

ABEMA®
TV for the Future



M.LEAGUE
2021
白熱の戦い

ABEMA Ads Media Guide

2023年1-3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
- 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国内発の動画サービスで日本 No.1 ※を誇り、
総エピソード数は常時約 30,000 本以上を配信しています。
※ 2022 年 1 月時点、自社調べ

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

国内唯一の 24 時間編成のニュース専門チャンネルをはじめ、
オリジナルのドラマや恋愛番組、アニメ、スポーツなど、
多彩なジャンルの約 20 チャンネルを 24 時間 365 日放送しています。

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

ドラマ&映画 CHANNEL

韓流・華流 ドラマ

WORLD

ABEMA アニメ

アニメライブ

なつかし アニメ80s

なつかし アニメ90s

なつかし アニメ00s

アニメ

CM

HIPHOP

ABEMA RADIO

格闘

SPORTS

BOATRACE

競輪 WINTICKET オートレース

釣り

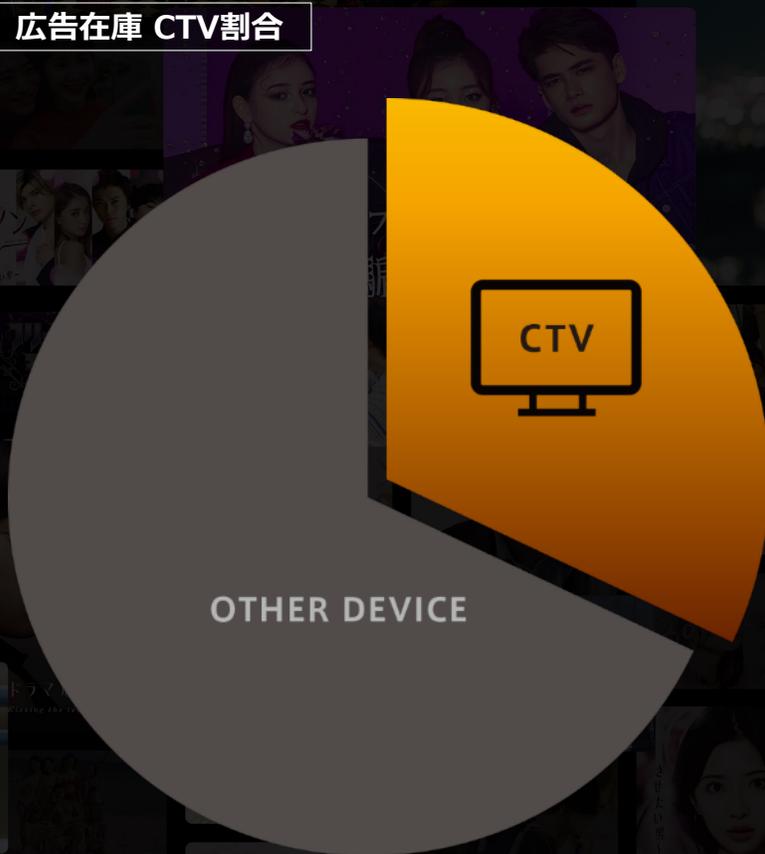
将棋

麻雀

プレミア

TOPICS : 広告在庫に占めるテレビデバイスの割合は 3割超まで拡大

広告在庫 CTV割合



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 割超にまで拡大

CTV 割合

32%

※2022年9月 自社調べ

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



恋愛ドラマ「ABEMAボタン」を搭載したテレビが続々発売



※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シリーズ専用リモコン

プレミアム動画メディア最大級のリーチ量

開局6年5か月で

8,300万DL 突破

8,300万

2016
4/11
開局

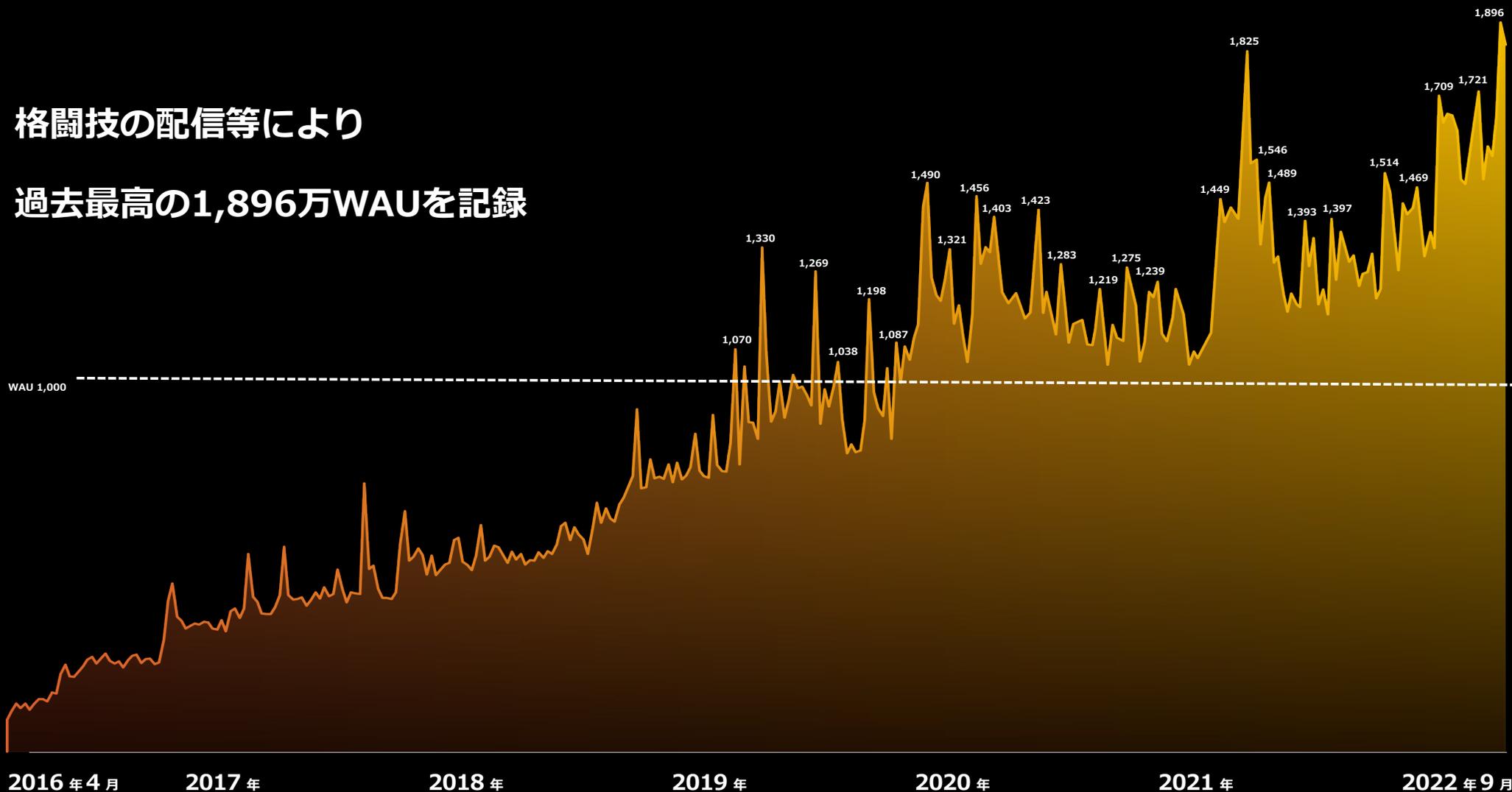
2016年4月 2017年 2018年 2019年 2020年 2021年 2022年9月

単位：ダウンロード

プレミアム動画メディア最大級のリーチ量

格闘技の配信等により

過去最高の1,896万WAUを記録



※WAU：1週間あたりの利用者数（Weekly Active Users）

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』『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



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けることができるのか？



恋する♡週末ホームステイ

「運命」なんて信じてなかった。だけど…気付いたら、本気で恋してた。遠く離れて暮らす高校生たちが過ごす特別な2週間の週末ホームステイ

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!？」彼氏のちようどいい嫉妬は!？キyunDM 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

バラエティ



Japan's Got Talent

「全世界で10億人以上が視聴し、世界194の地域で放送されている人気オーディション番組「Got Talent」がついに日本で開催決定！

日本屈指の審査員たち4名が「世界へ羽ばたくスターを発掘する、最大規模のオーディション番組がついに開幕！

アニメ



©遠藤達哉 / 集英社・SPY x 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〈鼻ストリクス〉。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」。〈黄昏たそがれ〉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——。



©棚架コウ・るろお / マイクロマガジン社 / 転剣製作委員会

転生したら剣でした

転生したら剣でしたー。「知性を持つ武器(インテリジェンス・ウェポン)」と呼ばれる"剣"として異世界に転生した彼は、装備者との出会いを夢見ながら、孤独にスキル収集に励んでいた。ある時、迂闊にも魔力を吸収される「枯渇の森」へ踏み入り、一歩も動けなくなってしまう。途方に暮れる中、奴隷として虐げられていた黒猫族の少女フランに出会う。フランは巨大な魔獣に襲われ、絶体絶命の危機に陥っていた。彼女は眼前に突き刺さっていた彼を引き抜き、その力で窮地を脱すると、彼を「師匠」と名付けて正式に 装備者となるのだった。冒険者となったフランと師匠は、お互いにスキルを磨きながらクエストをこなしていく。フランは強さの果てにある「進化」を目指すために、師匠は少女の「願い」を叶えるために。猫耳少女と親バカな剣の大冒険が始まる！

韓流



©PLAYLIST. All rights reserved.

青春ブロッサム

人気ウェブ漫画が待望のドラマ化！母校へ教育実習に来たソマンの過去と、ソヨン高校の生徒たちの現在が織りなす初々しい青春ストーリー。ソマンとジフンの過去に起きた謎と、親友の好きな人が被ってしまい不意についた嘘から始まる新たな展開に惹き込まれていく…！注目の若手俳優キム・ミンギユやカン・ヘウォンの演技にも期待が高まる！



JYP Entertainment/(C)CJ ENM Co., Ltd, All Rights Reserved

見つけた！STRAY KIDS 所蔵版

Stray Kidsのリアルバラエティ番組、2年ぶりに帰って来た『見つけた！STRAY KIDS』シーズン3を日本独占配信！「見つけた！STRAY KIDS 所蔵版」というタイトルのように、ファンが一生保存したくなる内容が盛りだくさん！メンバーへの関心と愛情が試される「サランクン（愛情度）テスト」で始まり、大規模なミッションが見どころの「サランクン（愛情度）レース」で、デビュー5年目を迎え、より一層深まった友情とチームワークを見られるファン待望の"所蔵版"をお見逃しなく！

ジャンル

番組例

スポーツ



プレミアリーグ 2022-2023

世界最高峰のサッカーリーグ、プレミアリーグをABEMA で毎週生中継！
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。

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、何か必要なのか?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。

趣味



Mリーグ2022-23

「この熱狂を"もっと"外へ」。Mリーグ2022-23の戦いはここからはじまる!!新Mリーガー3名を加え、全チーム4名体制、
32名でのシーズンとなる。
全8チームで各94試合レギュラーシーズンを行い、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
各20試合を実施、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、各16試合実施し優勝チームが決定する。



宮川大輔のちよい釣り

宮川大輔が送る「明日から始められる」釣り番組。
ちよい釣りなのに、大物とのバトルで大焦り& 大興奮の宮川大輔。
「釣って楽しい！」がた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 Ads

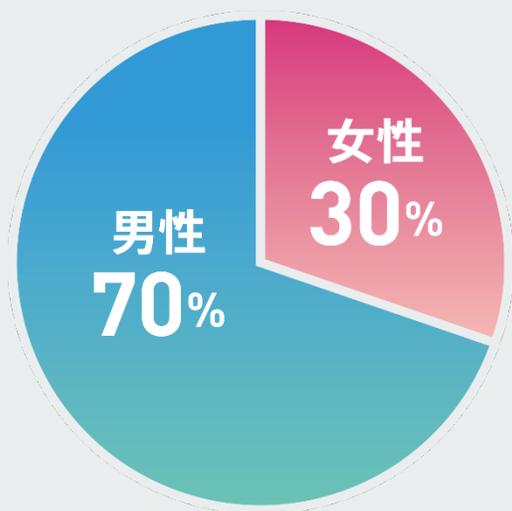
「ABEMA Ads」の特長 ①

若年層（Teen, MF1層）を中心に、幅広いユーザーにリーチが可能

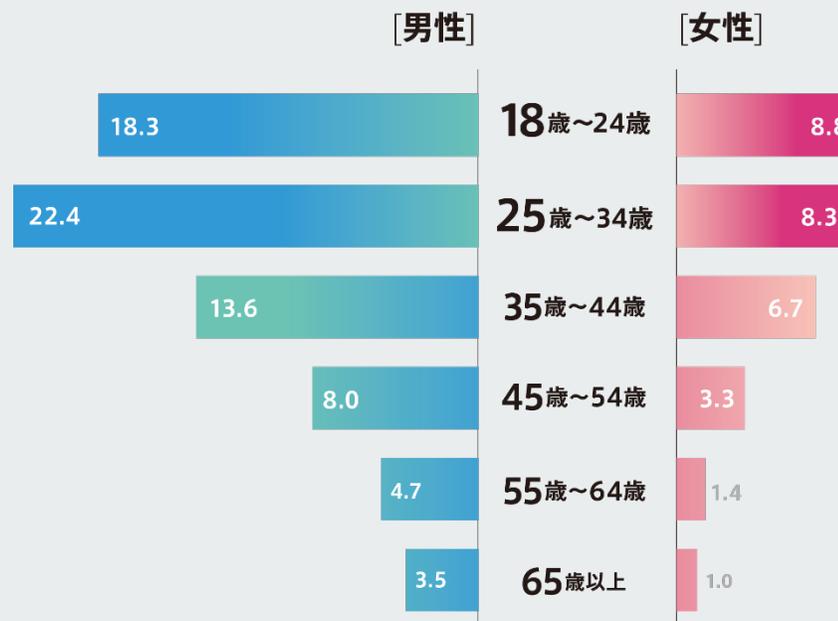
18-34歳が半数以上を占める

格闘・スポーツなどのコンテンツの影響で若年男性比率が伸長

男女比率



年齢比率

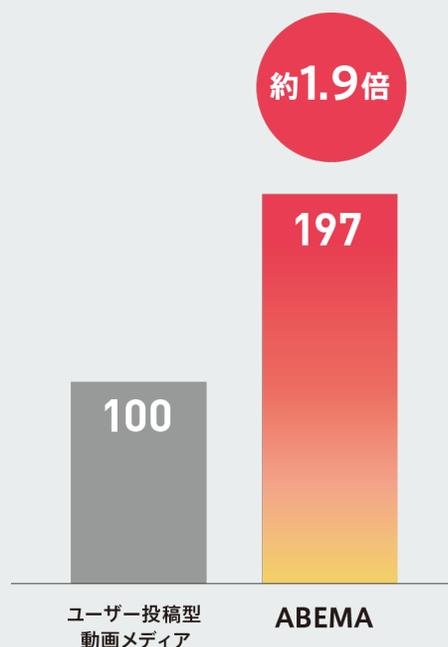


※2022年9月時点の5分以上の利用者の属性(Google Analytics にて計測した数値)

「ABEMA Ads」の特長 ②

ユーザーからの信頼性が高い

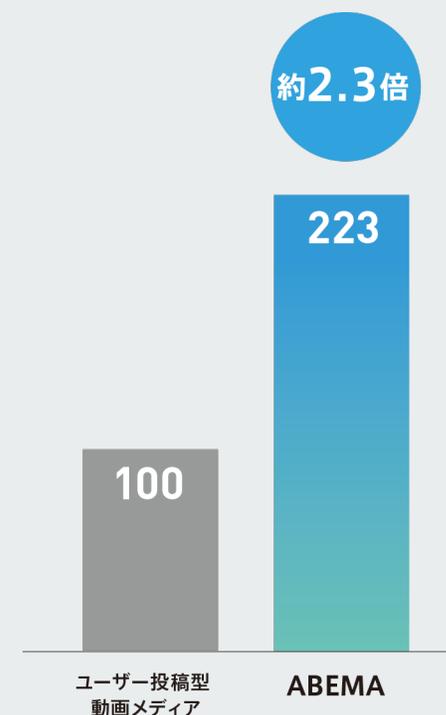
違法性がなく安心して使える



設問「違法性がなく安心して使える」

※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）

「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

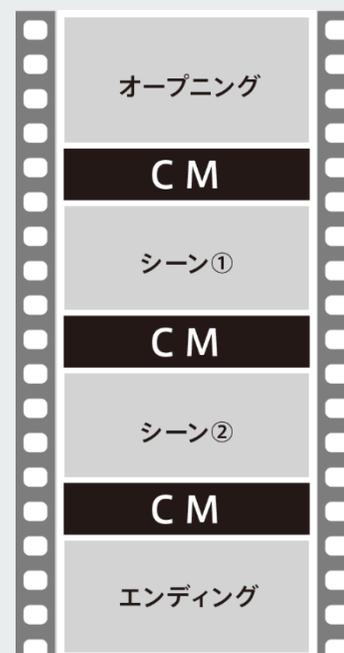
平均視聴完了率



※ 2022年6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

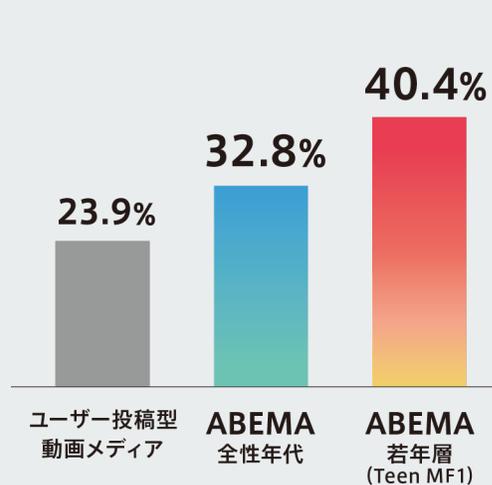
※ ABEMA: 「ABEMA」を1ヶ月以内に利用したユーザー (N=545)

※ 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)

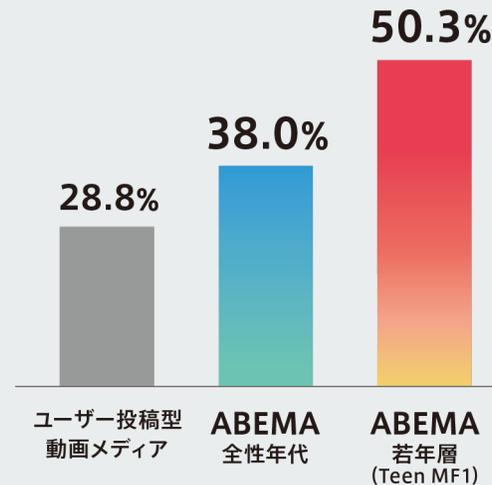
「ABEMA Ads」の特長 ④

広告視聴環境の良さが広告効果の高さに繋がっている

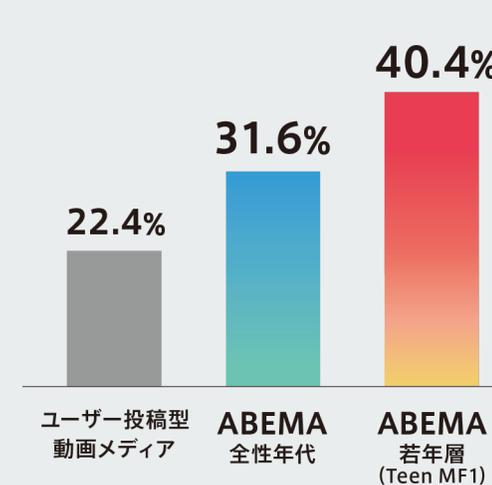
広告に注目しやすい



商品やサービスのイメージが付きやすい



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)

「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 |
- | 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。

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』

※ 随時新しいパッケージをリリースいたします。

ABEMA Premium Ads – 予約型配信 – | 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ありませんので、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。

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。

プラン概要				
CM配信500万円以上 + Home Sponsoredのセット販売 <small>※CM配信は全メニュー対象となり、予約型/CPM課金型どちらも適用可能です。Home Sponsoredは、原則CM配信期間内を指定ください。</small>				
セグメント	ALL		男女20歳以上	
掲載期間	2023年1月1日～2023年3月31日			
	平日(1日) <small>※祝日は平日のご料金となります</small>	土日(1日)	平日(1日) <small>※祝日は平日のご料金となります</small>	土日(1日)
金額	¥ 2,000,000	¥ 2,500,000	¥ 1,500,000	¥ 2,000,000
想定再生数	2,000,000	2,500,000	1,500,000	2,000,000
想定単価	1.0円	1.0円	1.0円	1.0円
想定再生UU数	900,000	1,000,000	700,000	800,000
枠数条件	CM500万円につき最大2枠までご購入可能です（例：CM配信1,000万円の場合、最大4枠） <small>※最大1週間まで、連続した日数でのご購入も可能です。クリエイティブの差し替えを行う場合は、1日単位（0時～23時59分）となります。</small>			
保証内容	アプリ（スマートフォン/タブレット）、PCにおけるSponsored枠の常設			
申込・入稿期限	10営業日前まで：訴求内容の事前可否 7営業日前まで：クリエイティブ事前可否 5営業日前まで：申込/入稿			
	<small>※視認性の高い枠のため、独自のクリエイティブ基準がございます。</small>			

ABEMA Premium Ads – 予約型配信 – | Instream Video

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)



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いません。
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
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	ABEMAタグ DAR MOAT ※ビデオ面のみ DoubleVerify ※ビデオ面のみ Integral Ad Science ※ビデオ面かつCTVのみ

ABEMA Premium Ads – 予約型配信 – | Instream Video

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	[1月] 1月1日 [2月] 2月5日 [3月] 3月5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 [1月、2月、3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 [1月、2月、3月放送分]	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



©遠藤達哉/集英社・SPY×FAMILY製作委員会

- ※ 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。

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）
- ・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 | ※性年齢との掛け合わせによる配信も可能となっております。

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 |

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

ABEMA Programmatic Ads – CPM課金型配信 – | Instream Video

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
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/Advertising IDリタグ/デリタゲ)

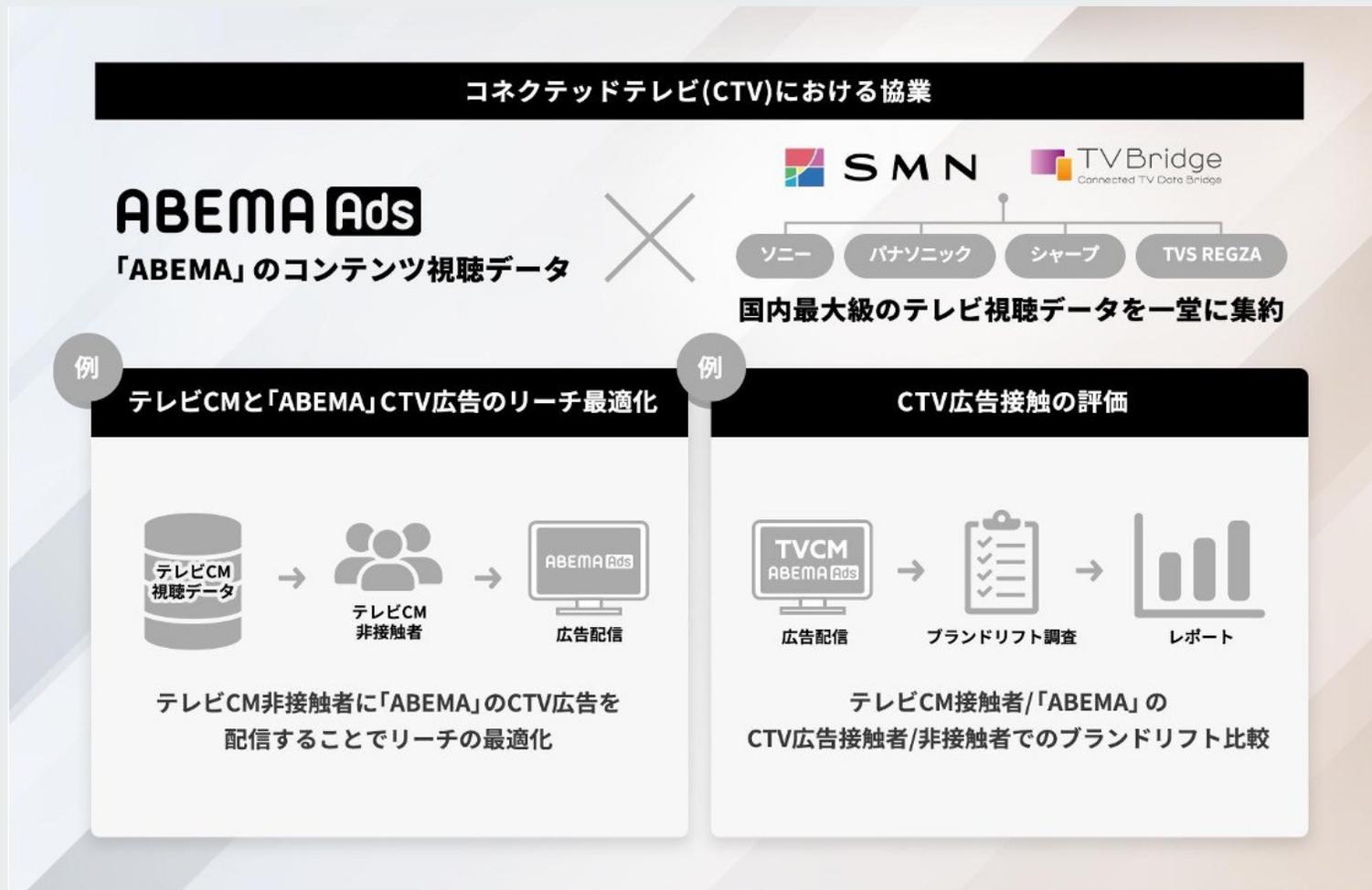
※ その他、詳細なターゲティング、計測に関しては、お問い合わせください。

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ありません。
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。 ※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	ABEMAタグ DAR MOAT※ビデオ面のみ DoubleVerify※ビデオ面のみ Integral Ad Science ※ビデオ面かつCTV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。

ABEMA Programmatic Ads – CPM課金型配信 – | Instream Video

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。



ABEMA Programmatic Ads – CPM課金型配信 – | Instream Video

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。

ABEMA Programmatic Ads – CPM課金型配信 – | Instream Video

プログラムマッチ

di-PiNKを活用したセグメントをプログラムマッチに追加。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 ※60秒尺はリア面から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		※性年齢との掛け合わせによる配信も可能となっております。 ※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	
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
旅行・行楽・イベント	サービス レンタカー・ガソリンスタンド・駐車場
	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
エンターテインメント	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。

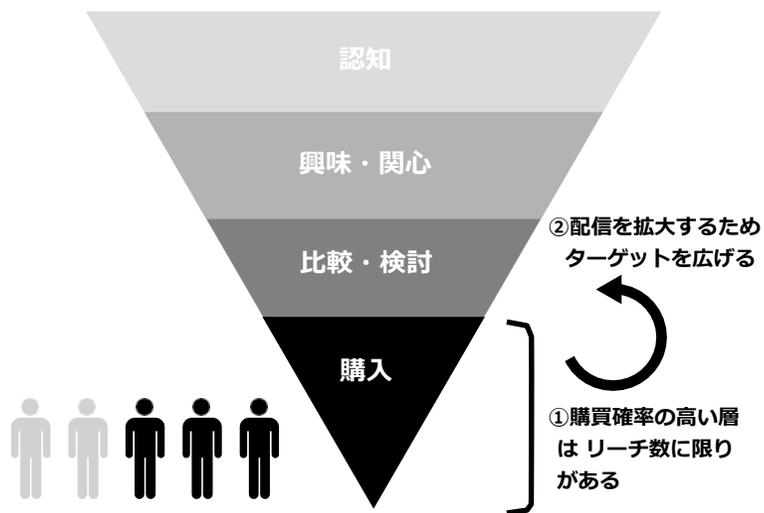
※ 配信セグメントは、データ提供元の都合によりセグメント提供を終了する場合がございます。提案前に事前にデータ使用可否のお問い合わせをお願いいたします。

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

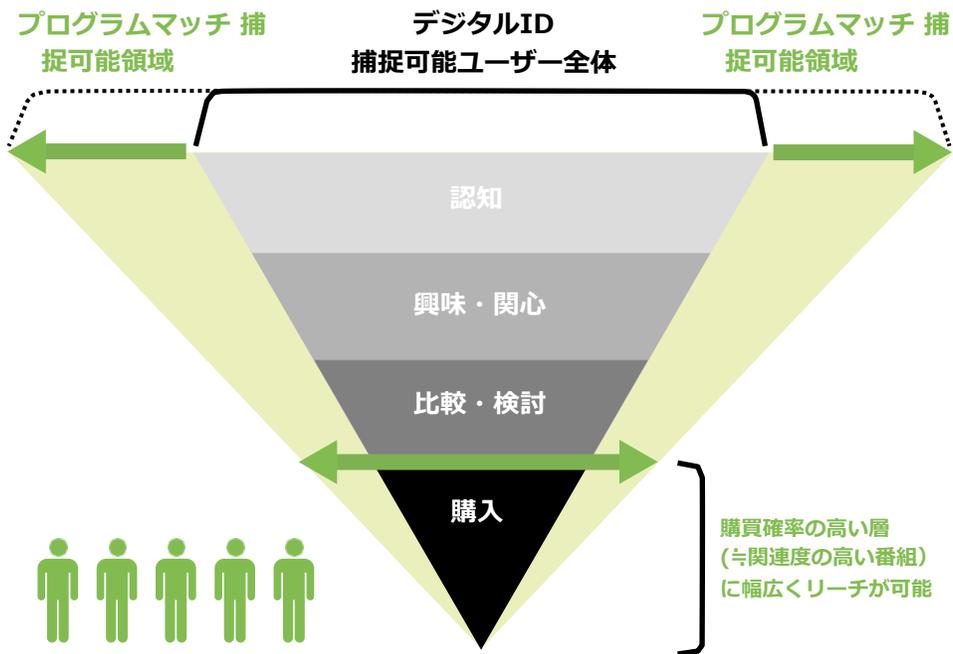
従来の購買データターゲティング

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

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

ABEMA Programmatic Ads – CPM課金型配信 – | Instream Video

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

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~)

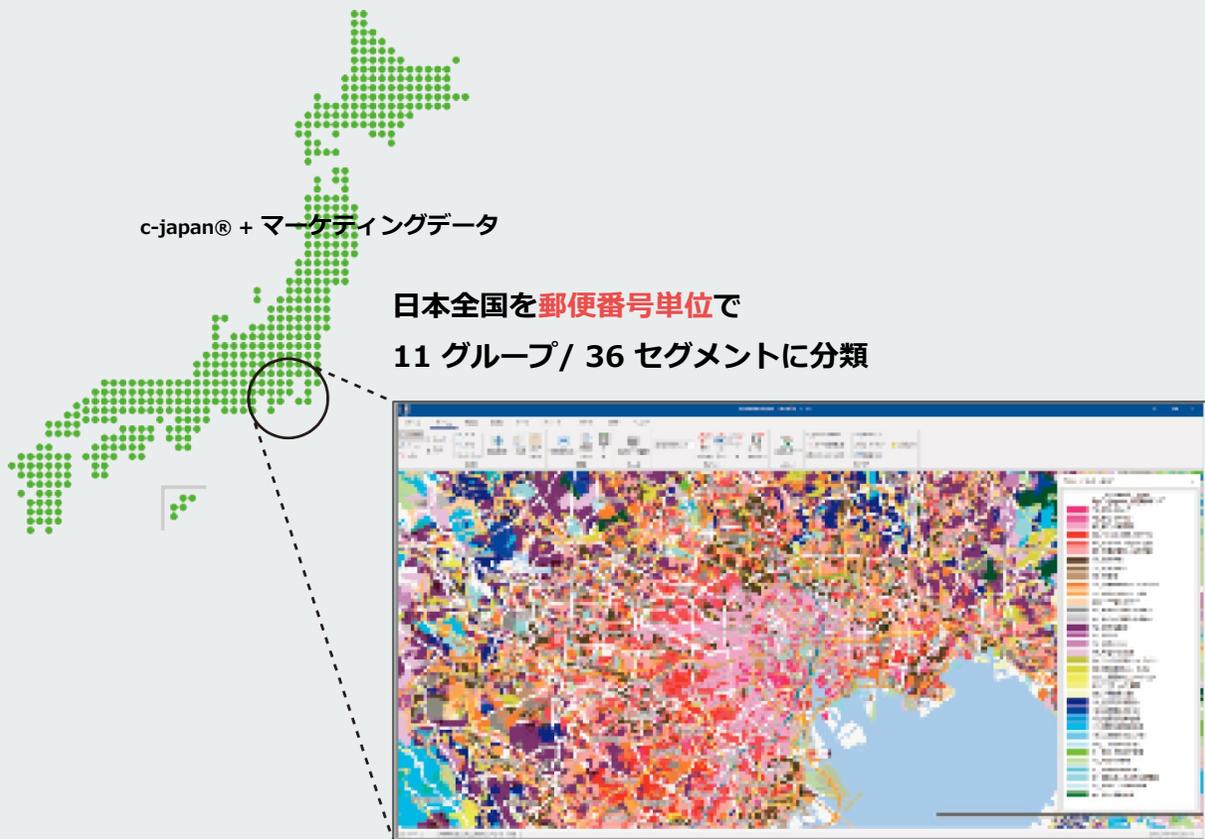
10代区分

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

ABEMA Programmatic Ads – CPM課金型配信 – | Instream Video

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
- 住みやすい都会住宅街

- マンション
住まいのファミリー
- 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
- ビール

- 子育て
- 服飾・美容

ABEMA Programmatic Ads – CPM課金型配信 – | Instream Video

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



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

ABEMA Programmatic Ads – CPM課金型配信 – | Instream Video

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

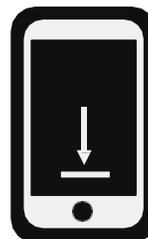
ブランドリフト効果



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社およびAppsFlyer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



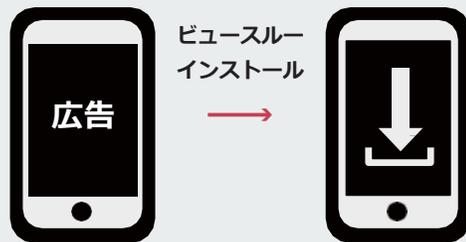
ABEMA独自のトラッキングタグによるクロスデバイス技術を活用し、CTV広告接触後のモバイルウェブコンバージョンの計測が可能

ABEMA Programmatic Ads – CPM課金型配信 – | Instream Video

For CTV - アプリ広告主事例

CTV広告接触によるインストール率はモバイル広告接触の3~4倍以上

モバイル広告からモバイルアプリへのインストール



インストール率

CTV広告からモバイルアプリへのインストール



インストール率

非ゲームアプリ

1

x 3.8

ゲームアプリ

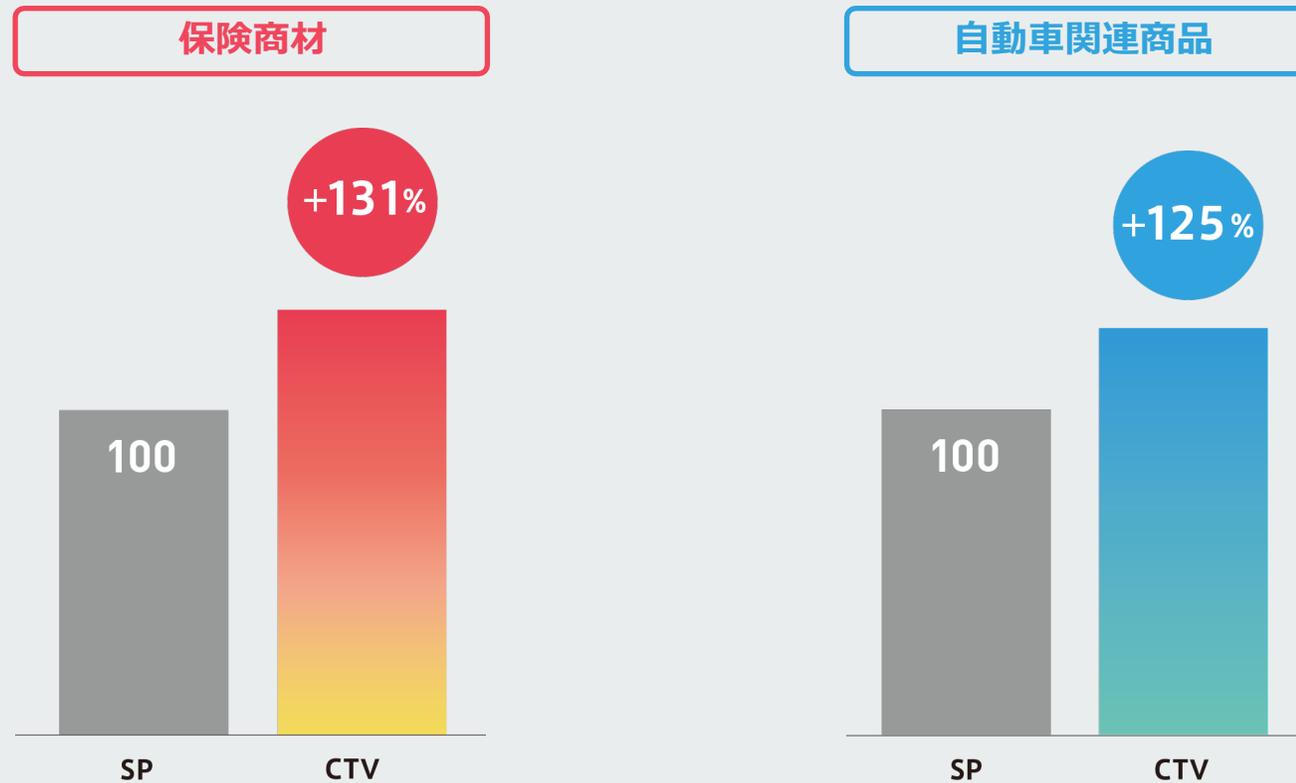
1

x 4.3

期間：2022年6月20日から直近90日間
集計：上記期間中に各デバイスで1,000CV以上計上された同一案件内でのインストール率比較の平均値

For CTV - 態度変容調査事例

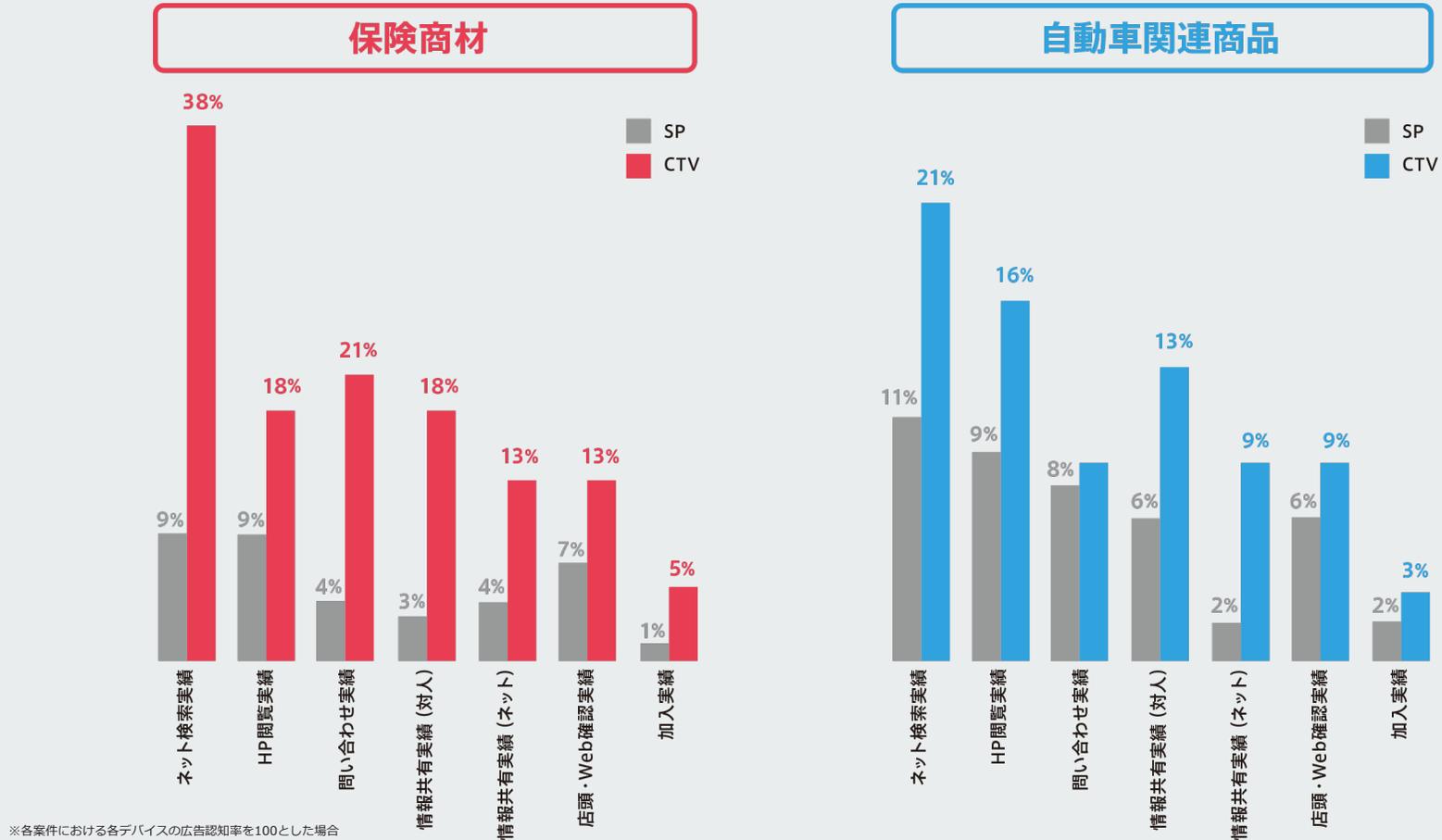
デバイス別での広告認知率を比較すると、CTVの方が認知率が高い結果となった。



※SPの広告認知率を100とした場合

For CTV - 態度変容調査事例

広告商材に対するアクション転換率についても、CTVの方が高い結果となった。



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
Home Sponsored ※CM配信(¥5,000,000~)との セット販売になります。	デモグラフィック	性年代	ALL(平日)	¥2,000,000	¥1.0	-	-
			ALL(休日)	¥2,500,000	¥1.0	-	-
			男女20歳以上(平日)	¥1,500,000	¥1.0	-	-
			男女20歳以上(休日)	¥2,000,000	¥1.0	-	-
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)		¥4.0		¥2.5~
			マーケ区分 (M2、M3、F2、F3)				
	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~
	ジネグラフィック	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	-	-
			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)	-	-		¥4.0~
			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				×		○	

※プログラムマッチ (CPM課金型) はFQ制御の対応はできかねますので、予めご了承ください。

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 Sponsoredm

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。



ABEMA Contents Sponsored – 企画 –

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+製作費用
	※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

提供	本編	提供	CM	本編	CM	本編	キャンペーン告知 1～3分	次回予告	提供
	オープニングロゴ		提供クレジット (前半)						
	GOLD		GOLD SILVER BRONZE						
							提供クレジット (後半)		
							GOLD SILVER BRONZE		

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。

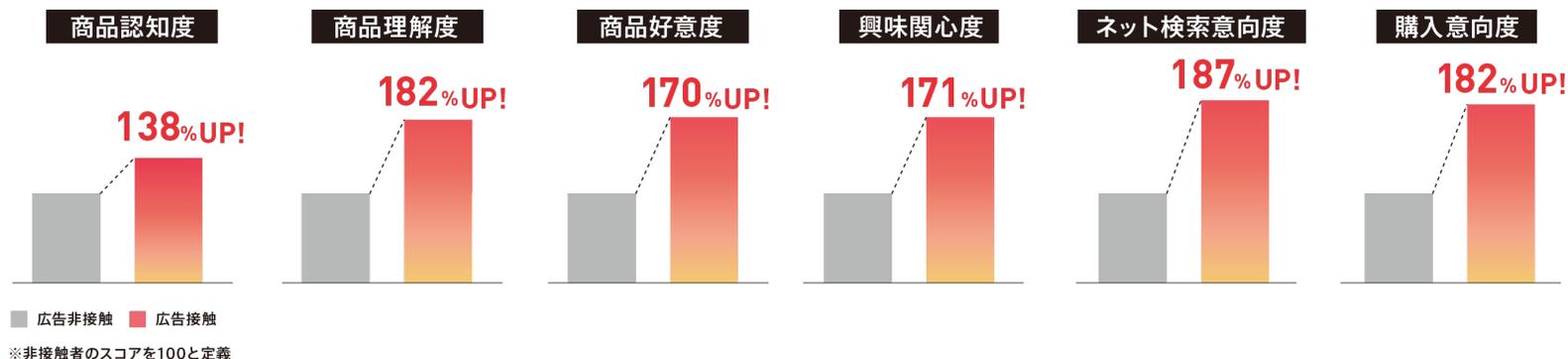
ご提案

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。



※ 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

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

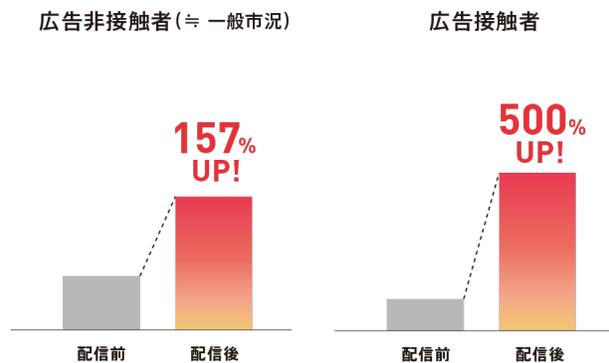
恋愛番組の過去出演者を起用した15秒 / 60秒のCMを「ABEMA」にて配信し、配信前後で購買ログを用いて購買状況と比較。

| [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

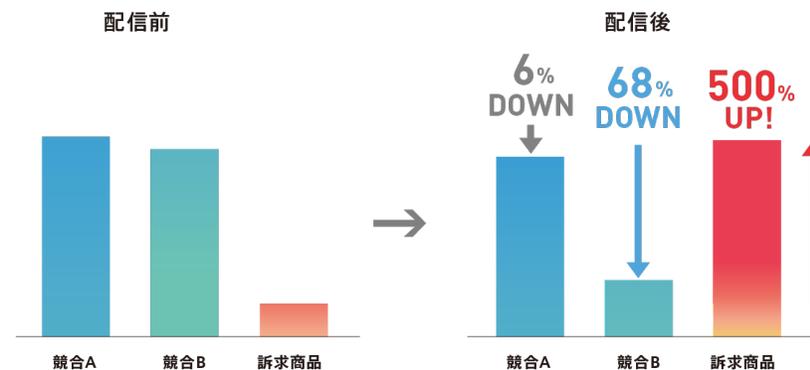
広告接触者において、競合の購入率が下がっている中、「購入率」が大幅にアップ。

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。

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。

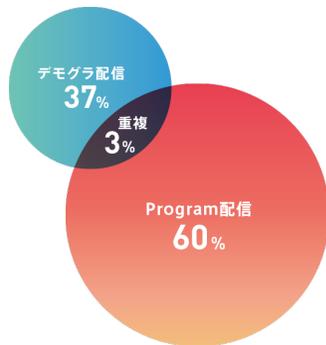
ご提案 Demographic配信 (F1) と、プログラムパッケージ(恋愛番組) を同時に実施。

| 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』

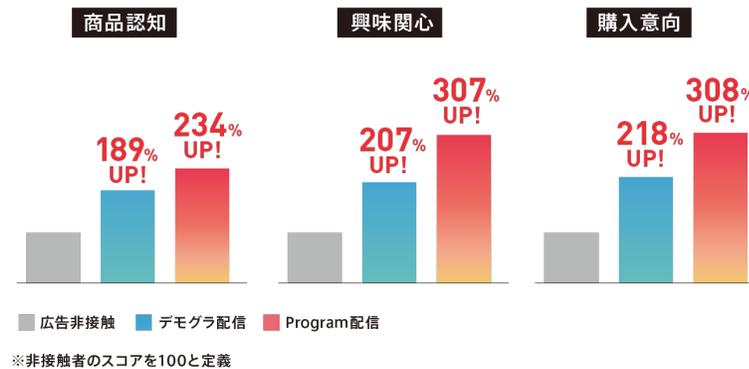
結果

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」



「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、
「純粹想起」や「サービスイメージ」がリフトアップ。

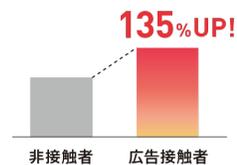


純粹想起



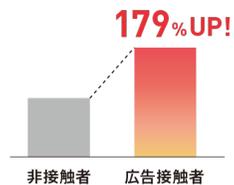
サービスへのイメージ

「全体想起」

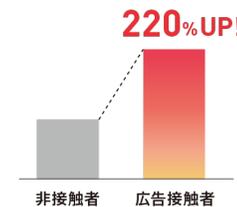


※非接触者のスコアを100と定義

「第一想起」

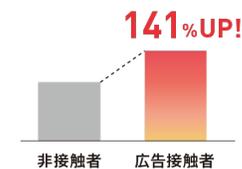


「安心感がある」



※非接触者のスコアを100と定義

「自分に合った仕事が見つかる」



※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

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

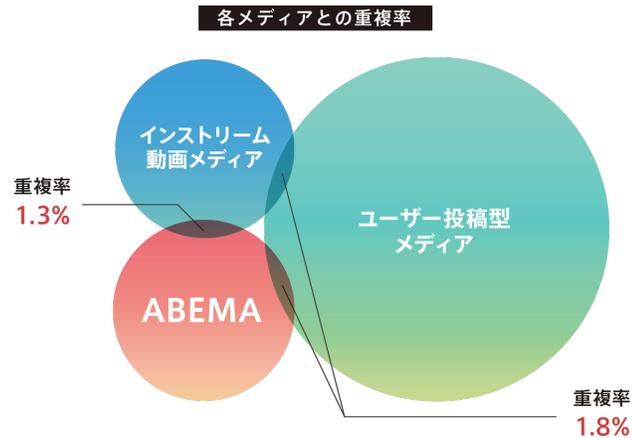
課題 テレビCMでのリーチ獲得効果の補完するために効果が高いデジタルメディアを選定したい。

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。

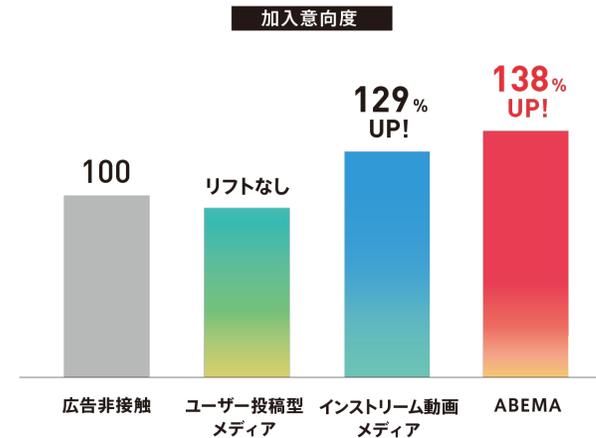
| [配信メニュー](#) | [オーディエンスマッチ \(CPM課金型\)](#) Demographic M1・M2 × [エリア \(関東圏\)](#) 配信

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。



※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 | 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」

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。

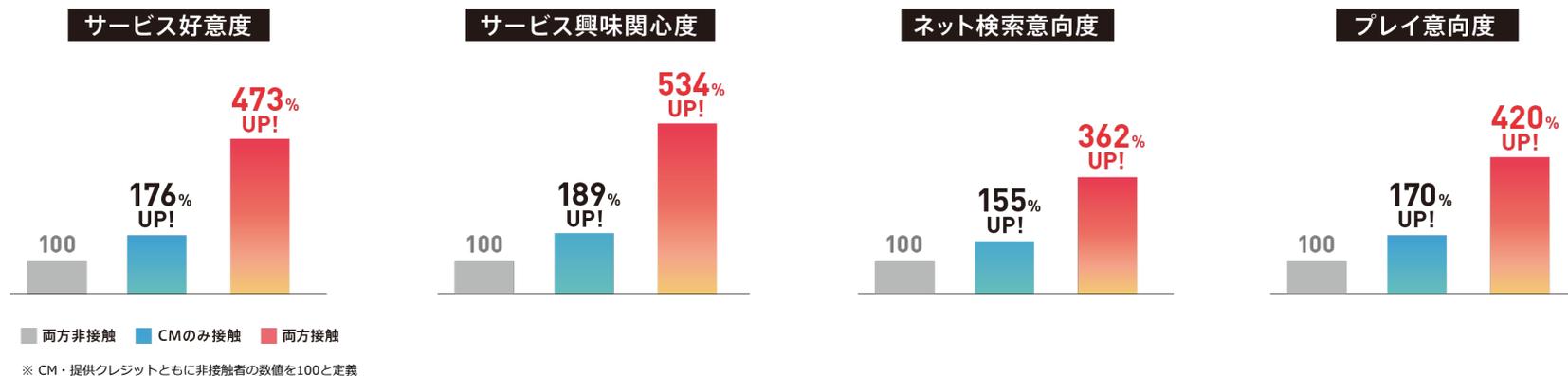
ご提案

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。



※ 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

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』

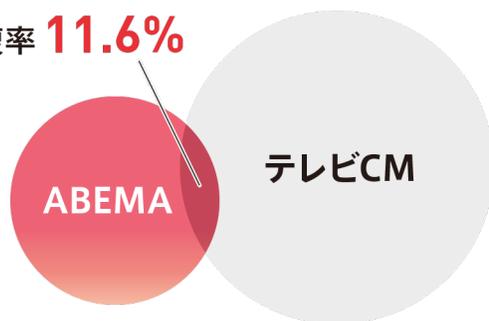
結果

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。

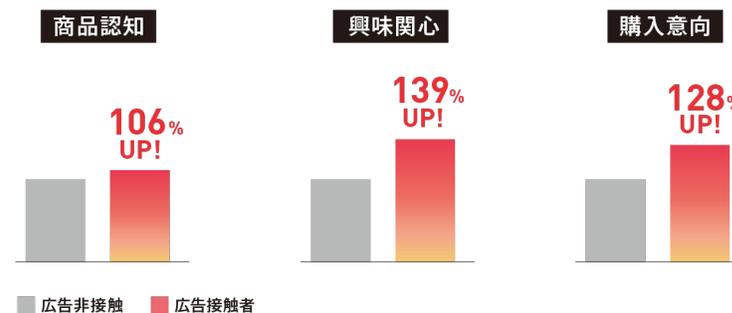
「広告接触者の重複率」

ABEMAを100としたときの接触者

重複率 11.6%



「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

※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

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。

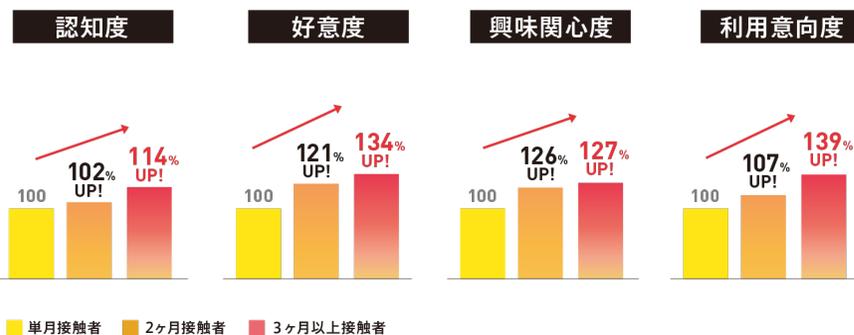
ご提案 テレビCMの出稿期間に合わせて、リーチ単価の安いALL配信を継続的に実施。

| [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

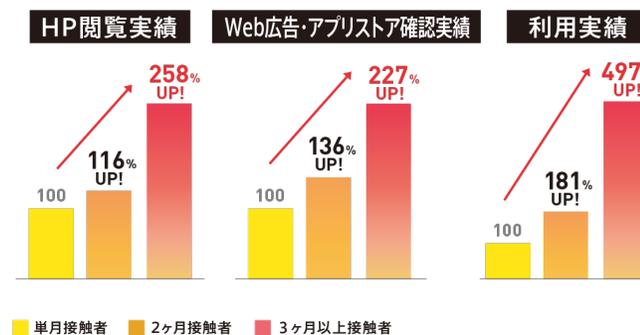
単月での接触より、複数月で接触を重ねた方が大きくリフトアップする結果となった。

「浸透度」



※ 単月接触者のスコアを100と定義

「行動実績」



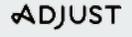
※ 単月接触者のスコアを100と定義

※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

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

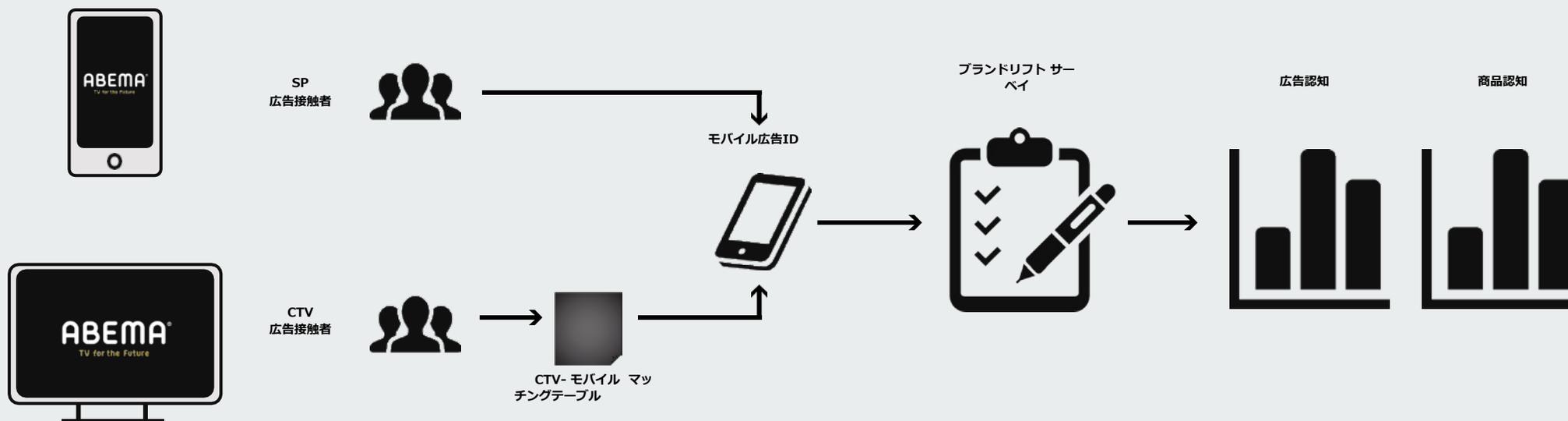
主要計測概要	提供事業者	サービス名	補足	対応デバイス (SP/PC/CTV)	対応配信面 (テレビ / ビデオ)	予約型配信	予約型配信	CPM 課金型配信		企画
						Home Sponsored	オーディエンスパッケージ プログラムパッケージ	オーディエンスマッチ プログラムマッチ	For CTV	
意識調査 (ブランドサーベイ)	ABEMA (外部調査会社と連携)	意識調査 (ブランドリフト調査)	付帯提供 (条件有り)	SP/CTV	ALL	○	○	○	○	○
サイト来訪/ ウェブCV	ABEMA	ABEMA タグ	計測タグは要事前発行	ALL	ALL	×	○	○	○	×
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 アドクラウド	 ORACLE	MOAT by ORACLE DATA CLOUD	※1 ※2	ALL	ビデオ	×	○	○	○	×
	 DV DoubleVerify	DV DoubleVerify	※1	ALL	ビデオ	×	○	○	○ ※3	×
	 IAS Integral Ad Science	IAS Integral Ad Science	※1	CTV	ビデオ	×	×	×	○ ※3	×
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/CTV	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。
 ※3：CTV面のビューアビリティについては計測が出来ません（他指標は計測可能）
 ※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。

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。

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。				

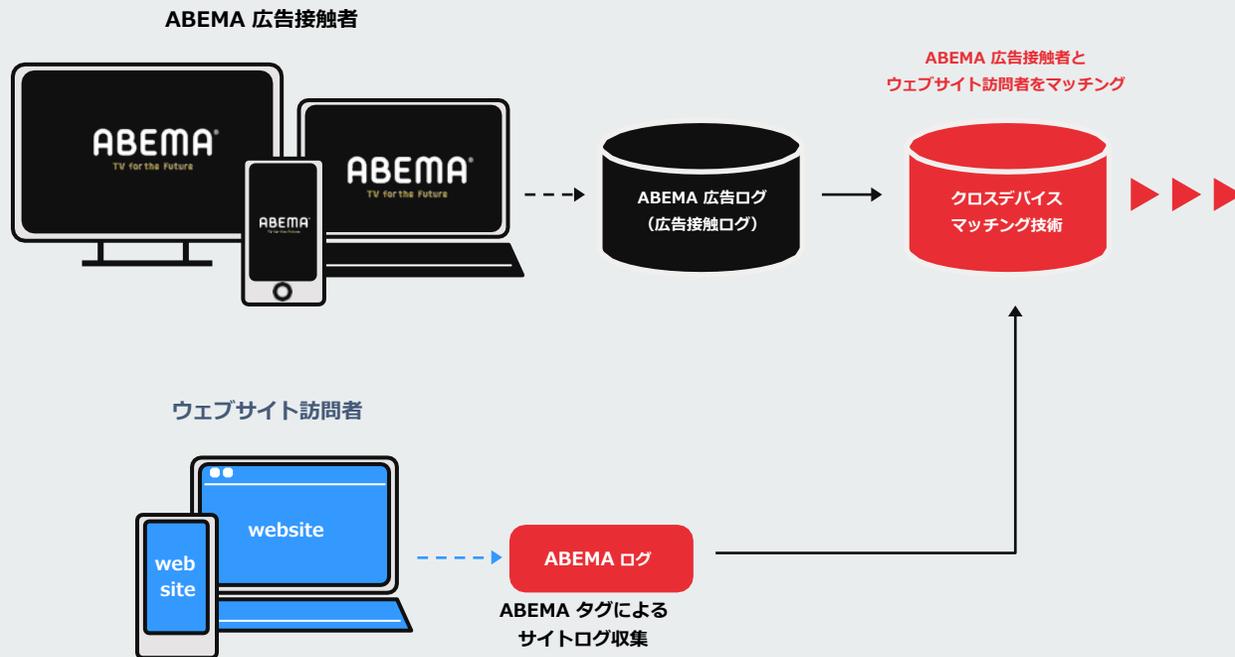
設問内容	純粋想起	商品 助成想起	商品 イメージ	商品 特徴理解	商品 好感度	商品 興味関心度	商品 購入意向	ネット 検索意向	広告認知	広告評価	態度変容	カテゴリ 関与度	ブランド 関与度
定型文①		○			○	○	○		○	○	○		
定型文②		○		○	○	○	○	○	○	○	○		
定型文③	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○

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。

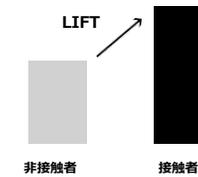
ABEMA Ads | サイト来訪/ウェブCV

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。



サイト来訪 / ウェブCV レポート

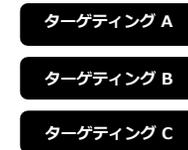
来訪率リフト



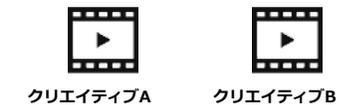
ジャンル別比較



ターゲティング別比較



クリエイティブ別比較



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。

サイト来訪計測 効果実績サマリ

ABEMA Ads による広告接触で、サイト来訪 / コンバージョンが大きくリフト



対象期間：2022年2月～2022年5月

04 — お申し込み・入稿規定

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あり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。

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	2	3	4
配信結果概要サマリ	クリエイティブ別レポート	各種詳細内訳レポート	フリークエンシー分布
視聴開始数	視聴開始数	日別	フリークエンシー回数
視聴開始単価	視聴完了数	時間別 × 視聴完了数	×
視聴完了数	視聴完了率	番組ジャンル	視聴開始リーチ数
視聴完了率	フリークエンシー	性年齢別	
視聴完了単価	視聴開始リーチ数		
フリークエンシー	視聴完了率 (0,25,50,100%地点)		
視聴開始リーチ数			
視聴開始リーチ単価			

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



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あり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。

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

視聴開始数

日別

×

視聴完了数

クリエイティブ別

視聴完了率

視聴開始単価

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
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>※競合排他、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。

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 (60秒×6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。

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
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)
スキヤンの種類	プログレッシブスキヤン ※必ず事前にインターレース解除処理を行い、走査線の筋が映像に残らないよう処理をしてください。
コーデック	H.264
フレームレート	29.97fps
プロファイル	High Profile もしくは Main Profile
音声チャンネルタイプ	Stereo 2ch ※マルチチャンネル音声には対応していません。
音声コーデック	AAC-LC
音声ビットレート	320kbps
音声ビット深度・サンプリング周波数	16bit /48 kHz
音声ピーク値	-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。

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

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

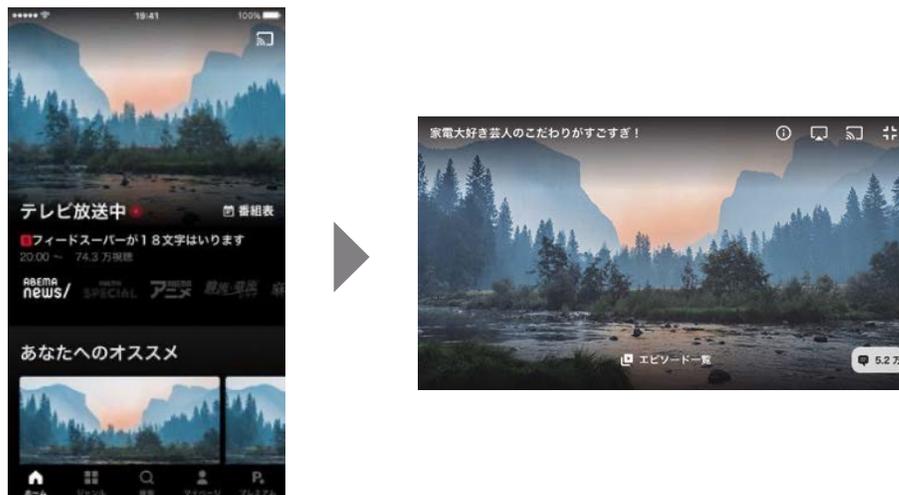


テレビプレビューの比率
モバイル 5 : 4、タブレット 5 : 2

※ 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あり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)

ホーム画面
フルスクリーン再生時

チャンネル並べ替え機能



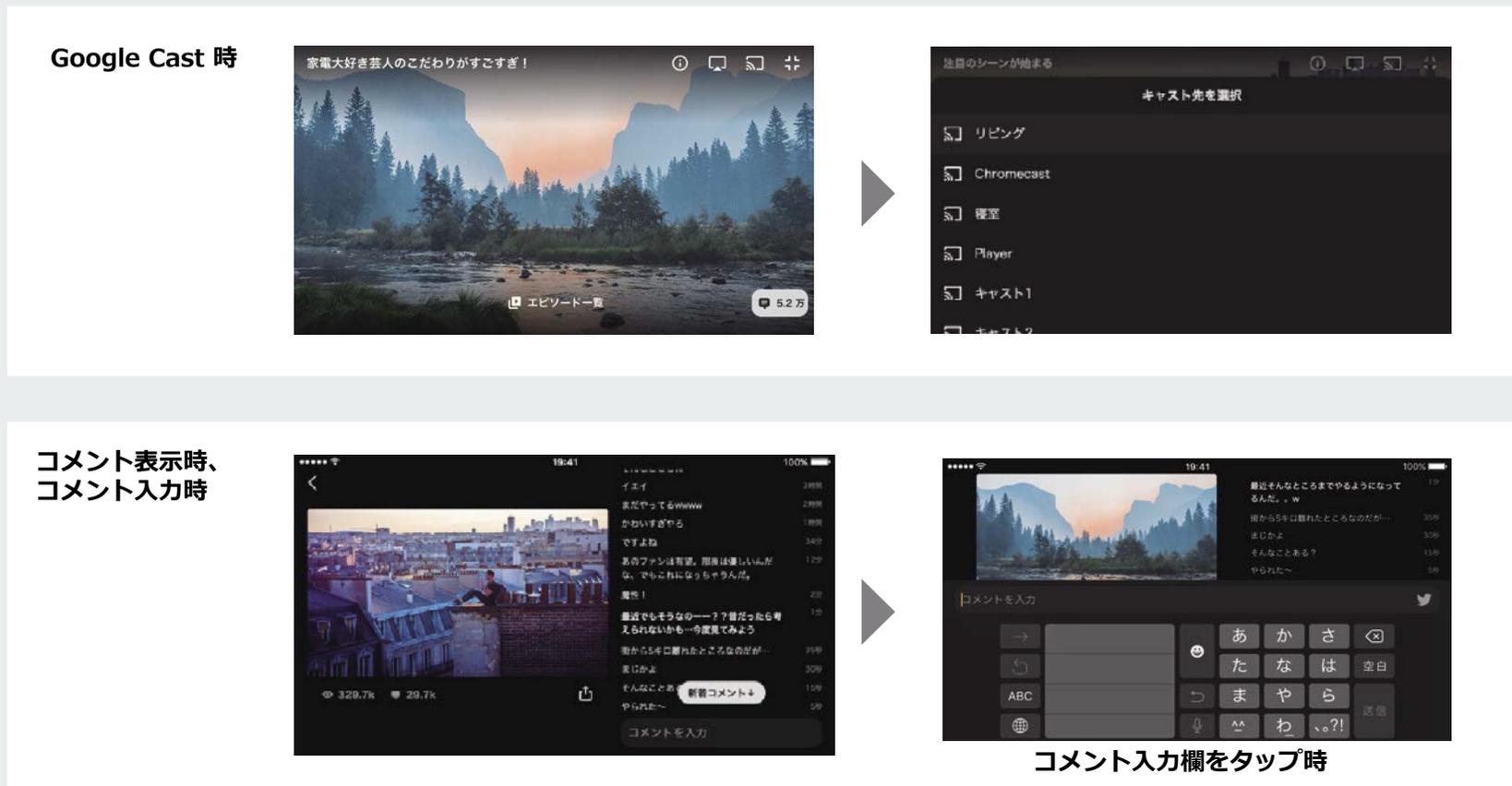
チャンネルロゴを長押しして表示
(ホーム画面とテレビ画面でのみ)

※ 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あり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)

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。



※ 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、番組情報が表示される可能性があります。

※ 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あり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。

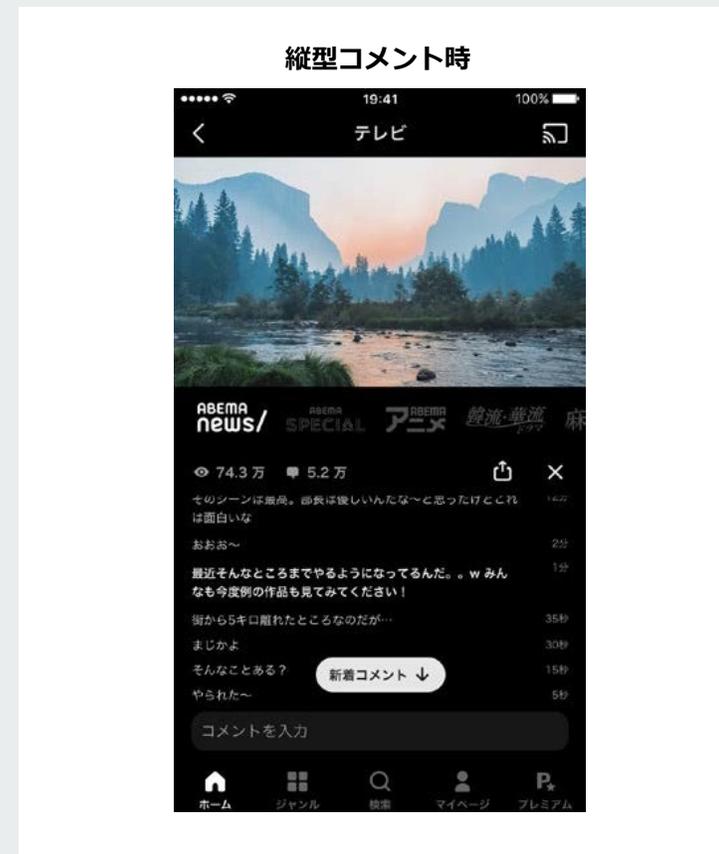
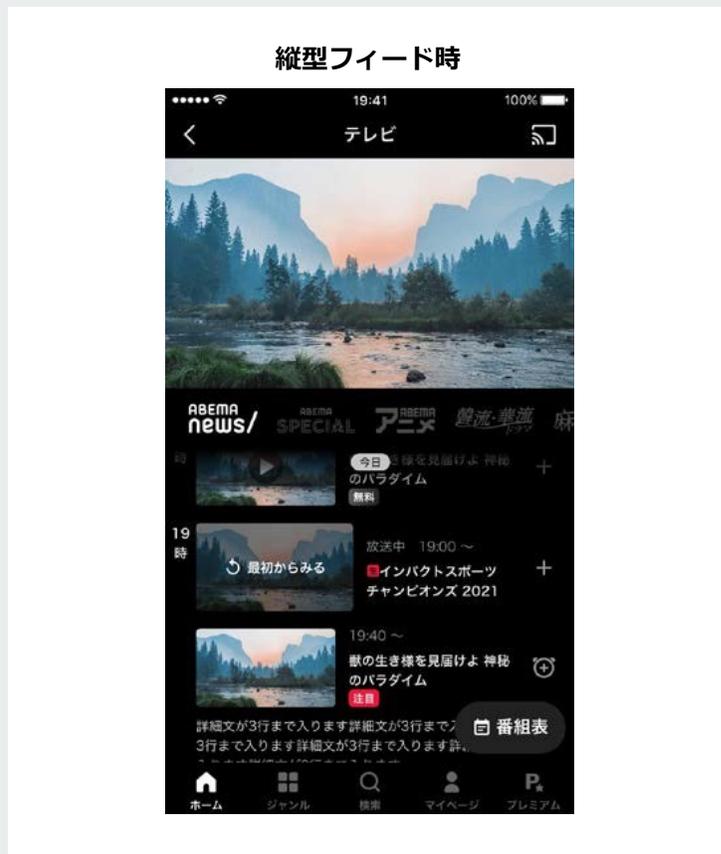
※ 広告の場合はスキップ機能はございません。

※ 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。



※ 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、免責されるものいたします。

- サービスのメンテナンスやサーバーの不具合等々で掲載が中断された場合にも、6時間以内の掲載不具合は補填の対象外とさせていただきます。
- 仕様上問題がない場合でも、ユーザークレーム、ユーザビリティへの配慮の観点から、配信・掲載をお断り、もしくは修正をお願いする場合があります。
- 光点滅による特に子供たちへの健康への配慮から、民放連「アニメーション等の映像手法に関するガイドライン」に準拠してください。
- デバイスによってプレイヤーの仕様が異なるため、動作上の不具合が発見された場合は修正をお願いすることがあります。
- ユーザーアクションにより、広告にコンテンツがかぶさる場合があります。
- 大画面や全画面時は、そのサイズに見合ったサイズにプレイヤー側で拡大して掲載されます。
- フルブラウザなどの携帯端末からの閲覧や、ユーザーのブラウザ設定、ファイアウォール、セキュリティソフト、プラグインソフト、その他の設定や環境によっては、広告が配信できない、または正しく掲載されないなどの可能性があることをご了承ください。
- 通信環境や端末・OS固有の仕様、ユーザーの端末仕様状況によって、広告が配信できない、または正しく表示されない（表示までに時間がかかる）などの可能性がある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 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。

※ 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。

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。

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

