

ABEMA®

TV for the Future

ABEMA Ads – For CTV

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

Index

- 01 — ABEMA INDEX
- 02 — ABEMA CTV
- 03 — ABEMA Ads For CTV
- 04 — お申し込み・入稿規定
- 05 — 留意事項・免責事項

01 — ABEMA INDEX

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,
2PC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ジも刷新



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

WORLD

ABEMA アニメ

アニライブ

みんなの アニメ

CM

HIP HOP

ABEMA RADIO

格闘

SPORTS

犬相撲

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6年で

7,800万DL突破

7,800万

2016
4/11
開局



2016年4月 2017年 2018年 2019年 2020年 2021年 2022年3月

単位:ダウンロード

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



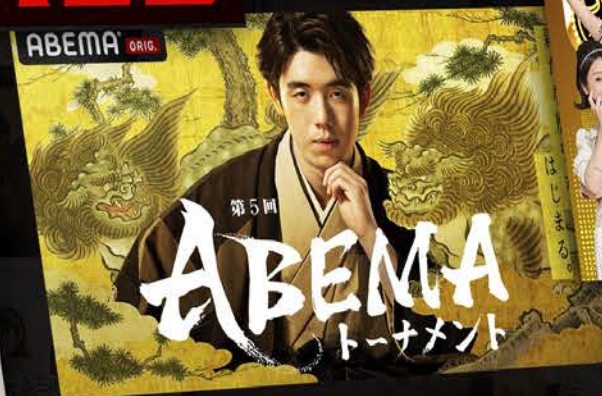
「ABEMA」では、『オオカミ』シリーズをはじめ、『今日、好きになりました。』『恋する♡週末ホームステイ』『恋愛ドラマな恋がしたい』『私たち結婚しました』などの恋愛番組が若年層からの人気を集めています。これらの番組を視聴したことがある女子高生(15歳~19歳の女性)の視聴者数は、日本全国の女子高生のおよそ2.0人に1人にあたる規模となりました。

※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。

多彩なジャンルのオリジナル番組



恋愛ドラマな恋がしたい
Kissing the tears away



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。

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か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。」
 金を操り、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!

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、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。

ジャンル

番組例

スポーツ



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

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。



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。

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!

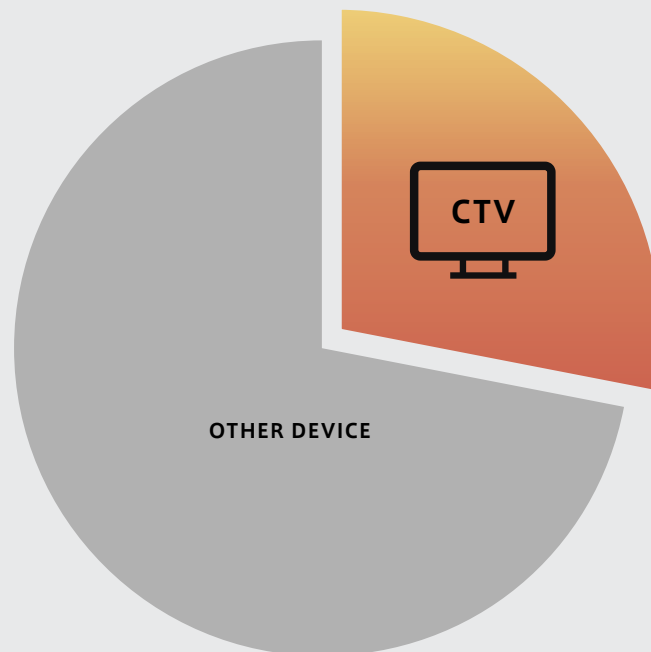
02 — ABEMA CTV

ABEMA CTV

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

広告在庫 CTV割合



CTV 割合
28%

(2022年3月)

※2022年3月 自社調べ

ABEMA CTV

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



ABEMA CTV

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)



FIFA WORLD CUP Qatar 2022

FIFA ワールドカップ カタール 2022

アベマで 日本史上初!

全64試合

無料生中継

ABEMA TV for the Future

OFFICIAL INTERNET BROADCASTER

MLB公式戦324全試合を完全生中継(放映中)



Major League Baseball 2022

アベマで毎日MLB

那須川天心VS武尊による格闘界のドリームマッチ(6/19)



ABEMA 09:05

天 TENSJIN

武 TAKERU

THE MATCH 2022

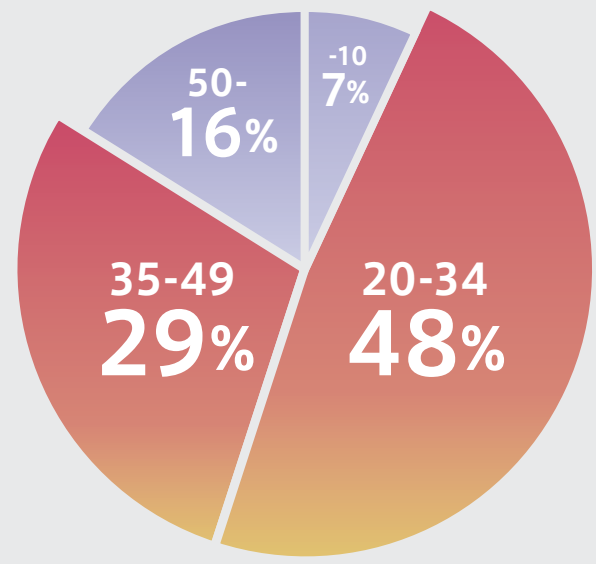
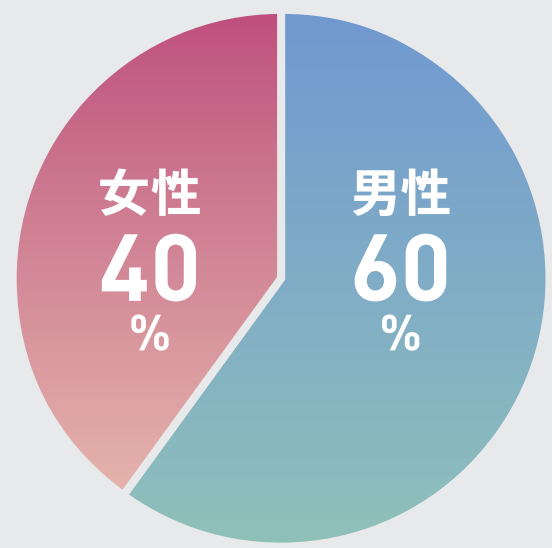
全試合 完全生中継 6.19 PPV

ABEMA CTV

若年を中心としたユーザー層にリーチが可能

ABEMA CTV利用者属性

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)

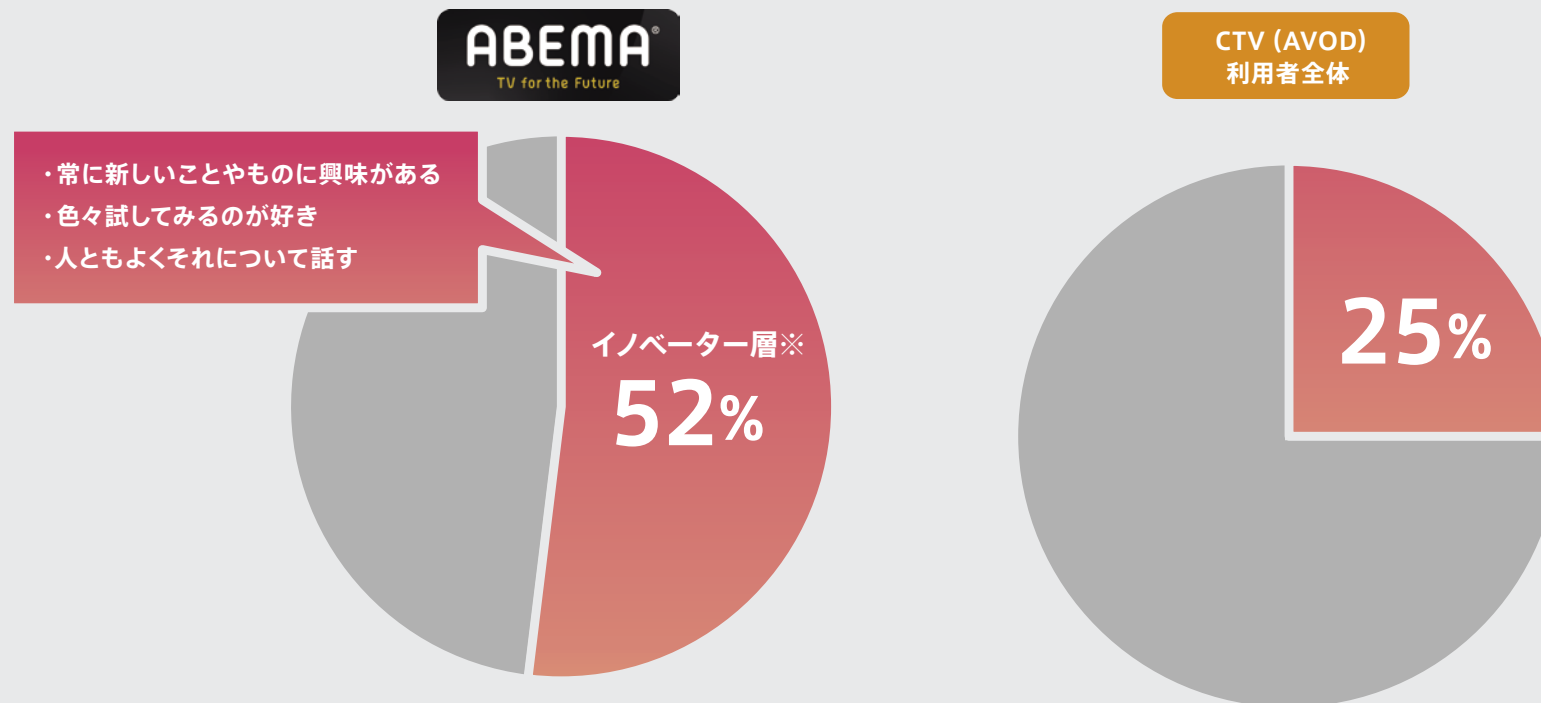
ABEMA CTV

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。

- A 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
- B 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
- C 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

ABEMA CTV

価値観はSVODユーザーに近く、消費志向の強いABEMAユーザー

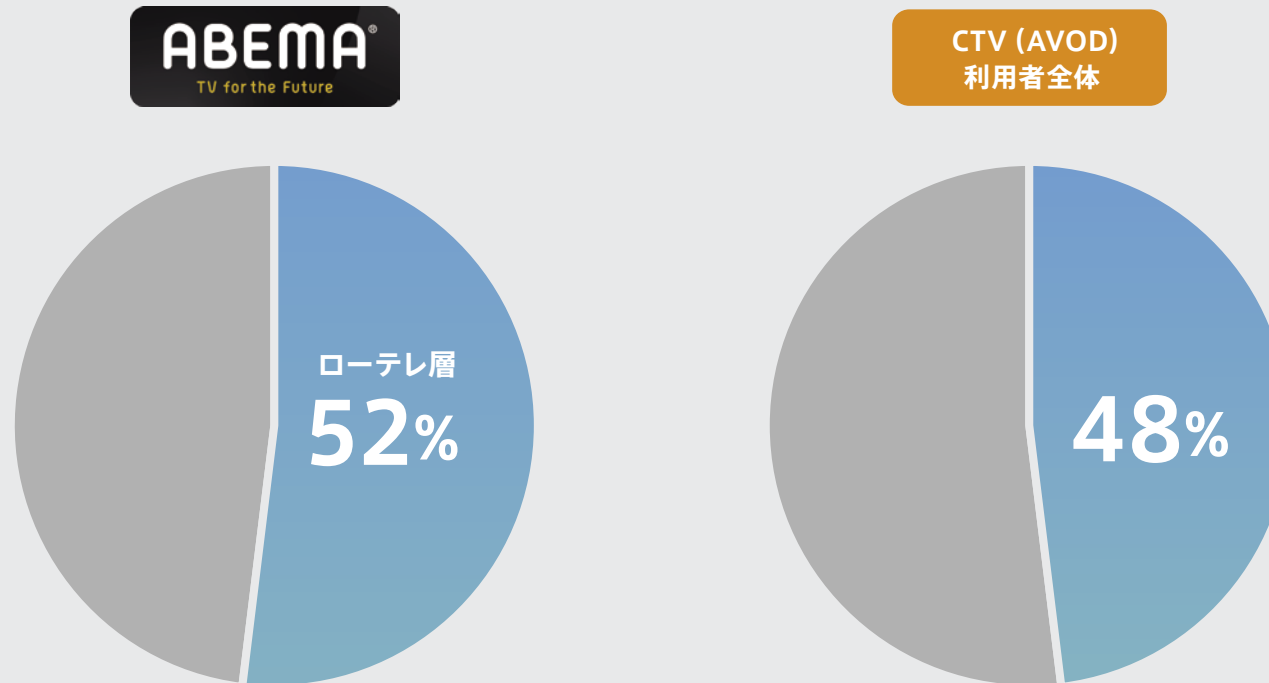
価値観	カテゴリ	ABEMA CTV (AVOD平均以上の項目)	SVOD CTV (AVOD平均以上の項目)	
新商品やサービスが出来たらすぐ買う方である	新商品・流行重視志向	ABEMA	SVOD	# 新商品・トレンドに敏感
新聞や雑誌などで取り上げられる新商品情報に注目している	新商品・流行重視志向	ABEMA	SVOD	
自分の趣味や関心事に関することには、つついとお金を使ってしまう	消費志向	ABEMA	SVOD	
多少値段が高くて、有名なブランド品を買うことが多い	大手・ブランド志向	ABEMA	SVOD	# 積極的な消費志向
自分の考えや意見を人に伝えたい	情報発信	ABEMA	SVOD	
よいと思ったものは人にすすめたい	情報発信		SVOD	# 高いネットリテラシー
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	
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	
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			# 広告への受容性
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	
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			# 既知商品への安心感
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	
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



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

『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

03 — ABEMA Ads For CTV

NEW! 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

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ー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

効果計測ソリューション

ブランドリフト調査

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

アプリインストール計測

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

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



※効果計測ソリューションは一部、費用を負担いただく場合があります

For CTV - CTVの広告効果が検証可能なABEMA Ads

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

安全・安心の動画広告体験

ABEMAではビュアビリティの高い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、厳しい審査フローなど、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を提供

2. ユーザー特性

消費行動に積極的なローテレ層

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、若年層でかつ購買力の強いことが特長

配信から計測まで 一気通貫の CTV広告

4. 計測・分析

業種に応じた計測手法

ABEMAではマーケットに先行してCTV広告の様々な効果計測手法を用意しています。従来の態度変容調査に加えて、サイト来訪計測や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

3. 配信

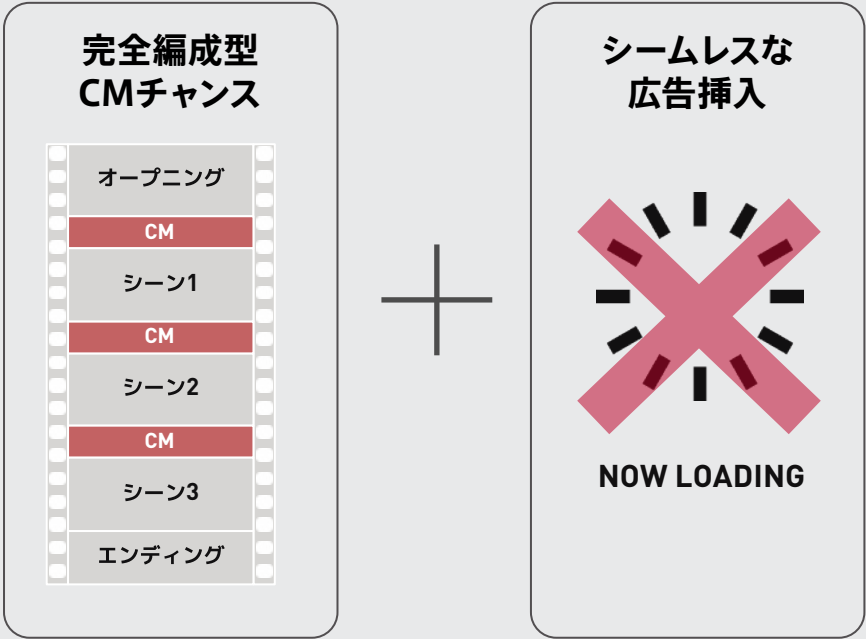
ターゲットに応じた配信メニュー

CTVを利用するユーザーに対して、1st Party Dataによるデモグラフィック配信や、世帯特性にフォーカスした配信など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

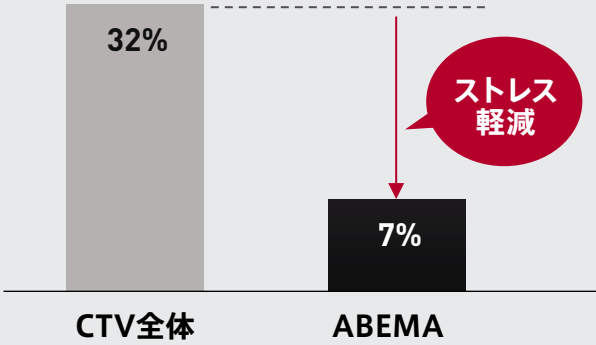
大画面でもストレスが少なく印象を残すことができる動画広告体験

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(視聴障害/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」

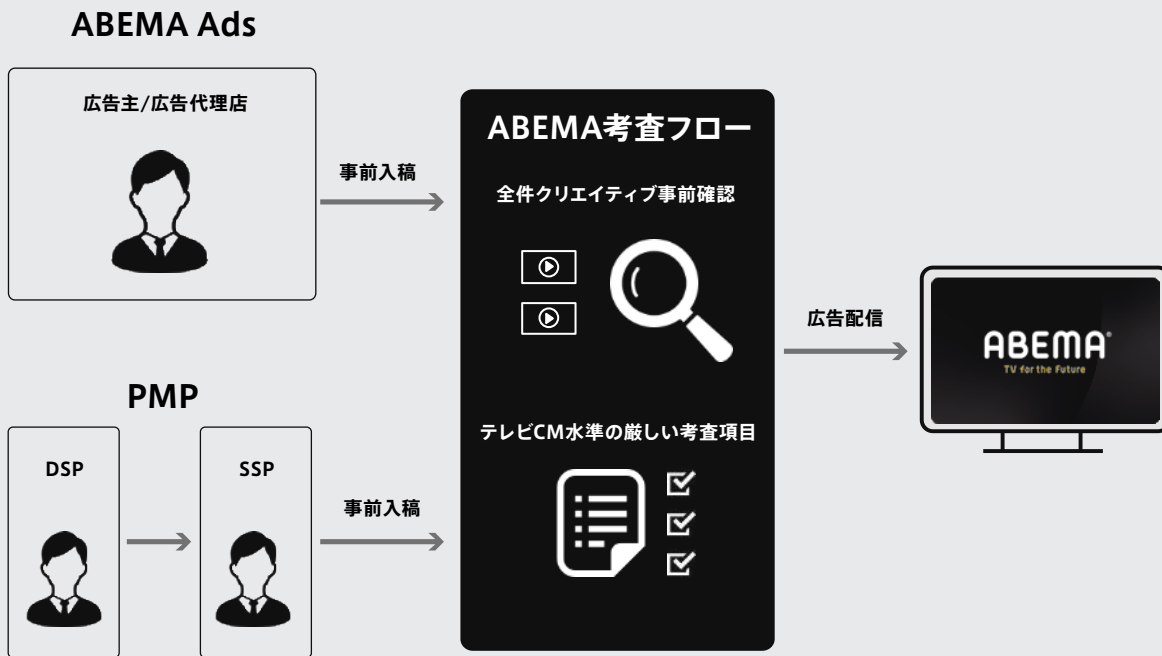


出典: Nielsen Video Contents & Ads Report 2022 (各メディア週1回以上の利用)
 ※CTV対象サービスは、Youtube, GYAO!, Tver, ABEMA

ABEMA CTV - 安全・安心の動画広告体験

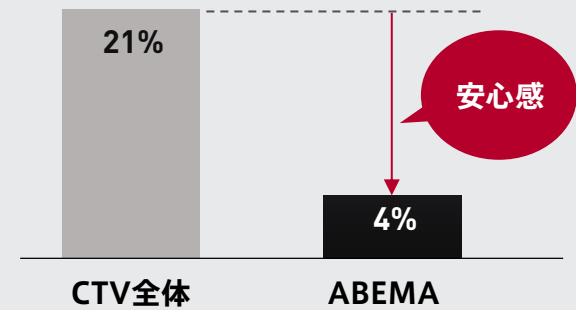
厳正な考査による、ユーザーに信頼される広告クリエイティブ

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



広告素材の全件考査による ユーザーからの信頼感

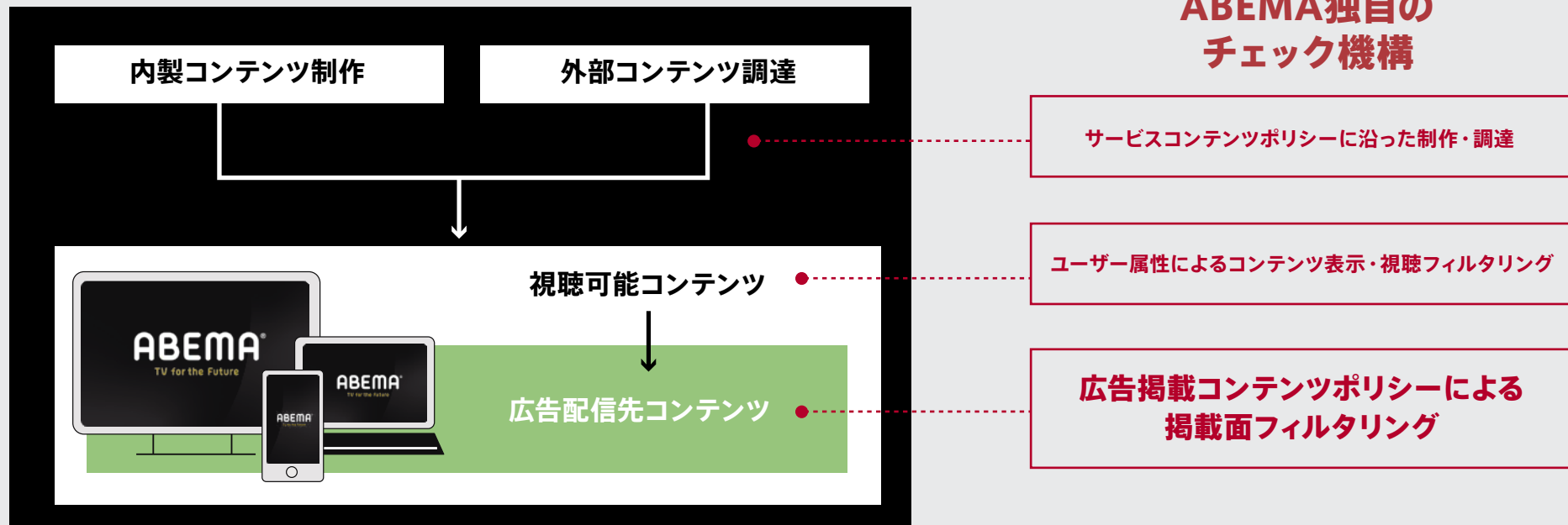
テレビデバイスで表示される広告について
「怪しい広告が多い」



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

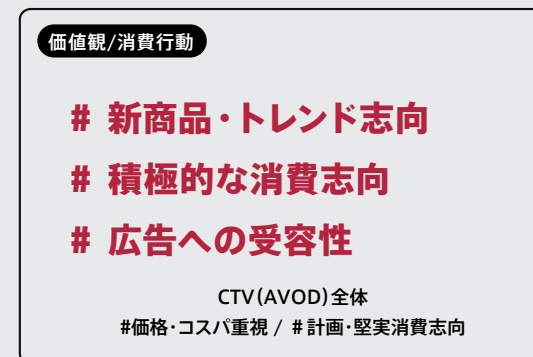
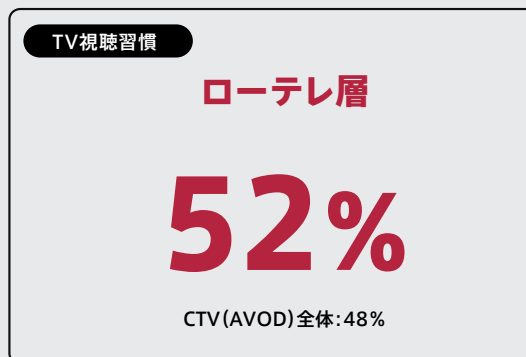
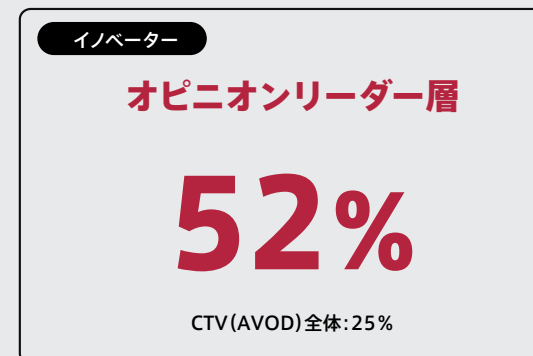
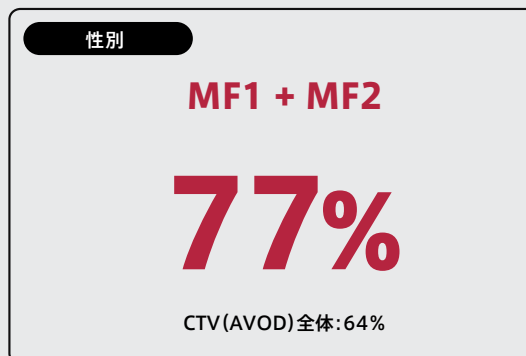
掲載面コンテンツも安全・安心のブランドセーフティ対策

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



出典:別紙「02-ABEMA CTV」から抜粋

ターゲットに応じた配信メニュー

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

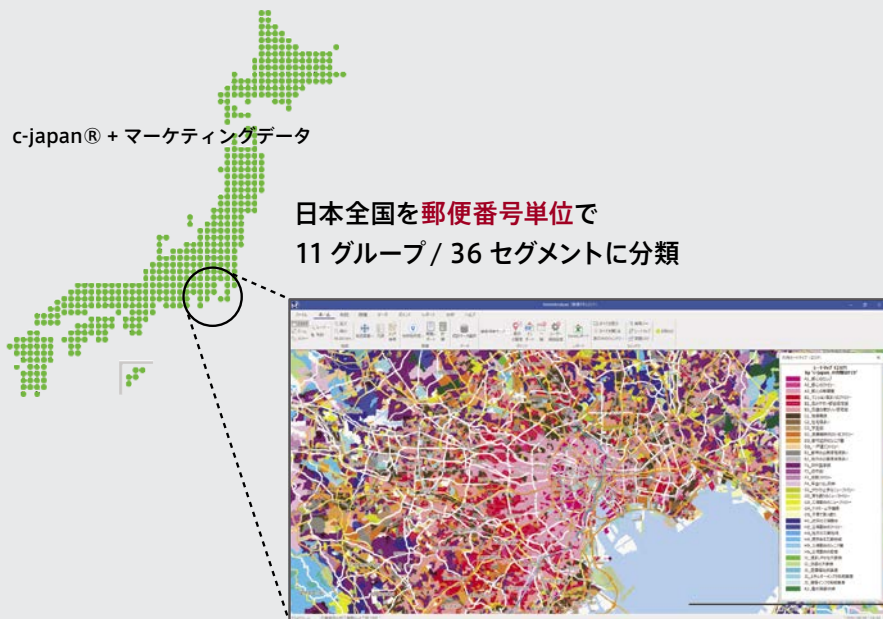
CTV利用時に年齢・性別を取得



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ーでターゲティングが可能



* 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

For CTV - ジオデモグラフィック配信



世帯特性

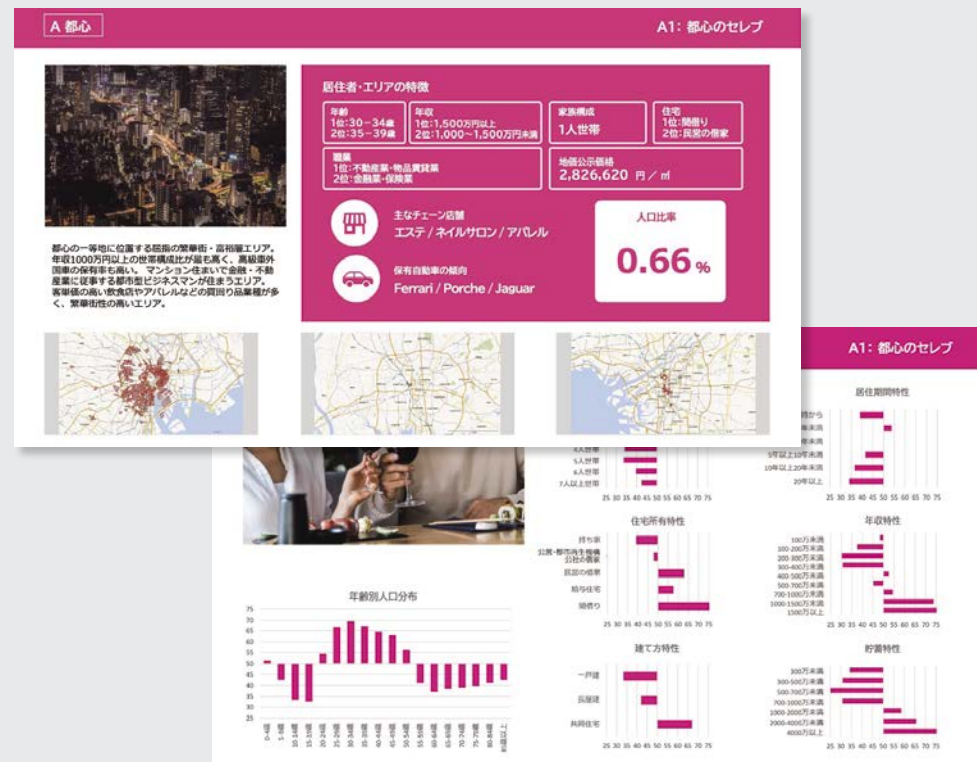
Key Feature

- 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

A: 都心	A1	都心のセレブ
	A2	都心のファミリー
	A3	都心の単身層
B: 都会	B1	マンション住まいのファミリー
	B2	住みやすい都会住宅街
	B3	交通の便がいい住宅街
C: 都市	C1	独身貴族
	C2	社宅住まい
	C3	学生街
D: 都市近郊	D1	思春期世代のいるファミリー
	D2	都市近郊のシニア層
	D3	一戸建てファミリー
E: 公営住宅	E1	都市の公営住宅住まい
	E2	地方の公営住宅住まい
F: 郊外型家族	F1	郊外型家族
	F2	旧市街
	F3	成熟ファミリー
	F4	年金暮らし夫婦
G: ニューファミリー	G1	やりくり上手なニューファミリー
	G2	育ち盛りのニューファミリー
	G3	工場勤めのニューファミリー
	G4	マイホーム準備軍
	G5	子育て真っ盛り
H: 工場勤め	H1	近郊の工場勤め
	H2	工場勤めのファミリー
	H3	地方の工業地域
	H4	歴史ある工業地域
	H5	工場勤めのシニア層
	H6	工場勤めの若者
I: 大家族	I1	懐かしやかな大家族
	I2	田舎の大家族
J: 社会インフラ就業者	J1	医療福祉就業者
	J2	エネルギーインフラ系就業者
	J3	開発インフラ系就業者
K: 農村	K1	大家族農村
	K2	農村高齢夫婦

■c-japan® セグメント詳細例



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



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

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



除外配信



テレデジ
FQ最適化

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

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

500 万円広告出稿で無償提供

ABEMA Ads
「ABEMA」のコンテンツ視聴データ



ブランドリフト調査スキームイメージ



CTV
広告接触者



モバイル広告 ID



意識調査



レポート

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

アプリディベロッパー様にて
Adjust 計測環境の用意必要



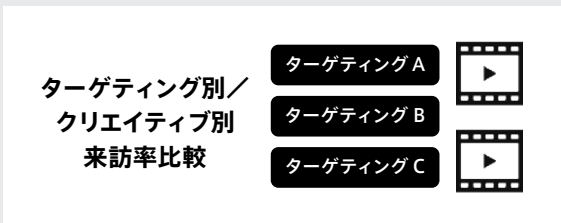
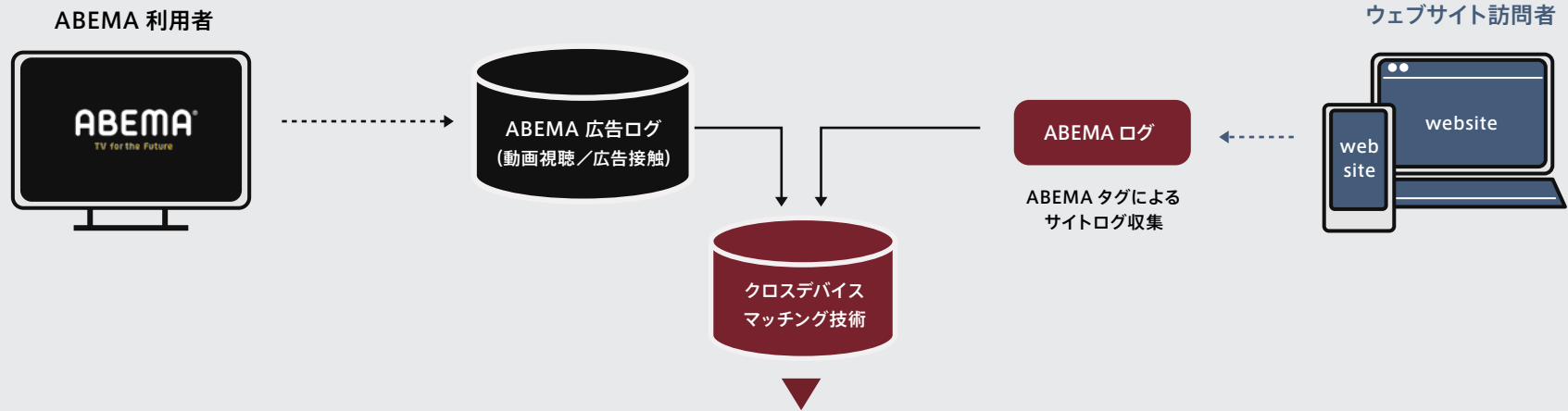
For CTV - サイト来訪/ウェブCV計測

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

無償提供



For CTV - 価格表

ターゲティング		ABEMA Programmatic Ads - CPM課金型配信 - For CTV	
		出稿金額条件	単価@imp
デモグラフィック配信	ALL	¥1,000,000~	¥4.0~
	男女22歳以下		¥7.0~
	マーケ区分 (M1、M2、M3、F1、F2、F3) 10歳区分 (20代、30代、40代、50代以上)		¥4.0~
ジオデモグラフィック	世帯特性		¥4.0~
	興味関心		¥4.0~
テレビCM連動配信			¥4.0~

効果計測	ABEMA Programmatic Ads - CPM課金型配信 - For CTV
	実施金額
ブランドリフト調査	500万円出稿で無償提供 ※詳細は別紙「【ABEMA Ads】MediaGuide」をご確認ください
アプリインストール計測	- ※広告主様にてAdjustのご準備をお願いします
サイト来訪/ウェブコンバージョン計測	無償提供 ※事前のタグ発行・ウェブサイトへの設置が必要です

※CPM課金型配信に関する注意事項等については、別紙「【ABEMA Ads】MediaGuide」をご確認ください

04 ——— **お申し込み・入稿規定**

05 ——— **留意事項・免責事項・Q&A**

申し込み・入稿規定 / 留意事項・免責事項

申し込み・入稿及び

留意事項・免責事項に関する詳細は

【ABEMA Ads】MediaGuide (2022年7-9月期) を

ご参照ください

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

