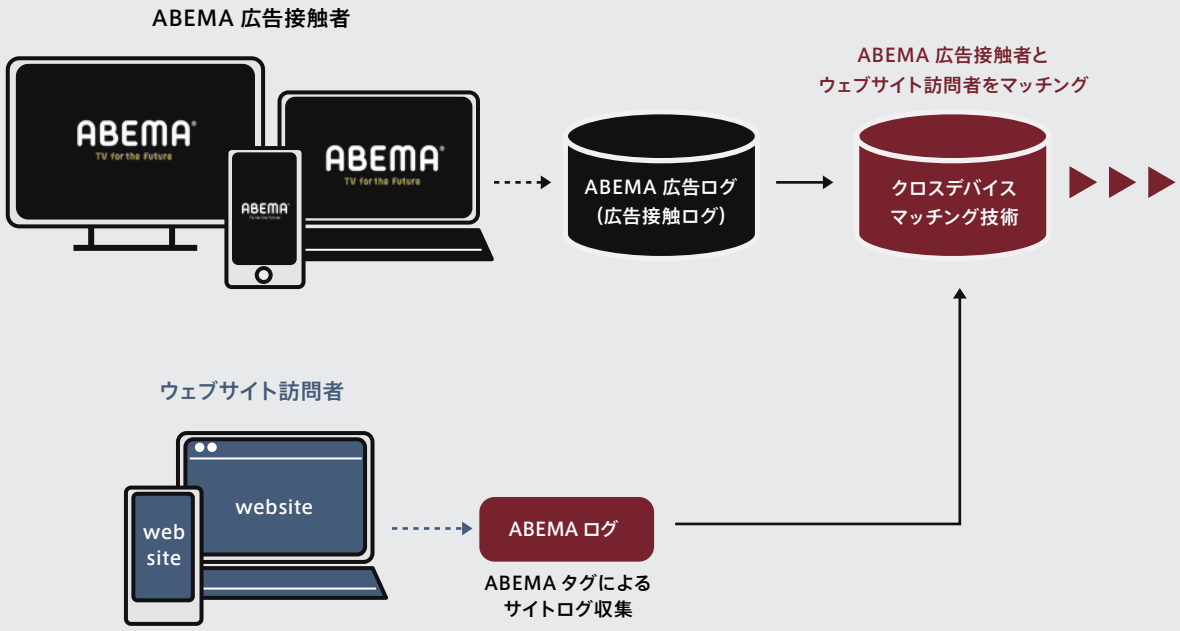
設問内容	純粋想起	商品助成想起	商品イメージ	商品特徴理解	商品好感度	商品興味関心度	商品購入意向	ネット検索意向	広告認知	広告評価	態度変容	カテゴリ関与度	ブランド関与度
定型文①		○			○	○	○		○	○	○		
定型文②		○		○	○	○	○	○	○	○	○		
定型文③	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○

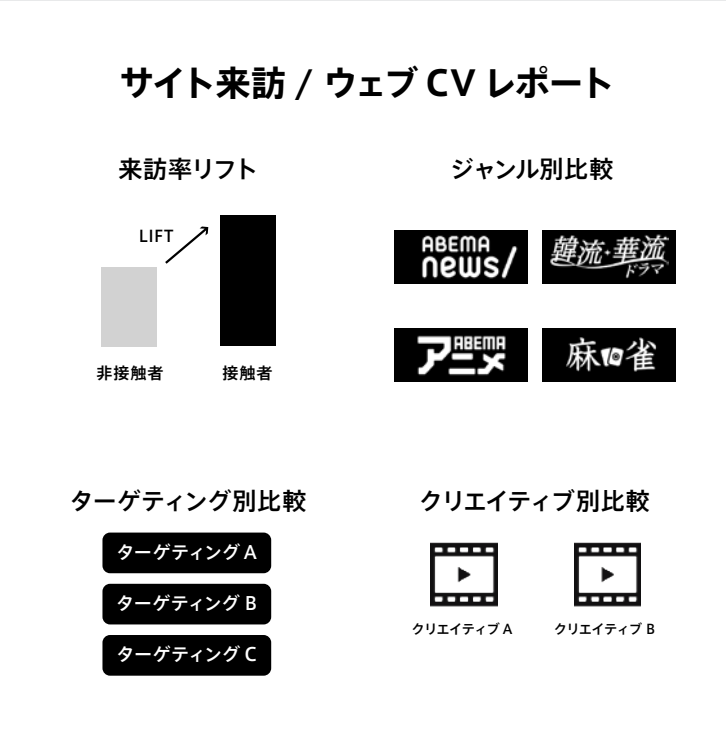
注意事項
- 無償調査のパッケージ詳細に関しましては、担当営業にお問い合わせください。
- 上記以外の調査を実施する場合、広告配信費とは別に費用が発生いたします。予めご了承ください。
- 追加の調査費に関しては実施の都度見積もりが必要ですので予めご了承ください。
- 上記調査で発生する費用との差分に関しては広告主様側での負担となりますので予めご了承ください。
- 配信数によってはサンプル数が非常に少なくなることがございます。
- ご要望に応じてローデータをお渡しいたします。
- ［ 追加調査群 ］CTV 広告接触者は、ご希望の広告主様限定でご提供しています。必ずビジネスマネージャーでお申込時にその他欄に「付帯調査 CTV 広告接触者希望」と記載をお願いいたします。
- 「CPM 課金型配信 - For CTV」については、デフォルトで CTV 広告接触者を対象にした調査になります。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Ads | サイト来訪/ウェブCV

ABEMAタグを活用し、ウェブサイトへの送客効果/コンバージョン率を可視化できます。





注意事項
・計測には事前に ABEMA タグの発行、ウェブサイトへのタグ設置が必要となります。
・タグ発行および不明点については、弊社営業までお問い合わせください 。

©AbemaTV, Inc.

04 —— お申し込み・入稿規定

ABEMA Premium Ads（予約型配信）| 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。

掲載可否 → お申し込み・入稿 → 配信 → 速報値レポート → レポート

配信開始
10営業日前
※ 2営業日以内にお戻し
※ 15営業日前推奨

通常：お申し込み・入稿ともに
配信開始7営業日前正午
※ 入稿はデータのみで対応
※ 開始日は、営業日のみの対応
※ お申し込みと入稿に関しては「ABEMA」のビジネスマネージャーにて行います。

掲載開始
3日目の翌営業日

配信終了後
5営業日以降

※ 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。

※ 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。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Premium Ads（予約型配信）| 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
- 視聴完了率（0,25,50,100% 地点）

3
各種詳細内訳レポート

- 日別
- 時間別
- 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

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Programmatic Ads（CPM課金型配信）| 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

掲載可否 → お申し込み・入稿 → 配信 → レポート

配信開始
10営業日前
※ 2営業日以内にお戻し
※ 15営業日前推奨

通常：お申し込み・入稿ともに
配信開始7営業日前正午
※ 入稿はデータのみで対応
※ 開始日は、営業日のみの対応
※ お申し込みと入稿に関しては「ABEMA」のビジネスマネージャーにて行います。

配信終了後
5営業日以降
※ 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。

購買データを活用する場合

掲載可否 → お申し込み・入稿 → 配信 → レポート

配信開始
18営業日前
※ 2営業日以内にお戻し
※ 23営業日前推奨

通常：お申し込み・入稿ともに
配信開始15営業日前正午
※ 入稿はデータのみで対応
※ 開始日は、営業日のみの対応
※ お申し込みと入稿に関しては「ABEMA」のビジネスマネージャーにて行います。

配信終了後
5営業日以降
※ 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。

※ 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。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Programmatic Ads（CPM課金型配信）| 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
- 視聴完了数
- 視聴完了率
- 視聴開始単価
- 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
- クリエイティブ別

×

- 視聴開始数
- 視聴完了数
- 視聴完了率
- 視聴開始単価

©AbemaTV, Inc.

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	※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。 ※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。 ※掲載中の広告素材は原則全て掲載させていただきます。 ※広告主様NGの素材は掲載いたしません。 ※競合排他、カスタマイズ反映はお受けいたしかねます。 ※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。

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ございますのでご了承ください。
※ 規定外尺素材の配信をご希望の場合は、担当営業までご相談ください。
※ ABEMA Programmatic Ads(CPM課金型配信)・番組指定配信の場合、CMチャンネルへの配信は不可となりますので、予めご了承ください。

©AbemaTV, Inc.

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ございますのでご了承ください。
※ 規定外尺素材の配信をご希望の場合は、担当営業までご相談ください。

©AbemaTV, Inc.

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	2 Pass VBR （VBR上限30Mbps）
スキャンの種類	プログレッシブスキャン ※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	-1dBTP(もしくは-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。 ※ノンモンを含む完全尺での納品をお願いします。規定秒数を超えるファイルは差し戻し対象となります。

※ 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。
※ 規定外尺素材の配信をご希望の場合は、担当営業までご相談ください。

©AbemaTV, Inc.

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

©AbemaTV, Inc.

05 —— 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）

ホーム画面
テレビプレビュー

テレビプレビューの比率
モバイル ５：４、タブレット ５：２

※ 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。

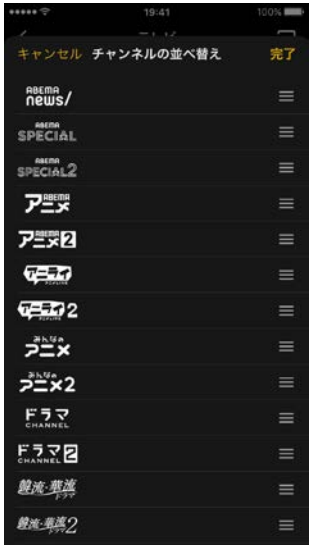
©AbemaTV, Inc.

留意事項

【補足】掲載時の留意事項 （iPhoneでの閲覧想定）

テレビ画面
フルスクリーン再生時

チャンネル並べ替え機能



チャンネルロゴを長押しして表示
（ホーム画面とテレビ画面でのみ）

※ 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。

©AbemaTV, Inc.

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。

Google Cast 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可能性がございます。

※ 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可能性がございますので予めご了承ください。

©AbemaTV, Inc.

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。

©AbemaTV, Inc.

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ございますので予めご了承ください。

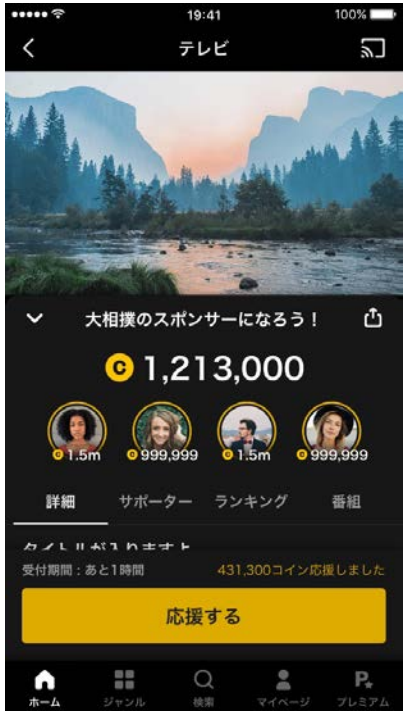
©AbemaTV, Inc.

留意事項

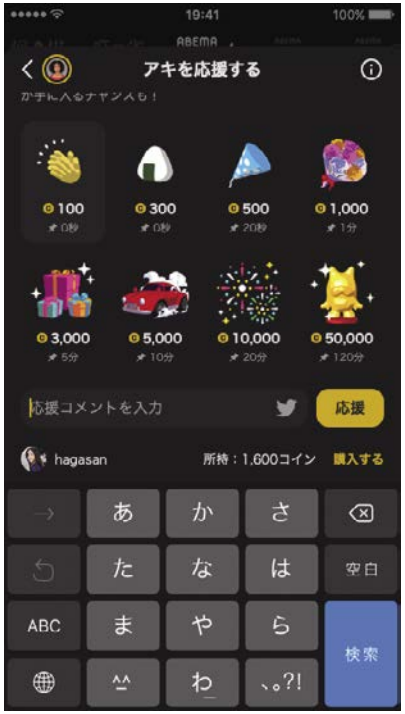
【補足】応援機能に関する留意事項

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ございますので予めご了承ください。

©AbemaTV, Inc.

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ございますので予めご了承ください。

©AbemaTV, Inc.

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。

©AbemaTV, Inc.

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いことがあります。
また上記理由により本サービスが適正に行われない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もあります。
●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。
●フルブラウザー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、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もございます。各営業へお問い合わせください。

©AbemaTV, Inc.

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 一部のメニュー(Home Sponsored)にて、Webサイトへの遷移が可能となっております。

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いております。

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。

©AbemaTV, Inc.

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 AbemaTowers