UPDATE | 2024.04.19

ABEMA®
TV for the Future

ABEMA Ads Media Guide

2024年4-6月期

本ガイドに掲載されている画像やテキストを無断で転載することを禁じます

©AbemaTV, Inc.

Index

01 — ABEMA

02 — ABEMA Ads

03 — 調査・計測ソリューション

04 — お申し込み・入稿規定

05 — 留意事項・免責事項・Q&A

01 — ABEMA

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



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LIVE
なつかしアニメ80's
なつかしアニメ90's
なつかしアニメ00's
ファミリーアニメ
アニメ SPECIAL
CM
HIP HOP
格闘
BOXING
大相撲
SPORTS
BOATRACE
競輪 WINTICKET オートレース
将棋
麻雀

©AbemaTV, Inc.

TOPICS：週間視聴者数が2,300万を突破 2024年3月の月間視聴数も5億回を記録



新しい未来のテレビ「ABEMA（アベマ）」は、2024年3月18日（月）から2024年3月24日（日）の期間における1週間の視聴者数（WAU：ウィークリーアクティブユーザー）が、2,308万を記録しました。（※）

※「ABEMA」は一部の番組は無料で視聴可能で、月額960円（税込）のプレミアムプラン「ABEMAプレミアム」へのご登録で全ての作品が視聴可能。

「ABEMA」では、メジャーリーグベースボール（以下、「MLB」）2024シリーズの公式戦324試合を無料生中継しています。2024年3月20日（水）に韓国・ソウルで開催されたサンディエゴ・パドレス対ロサンゼルス・ドジャースの「MLB」開幕戦のリアルタイムでの視聴者数は2023シーズンの開幕戦と比べて2.6倍伸長し、2021年から行ってきた「ABEMA」の「MLB」中継史上最多を記録する数値となりました。

テレビデバイスの視聴者数においても、昨年同月比127%の成長を記録いたしました。特に、週間視聴者数全体の伸びを牽引した「MLB」においては、昨シーズンの開幕戦と比べてテレビデバイスでの視聴は約4.6倍に伸長。テレビデバイスにおけるリアルタイムの視聴者数も「ABEMA」MLB中継史上最多となり、ライフスタイルに合わせて様々なデバイスで「ABEMA」におけるスポーツ観戦をお楽しみいただきました。

©AbemaTV, Inc.

TOPICS：より多くのスポーツコンテンツを視聴することができる「ABEMA de DAZN」「ABEMA de WOWSPO(商品名：WOWSPO)」の提供を開始





新しい未来のテレビ「ABEMA（アベマ）」は、スポーツ・チャンネル「DAZN（ダゾーン）」（以下「DAZN」）のスポーツコンテンツが視聴可能となる新プラン「ABEMA de DAZN」、「WOWOW（ワウワウ）」が運営する「WOWSPO（ワウスポ）」が視聴可能になる新プラン「ABEMA de WOWSPO（商品名：WOWSPO）」の提供を開始いたします。
近年、各種競技における海外での日本人選手の目覚ましい活躍などにより、国内外のスポーツコンテンツへの注目が高まりを受けています。

「ABEMA」ではより多くのみなさまにより多様なスポーツコンテンツをいつでもどこでも手軽に楽しんでいただけることを目指し、「DAZN」「WOWOW」と連携した新プランを発表いたします。これにより、「ABEMA」にてより多くのスポーツコンテンツを配信し、「ABEMA」ならではの臨場感と快適さを兼ね備えたスポーツ視聴体験をお楽しみいただけるようになります。

※配信するコンテンツの内容や、配信日時は予告なく変更になる可能性がございます。

©AbemaTV, Inc.

TOPICS：日本をはじめとしたアジアのエンターテインメントを世界へ発信する グローバル向けオンラインライブプラットフォーム「ABEMA Live」を提供開始



新しい未来のテレビ「ABEMA」は、日本をはじめとしたアジアのエンターテインメントを海外からでもお楽しみいただけるグローバル向けの新しいオンラインライブプラットフォームとして「ABEMA Live（アベマライブ）」を提供開始いたします。本プラットフォームの提供開始により、国内では「ABEMA」、海外では「ABEMA Live」にて様々なコンテンツをお楽しみいただけます。

「ABEMA Live」では、「ABEMA」で配信されるアーティストのライブ、イベント、スポーツ興行、ファッションショー、舞台など多彩なペイパービュー（PayPerView）コンテンツを、海外からでも購入（※1）、視聴いただけます。（※2）
2024年1月24日(水)時点では、タイ、フィリピン、韓国の3か国にてサービスを開始し、順次提供エリアの拡大を予定しております。

（※1）決済方法はクレジットカード、PayPal、PromptPay（タイ向けQRコード決済）をご用意しております。今後の提供エリア拡大に併せ決済方法も順次拡大予定です。また、アプリでご購入の場合は別途手数料が生じます。
（※2）日本を含む、提供国以外では視聴チケットの購入はできません。

©AbemaTV, Inc.

TOPICS：今年も「ABEMA」にてMLB2024年シーズン公式戦324試合を生中継決定



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

新しい未来のテレビ「ABEMA（アベマ）」は、大谷翔平選手所属のロサンゼルス・ドジャース戦をはじめ、今シーズンのMLB公式戦324試合を生中継。
厳選試合を毎週無料で生中継いたします。「ABEMA」では、2021年からMLBの生中継をスタートし、メジャーリーグで活躍する日本人選手らが大きな注目を集め、2023年シーズンでは「ABEMA」での総視聴数は2.6億回を越え、視聴者数は2022年シーズンと比べて1.6倍へと増加。
多くのみなさまに「ABEMA」を通してMLBをお楽しみいただきました。
日本人選手含めたメジャーリーグの迫力をぜひ「ABEMA」にてお楽しみください。

©AbemaTV, Inc.

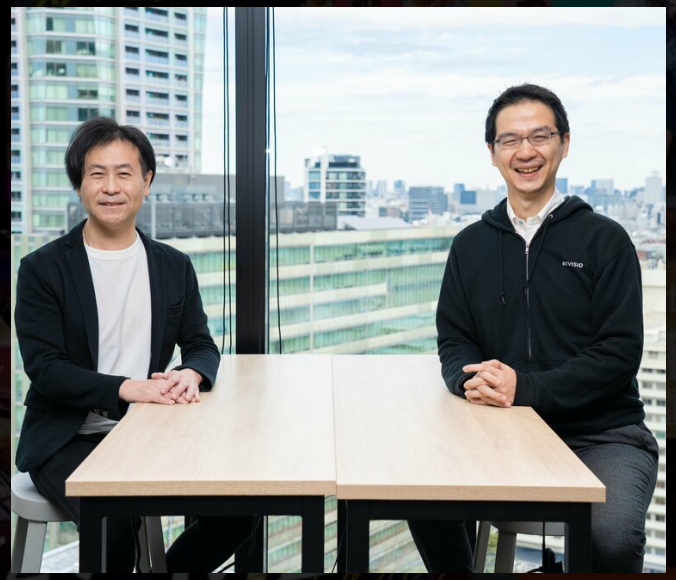
TOPICS：Z世代・ハイティーン向けの情報バラエティ番組『ハイティーン・バイブル』が放送開始



新しい未来のテレビ「ABEMA（アベマ）」は、毎週月曜夜11時より「ABEMA SPECIAL」チャンネルにて、「ABEMA」オリジナル新作のZ世代・ハイティーン向け情報バラエティ番組『ハイティーン・バイブル』を放送しています。(※毎月第一月曜日は放送休止回)
本番組は、「ABEMA」の新作オリジナル作品で、無限に広がる将来の選択肢を前に揺らぐZ世代やハイティーン（17歳～19歳）に寄り添い、未来を明るく照らすどこよりも等身大な情報バラエティ番組です。番組内では、高校卒業から大学生活にかけて、Z世代やハイティーンの日常で巻き起こる等身大の恋愛を描いた連続ショートドラマを毎週放送するほか、今を生きるティーンのリアルな悩みを街中で徹底調査するロケコーナーなどを展開いたします。

©AbemaTV, Inc.

TOPICS：「VISIONS」にて、REVISIO株式会社様との対談記事をリリース

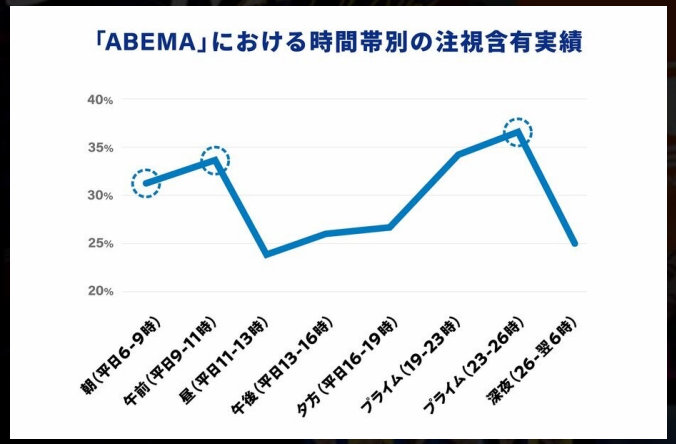


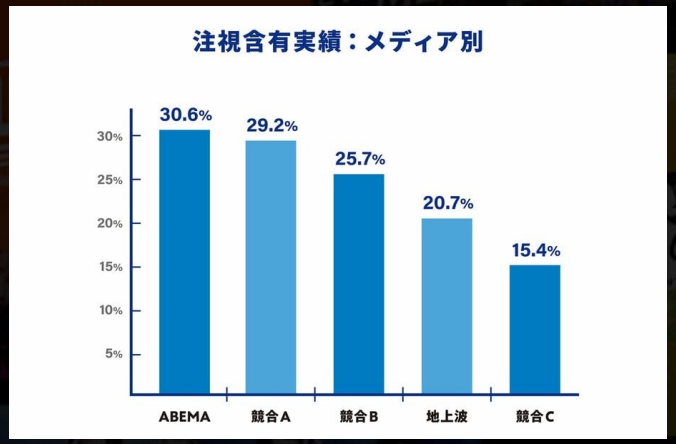
ToB向けオウンドメディア「VISIONS」にて、テレビデバイスの注視データ分析サービスを提供する
REVISIO株式会社様との対談記事をリリースいたしました。
「情報を受け取る側のアテンションを測るテレビマーケティングの新指標『注視データ』とは」と題し、
視聴者がどれだけテレビ画面に注目しているかを可視化する「注視データ」の可能性について語っています。

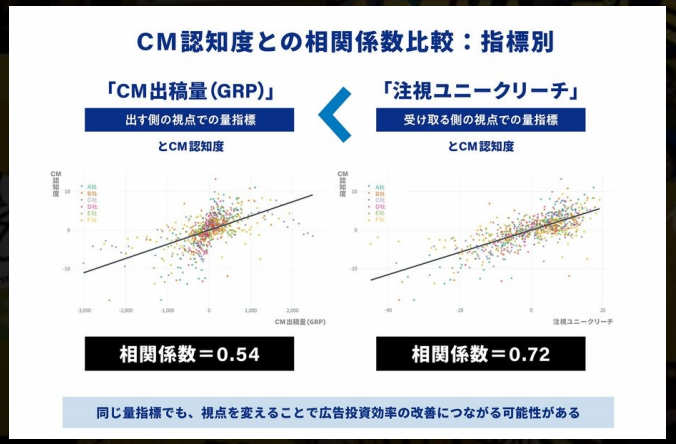
▼「VISIONS」公式サイト
https://times.abema.tv/visions

▼「VISIONS」公式X
https://twitter.com/VISIONS_NEWS

▼「VISIONS」公式Facebook
https://www.facebook.com/people/Visions-News/61551229326806/

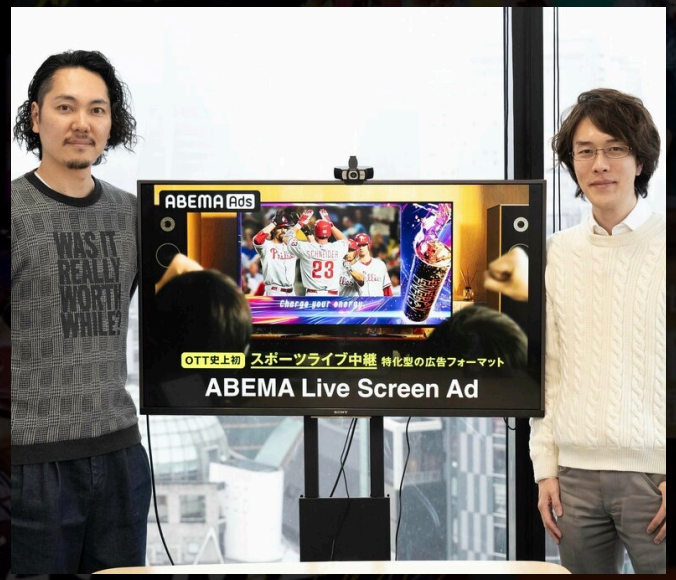






©AbemaTV, Inc.

TOPICS：「VISIONS」にて、NTTデータ株式会社様との対談記事をリリース

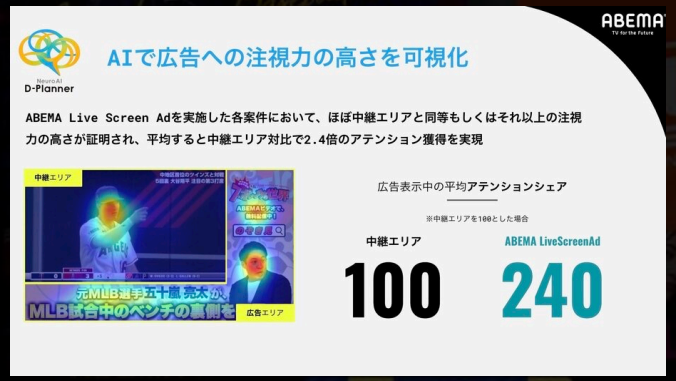


ToB向けオウンドメディア「VISIONS」にて、前後編の2本に渡り、NTTデータ株式会社様との対談記事をリリースいたしました。前編は「スポーツマーケティングにおけるライブ特化型広告とは？AI活用で見えた新たな価値」と題し、ファン人口の減少や視聴環境の移り変わりにより、変化の大きいジャンルである『スポーツコンテンツ』ならではの広告体験や、広告効果検証におけるAI活用のメリットについて、後編は「『脳科学×AI』で切り開く新しいマーケティングの可能性とは」とのテーマで、AI活用の機運が高まっているマーケティングや広告業界において、 AIによって広告クリエイティブは今後どのように変わるのか、 その現在の取り組みと展望について語っています。

▼「VISIONS」公式サイト
https://times.abema.tv/visions

▼「VISIONS」公式X
https://twitter.com/VISIONS_NEWS

▼「VISIONS」公式Facebook
https://www.facebook.com/people/Visions-News/61551229326806/







©AbemaTV, Inc.

TOPICS：多数の賞を受賞



「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」
- 「イノベーティブ・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。

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

©AbemaTV, Inc.

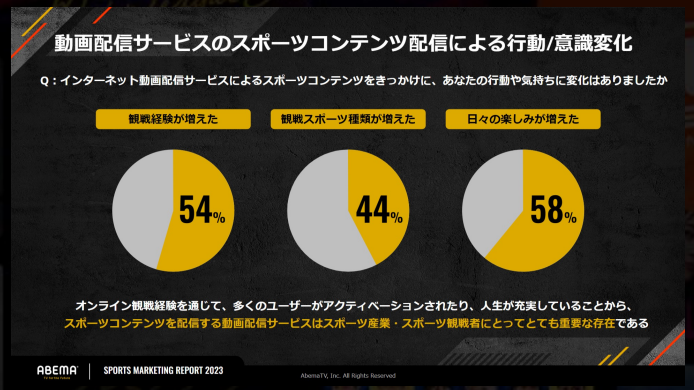
TOPICS：「ABEMA Ads SPORTS MARKETING REPORT 2023」リリース

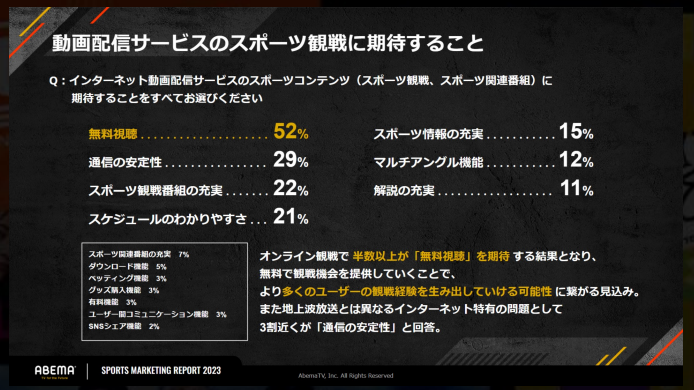


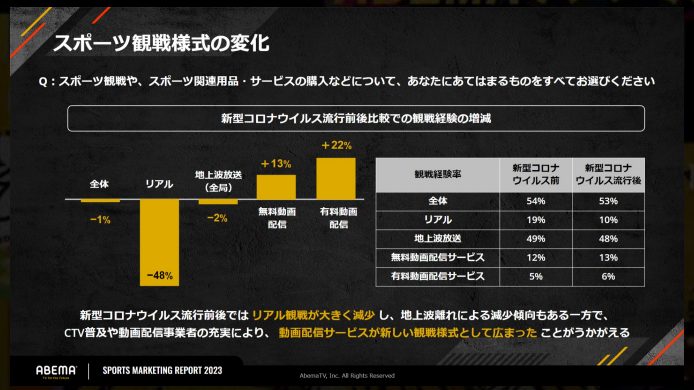
「ABEMA」では、スポーツマーケティングに関する調査を実施し、
「ABEMA Ads SPORTS MARKETING REPORT 2023」を発表いたしました。

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







©AbemaTV, Inc.

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」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Ryfff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。

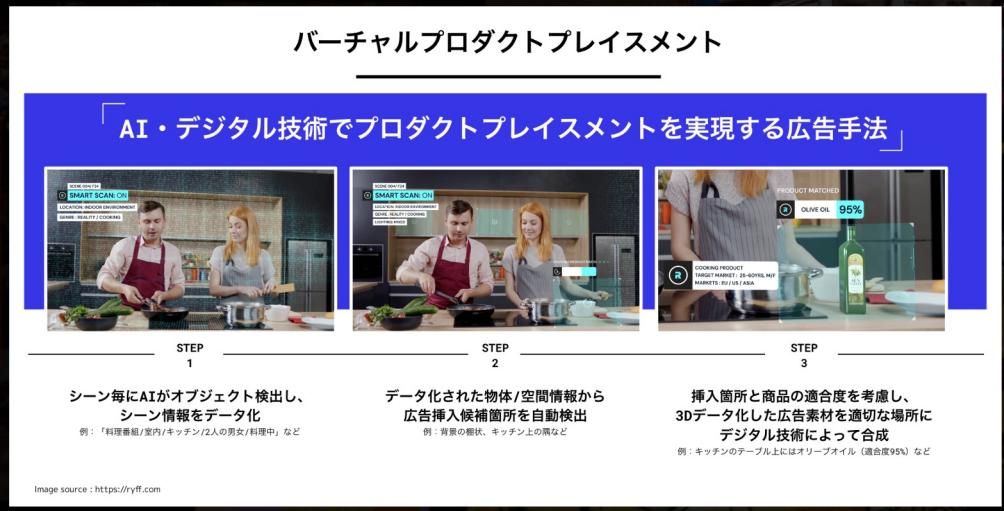
今回の実証実験では、VPP実施番組の視聴者に対するブランドサーベイにおける意識変容や、ブランド商品が実際に配置されたシーンにおける商品へのアテンション効果などを可視化し、VPPがもたらす広告効果の検証を予定しています。



バーチャルプロダクトプレイスメント前

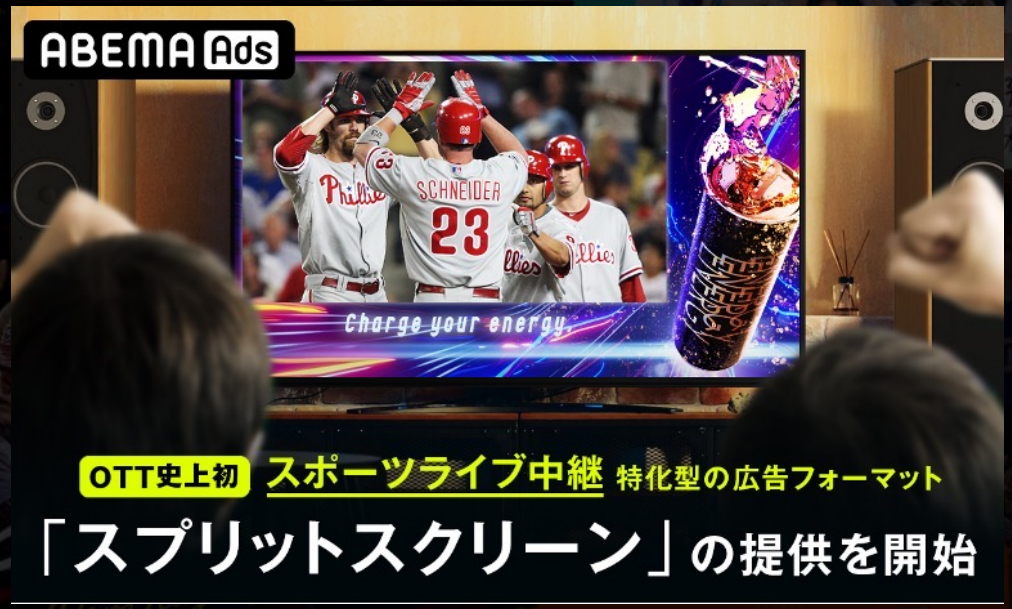


バーチャルプロダクトプレイスメント後



©AbemaTV, Inc.

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」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。

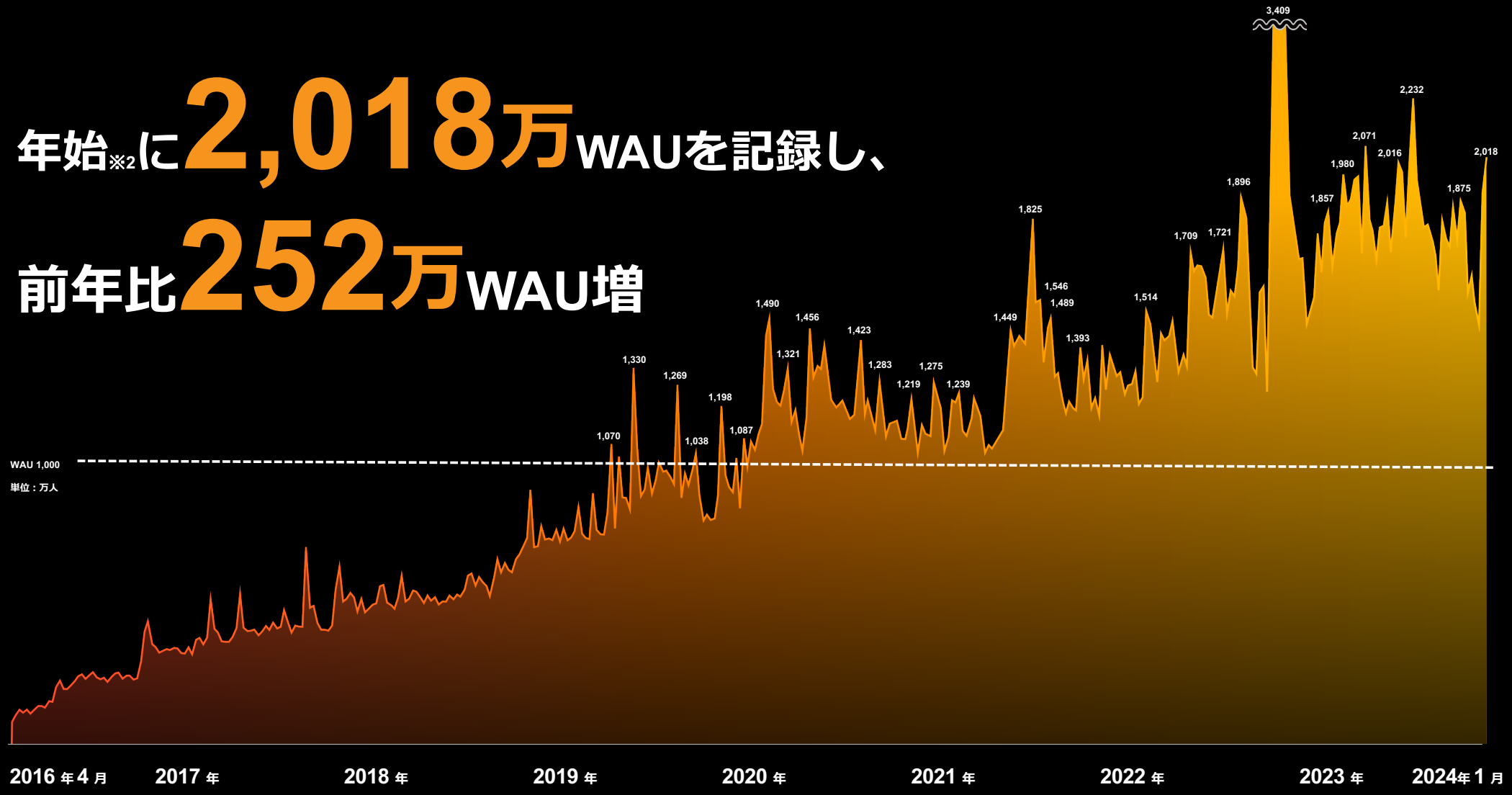
「スプリットスクリーン」型広告「ABEMA Live Screen Ad」実施番組
- [野球]　メジャーリーグベースボール2023
- [ゴルフ]　ABEMAツアー2023

©AbemaTV, Inc.

WAU※1の推移

年始※2に2,018万WAUを記録し、

前年比252万WAU増



※1：1週間あたりの利用者数（Weekly Active Users）
※2：年始：2024年1月の第1週目のWAUを比較

©AbemaTV, Inc.

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















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

©AbemaTV, Inc.

ジャンル	番組例	
スポーツ		**メジャーリーグベースボール2024** ABEMAでMLB公式戦324試合生中継!ドジャース戦をはじめ、パドレス戦や今永昇太、鈴木誠也が所属するカブス戦、 千賀滉大、藤浪晋太郎所属のメッツ戦、また昨年に引き続きロサンゼルス・エンゼルス戦などを含む様々な注目試合をお届け。日本人選手の活躍、迫力あるプレーの数々など、アベマでMLBを楽しもう! ©Major League Baseball trademarks and copyrights are used with permission of Major League Baseball. Visit MLB.com
		**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笘所属のブライトンをはじめ 今季悲願の優勝を目指す冨安所属アーセナルや遠藤所属リヴァプー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!
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5000万円と優勝シャーレの栄光を手にするチームはどこだ?!
アニメ	  ©吾峠呼世晴／集英社・アニプレックス・ufotable	**テレビアニメ「鬼滅の刃」柱稽古編** 鬼殺隊最強の剣士《柱》と鬼殺隊士たち。来たる鬼舞辻無惨との決戦に向け、《柱稽古》開幕。 それぞれの想いを胸に、炭治郎と柱たちの新たなる物語が幕を開ける。
	 ©にいさとる・講談社／WIND BREAKER Project	**WIND BREAKER** 人を傷つける者、物を壊す者、悪意を持ち込む者 何人も例外なくボウフウリンが粛清する――！ 偏差値は最底辺、ケンカは最強。超不良校として名高い、風鈴（ふうりん）高校。 その「てっぺん」を獲るため、街の"外"からやってきた高校1年生・桜遥。 しかし、現在の風鈴高校は"防風鈴"（ボウフウリン）と名付けられ街を守る集団となっていて――！？ 不良高校生・桜の英雄伝説、ここに開幕！

©AbemaTV, Inc.

ジャンル	番組例	
恋愛番組		**今日、好きになりました。** “恋の修学旅行”をテーマに現役高校生たちを追った恋愛番組。数日間の限られた時間の旅の中で巻き起こる、現役高校生たちのリアルで等身大な本気の“恋”と“青春”を追いかけます。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？
バラエティ		**声優と夜あそび 2024** 毎週月曜から土曜、そして平日毎日配信の"繋"と、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。 豪華ゲストやアニメ作品とのコラボなどABEMAでしか見られない素敵な時間をお届けします！
		**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！
韓流	 ©CJ ENM Co., Ltd. All Rights Reserved	**I-LAND2 : N/a** 大好評、大人気のアイドル・サバイバルシリーズである「I-LAND」の第2弾！BLACKPINKのプロデューサーであるTeddyがこのプログラムでデビューする新たなK-POPグループをプロデュース。 予測不可能な多様性「N」、無限の可能性を持つ「a」 自ら限界と恐怖を乗り越え、新しい私に出会う場所[I-LAND2 : N/α] Mnet×THEBLACKLABEL 2024年、これまでになかったコラボレーションで待望のアイコニック・ガールズグループが誕生する。
	 ©WHYNOT MEDIA Co., Ltd.	**バズハート** 指一本で誰でもバズらせることができるインフルエンサーであり、韓国芸能芸術高校の実権を握るムン・イェジ(ウヨン(woo!ah!))。そんな彼女が思いどおりにならないことが、ただ一つだけある。10年来の幼なじみであるチャ・スビン(チョン・ゴヌ)の心を手に入れることだ。人気で権力を得る激しい世界で、 夢と恋のために孤軍奮闘する高校生たちを描く。
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」。これまでの当たり前や価値観が変わる中、 今の時代らしいネット言論に挑戦します。レギュラーメンバーは総勢70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。

©AbemaTV, Inc.

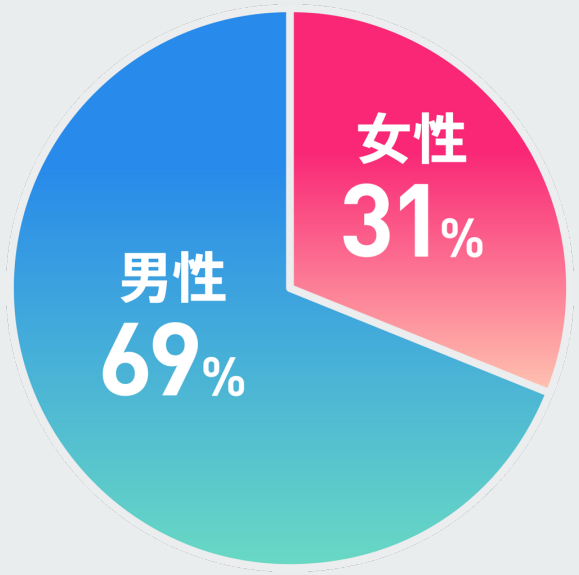
02 — ABEMA Ads

「ABEMA Ads」の特長 ❶

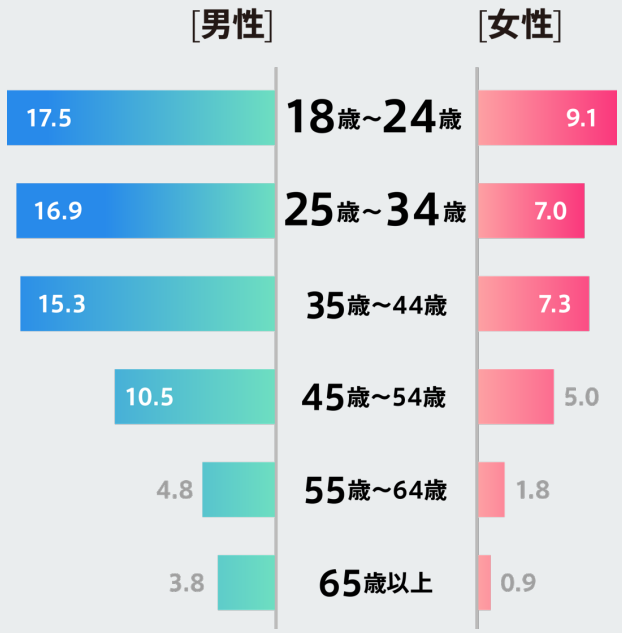
若年層（Teen,MF1層）を中心に、幅広いユーザーにリーチが可能

18－34歳が半数以上を占める

男女比率



年齢比率



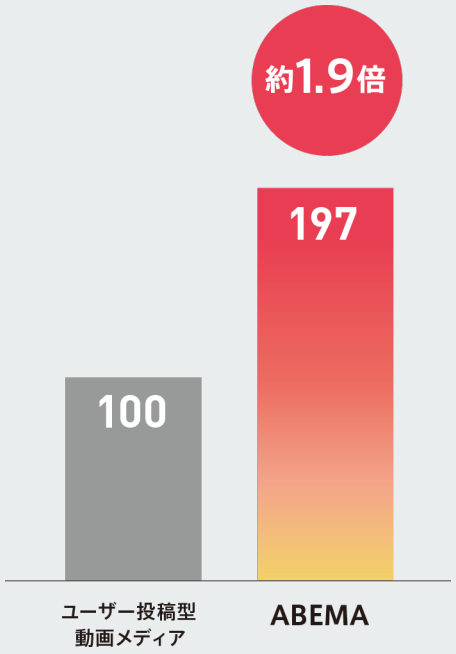
※2024年1月時点の5分以上の利用者の属性(Google Analytics にて計測した数値)

©AbemaTV, Inc.

「ABEMA Ads」の特長 ❷

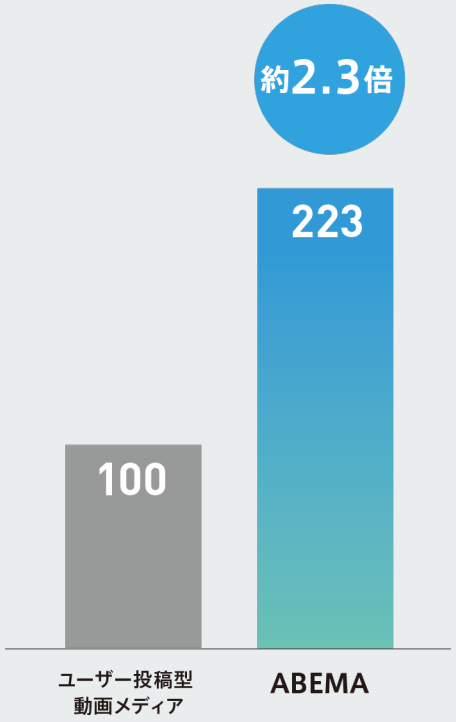
ユーザーからの信頼性が高い

違法性がなく安心して使える



設問「違法性がなく安心して使える」
※ユーザー投稿型動画メディアを100とした場合

広告の内容が信頼できる



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

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

©AbemaTV, Inc.

「ABEMA Ads」の特長 ❸

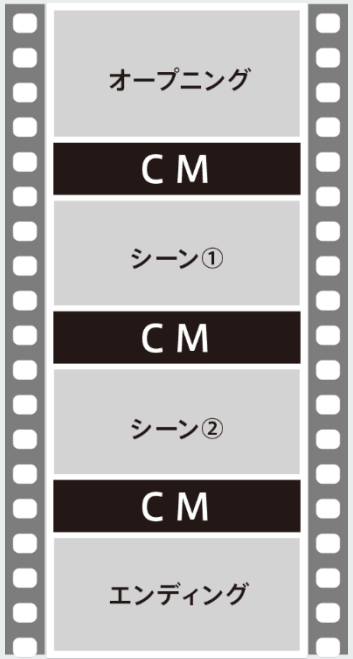
広告配信の最適化により高い視聴完了率を誇る

平均視聴完了率

15秒	94%
30秒	93%
60秒以上	91%

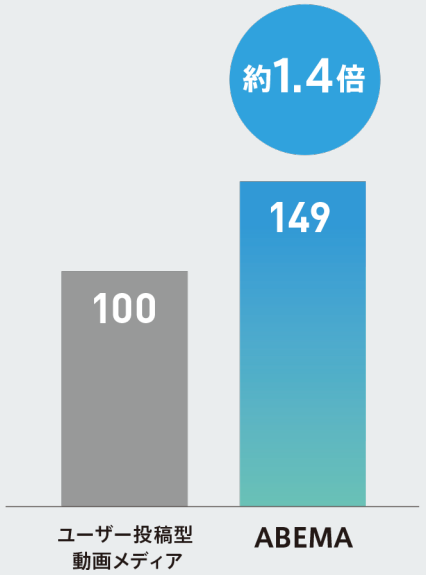
※ 2023年4月実績
※ あくまでも実績のため、メディアプランの想定とは異なりますのでご了承ください。

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

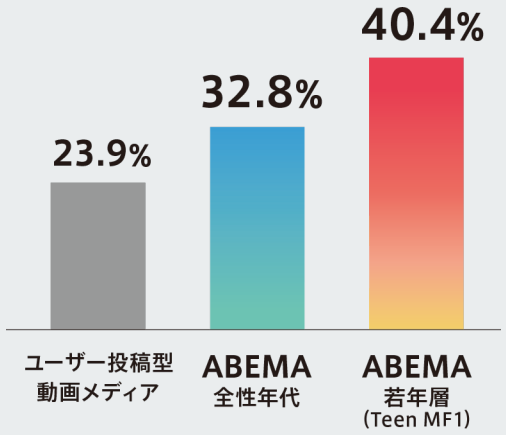
※ ABEMA：「ABEMA」を1ヶ月以内に利用したユーザー（N=545）
※ ユーザー投稿型動画メディア：ユーザー投稿型動画メディアを1ヶ月以内に利用したユーザー（N=3,438）
（2021年2月8日～2021年2月11日に株式会社マクロミルが実施した調査結果）

©AbemaTV, Inc.

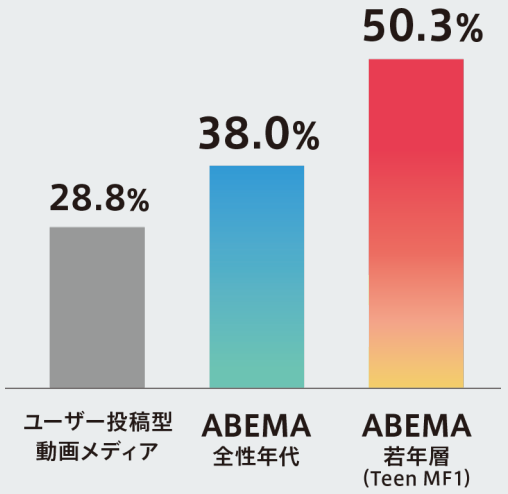
「ABEMA Ads」の特長 ❹

広告視聴環境の良さが広告効果の高さに繋がっている

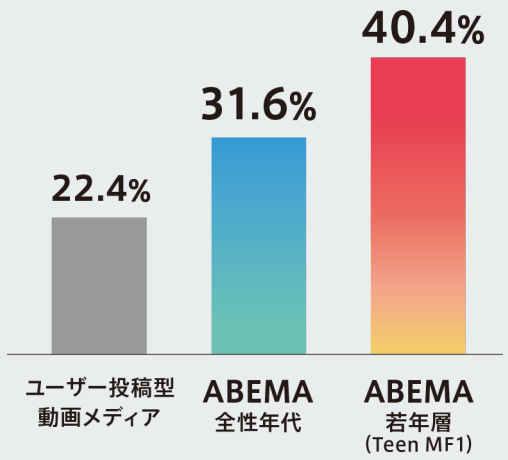
広告に注目しやすい



商品やサービスのイメージがつきやすい



商品やサービスに興味関心が湧きやすい



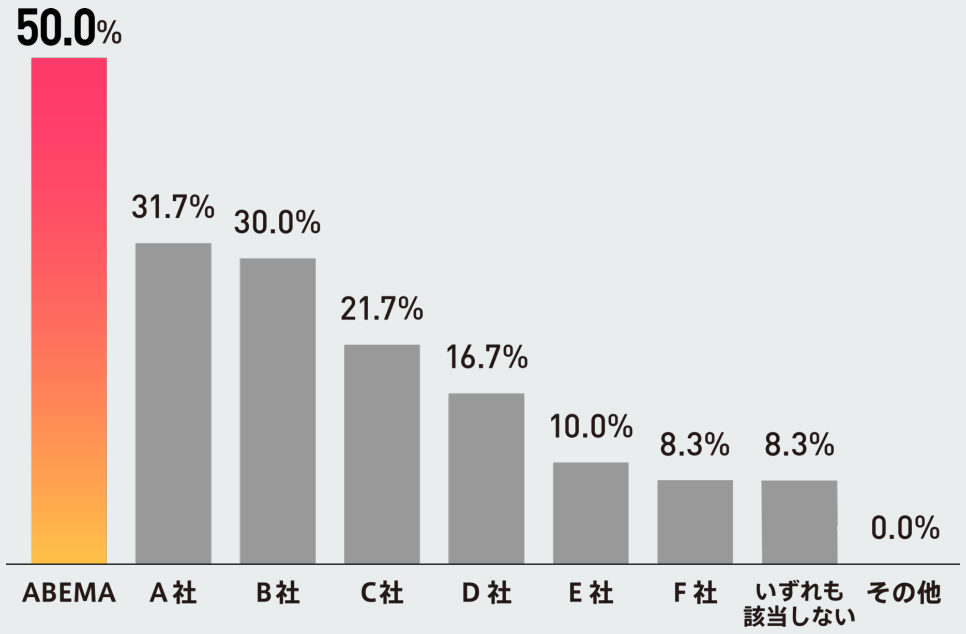
※ ABEMA：「ABEMA」を1ヶ月以内に利用したユーザー（N=3945）
※ ユーザー投稿型動画メディア：ユーザー投稿型動画メディアを1ヶ月以内に利用したユーザー（ N=19254）
（2019年7月26日～2019年7月27日に株式会社マクロミルが実施した調査結果）

©AbemaTV, Inc.

「ABEMA Ads」の特長 ❺

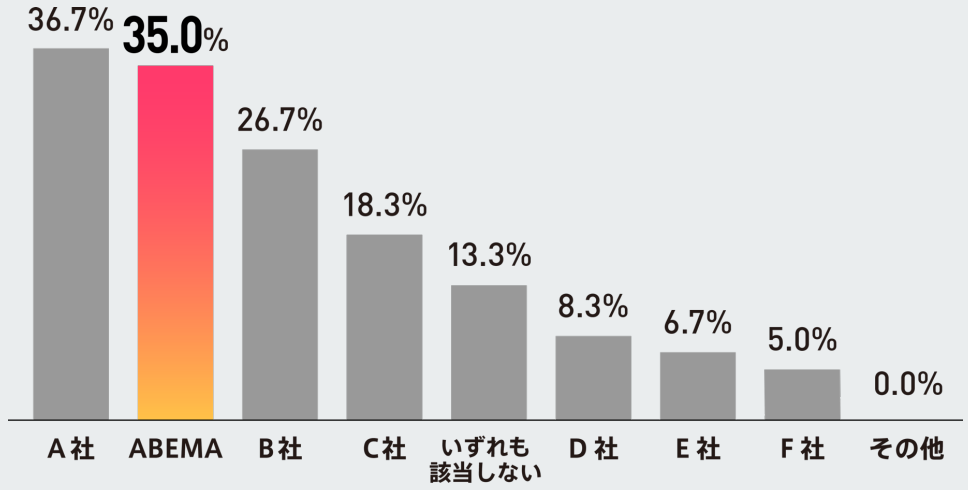
好感が持てる/応援したいと思う、期待されるメディアに

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。



©AbemaTV, Inc.

「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FMTやABEMAのコンテンツ力/制作力を活かした企画商品

❶ ABEMA Original Format

｜ABEMA Home Sponsored｜

❷ ABEMA Contents Sponsored

｜企画（番組協賛、1社提供、CM制作）｜

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

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

｜オーディエンスパッケージ｜
｜プログラムマッチ｜

©AbemaTV, Inc.

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ございませんので、予めご了承くださいませ。一部、配信されないユーザーがおります。
※ 詳細は、専用のセールス資料をご確認くださいませ。

©AbemaTV, Inc.

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4月1日～2024年6月30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 想定再生数 想定単価 想定再生UU数	￥2,500,000 2,500,000 1.0円 1,200,000	￥3,000,000 3,000,000 1.0円 1,300,000	￥2,000,000 2,000,000 1.0円 1,000,000	￥2,500,000 2,500,000 1.0円 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。

©AbemaTV, Inc.

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













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

©AbemaTV, Inc.

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



©AbemaTV, Inc.

ABEMA Premium Ad －予約型プレミアム商品－ ｜ 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



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ございません。
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］6.0円［60秒］12.0円［90秒以上］18.0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.52をご確認ください

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Premium Ad －予約型プレミアム商品－ ｜ 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

プログラムパッケージ

パッケージ名	内容	配信番組例
『アニメスペシャル』配信パッケージ［4月、5月、6月放送分］	配信先	4-6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] 3.0円 [30秒] 3.5円 [60秒] 7.0円
『MLB』配信パッケージ［4月、5月、6月放送分］	配信先	MLB2024年シーズン公式戦324試合を生中継！
	配信日	中継放送スケジュールに準ずる
	想定ターゲット	M1・M2・M3を中心にリーチ可能
	配信単価	[15秒] 5.0円 [30秒] 10.0円
『大相撲』配信パッケージ［5月場所］	配信先	今までの大相撲中継とは全く違う 明るく楽しい&敷居の低い「大相撲」を配信！
	配信日	5月場所
	想定ターゲット	M2・M3を中心にリーチ可能
	配信単価	[15秒] 3.0円 [30秒] 3.5円



©にいさとる・講談社／WIND BREAKER Project



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



※追加でリリースされましたら、随時ご案内いたします。
※放送日が変更となる場合がございます。
※詳細は、メニューごとのセールス資料をご確認くださいませ。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA 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。

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（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 |

ABEMAユーザーへの興味関心に関するアンケートや、外部のデータプロバイダーと連携した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
(※一部、事前のデータ可否が必要なものがございます。)

・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）

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Advanced Ad －運用型CM配信－ | 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です。

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（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リタゲ/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ございません。
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ませ。
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.52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。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Advanced Ad －運用型CM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。**



©AbemaTV, Inc.

ABEMA Advanced Ad －運用型CM配信－ ｜ Instream Video

プログラムマッチ

ABEMAユーザーへの興味関心に関するアンケートや、外部のデータプロバイダーと連携したユーザーの実購買データを含む消費行動データ及び、意識データを元に関連度の高い番組に幅広く配信します。



商品リリース背景

近年のデジタルマーケティングでは、各ブラウザのCookieによるトラッキング制限の方針やApple社の個人情報保護方針の発表を受け、
従来のリターゲティング広告をはじめとするオーディエンスターゲティングが大きな影響を受け始めています。
「プログラムマッチ」は、デジタルマーケティングが抱える課題を解決するために、
従来のオーディエンスターゲティングの利点である「ターゲットユーザーへの効率的なリーチ」に加えて、
トラッキング制限等の影響を受けずに「ユーザーへのリーチの最大化」を実現します。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Advanced Ad －運用型CM配信－ | Instream Video

プログラムマッチ（データ可否不要）

ABEMAユーザーへの興味関心に関するアンケートデータを元に、関連度の高い番組に配信いたします。

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ございません。 ※60秒尺はリニア面のみ配信となります。
その他		※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。

セグメント

銀行、金融	美容、健康	フード ダイニング	家庭、園芸
ライフスタイル 趣味(ファッション)	ライフスタイル 趣味(アウトドア)	ライフスタイル 趣味(ペット)	メディア エンタテインメント
ニュース 政治	テクノロジー	スポーツ フィットネス	旅行
乗り物 交通機関	ゲーム	ビジネス	ショッピング

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Advanced Ad －運用型CM配信－ | Instream Video

プログラムマッチ（データ可否必要）

外部のデータプロバイダーと連携した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。(事前のデータ可否が必要となります。)

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ございません。 ※60秒尺はリニア面のみ配信となります。
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
		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
		食品・食材
		料理
		お酒
		飲食
		グルメ
		フードデリバリー
自動車	利用	自動車
		外車・高級車
		国産車
	関心	車・バイク
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
ショップ	ショップ	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
		ネットショップ
		映画館
	サービス	レンタカー・ガソリンスタンド・駐車場
旅行・行楽・イベント	決済	旅行
	関連決済	ゴルフ
	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
エンタテインメント	関心	映画
		音楽
		動画コンテンツ
		アニメ
		マンガ
		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。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Advanced Ad －運用型CM配信－ | Instream Video

プログラムマッチ（データ可否必要）

外部のデータプロバイダーと連携した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。(事前のデータ可否が必要となります。)

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
美容・ファッション	関心	化粧品
		ファッション
		美容
子供	関心	子供の教育
		育児
住まい・暮らし	関連決済	不動産
	関心	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
		防災・防犯
		マナー
ビジネス	関心	ビジネス
		ニュース
		政治
		就職・転職
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
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
		保険・貯蓄・資産運用

カテゴリー	セグメント	
金融・保険	保険加入	学資保険
		養老保険
		個人年金保険
		医療保険
		介護保険
		がん保険
		死亡保険
		自動車保険
		自転車保険
		火災保険
		地震保険
ペット	関心	ペット
	暮らし	ペット(犬)
		ペット(猫)
体調・症状	体調・症状	生活習慣の乱れ
		花粉症
		高血圧
		高血糖
趣味・その他	関心	語学
		学習・自己啓発
		医療・看護・介護
		ボランティア活動
		環境保護
		健康
		手芸
		復興支援
		神社仏閣巡り
		銭湯・サウナ
		パチンコ
		競馬
		恋愛・婚活

カテゴリー	セグメント	
スポーツ観戦	保険加入	サッカー
		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
		フィギュアスケート
		テニス
		eスポーツ
職業	職業	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
		自営業・自由業
ライフステージ	未既婚	未婚
		既婚
	子供有無	子供なし
		子供あり
	ライフステージ	学生
		未婚社会人（子なし）30代以下
		未婚社会人（子なし）40代以上
		既婚社会人（子なし）30代以下
		既婚社会人（子なし）40代以上
		子供あり_未就学児
		子供あり_小学校
		子供あり_中学校
		子供あり_高校
		シニア

カテゴリー	セグメント	
年収	世帯年収	低（400万円未満）
		中（400万～1,000万円未満）
		高（1,000万以上）
		200万円未満
		200万～400万円未満
		400万～600万円未満
		600万～800万円未満
		800万～1,000万円未満
		1000万～1,200万円未満
		1,200万以上
	個人年収	200万円未満
		200万～400万円未満
		400万～600万円未満
		600万～800万円未満
		800万～1,000万円未満
		1,000万～1,200万円未満
		1,200万以上
クレジットカード	カードステイタス	【ゴールドカード以上】dカード GOLD
		【ゴールドカード以上】オリコカード
		【ゴールドカード以上】ダイナースクラブカード
		【ゴールドカード以上】アメリカン・エキスプレス・カード
		【ゴールドカード以上】楽天カード
		【ゴールドカード以上】その他
		【一般カード】楽天カード
		【一般カード】JCBカード
		【一般カード】イオンカード
		【一般カード】dカード
		【一般カード】PayPayカード
		【一般カード】その他
		【ゴールドカード以上】三井住友カード
		【一般カード】三井住友カード

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Ads ｜ Instream Video

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配信	
				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] 6.0円 [60秒] 12.0円 [90秒以上] 18.0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。
	ジオグラフィック	エリア	47都道府県						
	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	アニメスペシャル配信PKG	¥5,000,000～	[15秒] 4.0円 [30秒] 6.0円 [60秒] 12.0円	¥5,000,000～	[15秒] 3.0円 [30秒] 3.5円 [60秒] 7.0円	-	-
			MLB配信PKG	-	-	¥5,000,000～	[15秒] 5.0円 [30秒] 10.0円 ※60秒以上対応不可	-	-
			大相撲配信PKG	¥8,000,000～	[15秒] 4.0円 [30秒] 6.0円 ※60秒以上対応不可	¥4,000,000～	[15秒] 3.0円 [30秒] 3.5円 ※60秒以上対応不可	-	-
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リタゲ/デリタゲ	-	-	-	-		
プログラムマッチ	ターゲティング内容は、P38～P40をご参照。			-	-	-	-		

配信期間	1週間以上	任意(1ヶ月推奨)
対応尺	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	×	○

©AbemaTV, Inc.

Case 1 ｜ 飲料

新ブランドの認知向上

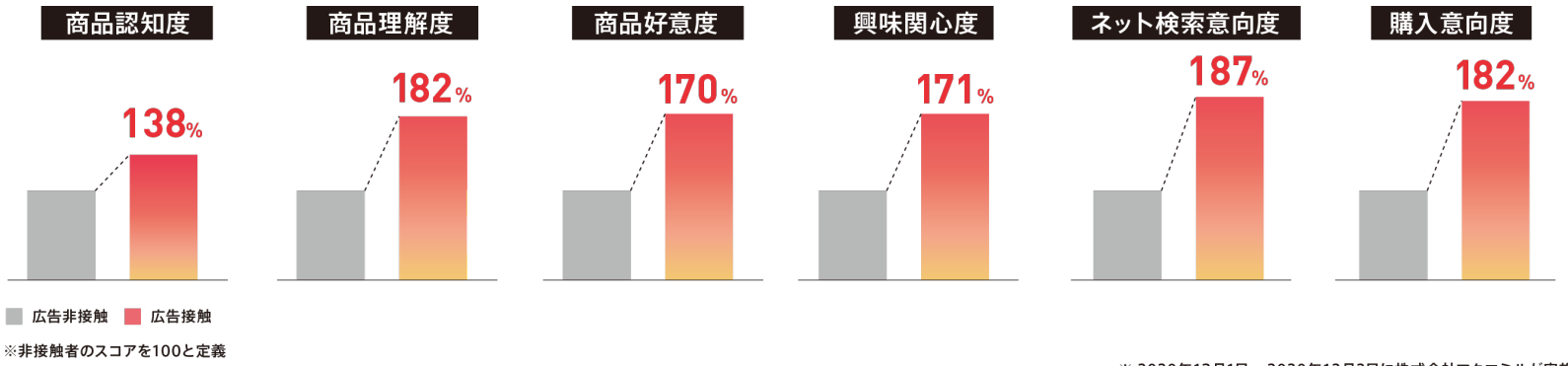
課 題 新商品の認知と購入意向を高めたい。

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

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

結 果

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



※非接触者のスコアを100と定義

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

©AbemaTV, Inc.

Case 2 ｜ 化粧品既存ブランド

既存ブランドの購入率向上と市場シェア拡大

課 題 市場シェアが高いブランドであるため、同ブランドの新商品をフックに、競合からブランドスイッチさせて購入を伸ばしたい。

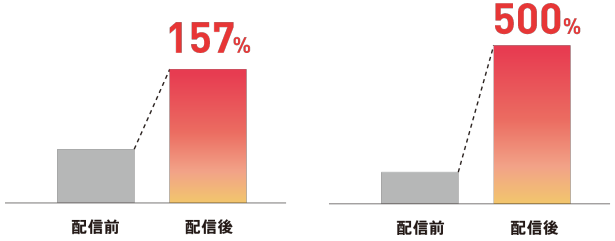
ご提案 恋愛番組の過去出演者を起用した15秒 / 60秒のCMを「ABEMA」にて配信し、
配信前後で購買ログを用いて購買状況を比較。

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

結 果

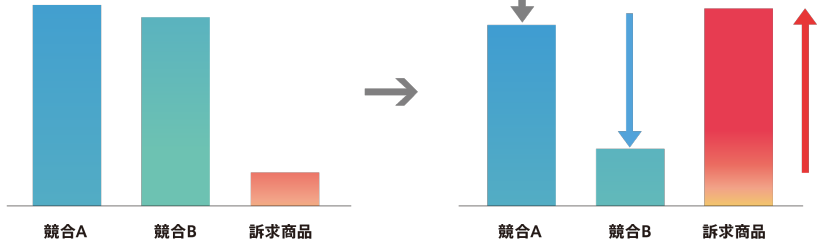
広告接触者において、競合の購入率が下がっている中、「購入率」が大幅にアップ。

購入率



※配信開始前のスコアを100と定義

購入行動



※配信開始前のスコアを100と定義

※調査期間：2019年12月23日～2020年7月5日
※株式会社インテージが保有する購買データベースに基づき算出。
パネルは携帯型専用バーコードスキャナー及びスマートフォンを持ち運び、
買い物時に商品のバーコードをスキャンすることによってデータ収集。

©AbemaTV, Inc.

Case 3 ｜ 化粧品

複数メニュー活用による効果最大化

課 題 若年女性へのリーチの最大化を図りたい。

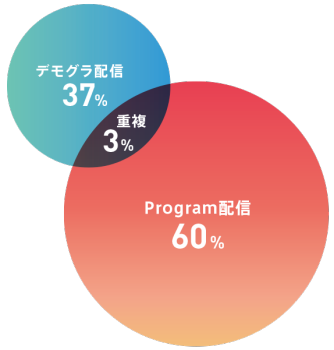
ご提案 Demographic配信（F1）と、プログラムパッケージ(恋愛番組）を同時に実施。

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

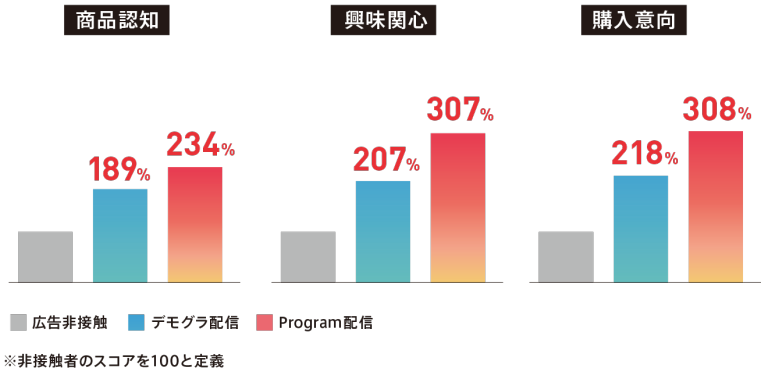
結 果

配信を組み合わせることでターゲットへのリーチを拡大、全ての指標において大幅にリフトアップ。

「広告接触者の重複率」



「各広告接触者のリフトアップ率」



※非接触者のスコアを100と定義

「組み合わせ例」

男女22歳以下へのリーチを最大化



恋愛番組 ＋ 男女22歳以下 100％配信

F2以上へのリーチを最大化



「7.2 新しい別の窓」 ＋ F2以上 100％配信

※2018年9月4日～2019年9月10日に株式会社マクロミルが実施した調査結果

©AbemaTV, Inc.

Case 4 ｜ 人材

人気番組出演者を起用したオリジナルCM

課 題 テレビCMではリーチしにくい、Teen層へリーチしたい。

ご提案 Teen層に人気の恋愛番組「オオカミくんには騙されない♥」シリーズの過去出演者を起用した、オリジナルCMを制作。

｜配信メニュー｜プログラムパッケージ『恋愛番組』

結 果

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



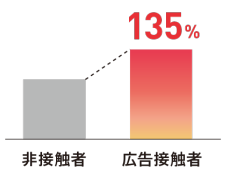


純粋想起

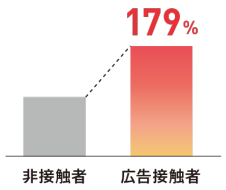


サービスへのイメージ

「全体想起」

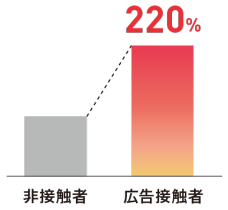


「第一想起」

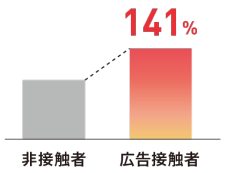


※非接触者のスコアを100と定義

「安心感がある」



「自分に合った仕事が見つかる」



※非接触者のスコアを100と定義

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

©AbemaTV, Inc.

Case 5 ｜ 保険 既存ブランド

インクリメンタルリーチの最大化

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

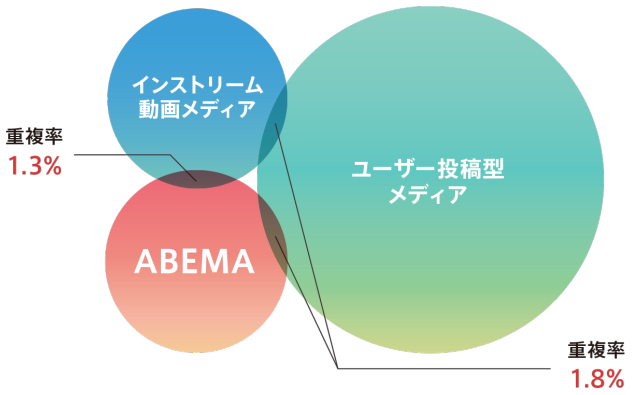
ご提案 DARタグを活用し、主要なデジタル動画メディアでCM配信した際のインクリメンタルリーチを可視化。

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

結 果

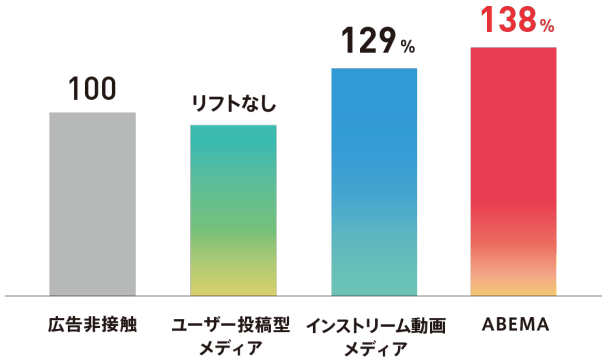
「ABEMA」と他メディアでの重複が少なくリーチを最大化でき、サービスへの加入意向度は「ABEMA」が最も高くリフトアップする結果に。

各メディアとの重複率



※レポート対象期間：2020年1月14日～ 1月27日（ユーザー投稿型メディアは1月20日より配信開始）
※計測媒体：ABEMA、インストリーム動画メディア、ユーザー投稿型メディア
※計測目的：関東圏でのABEMA、インストリーム動画メディア、およびユーザー投稿型メディアの広告接触者の重複率計測
※計測方法：ABEMA、インストリーム動画メディア、ユーザー投稿型メディア共にニールセンのDARタグを使用
※ABEMAとインストリーム動画メディアのUU数は同規模、ユーザー投稿型メディアのUU数は約2倍の規模

加入意向度



※非接触者のスコアを100と定義
※2020年1月28日～2020年2月3日に株式会社マクロミルが実施した調査結果
※対象者条件：関東在住　男性20歳～60歳
※ABEMA・インストリーム動画メディア・ユーザー投稿型メディアともに広告接触についてはログにて判定

©AbemaTV, Inc.

Case 6 | 飲食

ソーシャルメディアでの話題化

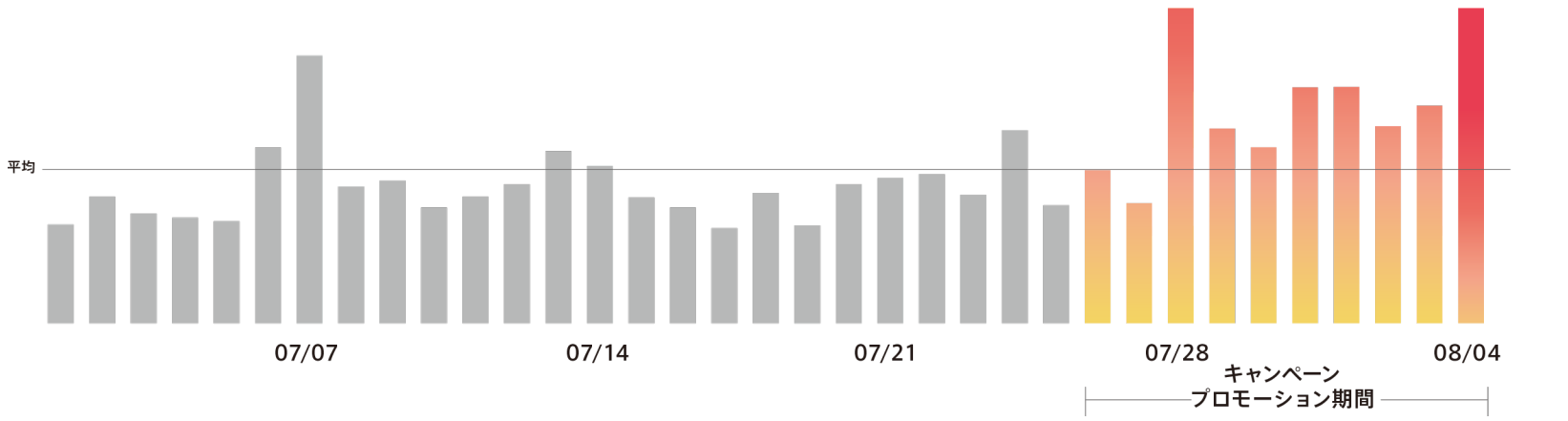
課 題 キャンペーンの認知と商品の購入意向を向上させたい。

ご提案 ターゲットとする購買層（主婦・家族層）に向けて効果的な訴求ができる『7.2 新しい別の窓』へCMを配信。

| 配信メニュー | プログラムパッケージ 『7.2 新しい別の窓』

結 果

Twitter分析によると、放送当日は「店名」のツイート数が平均の2倍に。また、放送当日はその3割が番組視聴者によって行われ、キャンペーンをさらに話題化できた。



※Twitter分析
抽出期間：2019年7月1日～2019年8月4日（CM配信日：2019年8月4日）
抽出ワード：「店名」

©AbemaTV, Inc.

Case 7 | ゲーム

CM配信×提供クレジットの相乗効果



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

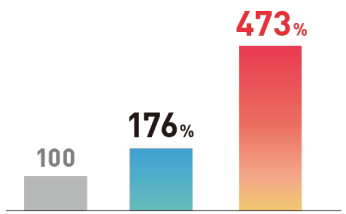
ご提案 1つの番組で提供クレジットとCM配信を実施。

| 配信メニュー | プログラムパッケージ 『アニメスペシャル』

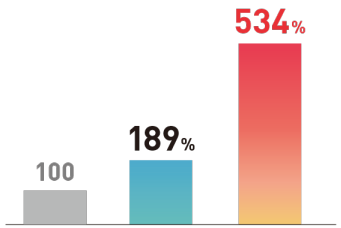
結 果

提供クレジットとCM両方に接触したユーザーは、多くの項目で高いリフトアップがみられた。

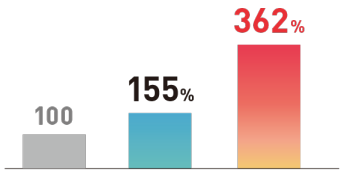
サービス好意度



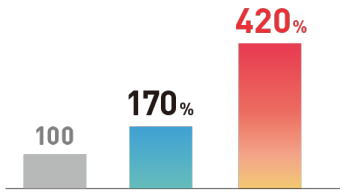
サービス興味関心度



ネット検索意向度



プレイ意向度



両方非接触　CMのみ接触　両方接触

※ CM・提供クレジットともに非接触者の数値を100と定義

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

©AbemaTV, Inc.

Case 8 ｜ 食品

独自リーチによりテレビCM併用時の効果を最大化

課 題 「ABEMA」とテレビCMを併用し商品認知と利用意向を向上させたい。

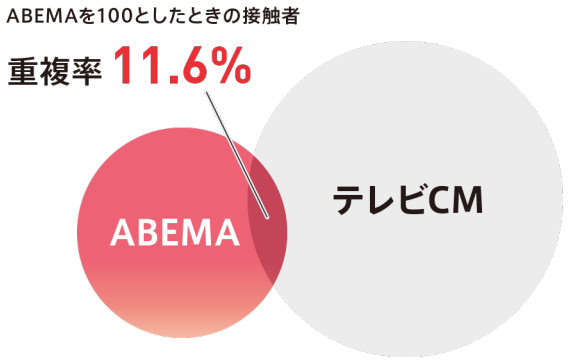
ご提案 Demographic配信（男女22歳以下）と、プログラムパッケージ(恋愛番組）を同時に実施。

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

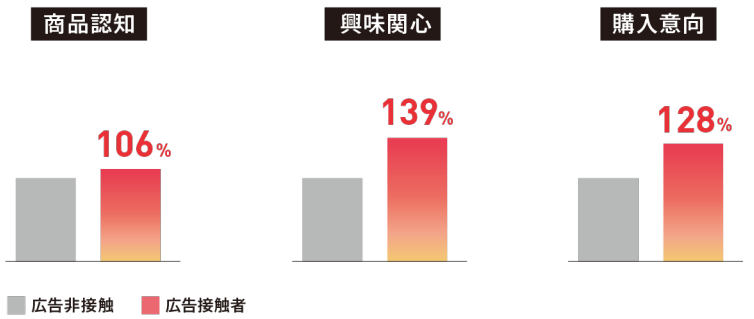
結 果

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

「広告接触者の重複率」



「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

©AbemaTV, Inc.

Case 9 ｜ 電子書籍

継続出稿による効果最大化



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

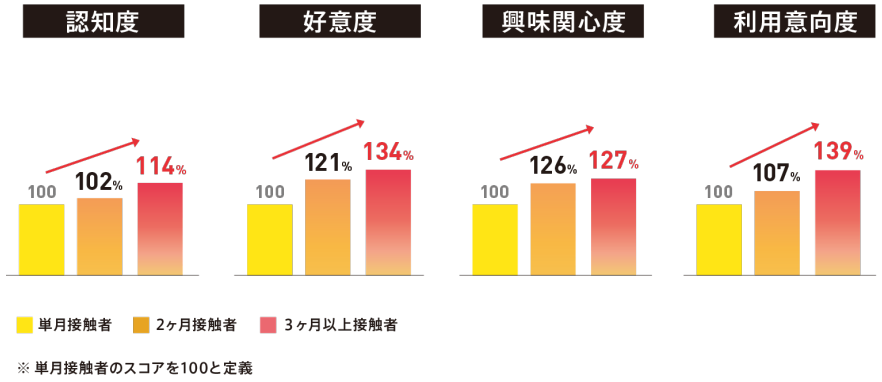
ご提案 テレビCMの出稿期間に合わせて、リーチ単価の安いALL配信を継続的に実施。

｜配信メニュー｜ オーディエンスパッケージ（予約型） ALL配信

結 果

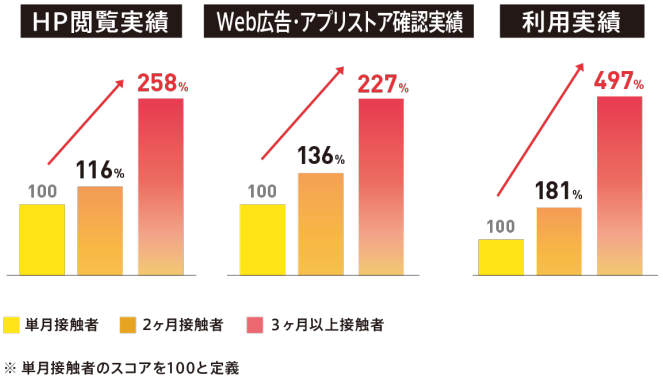
単月での接触より、複数月で接触を重ねた方が大きくリフトアップする結果となった。

「浸透度」



※単月接触者のスコアを100と定義

「行動実績」



※単月接触者のスコアを100と定義

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

©AbemaTV, Inc.

03 — 調査・計測ソリューション

ABEMA Ads | 調査・計測ソリューション

広告効果の可視化を目的に、以下のソリューションを提供・対応しています

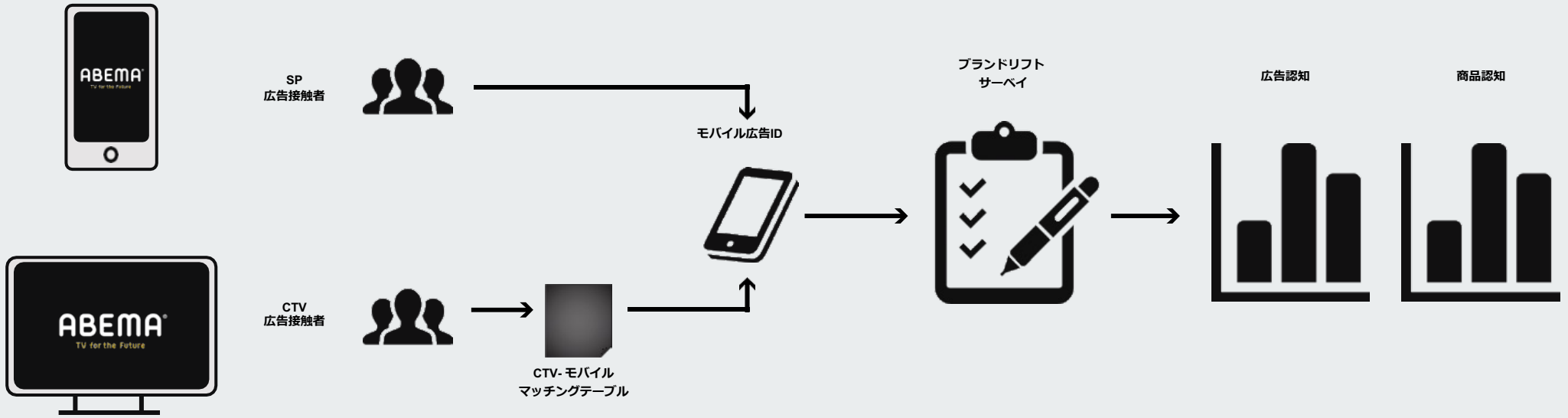
主要計測概要	計測サービス名	対応デバイス	面	ABEMA Premium Ad（APA）		ABEMA Advanced Ad(AAA)
				ABEMA Home Sponsored	ABEMA Instream	ABEMA Instream
意識調査 ※無償付帯	**ABEMA** ※外部調査会社との連携	ALL	リニア/ライブ/ビデオ	○	○	× ※有償
	ABEMAブランドサーベイ ※ABEMA独自サーベイ機能	CTV以外	リニア/ライブ/ビデオ	×	○ ※要ご相談	○ ※定型3問 200万～
意識調査 ※調査タグの受け入れ	**マクロミル** **楽天インサイト** **インテージ** **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かねますので、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。

©AbemaTV, Inc.

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。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Ads | 意識調査（ブランドサーベイ）

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 ※詳細はお問い合わせください。
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

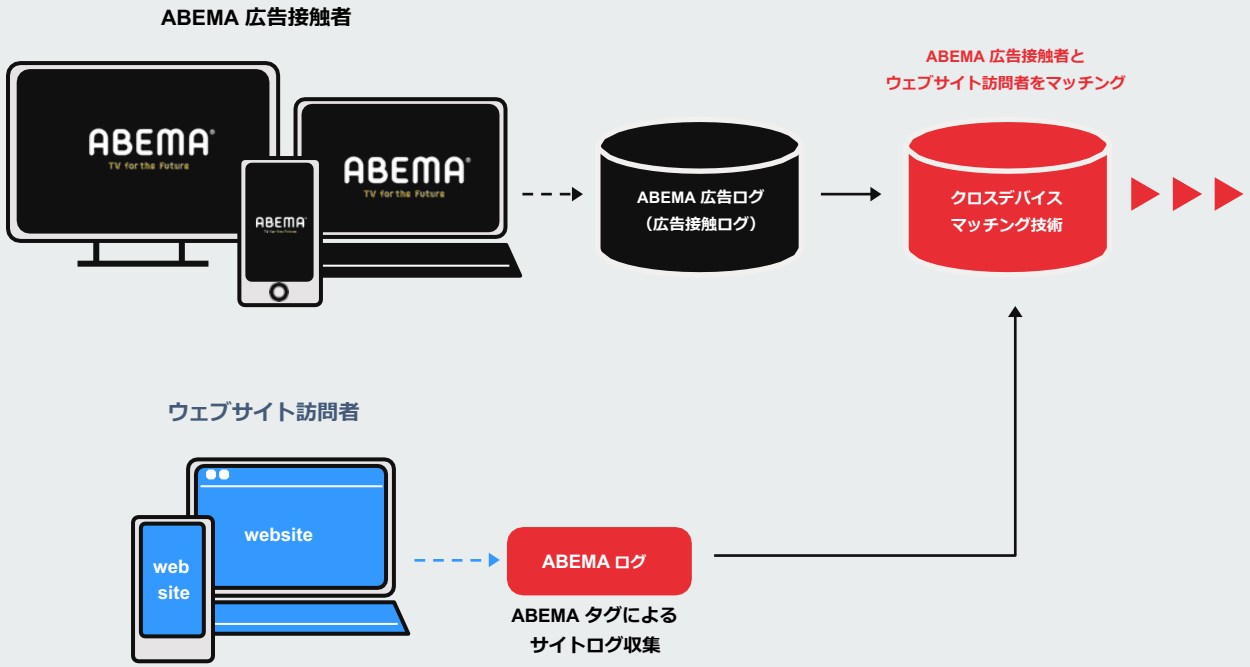
	設問種別	回答タイプ	タイトル文
認知	広告認知 A	SA	最近ABEMAで[PRODUCT]に関する広告を見た覚えがありますか
	広告認知 B	MA	最近オンラインで動画広告を見た覚えのあるブランドはありますか
	第一想起	SA	[CATEGORY]について考えるとき、最初に思い浮かぶのはどれですか
	ブランド認知 A	SA	CATEGORYの[PRODUCT]を知っていますか
	ブランド認知 B	MA	[CATEGORY]について、聞いたことがあるのはどれですか
興味関心	商品理解 A	SA	CATEGORYの[PRODUCT]について、どの程度知っていますか
	商品理解 B	MA	[CATEGORY]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）

©AbemaTV, Inc.

ABEMA Ads | サイト来訪/ウェブCV

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



サイト来訪 / ウェブCV レポート

ジャンル別比較

ABEMA news / 韓流・華流ドラマ / ABEMA アニメ / 麻雀

ターゲティング別比較

- ターゲティング A
- ターゲティング B
- ターゲティング C

クリエイティブ別比較

クリエイティブA　クリエイティブB

デバイス別比較



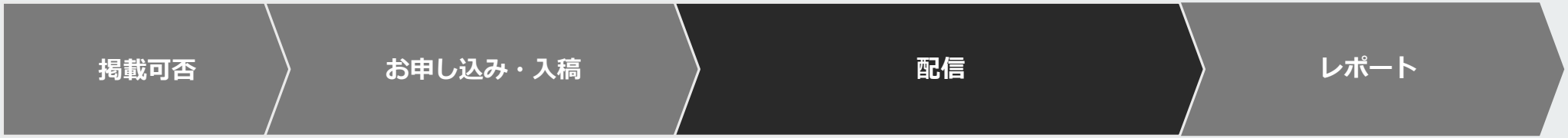
注意事項
・計測には事前にABEMA タグの発行、ウェブサイトへのタグ設置が必要となります。
・タグ発行および不明点については、弊社営業までお問い合わせください 。

©AbemaTV, Inc.

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。



配信開始
10営業日前

※ 2営業日以内にお戻し
※ 15営業日前推奨

通常：お申し込み・入稿ともに
配信開始7営業日前正午

※ 入稿はデータのみで対応
※ 開始日は、営業日のみの対応
※ お申し込みと入稿に関しては「ABEMA」の
ビジネスマネージャーにて行います。

配信終了後、5営業日

※ レポートは「ABEMA」の
ビジネスマネージャー上に公開されます。

※ 記載内容は現時点のものとなり、変更となる可能性がございますので予めご了承ください。
※ お申し込み前に必ず在庫確認を行うようお願いいたします。
※ 在庫は決定優先ですので予めご了承ください。
※ 長期休暇の場合は、特別スケジュールとなるため、別途ご案内いたします。

©AbemaTV, Inc.

ABEMA 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



配信開始
7営業日前
※ 2営業日以内にお戻し

通常：お申し込み・入稿ともに
配信開始5営業日前正午
※ 入稿はデータのみで対応
※ 開始日は、営業日のみの対応
※ お申し込みと入稿に関しては「ABEMA」のビジネスマネージャーにて行います。

配信終了後、翌日より閲覧可
※ レポートは「ABEMA」の
ビジネスマネージャー上に公開されます。

購買データを活用する場合



配信開始
12営業日前
※ 2営業日以内にお戻し
※ データ可否は3～5営業日目処

通常：お申し込み・入稿ともに
配信開始5営業日前正午
※ 入稿はデータのみで対応
※ 開始日は、営業日のみの対応
※ お申し込みと入稿に関しては「ABEMA」のビジネスマネージャーにて行います。

配信終了後、翌日より閲覧可
※ レポートは「ABEMA」の
ビジネスマネージャー上に公開されます。

※ 記載内容は現時点のものとなり、変更となる可能性がございますので予めご了承ください。
※ お申し込み前に必ず在庫確認を行うようお願いいたします。
※ 在庫は決定優先ですので予めご了承ください。
※ 長期休暇の場合は、特別スケジュールとなるため、別途ご案内いたします。

©AbemaTV, Inc.

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
配信結果概要サマリ

- 視聴開始数
- 視聴開始単価
- 視聴完了数
- 視聴完了率
- 視聴完了単価
- フリークエンシー
- 視聴開始リーチ数
- 視聴開始リーチ単価

2
クリエイティブ別レポート

- 視聴開始数
- 視聴完了数
- 視聴完了率
- フリークエンシー
- 視聴開始リーチ数
- 視聴完了率
（0,25,50,75,100%地点）

3
各種詳細内訳レポート

日別	×	視聴開始数
時間別	×	視聴完了数
番組ジャンル	×	視聴完了率
性年齢別		
デバイス別		

※ 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。

©AbemaTV, Inc.

CMチャンネル

広告・番宣素材を配信するCMチャンネルを常設し、無償にて配信いたします。

枠数	上限なし
対応尺	15秒 / 30秒 / 60秒 / 90秒 / 120秒 / 150秒 / 180秒
金額	無償
出稿条件	CM配信のご発注
掲載本数	1社4素材まで
掲載期間	CM配信と同期間
申込期限	CM配信に準じる
入稿期限	CM配信に準じる
レポート項目	視聴開始数
配信方法	ローテーション（繰り返し配信）
留意事項	※CMチャンネルでの配信レポートはCM配信の数値と分けてご報告いたします。 ※繰り返し配信の掲載順番の指定はお受けいたしかねます。 ※掲載中の広告素材は原則全て掲載させていただきます。 ※広告主様NGの素材は掲載いたしません。 ※競合排他、カスタマイズ反映はお受けいたしかねます。 ※掲載中の広告素材は原則全曜日全時間帯にて掲載させていただきます。

CMチャンネルロゴ

※ 記載内容は現時点のものとなり、変更となる可能性がございますのでご了承ください。
※ 規定外尺素材の配信をご希望の場合は、担当営業までご相談ください。
※ ABEMA Programmatic Ads(CPM課金型配信)・番組指定配信の場合、CMチャンネルへの配信は不可となりますので、予めご了承ください。

©AbemaTV, Inc.

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 ）
スキャンの種類	プログレッシブスキャン ※必ず事前にインターレース解除処理を行い、走査線の筋が映像に残らないよう処理をしてください。
コーデック	H.264
フレームレート	29.97fps
プロファイル	High Profile もしくは Main Profile
音声チャンネルタイプ	Stereo 2ch ※マルチチャンネル音声には対応しておりません。
音声コーデック	AAC-LC
音声ビットレート	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。

©AbemaTV, Inc.

掲載可否基準について

- **TVCMの基準に準拠**
- **「ABEMA」独自の方針を加味**

  ①「ABEMA」のブランド保護／競合観点（金融・パチンコ／他動画サービス）

  ② テレビ朝日の競合観点

  ③ Web広告のガイドライン観点

©AbemaTV, Inc.

05 — 留意事項・免責事項・Q&A

留意事項

【補足】掲載時の留意事項 （iPhoneでの閲覧想定）

ホーム画面
テレビプレビュー



テレビプレビューの比率
モバイル５：４、タブレット５：２

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

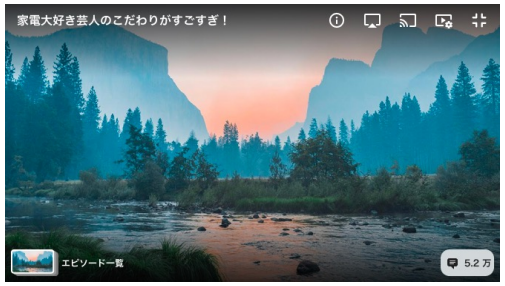
©AbemaTV, Inc.

留意事項

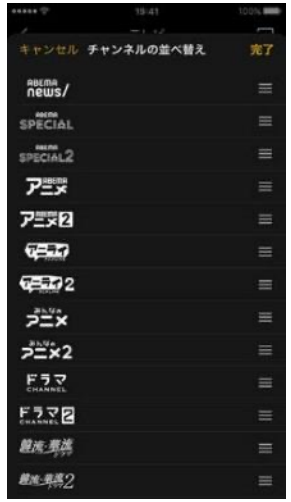
【補足】掲載時の留意事項 （iPhoneでの閲覧想定）

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ございますので予めご了承ください。

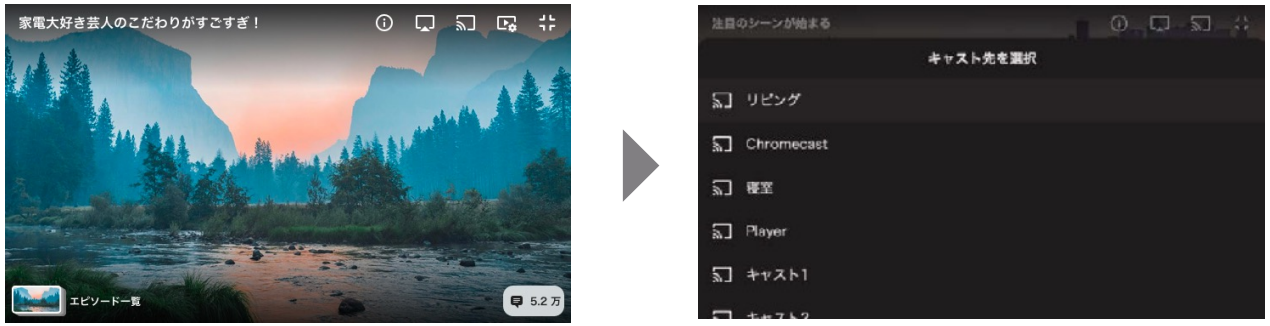
©AbemaTV, Inc.

留意事項

【補足】掲載時の留意事項 （iPhoneでの閲覧想定）

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、番組情報が掲示される可能性がございます。

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

©AbemaTV, Inc.

留意事項

【補足】掲載時の留意事項 （iPhoneでの閲覧想定）

以下パターン等で広告に操作画面等がかぶさる場合がございます。

ビデオ再生時

スキップなしの場合（15秒）



「CM」表記、CM配信時間、画面下部にシークバーが表示されます。

※CMが複数入る場合は「●本中●本目」という表記が入ります。

スキップありの場合（30 秒）



「CM」表記、CM配信時間、画面下部にシークバー、スキップボタンが表示されます。

※ 広告の場合はスキップ機能はございません。

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

©AbemaTV, Inc.

留意事項

【補足】縦型再生時の留意事項

広告のレポートは縦横合計の数値ですので、予めご了承ください。

縦型フィード時



縦型コメント時



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

©AbemaTV, Inc.

免責事項

弊社は、サービス提供のために最善を期しますが、

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

等により本サービスが適正に行われないことがあります。
また上記理由により本サービスが適正に行われないことにより広告主様に損害が
生じたとし ても、弊社は一切責任を負わず、免責されるものといたします。

- サービスのメンテナンスやサーバーの不具合等々で掲載が中断された場合にも、6時間以内の掲載不具合は補填の対象外とさせていただきます。
- 仕様上問題がない場合でも、ユーザークレーム、ユーザビリティへの配慮の観点から、配信・掲載をお断り、もしくは修正をお願いする場合もあります。
- 光点滅による特に子供たちへの健康への配慮から、民放連「アニメーション等の映像手法に関するガイドライン」に準拠してください。
- デバイスによってプレイヤーの仕様が異なるため、動作上の不具合が発見された場合は 修正をお願いすることがあります。
- ユーザーアクションにより、広告にコンテンツがかぶさる場合があります。
- 大画面や全画面時は、そのサイズに見合ったサイズにプレイヤー側で拡大して掲載されます。
- フルブラウザーなどの携帯端末からの閲覧や、ユーザーのブラウザ設定、ファイアウォール、セキュリティーソフト、プラグインソフト、その他の設定や環境によっては、広告が配信できない、または正しく掲載されないなどの可能性があることをご了承ください。
- 通信環境や端末・OS固有の仕様、ユーザーの端末仕様状況によって、広告が配信できない、または正しく表示されない（表示までに時間がかかる）などの可能性があることをご了承ください。
- 「ABEMA」として、話題性、重大性の高い内容の配信を優先することがあるため、事前に予定していた配信内容とも異なる場合がございます。
- 「ABEMA」基準にて、一部広告に不適切な番組を除外しておりますが、ご要望に応じて配信することも可能です。
- お申し込み日以降のお客様のご都合によるキャンセルは、キャンセル日に拘わらずお申し込み金額の全額をいただきます。
- 一度お支払いいただいた費用については、いかなる理由があっても返金しないものとします。
- 本申込に基づき当社が負う損害賠償責任は、お申し込み金額を上限とさせていただきます。
- 番組タイアップは原則一業種一社とさせていただき、CMなどは競合排他いたしかねます。
- 当社に対し提供していただく一切の素材（検索キーワード・文章・画像・写真等を含みますがこれに限りません）が第三者の知的財産権、肖像権その他いかなる権利も侵害するものでなく、かつ、合法的なものであることをそれぞれ保証していただきます。
- 番組構成、出演タレント選定、商材の取り上げ方、演出（例えば、タレントが商材を持つ等）は番組制作サイドにて決定させていただきます。必ずしもご希望に沿えない場合がございますので、予めご了承くださいませ。
- 出演タレントおよび、出演人数、商材の取り上げ方、演出方法によっては、別途料金が発生する場合がございます。
- 2次利用の範囲、期間などは番組やタレントごとに異なります。追加費用が発生する場合もございます。各営業へお問い合わせください。

©AbemaTV, Inc.

Q&A

サービスについて

Q Webサイトへの遷移は可能ですか？また可能な場合、どのように出来ますか？

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

Q 番組視聴予約はできますか？

A できます。右下の番組表をタップいただき、番組表（各番組枠）の右のチェックボタンを押していただければ番組視聴予約が可能です。

一部番宣視聴時に出現する予約ボタンからも予約が可能です。配信開始時間になるとプッシュ通知が届きます。

広告について

Q 「ABEMA」の1日の配信は何時から何時ですか？

A 0:00～23:59を1日としております。

最終レポートでも0:00～23:59を1日として提出しております。

Q 業種によって単価や条件は変わりますか？

A 訴求がコンプレックス商材である場合、ジャンル・時間を制限させていただく可能性がございます。

それに応じて配信単価が上がる可能性がございますので、ご了承ください。

Q パッケージに含まれるジャンル全てに配信されますか？

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

素材・入稿について

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

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

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

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

Q 素材の上限はありますか？

A 1ブランドにつき 4 本までとさせていただいております。

Q 無音の素材を配信できますか？

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

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

©AbemaTV, Inc.

ABEMA®

株式会社AbemaTV
ビジネスディベロップメント本部

株式会社テレビ朝日
セールスプロモーション局

お問い合わせ

adinfo@abema.tv

掲載可否確認

kahi@abema.tv

〒150-0042
東京都渋谷区宇田川町40番1号 AbemaTowers

