

ABEMA®
TV for the Future

ABEMA Ads

Media Guide

2024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

新しい未来のテレビ

TV for the Future

無料

すべてのひとが楽しめる

生中継

ライブならではの臨場感

同時性

日本のイマを捉え流行をつくる

報道

常に新鮮なニュース

利便性

時間と場所からの解放

ABEMA®

複数デバイス対応・多彩なチャンネルラインナップ



M
M.TOURNAMENT
2023

ABEMA
news/

ABEMA
SPECIAL

ABEMA
SPECIAL2

ドラマ&映画
CHANNEL

韓流・華流
ドラマ

WORLD

アニメ

アニメ
LIVE

なつかし
アニメ80s

なつかし
アニメ90s

アニメ

アニメ
SPECIAL

CM

HIPHOP

格闘

BOXING

犬相撲

SPORTS

BOATRACE

競輪
オートレース

将棋

麻雀

M
M.TOURNAMENT
2023

TOPICS : 多数の賞を受賞

ABEMA 史上最多 アワード13部門受賞



FIFA ワールドカップ カタール 2022 全64試合無料生中継

これまでの「ABEMA」『「FIFA ワールドカップ カタール 2022」 全64試合無料生中継』受賞一覧

- ・「Sensor Tower APAC Awards 2022」—日本のベストエンタメアプリ
- ・「App Ape Award 2022」—ネクストスタンダード賞
- ・「第28回 AMD Award」—大賞・総務大臣賞、優秀賞
- ・「第60回ギャラクシー賞」—フロンティア賞 ※テレビ朝日とともに受賞
- ・「Asia-Pacific Broadcasting+ Awards 2023」— Excellence Award for Sports Broadcasting
- ・「MM総研大賞2023」—話題賞

「ABEMA（アベマ）」は、『「FIFA ワールドカップ カタール 2022」全64試合無料生中継』の取り組みが、「第76回広告電通賞」、「第65回 日本雑誌広告賞」、「2023 63rd ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」、「第72回 日経広告賞」において全6部門を受賞いたしました。

「第76回広告電通賞」

- ・「イノベティブ・アプローチ部門」—B.テクノロジー 金賞
- ・「ブランド・エクスペリエンス部門」—B.プロダクト・サービス 金賞

「第65回 日本雑誌広告賞」

- ・「第四部 メディア複合型広告」—銀賞

「2023 63rd ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」

- ・「ブランデッド・コミュニケーション部門 Cカテゴリー」—ACCブロンズ
- ・「マーケティング・エフェクティブネス部門」—ACCシルバー

「第72回 日経広告賞」

- ・「出版・エンターテインメント部門」—優秀賞

2023年におけるアワード受賞総数は計13部門となり、「ABEMA」の取り組み史上最多の受賞数に。

TOPICS : 「ABEMA Ads SPORTS MARKETING REPORT 2023」リリース

ABEMA Ads SPORTS MARKETING REPORT 2023

ABEMA Ads

「ABEMA」では、スポーツマーケティングに関する調査を実施し、
「ABEMA Ads SPORTS MARKETING REPORT 2023」を発表いたしました。

国内の男女30,000人を対象にスポーツファンのトレンドをはじめ、観戦様式の変化、
スポーツのスポンサー企業における広告効果についてなどを調査。

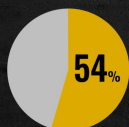
【主要トピックス】

- サッカー・バスケットボールなどの、国際大会で活躍する競技では直近増加傾向にあるが、全体ではファン数は微減傾向
- 動画配信サービスの充実により、観戦機会はオンラインが台頭
- 競技の無料視聴観戦は観戦機会・観戦競技増加のきっかけになっている
- スポンサーは競合対比でより高いエンゲージメントを獲得
- スポーツはブランディングに適したマーケティングチャネルである

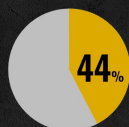
動画配信サービスのスポーツコンテンツ配信による行動/意識変化

Q：インターネット動画配信サービスによるスポーツコンテンツをきっかけに、あなたの行動や気持ちに変化はありましたか

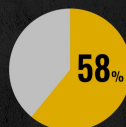
観戦経験が増えた



観戦スポーツ種類が増えた



日々の楽しみが増えた



オンライン観戦経験を通じて、多くのユーザーがアクティベーションされたり、人生が充実していることから、
スポーツコンテンツを配信する動画配信サービスはスポーツ産業・スポーツ観戦者にとってとても重要な存在である

ABEMA | SPORTS MARKETING REPORT 2023

AbemaTV, Inc. All Rights Reserved

動画配信サービスのスポーツ観戦に期待すること

Q：インターネット動画配信サービスのスポーツコンテンツ（スポーツ観戦、スポーツ関連番組）に期待することをすべてお選びください

無料視聴	52%	スポーツ情報の充実	15%
通信の安定性	29%	マルチアングル機能	12%
スポーツ観戦番組の充実	22%	解説の充実	11%
スケジュールのわかりやすさ	21%		

スポーツ関連番組の充実 7%
ダウンロード機能 5%
ハイディング機能 3%
グッズ購入機能 3%
有料機能 3%
ユーザー間コミュニケーション機能 3%
SNSシェア機能 2%

オンライン観戦で半数以上が「無料視聴」を期待する結果となり、
無料で観戦機会を提供していくことで、
より多くのユーザーの観戦経験を生み出していける可能性に繋がる見込み。
また地上波放送とは異なるインターネット特有の問題として
3割近くが「通信の安定性」と回答。

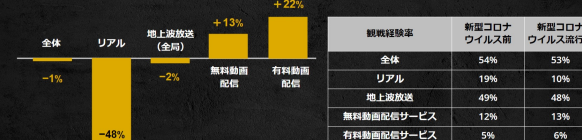
ABEMA | SPORTS MARKETING REPORT 2023

AbemaTV, Inc. All Rights Reserved

スポーツ観戦様式の変化

Q：スポーツ観戦や、スポーツ関連用品・サービスの購入などについて、あなたに当てはまるものをすべてお選びください

新型コロナウイルス流行前後比較での観戦経験の増減



新型コロナウイルス流行前後ではリアル観戦が大きく減少し、地上波離れによる減少傾向もある一方で、
CTV普及や動画配信事業者の充実により、動画配信サービスが新しい観戦様式として広まったことがうかがえる

ABEMA | SPORTS MARKETING REPORT 2023

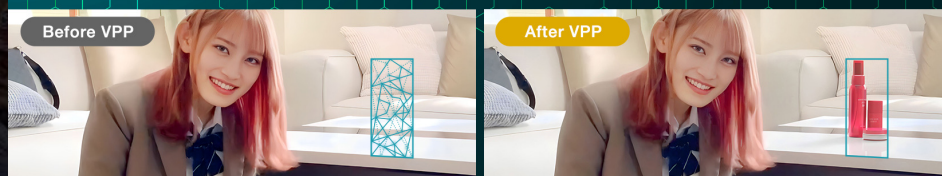
AbemaTV, Inc. All Rights Reserved

TOPICS : バーチャルプロダクトプレイスメントの実証実験を開始

ABEMA Ads

バーチャルプロダクトプレイスメント

AI技術を活用した新広告手法の実証実験を開始



バーチャルプロダクトプレイスメント前

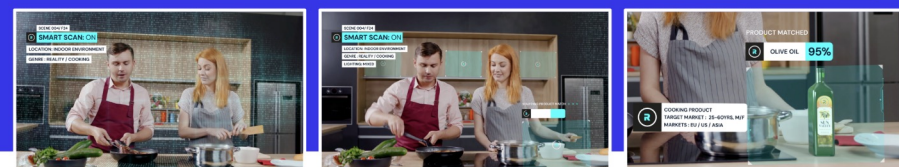
バーチャルプロダクトプレイスメント後

「ABEMA」では、バーチャルプロダクトプレイスメント技術を提供するR y f f社と共同で、「ABEMA」の人気オリジナル恋愛番組『恋する♥週末ホームステイ 2020 冬 Tokyo』および『GIRL or LADY 〜私が最強〜』の配信対象にVPPの実証実験を実施いたしました。

今回の実証実験では、VPP実施番組の視聴者に対するブランドサーベイにおける意識変容や、ブランド商品が実際に配置されたシーンにおける商品へのアテンション効果などを可視化し、VPPがもたらす広告効果の検証を予定しています。

バーチャルプロダクトプレイスメント

「AI・デジタル技術でプロダクトプレイスメントを実現する広告手法」



STEP 1

シーン毎にAIがオブジェクト検出し、シーン情報をデータ化

例：「料理番組/室内/キッチン/2人の男女/料理中」など

STEP 2

データ化された物体/空間情報から広告挿入候補箇所を自動検出

例：背景の棚状、キッチン上の隅など

STEP 3

挿入箇所と商品の適合度を考慮し、3Dデータ化した広告素材を適切な場所にデジタル技術によって合成

例：キッチンのテーブル上にはオリーブオイル（適合度95%）など

Image source : <https://ryff.com>

TOPICS : 国内OTT史上初、スポーツライブ中継に特化した スプリットスクリーン型広告「ABEMA Live Screen Ad」の提供を開始

ABEMA Ads



OTT史上初 スポーツライブ中継 特化型の広告フォーマット

「スプリットスクリーン」の提供を開始

「ABEMA Live Screen Ad」イメージ



※画像はイメージです。
※広告枠の大きさは配信コンテンツによって変動する場合があります。

「ABEMA」では、コネクテッドテレビ（以下、CTV）を通じてスポーツ中継を楽しむ視聴者の増加やCTV広告の市場拡大に合わせ、スポーツライブ放送と相性の高い広告フォーマット「スプリットスクリーン」型の広告商品を開発・提供するに至りました。

「スプリットスクリーン」型広告は、視聴者の満足度・広告効果の向上が期待できる新しい広告体験である可能性があると考え、2023年の以下のスポーツライブ放送を対象に、スプリットスクリーン型広告「ABEMA Live Screen Ad」の正式セールスを開始いたします。

「スプリットスクリーン」型広告「ABEMA Live Screen Ad」実施番組

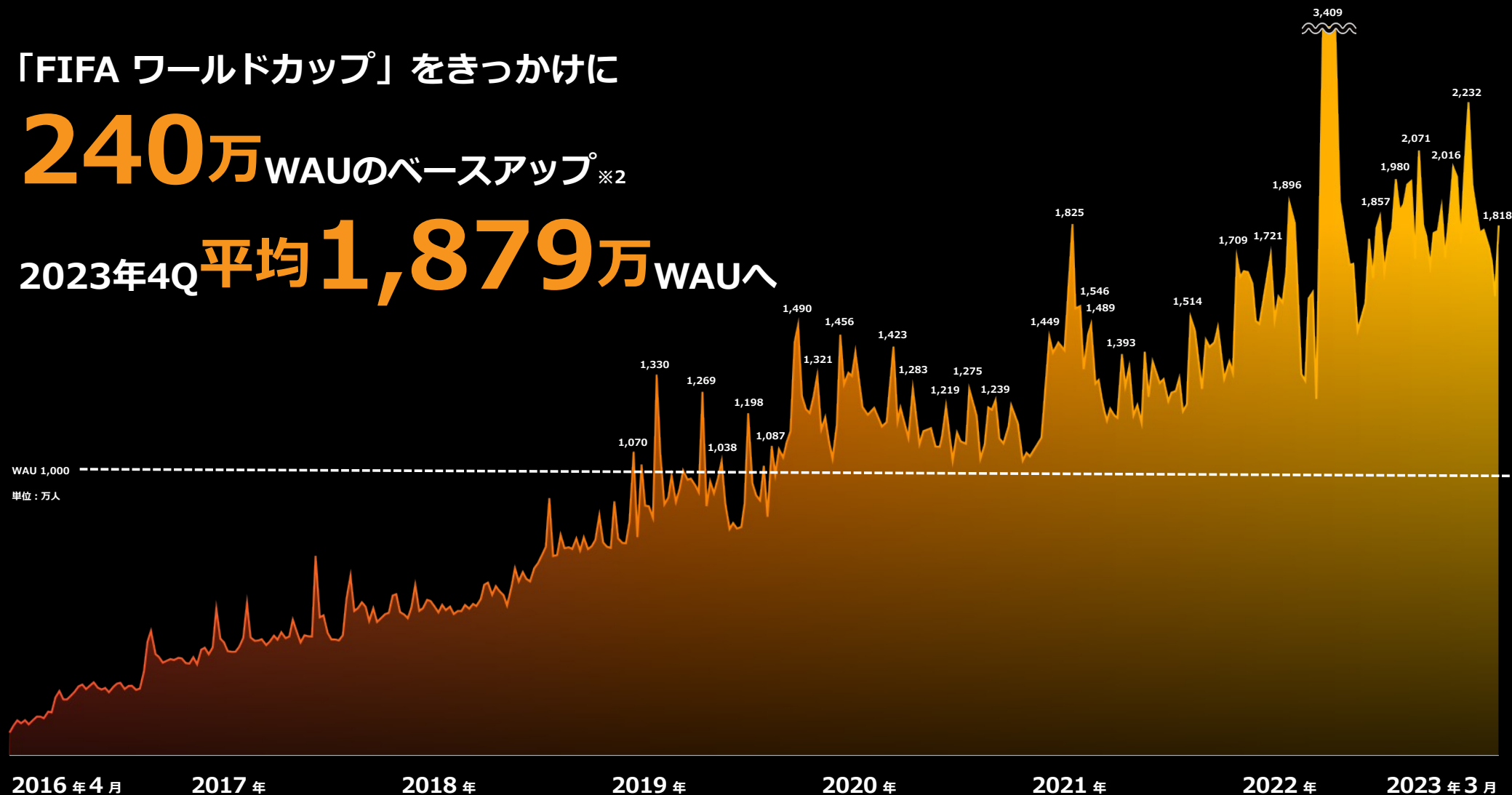
- [野球] メジャーリーグベースボール2023
- [ゴルフ] ABEMAツアー2023

WAU^{※1}の推移

「FIFA ワールドカップ」をきっかけに

240万 WAUのベースアップ^{※2}

2023年4Q **平均1,879万** WAUへ



※1：1週間あたりの利用者数（Weekly Active Users）
 ※2：2022年1月と2023年1月の第1週目の比較

多彩なジャンルの番組で「すべてのひとが楽しめる」新しい未来のテレビに



ジャンル

番組例

スポーツ



プレミアリーグ 2023-2024

世界最高峰のプレミアリーグが遂に開幕。昨シーズン飛躍を遂げた三笥所属のブライトンや今季悲願の優勝を目指す富安所属アーセナルを中心に厳選試合を生中継。昨シーズンクラブ初のプレミア3連覇を成し遂げた王者マンチェスターCの牙城を崩すのは一体どのクラブになるのか？白熱するシーズンを見逃すな！



ブンデスリーガ2023-2024

欧州5大リーグで日本人が最多所属しているドイツブンデスリーガが開幕！欧州5大リーグで最多の11連覇を記録した絶対王者バイエルンの牙城を崩すのは現れるのか？クラブ初のチャンピオンズリーグ出場を目指す堂安律のフライブルクを中心に日本人選手の厳選試合を無料生中継！



大相撲LIVE

誰もが自由にも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！ご期待ください。ABEMAでは大相撲全6場所90日間、完全生中継！ *予定は変更になる可能性がありますご了承ください。

趣味



Mリーグ2023-24

「この熱狂を"もっと"外へ」Mリーグ2023-24の戦いはここからはじまる
今期より新チーム「BEAST Japanext(ビーストジャパネクスト)」を加えた9チーム、新Mリーガー7名の誕生、計36名でのシーズンとなる。2023-24シーズンでは新レギュレーションが適用され、KADOKAWAサクラナイツ、U-NEXT Piratesがチーム体制変更レギュレーション対象となり、セミファイナルステージへ進出しなければ最低1名の入れ替えによってチーム編成を変更しなければならない。賞金5000万円と優勝シャレの栄光を手にするチームはどこだ？！

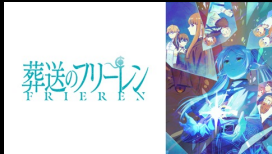
アニメ



©日向夏・イマジカインフォス／「薬屋のひとりごと」製作委員会

薬屋のひとりごと

大陸の中央に位置するとある大国。その国の帝の妃たちが住む後宮に一人の娘がいた。名前は、猫猫(マオマオ)。花街で薬師をやっていたが、現在は後宮で下働き中である。ある日、帝の御子たちが皆短命であることを知る。今現在いる二人の御子もともに病で次第に弱っている話を聞いた猫猫は、興味本位でその原因を調べ始める。呪いなどあるわけがないと言わんばかりに。美形の宦官・壬氏(ジンシ)は、猫猫を帝の寵妃の毒見役にする。人間には興味が無いが、毒と薬の執着は異常、そんな花街育ちの薬師が巻き込まれる噂や事件。壬氏からとどんどん面倒事を押し付けられながらも、仕事をこなしていく猫猫。稀代の毒好き娘が今日も後宮内を駆け回る。



©山田鐘人・アベツカサ／小学館／「葬送のフリーレン」製作委員会

葬送のフリーレン

勇者ヒンメルたちと共に、10年に及ぶ冒険の末に魔王を打ち倒し、世界に平和をもたらした魔法使いフリーレン。千年以上生きるエルフである彼女は、ヒンメルたちと再会の約束をし、独り旅に出る。それから50年後、フリーレンはヒンメルのもとを訪ねるが、50年前と変わらぬ彼女に対し、ヒンメルは古い、人生は残りわずかだった。その後、死を迎えたヒンメルを目の当たりにし、これまで“人を知る”ことをしてこなかった自分を痛感し、それを悔いるフリーレンは、“人を知るため”の旅に出る。その旅路には、さまざまな人との出会い、さまざまな出来事が待っていた。

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？

韓流



©SBS

【日韓同時・独占配信】UNIVERSE TICKET

韓国のオーディション名家&K-POPの中心であるSBSで初めて制作するガールズグループオーディション！グローバルガールズグループを夢見てK-POPの中心地SEOULに集まった世界82人の少女たちが、ユニバースアイコンのキム・セジョン、ユンナ、ヒョヨン、ITZYチェリョン&イエジと共に一つの夢に向かって駆け抜ける！UNIVERSEへのTICKETを手に入れる最終8人の少女は誰になるのか？



©JTBC studios & Jcontentree corp All rights reserved Based upon the original series "Doctor Foster" produced by Drama Republic for the BBC, distributed by BBC Worldwide

夫婦の世界

韓国ケーブル局史上最高視聴率を記録！愛するが故に憎しみが募る、衝撃の話題作！富と名誉を手に入れ、順風満帆な日々を送る女医チ・ソヌ。そんなある日、夫イ・テオのマフラーに1本の長い髪が。実はテオはダギョンと浮気をしていて、ソヌの周りの友人や同僚も周知の事実だった。傷つくソヌの前にダギョンが診察に訪れるが、なんとダギョンはテオの子を妊娠していたのだった…。全てを知ったソヌの壮絶な復讐劇が始まる。

ニュース



ABEMA Prime

キャッチコピーは「みんなでしゃべるとニュースはおもしろい」。これまでの常識や価値観が大きく変わる中、今の時代らしい新しいネット言論に挑戦します。レギュラーメンバーは60人。色んなバックグラウンドをもつ論客たちと多様で新しい議論をお届けします。

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！



声優と夜あそび 2023

毎週月曜から金曜まで人気声優がタッグを組んでMCを担当する、ABEMAオリジナルの帯番組。平日毎日配信の"繋"・外口ケ企画の"ウォーカーズ"、さらに月1回公開生放送の形でお届けする週末のお祭り"WEEKEND"など、続々放送！豪華ゲストやアニメとのコラボなどABEMAでしか見られない素敵な時間をお届けします！

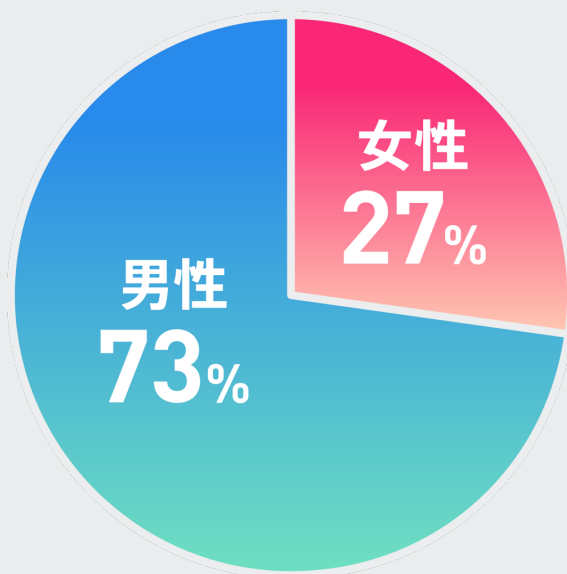
02 — ABEMA Ads

「ABEMA Ads」の特長 ①

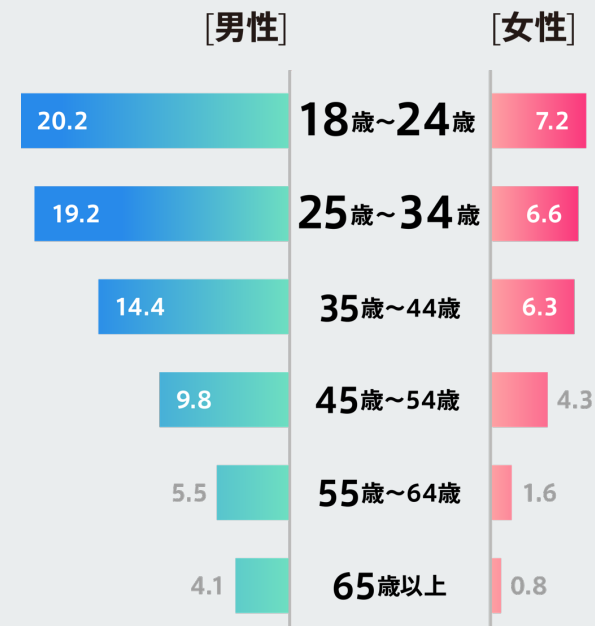
若年層（Teen,MF1層）を中心に、幅広いユーザーにリーチが可能

18－34歳が半数以上を占める

男女比率



年齢比率

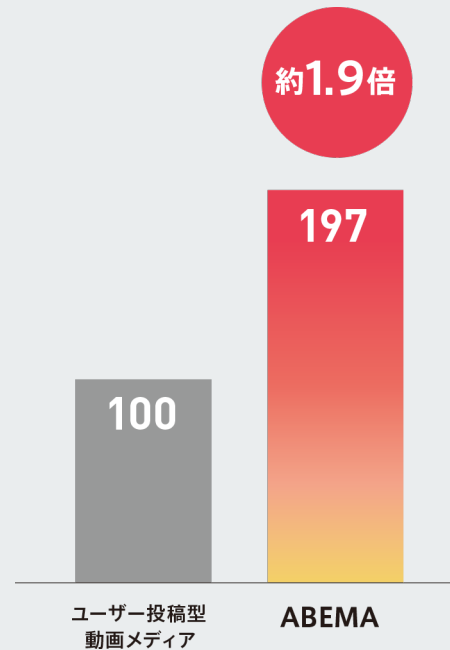


※2023年11月時点の5分以上の利用者の属性(Google Analytics にて計測した数値)

「ABEMA Ads」の特長 ②

ユーザーからの信頼性が高い

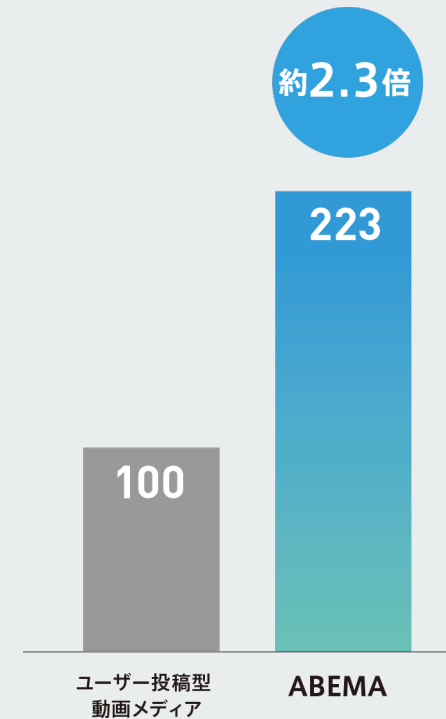
違法性がなく安心して使える



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

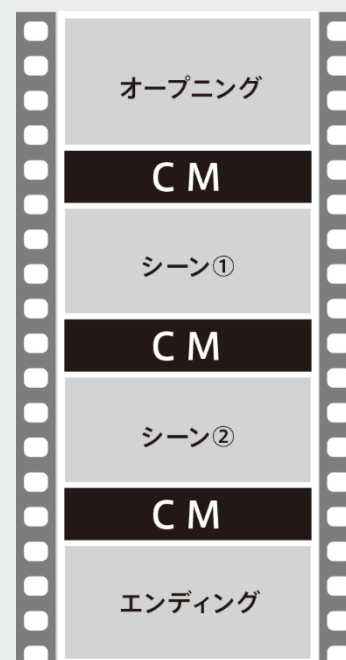
平均視聴完了率



※ 2023年4月実績

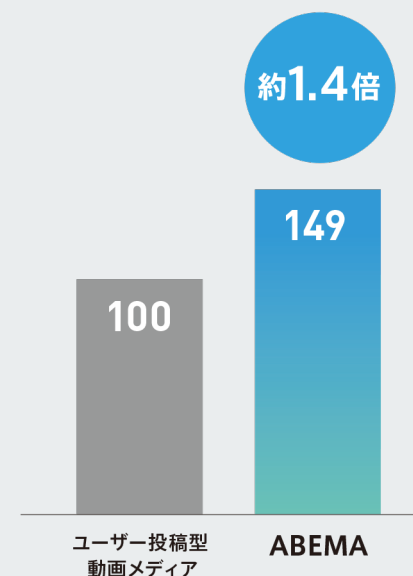
※ あくまでも実績のため、メディアプランの想定とは異なりますのでご了承ください。

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

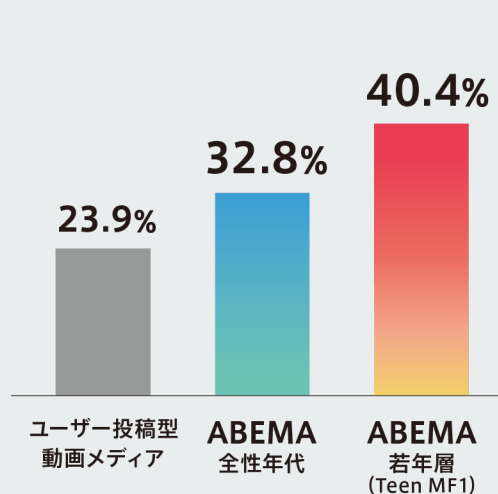
※ ABEMA：「ABEMA」を1ヶ月以内に利用したユーザー (N=545)

※ 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)

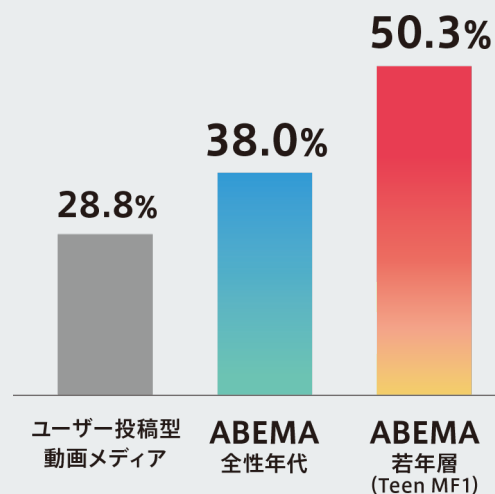
「ABEMA Ads」の特長 ④

広告視聴環境の良さが広告効果の高さに繋がっている

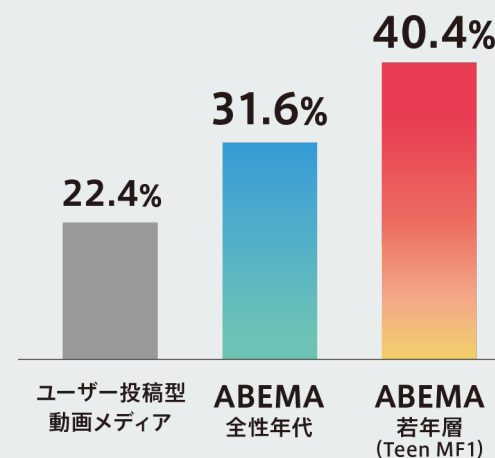
広告に注目しやすい



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

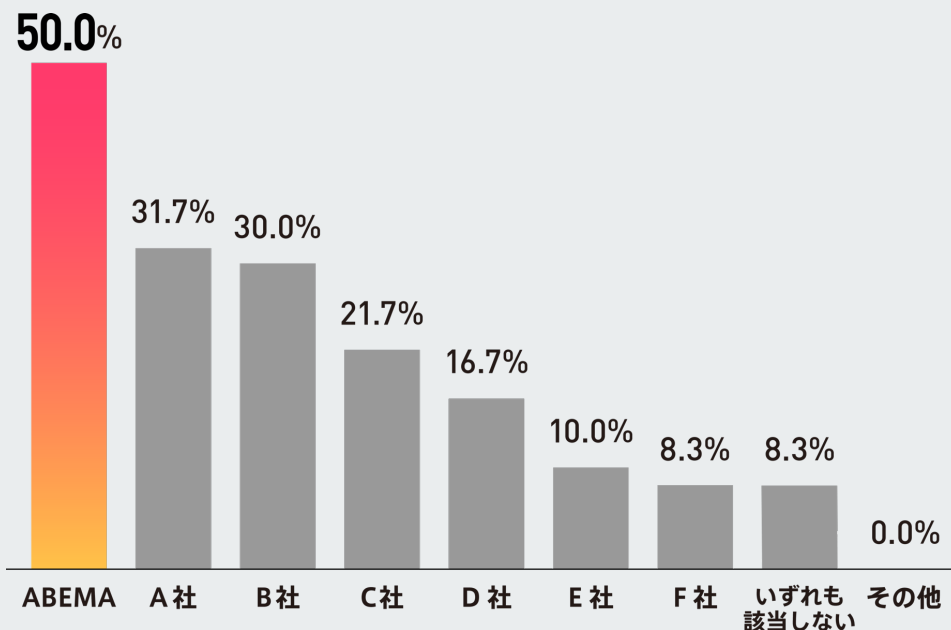


※ ABEMA : 「ABEMA」を1ヶ月以内に利用したユーザー (N=3945)
 ※ ユーザー投稿型動画メディア : ユーザー投稿型動画メディアを1ヶ月以内に利用したユーザー (N=19254)
 (2019年7月26日~2019年7月27日に株式会社マクロミルが実施した調査結果)

「ABEMA Ads」の特長 ⑥

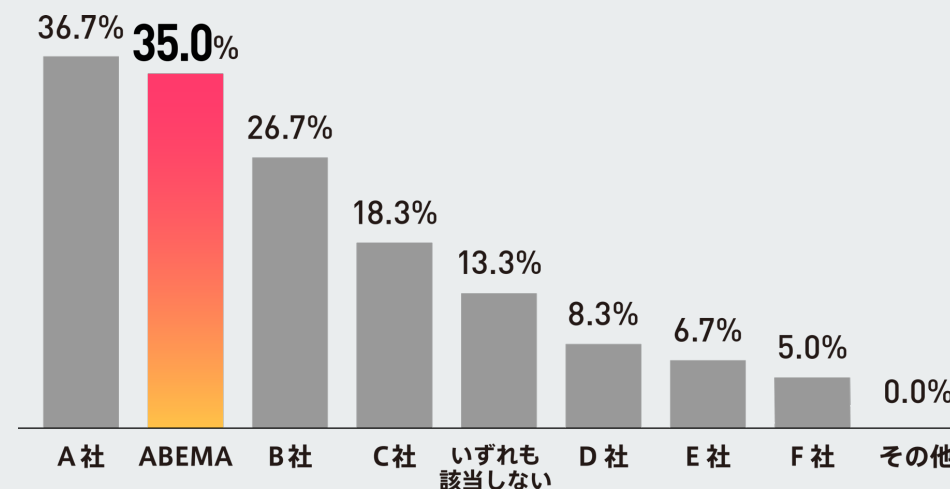
好感が持てる/応援したいと思う、期待されるメディアに

あなたが好感を持っている/応援したいインターネット動画サービスはどれですか？
技術力、操作性、情報の信頼性、キャスティングなどの観点も踏まえてお答えください。



※調査主体：ABEMA
 ※調査方法：LINEリサーチ プラットフォーム利用の調査
 ※調査期間：2023年4月19日（水）～2023年4月22日（土）
 ※調査対象者：地上波テレビ以外のインターネット動画サービスで「FIFAワールドカップ カタール 2022」の試合を視聴したと回答した全国15～69歳男女
 ※有効回答数：n=60
 ※ユーザー投稿型メディア(CGM)は含まれておりません。

あなたの社会生活に必要な不可欠な「情報インフラ」として
今後期待したいインターネット動画サービスはどれですか？
ビッグイベントのライブ視聴先や事件・災害時の情報入手先としての観点も含めて
お答えください。



「ABEMA Ads」商品メニュー

ABEMA Ads

APA (ABEMA Premium Ad)

— 予約型プレミアム商品 —

独自フォーマットやABEMAのコンテンツカ/制作力を
活かした企画商品

ボリュームを担保した
コンテンツ指定配信/オーディエンス優先配信

① ABEMA Original Format

| ABEMA Home Sponsored |

② ABEMA Contents Sponsored

| 企画（番組協賛、1社提供、CM制作）|

ABEMA Instream

| オーディエンスパッケージ |

| プログラムパッケージ |

AAA (ABEMA Advanced Ad)

— 運用型CM配信 —

空き枠を活用した
手軽で安く柔軟なオーディエンス配信

ABEMA Instream

| オーディエンスマッチ |

| プログラムマッチ |

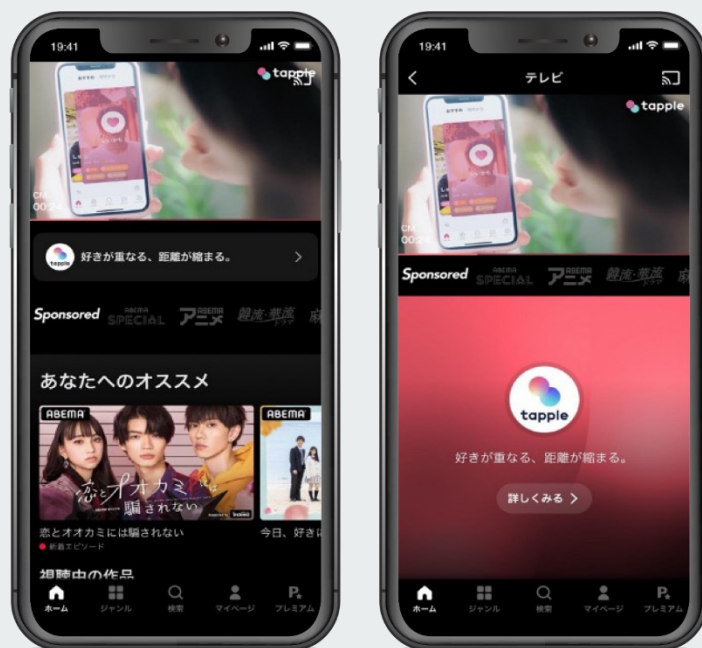
ABEMA Premium Ad – 予約型プレミアム商品 – | ABEMA Original Format

ABEMA 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。

ABEMA Premium Ad – 予約型プレミアム商品 – | ABEMA Original Format

ABEMA 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 + Home Sponsored = 1,000万円/Q以上				
セグメント	ALL		男女20歳以上	
掲載期間	2024年1月1日～2024年3月31日			
	※サービス運用方針変更に伴い、販売日程を制限しております。事前に在庫のご確認をお願いいたします。			
	平日(1日) ※祝日は平日のご料金となります	土日(1日)	平日(1日) ※祝日は平日のご料金となります	土日(1日)
金額	¥ 2,500,000	¥ 3,000,000	¥ 2,000,000	¥ 2,500,000
想定再生数	2,500,000	3,000,000	2,000,000	2,500,000
想定単価	1.0円	1.0円	1.0円	1.0円
想定再生UU数	1,200,000	1,300,000	1,000,000	1,100,000
枠数条件	1,000万円/Qにつき最大2枠までご購入可能です。 ※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。 ※月間の1社最大上限枠数は7枠となります。			
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		※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。	

※再生数、再生UU数は、想定数値となります。再生数が想定に満たなかった場合は、ご希望のCM配信にて追加配信させていただきますので、予めご了承ください。

ABEMA Premium Ad – 予約型プレミアム商品 – | ABEMA Contents Sponsored

ABEMA Contents Sponsored

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

ABEMA 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。

多彩なジャンルの番組



ABEMA Premium Ad – 予約型プレミアム商品 – | ABEMA Contents Sponsored

ABEMA Contents Sponsored

「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



| GOLD |

提供クレジット（前半）



| GOLD | SILVER | BRONZE |



提供クレジット（後半）



| GOLD | SILVER | BRONZE |

ABEMA Premium Ad – 予約型プレミアム商品 – | ABEMA Instream

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



デモグラフィック	性年代	マーケティング区分 (Teen (男女19歳以下), M1, M2, M3, F1, F2, F3) 10代区分 (10代, 20代, 30代, 40代, 50代以上) 6区分 (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65歳以上, Unknown)
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	デバイス	スマートフォン・タブレット テレビ パソコン
	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。

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
視聴開始単価: 配信	[15秒] 3.0円 [30秒] 3.5円 [60秒] 7.0円 [90秒以上] 10.5円
視聴開始単価: 企画	[15秒] 4.0円 [30秒] 5.0円 [60秒] 10.0円 [90秒以上] 15.0円 ※ABEMA Contents Sponsoredで活用する配信は、こちらの単価になります。
尺	15秒 30秒 60秒 90秒 120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	計測タグの詳細については、P.44をご確認ください

ABEMA Premium Ad – 予約型プレミアム商品 – | ABEMA Instream

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

プログラムパッケージ

パッケージ名	内容	配信番組例
『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
	配信単価	[15秒] 7.0円 [30秒] 14.0円
『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
	配信単価	[15秒] 4.0円 [30秒] 8.0円 [60秒] 16.0円 (500～1,500万未満) [15秒] 3.5円 [30秒] 7.0円 [60秒] 14.0円 (1,500万以上)



©日向夏・イマジカインフォス/「薬屋のひとりごと」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。
 ※ 放送日の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 Advanced Ad –運用型CM配信–

空き枠を活用した手軽で安く柔軟なオーディエンス配信です。

ABEMA Instream

| 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（デバイス、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 |

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）

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です。

オーディエンスマッチ

ターゲティング



配信設計と効果計測

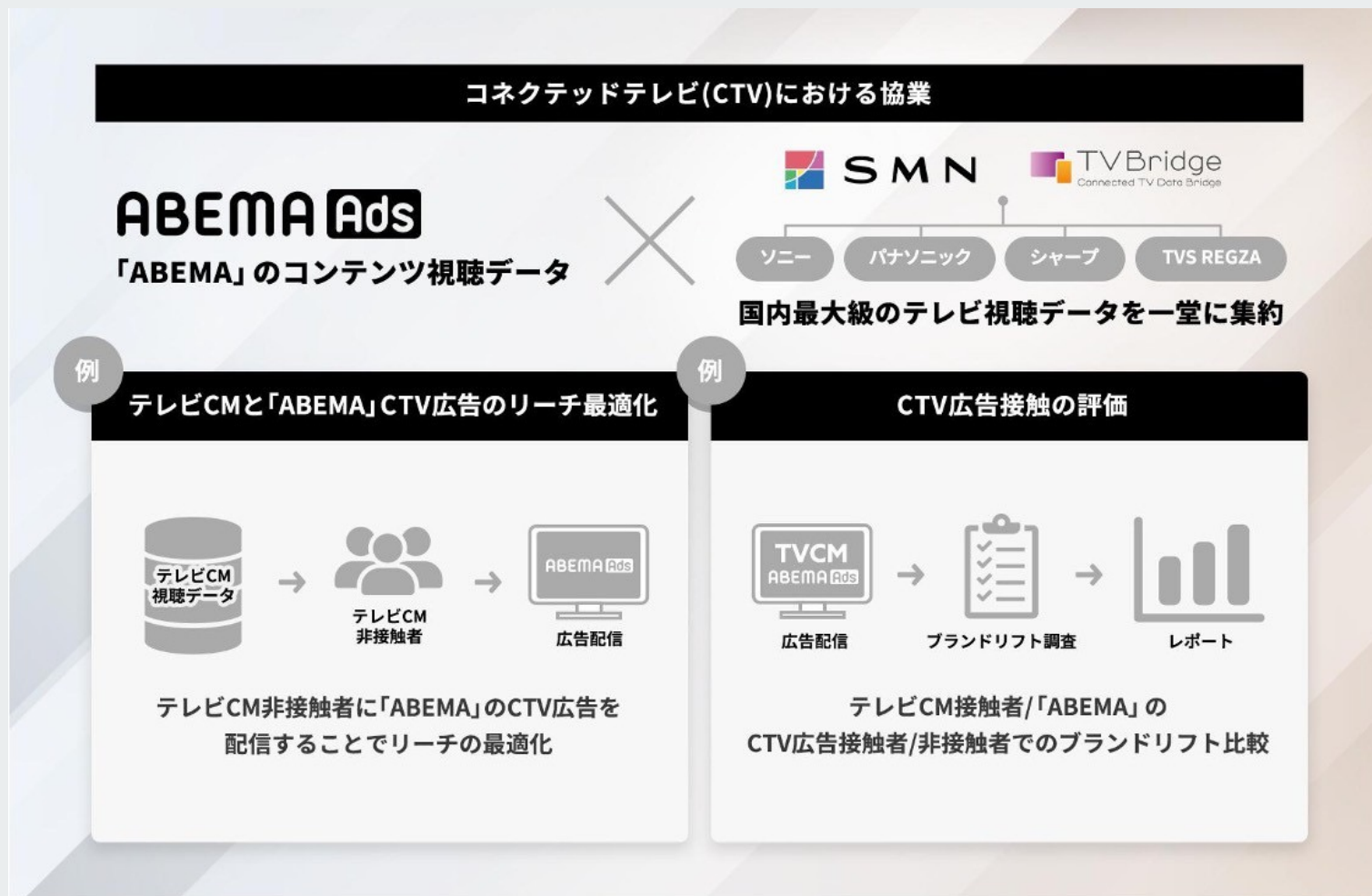


デモグラフィック	性年代	マーケティング区分 (Teen (男女19歳以下), M1, M2, M3, F1, F2, F3) 10歳刻み (10代、20代、30代、40代、50代以上) 6区分 (18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65歳以上, Unknown)
ジオグラフィック	エリア	47都道府県ごとに指定が可能です。 ※海外への配信は対応しておりません。
サイコグラフィック		ジャンル 番組視聴者リターゲティング
テレビ視聴		ローテレ/ハイテレ、テレビCM連動配信
その他		デバイス キャリア OS 時間帯 カスタムオーディエンス (IDFA/AdvertisingIDリタグ/デリタゲ)

金額	特になし ※ABEMAサーベイを実施する場合は200万円以上
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	ダイナミックプライシングとなります。 ※詳細の単価は、お問い合わせください。
尺	6秒 15秒 30秒 60秒 90秒 120秒 150秒 180秒
配信期間	任意 (推奨1ヶ月～)
FQ 制御	可能
計測タグ	計測タグの詳細については、P.44をご確認ください
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下さいませ。 ※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。

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。



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 Advanced Ad –運用型CM配信– | ABEMA Instream

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。

プログラムマッチ		
金額条件	最低出稿金額	特になし※ABEMAサーベイを実施する場合は200万円以上
	配信期間	任意※1か月～推奨
	配信単価	ダイナミックプライシングとなります。 ※詳細の単価は、お問い合わせくださいませ。
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ありません。 ※60秒尺はリニア面のみ配信となります。
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・飲料・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
		チューハイ
		トクホ飲料
	関心	エナジードリンク
		栄養ドリンク
		ダイエット
		健康食品
		食品・食材
		料理
		お酒
		飲食
		グルメ
自動車	利用	フードデリバリー
		自動車
		外車・高級車
日用品	利用	国産車
		車・バイク
		関心
	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)
ショップ	決済	生理用品
		百貨店

カテゴリー	セグメント	
ショップ	ショップ	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
	サービス	ネットショップ
		映画館
旅行・行楽・イベント	決済	レンタカー・ガソリンスタンド・駐車場
		旅行
	関連決済	ゴルフ
		関心
	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
エンタテインメント	関心	温泉
		映画
		音楽
		動画コンテンツ
		アニメ
		マンガ
		読書
		ゲーム
		観劇
		アート

※ 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。

ABEMA Advanced Ad –運用型CM配信– | ABEMA Instream

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。

カテゴリー	セグメント	カテゴリー	セグメント	カテゴリー	セグメント	カテゴリー	セグメント
エンタテインメント	関心	カラオケ	テレビ	書籍	学資保険	保険加入	サッカー
美容・ファッション	関心	化粧品	ファッション	美容	医療保険	介護保険	がん保険
子供	関心	子供の教育	育児	自動車保険	自転車保険	火災保険	地震保険
住まい・暮らし	関連決済	不動産	住まい・住環境	インテリア	園芸・ガーデニング	日曜大工・DIY	家事
ビジネス	関心	ビジネス	ニュース	政治	就職・転職	学資保険	養老保険
デジタル	関心	デジタルデバイス	IT・コンピュータ	VR・XR	カメラ	健康	手芸
金融・保険	関心	金融・マーケット	投資	インターネットバンク	クレジットカード	ポイントサービス	電子マネー
スポーツ観戦	関心	バスケットボール	バレーボール	野球	ラグビー	ゴルフ	格闘技
職業	関心	会社役員・経営者	会社員・公務員（外回りの営業職）	会社員・公務員（販売・店舗スタッフ）	パート・アルバイト	主婦	学生
ライフステージ	関心	未婚	既婚	子供あり	子供なし	子供あり	子供なし
クレジットカード	関心	ゴールドカード以上	dカード GOLD	オリコカード	ダイナースクラブカード	アメリカン・エクスプレス・カード	楽天カード
カードステータス	関心	ゴールドカード以上	その他	一般カード	JCBカード	イオンカード	dカード
カードステータス	関心	ゴールドカード以上	その他	一般カード	PayPayカード	三井住友カード	三井住友カード

※ 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。

価格表

予約型は配信量を保証いたしますが、運用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 Ad 予約型プレミアム商品 (ABEMA Contents Sponsored適用単価)		ABEMA Premium Ad 予約型プレミアム商品 (配信のみの適用単価)		ABEMA Advanced Ad 運用型CM商品	
				金額条件	単価	金額条件	単価	金額条件	単価
ABEMA Home Sponsored ※CM配信と合わせて ¥10,000,000/Q以上での セット販売になります。	デモグラフィック	性年代	ALL(平日)	¥2,500,000	¥1.0	¥2,500,000	¥1.0	-	-
			ALL(土日)	¥3,000,000	¥1.0	¥3,000,000	¥1.0	-	-
			男女20歳以上(平日)	¥2,000,000	¥1.0	¥2,000,000	¥1.0	-	-
			男女20歳以上(土日)	¥2,500,000	¥1.0	¥2,500,000	¥1.0	-	-
オーディエンスパッケージ オーディエンスマッチ	デモグラフィック	性年代	マーケティング区分 (Teen(19歳以下),M1,M2,M3,F1,F2,F3) 10代区分 (10代,20代,30代,40代,50代以上) 6区分 (18-24,25-34,35-44,45-54,55-64,65歳以上, Unknown)	各パッケージに 準じます	[15秒] 4.0円 [30秒] 5.0円 [60秒] 10.0円 [90秒以上] 15.0円	¥5,000,000～	[15秒] 3.0円 [30秒] 3.5円 [60秒] 7.0円 [90秒以上] 10.5円	なし ※ABEMAサーベイ 実施の場合は200万円～	ダイナミックプライシングとなります。 ※詳細の単価は、お問い合わせくださいませ
			47都道府県						
	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	デバイス	スマートフォン・タブレット、テレビ、パソコン						
		キャリア	au、docomo、SoftBank						
		OS	iOS、Android						
		時間帯	1時間単位						
プログラムパッケージ	プログラム	各プログラム	恋愛番組配信PKG	¥5,000,000～	[15秒] 7.0円 [30秒] 14.0円	¥5,000,000～	[15秒] 7.0円 [30秒] 14.0円	-	-
			アニメスペシャル配信PKG	¥5,000,000～¥15,000,000未満	[15秒] 4.0円 [30秒] 8.0円 [60秒] 16.0円	¥5,000,000～¥15,000,000未満	[15秒] 4.0円 [30秒] 8.0円 [60秒] 16.0円	-	-
			アニメスペシャル配信PKG	¥15,000,000～	[15秒] 3.5円 [30秒] 7.0円 [60秒] 14.0円	¥15,000,000～	[15秒] 3.5円 [30秒] 7.0円 [60秒] 14.0円	-	-
オーディエンスマッチ	サイコグラフィック	番組視聴者	番組視聴者リターゲティング	-	-	-	-	なし ※ABEMAサーベイ 実施の場合は200万円～	ダイナミックプライシングとなります。 ※詳細の単価は、お問い合わせくださいませ
	テレビ視聴	テレビ視聴頻度	ローテレ/ハイテレ	-	-	-	-		
		テレビCM連動配信	性年齢/エリア組み合わせまで可	-	-	-	-		
	その他	カスタムオーディエンス	モバイルIDリタグ/デリタゲ	-	-	-	-		
プログラムマッチ	ターゲティング内容は、P31～P32をご参照。			-	-	-	-		

配信期間	1週間以上	任意(1ヶ月推奨)
対応R	15秒 30秒 60秒 90秒 120秒	6秒 15秒 30秒 60秒 90秒 120秒 150秒 180秒
フリークエンシー	×	○

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。

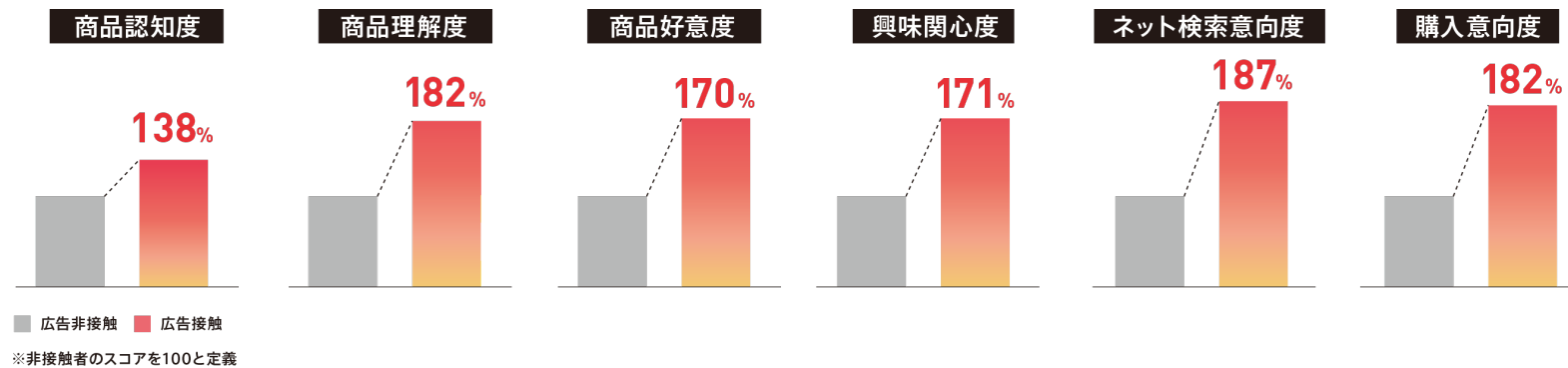
ご提案

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

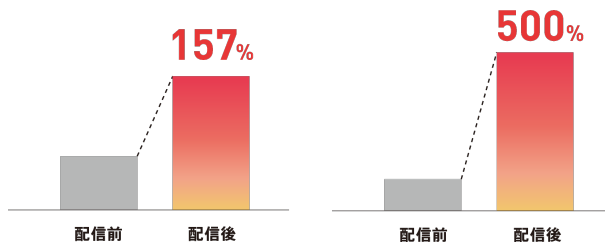
結果

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

広告非接触者 (≒ 一般市況)

広告接触者

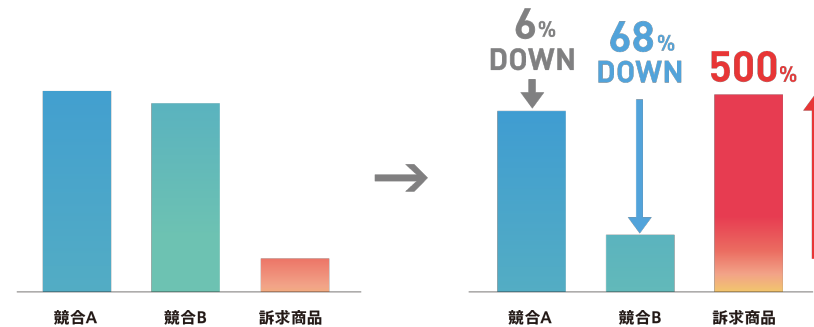


※配信開始前のスコアを100と定義

購入行動

配信前

配信後



※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。

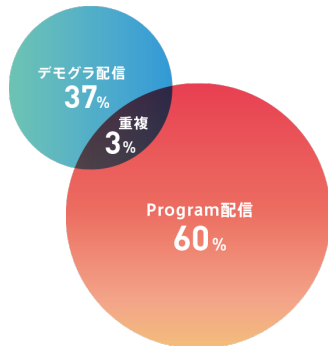
ご提案 Demographic配信（F1）と、プログラムパッケージ（恋愛番組）を同時に実施。

| 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』

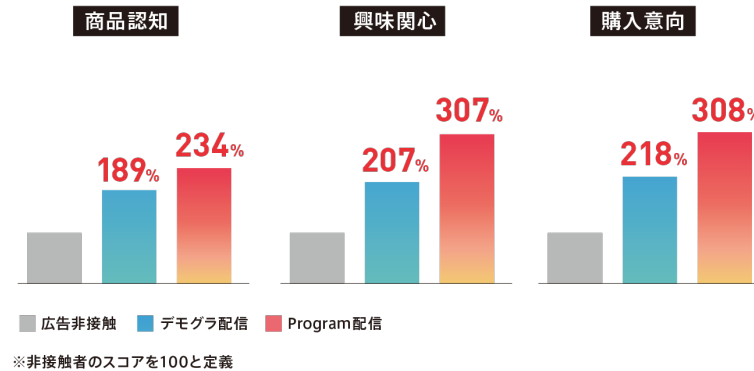
結果

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」

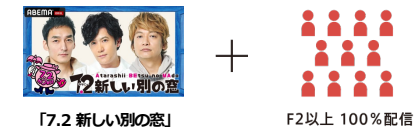


「組み合わせ例」

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。

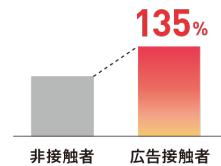


純粹想起



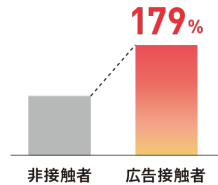
サービスへのイメージ

「全体想起」

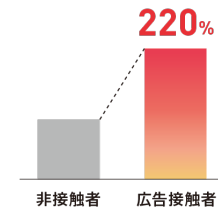


※非接触者のスコアを100と定義

「第一想起」

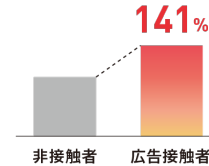


「安心感がある」



※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。

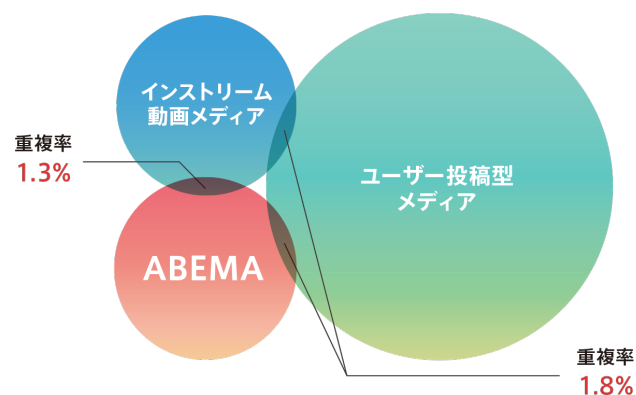
ご提案 DARタグを活用し、主要なデジタル動画メディアでCM配信した際のインクリメンタルリーチを可視化。

| [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

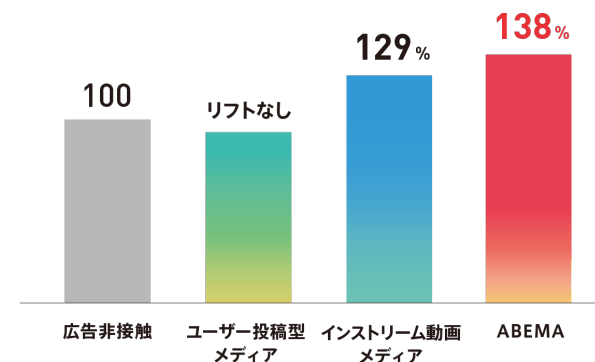
「ABEMA」と他メディアでの重複が少なくリーチを最大化でき、サービスへの加入意向度は「ABEMA」が最も高くリフトアップする結果に。

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

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。

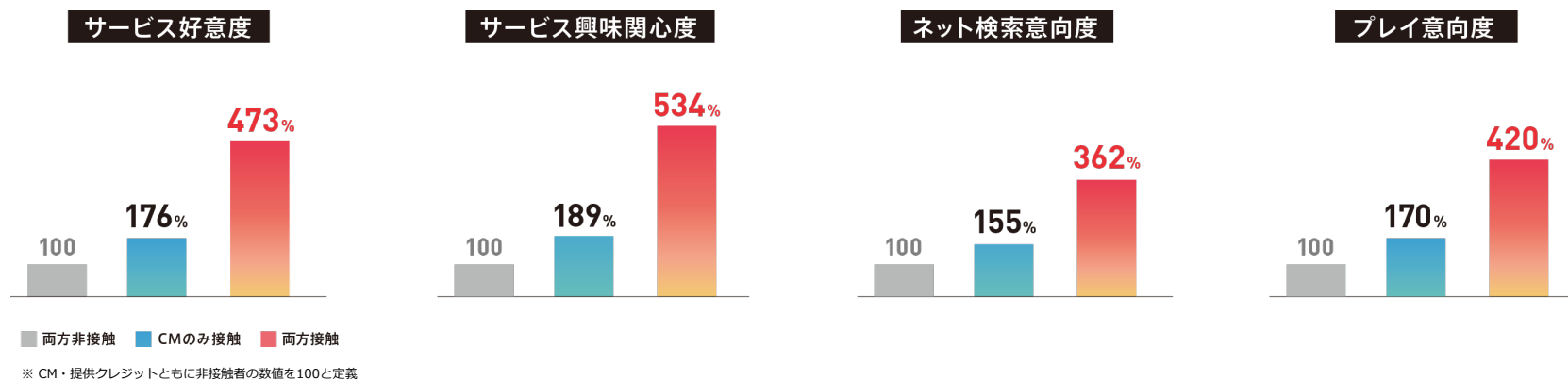
ご提案

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。

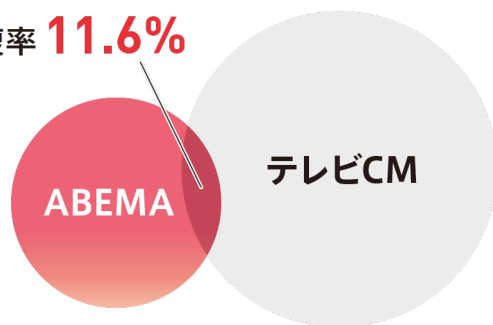
| 配信メニュー | (1) オーディエンスパッケージ(予約型) Demographic 男女22歳以下 (2) プログラムパッケージ 『恋愛番組』

結果

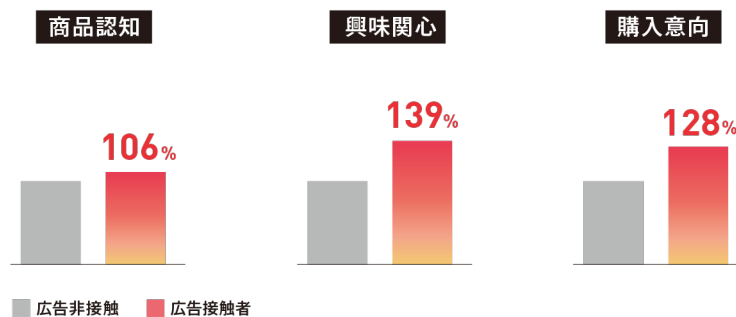
テレビCMとの重複が少なくリーチを最大化でき、
各指標においてもリフトアップする結果となった。

「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

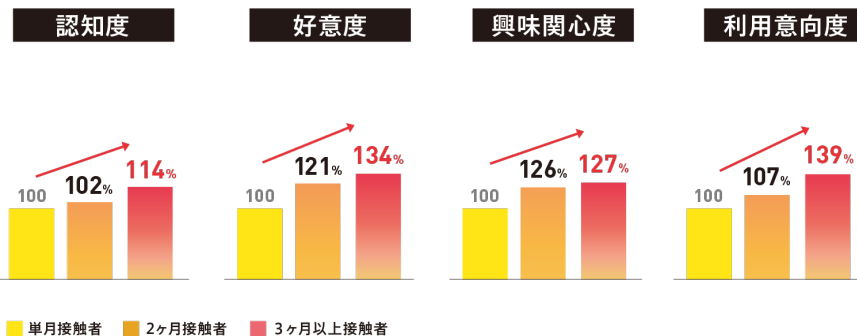
テレビCMの出稿期間に合わせて、リーチ単価の安いALL配信を継続的に実施。

| 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

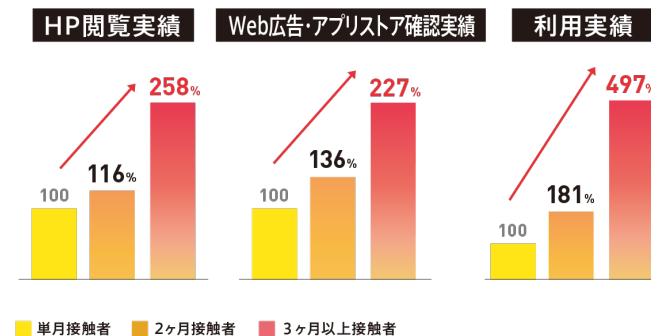
単月での接触より、複数月で接触を重ねた方が大きくリフトアップする結果となった。

「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

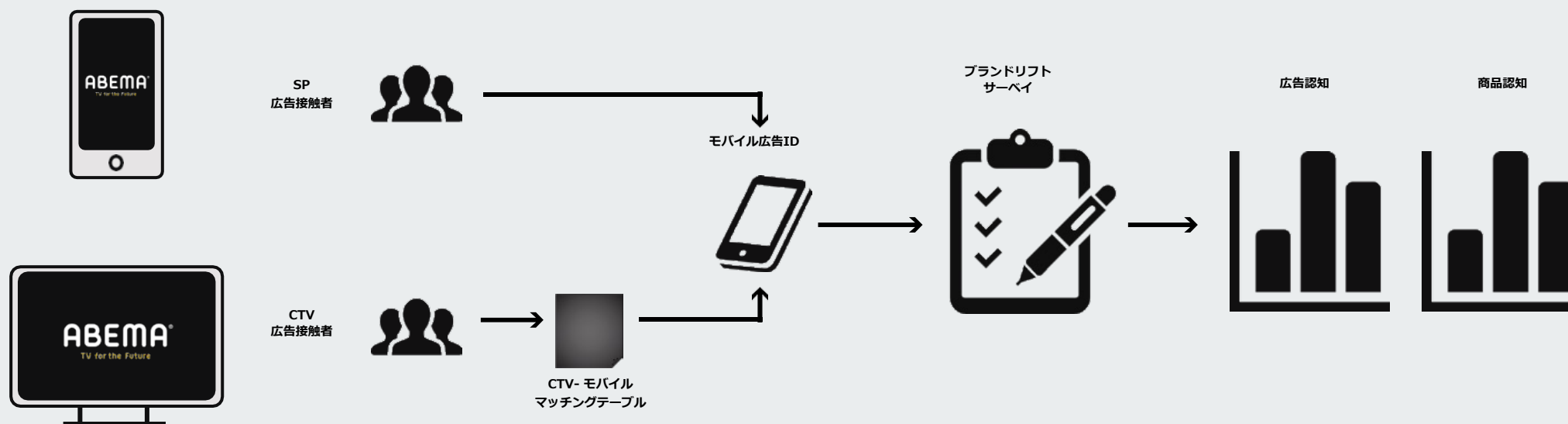
広告効果の可視化を目的に、以下のソリューションを提供・対応しています

主要計測概要	計測サービス名	対応デバイス	面	ABEMA Premium Ad (APA)		ABEMA Advanced Ad(AAA)
				ABEMA Home Sponsored	ABEMA Instream	ABEMA Instream
意識調査 ※無償付帯	ABEMA付帯外部調査 ※外部調査会社との連携	ALL	リニア/ライブ/ビデオ	○	○	× ※有償
	ABEMAブランドサーベイ ※ABEMA独自サーベイ機能	CTV以外	リニア/ライブ/ビデオ	×	○	○ ※定型3問 200万～
意識調査 ※調査タグの受け入れ	マクロミル 楽天インサイト インテージ ビデオリサーチ	※事業者へ要確認	リニア/ライブ/ビデオ		○	○
インプレッショントラッキング	ニールセン(DAR) キャンペーンマネージャー Sizmek MDX	ALL	リニア/ライブ/ビデオ		○	○
ビューアビリティ / アドフラウド	MOAT IntegralAdScience DoubleVerify	SP / PC ※CTVは計測不具合のため ご注意ください	ビデオ		△ ※CTV計測不具合のため注意	△ ※CTV計測不具合のため注意
各種ユーザー分析	電通 STADIA(PeopleDriven含む) 博報堂 XONE(AudienceOne含む)	※事業者へ要確認	リニア/ライブ/ビデオ		○	○
サイト来訪 / ウェブCV	ABEMAタグ	ALL	リニア/ライブ/ビデオ		○	×
アプリインストール	Adjust Appsflyer	CTV / SP	リニア/ライブ/ビデオ		○	○

※上記事業者等で計測を希望される場合、計測可能な環境等の詳細については、必ず申込・入稿前に弊社営業もしくは計測事業者までご確認ください。
※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。
※タグの事前発火等のテストは原則お受けできませんので、予めご了承ください。
※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 Ads | 意識調査（ブランドサーベイ）

調査会社による意識調査（ブランドリフト調査）

**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サーベイを活用した意識調査（ブランドリフト調査）



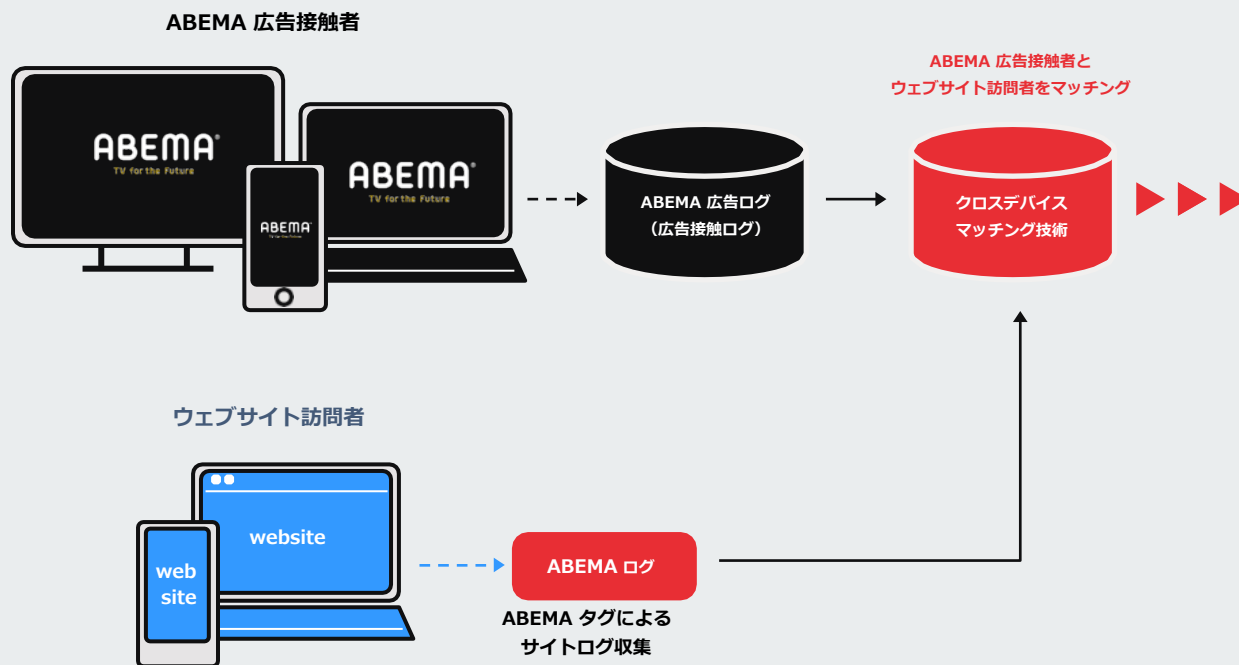
金額	200万円～
スケジュール	調査票確定から5営業日
設問内容	右記記載の定型文より最大3問
調査対象	1詳細100万円以上×最大3つまで
想定サンプル数	1設問300ss x 3設問＝900ss目安 ※1設問、接触/非接触で150ずつ ※想定であり保証はできかねます。
対象デバイス	CTV以外

	設問種別	回答タイプ	タイトル文
認知	広告認知 A	SA	最近ABEMAで[PRODUCT]に関する広告を見た覚えがありますか
	広告認知 B	MA	最近オンラインで動画広告を見た覚えのあるブランドはありますか
	第一想起	SA	[CATEGORY]について考えるとき、最初に思い浮かぶのはどれですか
	ブランド認知 A	SA	CATEGORYの[PRODUCT]を知っていますか
	ブランド認知 B	MA	[CATEGORY]について、聞いたことがあるのはどれですか
興味関心	商品理解 A	SA	CATEGORYの[PRODUCT]について、どの程度知っていますか
	商品理解 B	MA	[CATEGORY]について、よく知っているものはどれですか
	好意度 A	SA	CATEGORYの[PRODUCT]について、どの程度好感をお持ちですか
	好意度 B	MA	[CATEGORY]について、好感が持てるものはどれですか
	興味関心 A	SA	CATEGORYの[PRODUCT]について、どの程度興味をお持ちですか
	興味関心 B	MA	[CATEGORY]について、興味があるものはどれですか
行動	行動意向(利用)	SA	CATEGORYの[PRODUCT]を利用したいですか
	行動意向(購買)	SA	CATEGORYの[PRODUCT]を購入したいですか
	行動意向(体験)	SA	CATEGORYの[PRODUCT]を体験したいですか
	行動意向(検索)	SA	CATEGORYの[PRODUCT]についてウェブ検索したいですか
	推薦度	SA	CATEGORYの[PRODUCT]について友人・知人にどの程度薦めたいですか

[PRODUCT]：訴求商品・サービス名（例：ABEMA）
[CATEGORY]：訴求商品・サービス名が属するカテゴリ（例：動画配信サービス）

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。

サイト来訪 / ウェブCV レポート

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



デバイス別比較



04 — お申し込み・入稿規定

ABEMA Premium Ad（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。



※ 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 Advanced Ad（運用型CM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。

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。

1	2	3
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
視聴開始数	視聴開始数	日別 × 視聴開始数
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 × 視聴完了率
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	デバイス別
フリークエンシー	視聴完了率	
視聴開始リーチ数	(0,25,50,75,100%地点)	
視聴開始リーチ単価		

※ レポートのフォーマットは Excel となります。

※ 「番組ジャンル別」レポートについては、予約型配信のみのご提供となります。

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	※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。 ※競合排除、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あり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。
 ※ 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。

入稿形式

項目	入稿規定
CM 尺	6秒、15 秒、30 秒、60 秒、90 秒、120 秒、150 秒、180 秒
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）

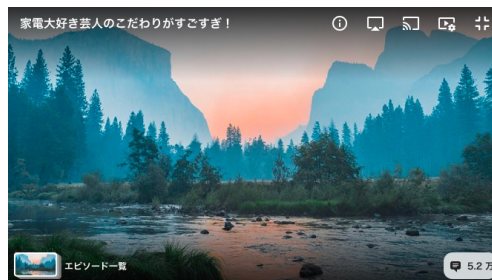
ホーム画面
テレビレビュー

テレビレビューの比率
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)

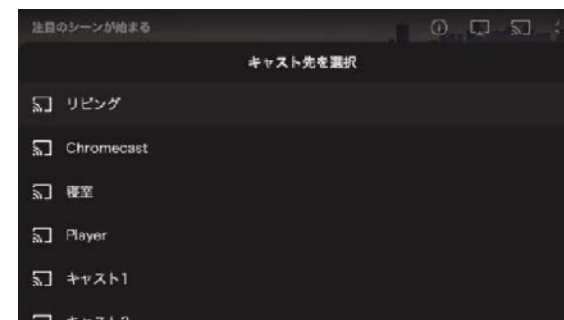
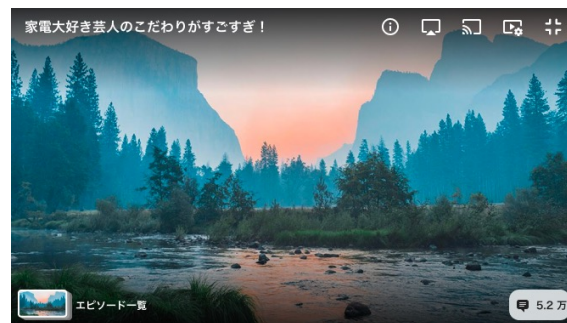
※ Android端末での閲覧の際も同様のOSに依存する仕様があることを予めご了承ください。
※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がありますので予めご了承ください。

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。

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、番組情報が掲載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。

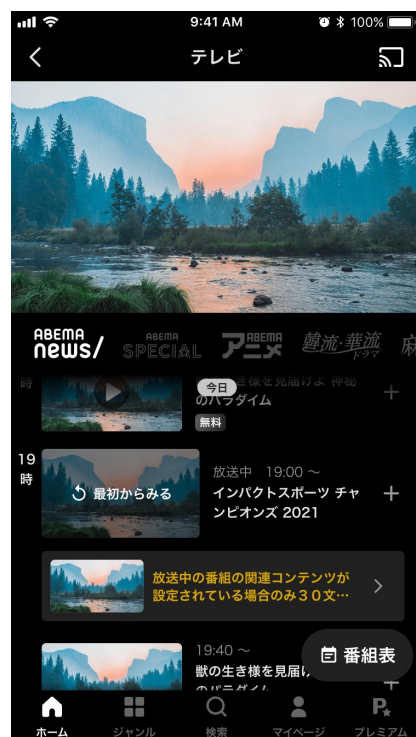
※ Android端末での閲覧の際も同様のOSに依存する仕様があることを予めご了承ください。
※ 画面、画像はあくまでイメージのため変更となる可能性がありますので予めご了承ください。

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。

縦型フィード時



縦型コメント時



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

免責事項

弊社は、サービス提供のために最善を期しますが、

1. システムメンテナンス、保守点検を行う場合
2. 弊社の原因によらない停電、天災などの不可抗力
3. 各通信会社、各プロバイダ会社、各データセンター側の都合
4. その他一時的な中断を必要とした場合

等により本サービスが適正に行われないことがあります。
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もございます。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。

広告について

Q 「ABEMA」の1日の配信は何時から何時ですか？

A 0:00～23:59を1日としております。
最終レポートでも0:00～23:59を1日として提出しております。

Q 業種によって単価や条件は変わりますか？

A 訴求がコンプレックス商材である場合、ジャンル・時間を制限させていただく可能性がございます。
それに応じて配信単価が上がる可能性がございますので、ご了承ください。

Q パッケージに含まれるジャンル全てに配信されますか？

A 編成の状況や尺によっては、記載されている全てのジャンルに配信されるとは限りませんのでご了承ください。
※100%保証の場合は、事前に配信可能なジャンルを確認の上、そこに確実に配信いたします。

素材・入稿について

Q HDCAM等テープ素材を「ABEMA」でデータに変換することは可能でしょうか？

A お手数おかけいたしますが予めご用意いただいたデータをメール添付のうえ、ご入稿いただけますと幸いです。

Q ラウドネス値：-24.0LUFS±1dB（ピーク値は同範囲内）での入稿・配信は可能でしょうか？

A 現状お受けが難しくなっておりますため、原稿規定に沿い（-18.0LUFS±1dB）でのご入稿をお願いいたします。

Q 素材の上限はありますか？

A 1ブランドにつき 4 本までとさせていただきます。

Q 無音の素材を配信できますか？

A 無音のCM素材については、事前に確認が必要です。
また、全くの無音CMは放送できかねる場合がございます。

※ 記載内容は現時点のものとなり、変更となる可能性がございますのでご了承ください。

ABEMA®

株式会社AbemaTV
ビジネスディベロップメント本部

株式会社テレビ朝日
セールスプロモーション局

お問い合わせ

adinfo@abema.tv

掲載可否確認

kahi@abema.tv

〒150-0042

東京都渋谷区宇田川町40番1号 Abema Towers

