

10th
Anniversary

今日、好きになりました。2026 協賛パッケージのご紹介

協賛クール：秋期 メインターゲット：Fteen 37.0% 想定視聴規模：2,400万



勇気を出して恋の修学旅行に旅立つ。 素直で、本気の、恋愛模様

OA：2026/10/19～ 2026/12/21

2シーズン10話分想定

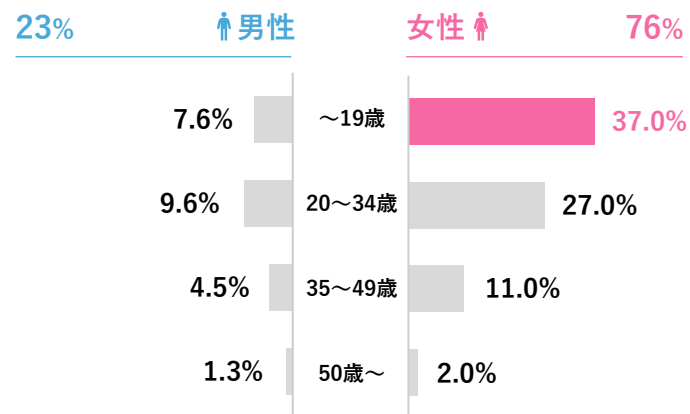
毎週月曜夜9時～

※ 変動可能性あり

“運命の恋と青春の修学旅行”をテーマに、現役高校生たちを追った恋愛番組。限られた期間で巻き起こる、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。果たして運命の恋を見つけることができるのか？

想定視聴数
2,400万回※

視聴デモグラ



※ リニア+ビデオ<格納から7日間>合算の1クール合算

ティーン層において**圧倒的な認知率・視聴数**を誇るリアリティショー番組

今日、好きになりました♡

Point
01

ティーン層からの
圧倒的な支持

Point
02

多くの高校生の
共通言語

Point
03

熱量が
増え続ける仕組み

圧倒的な「視聴者規模」と「話したくなる・共有したくなる体験」により、10代で突出した認知を確立しています。

熱狂的な視聴層

1クール累計番組再生数

2,400万再生

1クール累計コメント数

150万件

×

SNSで露出・話題が拡大



YouTube

フォロワー
128万人

AVG再生数
50万回



Instagram

フォロワー
115万人

AVG再生数
300万回

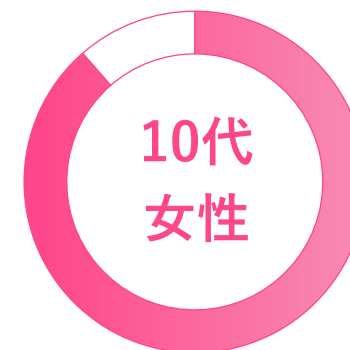


TikTok

フォロワー
117万人

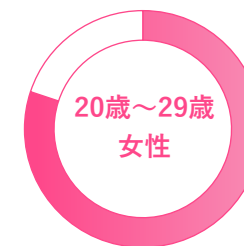
AVG再生数
100万回

若年層女性の認知者数



番組認知率

88.6%



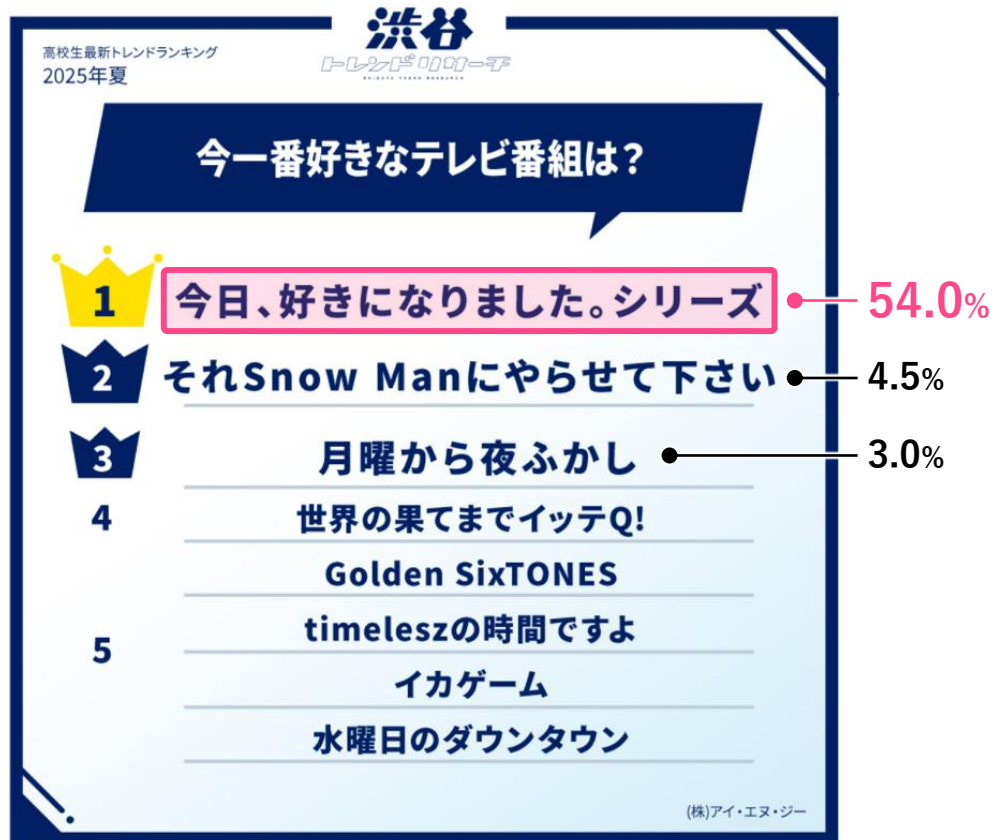
番組認知率

80.1%

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：2025年9月11日～2025年9月12日 総回答者数：Fティーン n=840、F20s n=840

渋谷トレンドリサーチ 高校生が選ぶ好きなテレビ番組ランキング

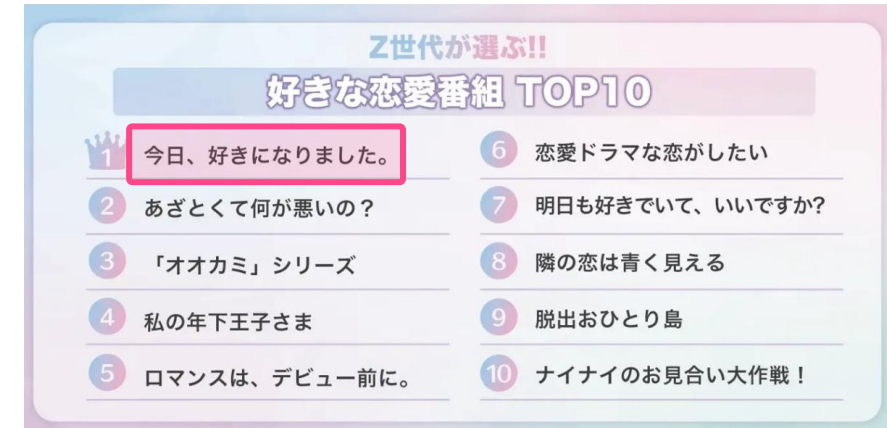
2位の50pt差をつけ堂々の1位



渋谷トレンドリサーチ2025年夏 / 集計期間：2025年6月18日～6月20日 / 有効回答数：高校生 男女200人
<https://shibuya-trendresearch.jp/monthlytrendsresearch/3720/>

Simeji Z世代が選ぶ！！好きな恋愛番組TOP10

他恋リアを抑え1位



Simejiランキング Z世代が選ぶ！！好きな恋愛番組TOP10 / 集計期間 2023年3月8日～2023年3月15日 / 有効回答数 10～24歳 男女324人
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000687.000006410.html>

日本経済新聞 記事掲載

「今日好き」情報圏の威力

日本経済新聞

日経新聞が「Z世代のトレンドを左右する存在」として分析。
メンバーの等身大の姿が視聴者の強い憧れを醸成し、
番組発の流行が社会現象化する仕組みが取り上げられている。

新世代消費レビュー(下)「今日好き」情報圏の威力 2025年12月26日

FuRyu KAWAii TREND AWARD 2025 上期

あらゆるランキングで関連ワードが多数ランクイン

KAWAii TREND AWARD 2025

👑 かわいい×トレンド総合ランキング

- | | |
|------------------|-----------------------|
| 👑 第1位 長浜 広奈 | 第11位 HANA |
| 👑 第2位 ろこまこあこ | 第12位 さくら |
| 👑 第3位 iLiFE! | 第13位 出口 夏希 |
| 第4位 CUTIE STREET | 第14位 Snow Man |
| 第5位 aespa | 第15位 SNOW |
| 第6位 MINAMI | 第16位 Mrs. GREEN APPLE |
| 第7位 一生友子 | 第17位 FRUITS ZIPPER |
| 第8位 ちいかわ | 第18位 今日、好きになりました |
| 第9位 LABUBU (ラブブ) | 第19位 畑 芽育 |
| 第10位 ハローキティ | 第20位 エスターバニー |

KAWAii TREND AWARD 2025

👑 モノ・コト部門

トレンドランキング

- 第1位 LABUBU (ラブブ)
第2位 ナルトダンス
第3位 もんた界限
第4位 今日、好きになりました
第5位 ウィッシュコア

かわいいランキング

- 第1位 Y2K
第2位 今日、好きになりました
第3位 シール帳
第4位 耳つぼジュエリー
第5位 平成女兒

KAWAii TREND AWARD 2025

👑 インフルエンサー部門

トレンドランキング

- 第1位 長浜 広奈
第2位 MON7A (もんた)
第3位 一生友子
第4位 さくら
第5位 MINAMI

かわいいランキング

- 第1位 長浜 広奈
第2位 MINAMI
第3位 さくら
第4位 希空
第5位 おさき

KAWAii TREND AWARD 2025

👑 TV・映画部門

トレンドランキング

- 第1位 鬼滅の刃 無限城編
第2位 国宝
第3位 リロ&スティッチ
第4位 今日、好きになりました
第5位 波うらかに、めおと日和

かわいいランキング

- 第1位 今日、好きになりました
第2位 リロ&スティッチ
第3位 鬼滅の刃 無限城編
第4位 波うらかに、めおと日和
第5位 8番出口

KAWAii TREND AWARD 2025

👑 流行語部門

トレンドランキング

- 第1位 ビジュいいじゃん
第2位 ○○すぎて死ぬ
第3位 ○○界限
第4位 エッホエッホ
第5位 メロい

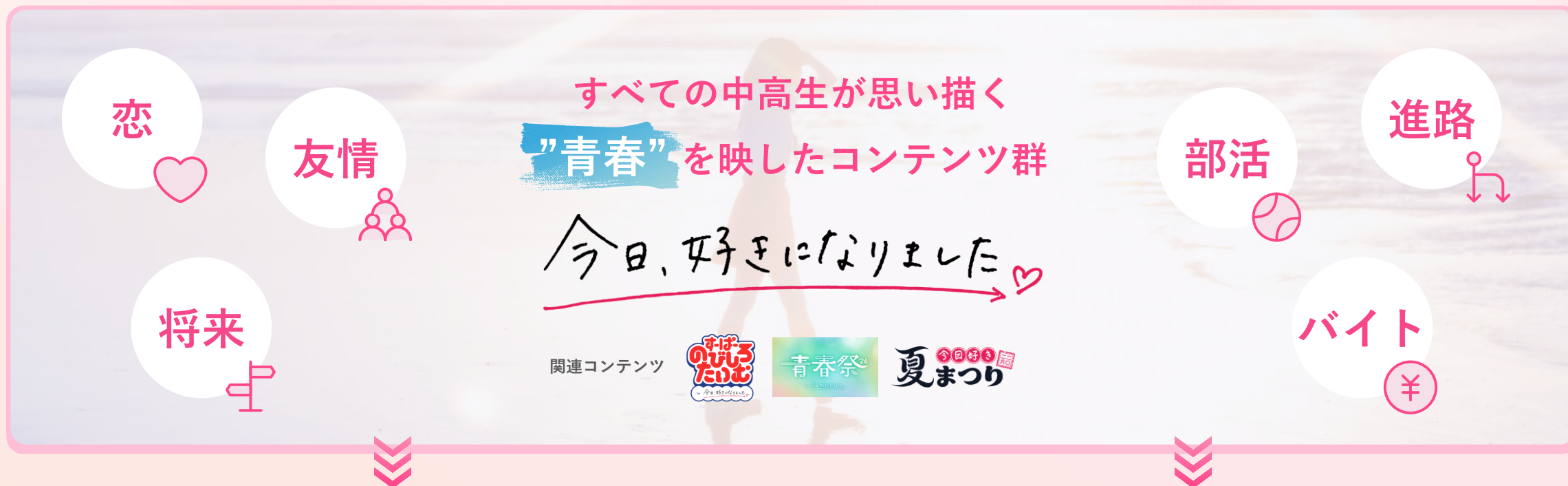
かわいいランキング

- 第1位 ひな？やったー
第2位 メロい
第3位 両手に男でーす
第4位 ○○すぎて死ぬ
第5位 ○○界限



FuRyuインターネット調査結果：10-20代のZ世代女性（N2,309）https://www.furyu.jp/news/2025/09/furyu_kawaiiranking2025/

高校生のリアルが全部ある。だから**共感**される。だから**話題**になる。



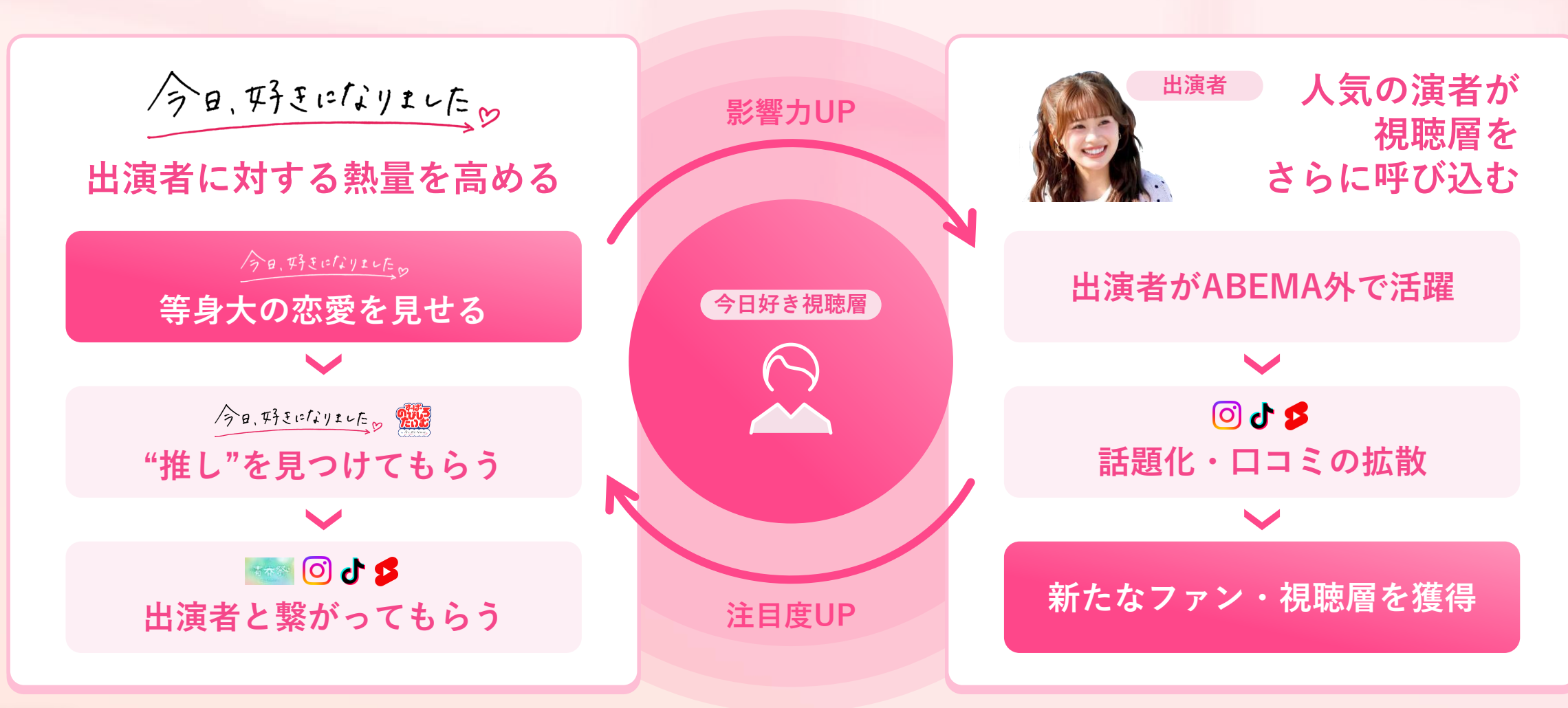
圧倒的に「共感できる」から
ティーン層が習慣的に視聴

ティーン層の共通言語となり、
「学校・SNSで語られ」拡散

出演者がSNSやスピンオフ番組でファンを増やし、話題を広げることで新たな視聴層を番組へ呼び込み続けます。

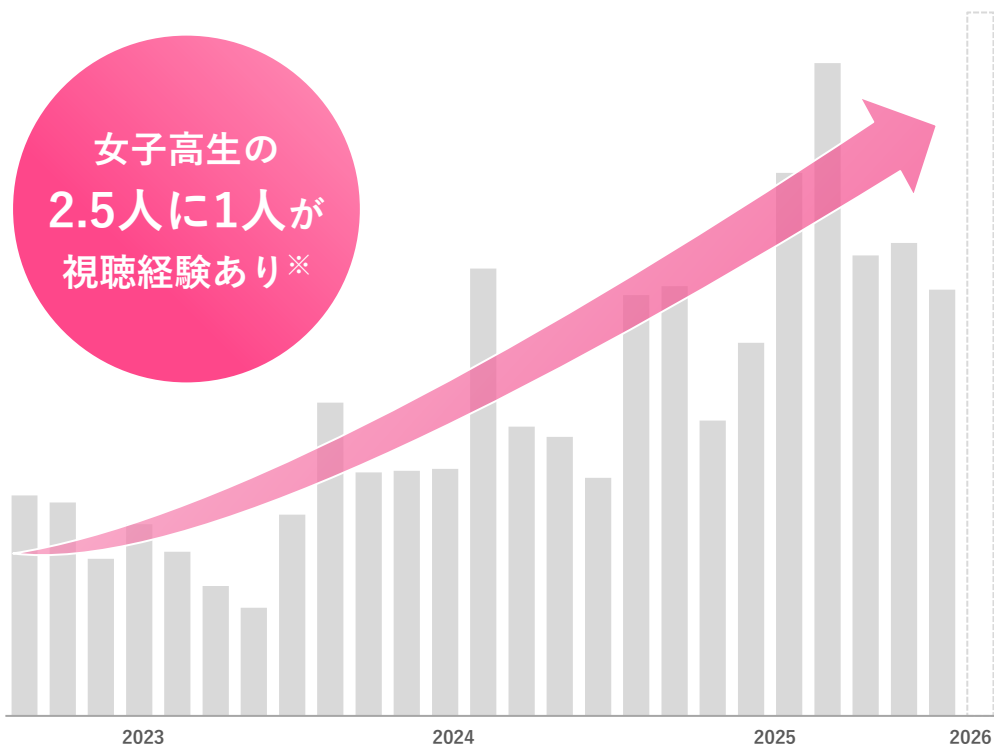


インフルエンサーを輩出し続ける「今日好き」は番組の枠に捉われず、新スターの登竜門として注目されています。



放送開始から約10年間 視聴規模は右肩上がり

番組視聴規模推移



※ 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10月20日～2023年10月22日

人気地上波番組を超える ティーン視聴割合

人気地上波番組とのTEEN視聴率比較

番組	MFTEEN 週間視聴率	想定出稿金額	
		月間	年間
今日、好きになりました。	233%	1,000万円～	1.0億円～
ゴールデン帯 バラエティー番組A	176%	約6,500万円～	約7.8億円
ゴールデン帯 バラエティー番組B	113%	約1,500万円～	約1.8億円
ゴールデン帯 歌番組C	106%	約1,600万円～	約1.9億円
深夜帯 バラエティー番組D	100%	約2,400万円～	約2.9億円

TEEN人気地上波番組との比較。出稿金額はタイム協賛金額で算出。視聴率比較基準は番組Dとする。



エンゲージメント率 **17.5%**
一般的なインフルエンサー投稿の約13倍※



フォロワー **25.9万**

いいね **7.3万**

ENG率 **28.1%**



フォロワー **28.8万**

いいね **4.9万**

ENG率 **17.0%**



フォロワー **81.3万**

いいね **6.1万**

ENG率 **7.5%**



エンゲージメント率 **8.7%**
一般的なインフルエンサー投稿の約2.8倍※



再生 **240万**

いいね **21.7万**

ENG率 **8.8%**



再生 **126万**

いいね **10.1万**

ENG率 **8.7%**



再生 **52万**

いいね **4.5万**

ENG率 **8.7%**

フォロワーに対してのいいね数でENG率を算出 ※ インフルエンサーENG率： <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000078.000033706.html>

再生数に対してのENG率にて算出 ※ 25歳以下かつフォロワー数35～50万のインフルエンサー5名の直近PR投稿3事例の中央値を元に算出。



商品概要

番組協賛を起点にイベントやSNS投稿などを組み合わせ、ブランド理解や商品訴求につながるPRを展開します。

ファネル

認知

好意・興味関心

検討

今日好き関連IP

今日、好きになりました♡

提供クレジット OPキャッチ YouTubeタイアップ

共感性の高い恋愛リアリティショー



タイアップコーナー ブランド施策

興味を深ぼる番組の能動視聴による興味関心・理解



PR投稿 ブランド施策 認知施策

エンゲージ率の高い人気メンバーからのPR投稿



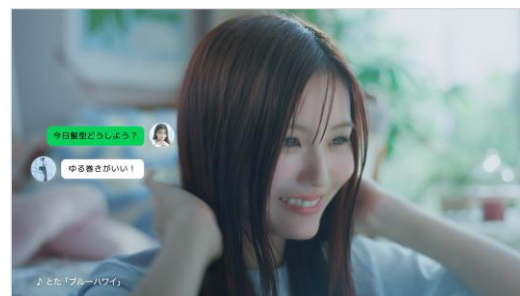
オフラインイベント 体験

熱量の高いファン層に対するオフライン接触

番組世界観になじむ共感コンテンツとすることで、広告に構えがちなZ世代にもブランドメッセージを自然に届けます。



世界観 連動CM



番外編のように惹きこむ・見たくなる企画と
“鮮度の高い過去出演者”がファンを喚起させる

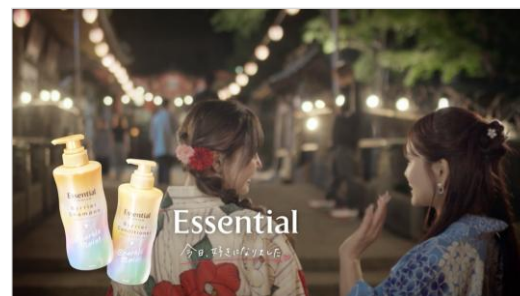
共感演出による
広告効果追求※

広告認知
130%+

広告好意
140%+

広告理解
130%+

メーカー好意
110%+



※ TVCM素材とタイアップCMの同時配信による効果比較事例 飲料商材、それぞれ15s素材による効果検証（弊社調べ）※ 本編との連動には番組制約がございます。



商品紹介

					
プラン		プレロールジャック	オープニングキャッチ	CM制作	CM指定配信
金額		10,000 万円	6,000 万円	3,000 万円	1,500 万円
社数		1社限定・どちらか一方		7社限定	3社限定
協賛期間		2シーズン 1クール			1シーズン
競合排他権利		あり 競合範囲はABEMAにて選定		なし	
カテゴリ	No.	施策内容			
CM配信	1	リニア本放送枠：一斉配信	1回 / 1話	1回 / 1話	1回 / 1話
	2	PREロール枠：一斉配信	●	-	-
	3	ビデオミッドロール枠：ターゲティング配信	-	●	●
提供クレジット	4	PREロール：OPキャッチ	●	●	-
	5	ミッドロール	●	●	-
タイアップCM	6	CM制作	提供クレジット用 5秒 ビデオプレロール用 15秒	提供クレジット用 5秒 CM配信用15秒or30秒	CM配信用15秒or30秒
	7	2次利用	●	●	●
	8	番組SNS告知	●	●	●
オプション	9	ABEMA Home Sponsored枠への配信	+ 250万～350万円 金額は曜日やセグメント(ALLもしくは男女20歳以上)で異なります。 ※ 詳細はP47参照		
	10	その他	※ 詳細はP48-49参照		

※1 imp単価：CM配信15秒4.0円、30秒6.0円 ※2 15秒,30秒以外の尺は原則配信できません。 ※3 オープニングキャッチ/提供クレジットはIMP保証ではなく、掲載保証となります。 ※4 協賛には事前考査が必要となります。お申込前に担当営業へお問い合わせください。
※5 CMは全て『今日、好きになりました。』のCM枠にて配信されます。他番組のCM枠には配信されませんので、ご了承ください。ただし、番組内で保証impが消化できなかった場合のみ別プランでの補填をさせていただきます。

プレロールジャック

リニア	ビデオ
PRE提供	PRE提供
CM	CM
本編	本編
提供クレジット CM※1	CM
本編	本編
CM※1	CM
本編	本編
提供クレジット CM※1	CM

オープニングキャッチ

リニア	ビデオ
PRE提供	PRE提供
CM	CM
本編	本編
提供クレジット CM※1	CM※2
本編	本編
CM※1	CM※2
本編	本編
提供クレジット CM※1	CM※2

CM制作

リニア	ビデオ
PRE提供	PRE提供
CM	CM
本編	本編
提供クレジット CM※1	CM※2
本編	本編
CM※1	CM※2
本編	本編
提供クレジット CM※1	CM※2

CM指定配信

リニア	ビデオ
PRE提供	PRE提供
CM	CM
本編	本編
提供クレジット CM※1	CM※2
本編	本編
CM※1	CM※2
本編	本編
提供クレジット CM※1	CM※2

※1 リニア本放送のCM配信は各話1本となります。 ※2 ビデオはご出稿金額に応じて配信されます。あくまで配信可能性のある枠のため全チャンスに配信されるプランではございません。

※ 配信スケジュールは暫定のため、予告なく変更になる可能性があります。

		放送期間	配信可能期間
春期	第78シーズン	2026/04/06～2026/05/04	
	第79シーズン	2026/05/11～2026/06/08	2026/04/06～2026/07/19
	第80シーズン	2026/06/15～2026/07/13	
※ セールス終了			
夏期	第81シーズン	2026/07/27～2026/09/07	
	第82シーズン	2026/09/14～2026/10/12	2026/07/27～2026/10/18
秋期	第83シーズン	2026/10/19～2026/11/16	
	第84シーズン	2026/11/23～2026/12/21	2026/10/19～2026/12/27
冬期	第85シーズン	2027/01/04～2027/02/01	
	第86シーズン	2027/02/08～2027/03/22	2027/01/04～2027/03/28



商品詳細

ABEMA

1

PREロール配信

PRE提供

CM

本編



番組直前の15秒枠で
CMを配信

2

OPキャッチ制作・配信



今日好き全視聴者にリーチ

3

のみどり配信権利

ABEMA X Ads

今日好きへの指定配信が可能

4

提供クレジット



リニア面のミッドロールにて
提供クレジット表示

5

タイアップCM制作



今日好きメンバーを起用した
CM制作

6

CM素材の二次利用権利



制作CM素材の外部利用権利

7

CM告知投稿



今日好き公式・出演者SNSで
制作CMの告知

8

Home Sponsored

※+250万～350万円のオプション



ABEMAホーム画面FVに
1社独占動画広告掲載

① PREロール配信

② OPキャッチ制作・配信

③ のみどり配信権利

④ 提供クレジット

⑤ タイアップCM制作

⑥ CM素材の二次利用権利

⑦ CM告知投稿

⑧ Home Sponsored ※オプション

PRE提供

②

CM

①

本編

提供

CM

本編

CM

本編

提供

CM

PREロール枠でのCM固定＋限定クレジット※

1社限定

本編の視聴モチベーションが最高潮な状態で、番組過去演者を起用したタイアップCMと番組タイアップクレジットを露出。認知・好意UPを狙えます。



視聴者全員が見る、 冒頭の20秒間をジャックできる

15秒CM＋5秒OPキャッチ

1クール

約1,500万imp

露出想定※

OPキャッチプラン購入社限定！ シーズン出演者によるクレジット演出



※ 2025年10月～12月実績

① PREロール配信

② OPキャッチ制作・配信

③ のみどり配信権利

④ 提供クレジット

⑤ タイアップCM制作

⑥ CM素材の二次利用権利

⑦ CM告知投稿

⑧ Home Sponsored ※オプション

PRE提供

CM

本編

提供

CM

本編

CM

本編

提供

CM

競合排他 ※OPキャッチプランご購入企業様限定

今日好きのリニア・ビデオCMチャンスにおいて、ABEMAが定める競合範囲内での排他が適用されます。

競合排他あり番組

今日、好きになりました。



競合排他なし番組群

周辺コンテンツへの競合排他権利はございません。



① PREロール配信

② OPキャッチ制作・配信

③ のみどり配信権利

④ 提供クレジット

⑤ タイアップCM制作

⑥ CM素材の二次利用権利

⑦ CM告知投稿

⑧ Home Sponsored ※オプション

PRE提供

CM

③

本編

提供

CM

③

本編

CM

③

本編

提供

CM

CM配信（のみどり配信）

「今日好き」視聴者に特化した番組指定CM配信です。
今日好きタイアップCMを、今日好き面に指定配信することで、番組の熱量を態度変容につなげます。

実施概要

配信面

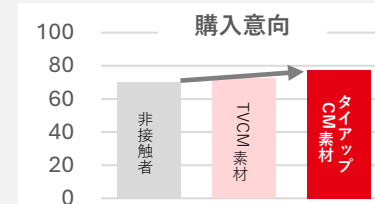
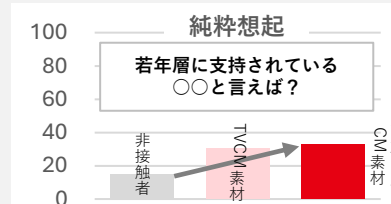
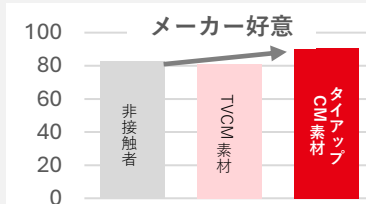
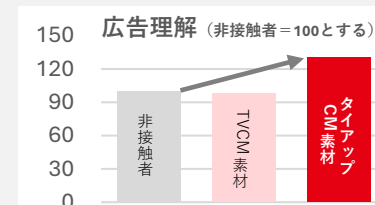
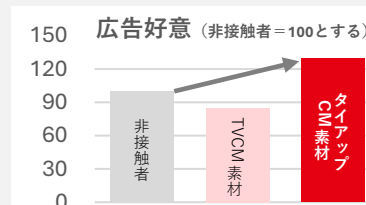
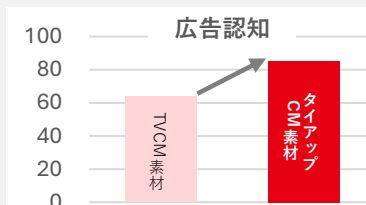
今日好きのリニア・ビデオ面に指定配信

配信条件

デモグラ配信との掛け合わせは原則不可



「TVCM素材」と「恋リアタイアップCM」を恋リア配信した際の態度変容比較



※ 商材：飲料 ※TVCM素材、タイアップCM素材どちらも15秒素材にて計測

※ デモグラ配信との掛け合わせは原則不可となります。

① PREロール配信

② OPキャッチ制作・配信

③ のみどり配信権利

④ 提供クレジット

⑤ タイアップCM制作

⑥ CM素材の二次利用権利

⑦ CM告知投稿

⑧ Home Sponsored ※オプション

PRE提供

CM

本編

提供

CM

本編

CM

本編

提供

CM

提供クレジット

提供クレジット（リニア本放送）にて、企業ロゴを番組内に掲載します。
視聴者全員への安定したブランド露出を実現します。

提供クレジット（中盤）

セリフ

この番組はご覧の
スポンサーの提供で
お送りします。

掲載面

リニア本放送

提供クレジット（終盤）

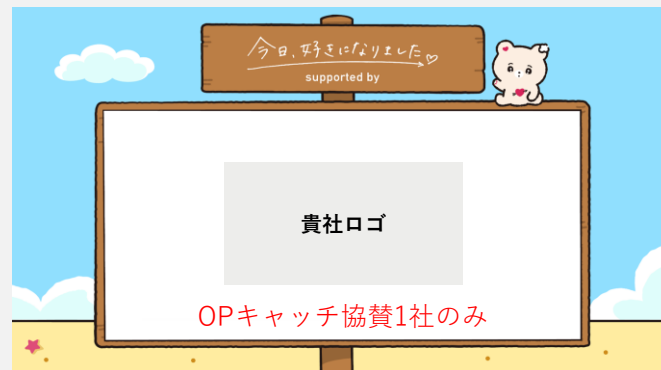
セリフ

この番組はご覧の
スポンサーの提供で
お送りしました。

掲載面

リニア本放送

▼ 1スライド目



▼ 2～4スライド目 ※各スライド最大4社



① PREロール配信

② OPキャッチ制作・配信

③ のみどり配信権利

④ 提供クレジット

⑤ タイアップCM制作

⑥ CM素材の二次利用権利

⑦ CM告知投稿

⑧ Home Sponsored ※オプション

PRE提供

CM

本編

提供

CM

本編

CM

本編

提供

CM

視聴者に届くタイアップCM制作



「今日好き」視聴者が見たくくなるようなタイアップCMの制作を、制作費付帯で作成いたします。
完成した素材は貴社オウンドサイト・SNS・店頭などでの二次利用も可能です※1。

キャスティング ※2

企画・ご予算に応じて、出演メンバーから
最適なキャスティング候補をご提案いたします。



同シーズン
出演者



番組企画
共演



今日好き
カップル



プライベート
交友関係

企画・演出 ※3

番組視聴者が没入できる今日好きタイアップをご提案いたします。

視聴者の
インサイトを反映



過去シリーズと
連動企画



共感できる
シチュエーション設計

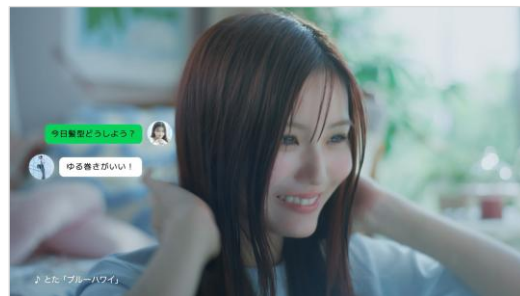


※1 二次利用は可能ですが、二次利用範囲/露出量に応じて追加予算をいただく可能性がございます。 ※2 起用期間など条件に番組制約がございます。 ※3 本編との連動には番組制約がございます。

番組世界観になじむ共感コンテンツとすることで、広告に構えがちなZ世代にもブランドメッセージを自然に届けます。



世界観
連動CM



番外編のように惹きこむ・見たくなる企画と
“鮮度の高い過去出演者”がファンを喚起させる

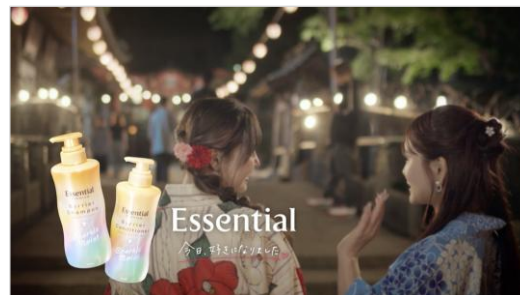
共感演出による
広告効果追求※

広告認知
130%+

広告好意
140%+

広告理解
130%+

メーカー好意
110%+



※ TVCM素材とタイアップCMの同時配信による効果比較事例 飲料商材、それぞれ15s素材による効果検証（弊社調べ）※ 本編との連動には番組制約がございます。

① PREロール配信

② OPキャッチ制作・配信

③ のみどり配信権利

④ 提供クレジット

⑤ タイアップCM制作

⑥ CM素材の二次利用権利

⑦ CM告知投稿

⑧ Home Sponsored ※オプション

PRE提供

CM

本編

提供

CM

本編

CM

本編

提供

CM

出演者・番組公式SNSを活用したCM拡散施策

制作したCMを出演者SNSおよび番組公式SNSで告知投稿します。番組ファンへの自然なリーチと二次拡散を実現します。

① 出演者SNSからの出演告知付帯

投稿媒体・本数・日時は出演者と相談の上確定いたします。



② 番組公式SNSでの施策告知権利

投稿媒体・本数・日時はABEMAのSNSチームと相談の上確定いたします。



114万人フォロワー



120万人フォロワー



137万人CH登録者

※ 2026/07/06現在



① PREロール配信

② OPキャッチ制作・配信

③ のみどり配信権利

④ 提供クレジット

⑤ タイアップCM制作

⑥ CM素材の二次利用権利

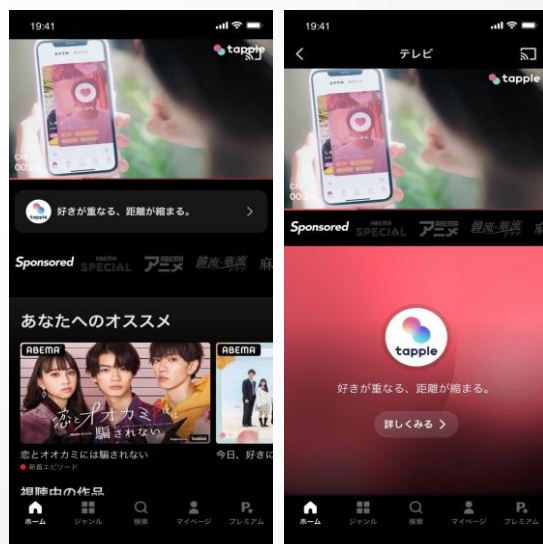
⑦ CM告知投稿

⑧ Home Sponsored ※オプション



ABEMAユーザーの多くが閲覧するホーム画面ファーストビューに1社独占で動画広告を掲載できるメニュー。

iOS/Android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)



想定商品スペック

クリックابل
対応

セグメント	ALL		
掲載期間：1日	月・火 ※水～金と同一金額ですが、 想定impが異なります。	水・木・金	土・日
金額 想定再生数 想定単価 想定再生UU数	¥ 3,000,000 3,000,000～4,000,000 0.8円～1.0円 1,000,000～1,500,000	¥ 3,000,000 2,700,000～3,200,000 0.9円～1.1円 1,000,000～1,200,000	¥ 3,500,000 3,000,000～4,000,000 0.9円～1.2円 1,000,000～1,500,000
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 掲載開始時刻は数分遅延することがございますので予めご了承ください。		

セグメント	男女20歳以上		
掲載期間：1日	月・火 ※水～金と同一金額ですが、 想定impが異なります。	水・木・金	土・日
金額 想定再生数 想定単価 想定再生UU数	¥ 2,500,000 2,200,000～2,800,000 0.9円～1.1円 880,000～1,100,000	¥ 2,500,000 2,000,000～2,700,000 0.9円～1.3円 800,000～1,000,000	¥ 3,000,000 2,200,000～2,800,000 1.1円～1.4円 880,000～1,100,000
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 掲載開始時刻は数分遅延することがございますので予めご了承ください。		

▼掲載対象について

※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。
新規ユーザーなど一部配信が出ないユーザーがおります。
※TVデバイス、SPブラウザへの配信はされません。

▼配信量について

※再生数、再生UU数は、想定数値となります。再生数が最小値に満たなかった場合は、
ご要望に応じて、最小値の再生数までご希望のCM配信にて追加配信させていただきますので、予めご了承下さいませ。

▼その他

※詳細は、ABEMA Home Sponsoredの資料をご確認下さいませ。

1クール3,000万円以上ご協賛の企業様に限り、今日好きIPの利用展開が可能です。

目的やご予算に応じて、効果的な企画をご提案いたします。※「メンバーSNSからのPR投稿」以外は企業様のオウンド、企業様主語での実施に限りします。

SNS活用

オウンド用縦動画制作



1本あたり
500万円～

配信付帯

メンバーSNSからのPR投稿



全プラン対象
500万円～

インフルエンサーパッケージを
ご参照ください。

イベント・キャンペーン実施

クライアント主語イベント実施権利



1本あたり
1,000万円～

配信付帯

キャンペーン実施権利



1本あたり
200万円～

配信付帯

素材・デザイン提供

什器・POP・バナーなどデザイン利用権利



デザイン納品のみ
700万円～

配信付帯

OOH実施権利



デザイン納品のみ
700万円～

配信付帯



免責事項

お申し込みの際は、以下の免責事項を必ずご確認ください。

申込期日

- 制作物ありの場合
 - 配信開始希望日の9週間前に実施判断をお願いいたします。（シーズン放送途中からの協賛のご相談も承りますが、協賛終了日は協賛期間に準じます。）
 - CMの入稿は配信開始日の5営業日前までにお願いいたします。
- 制作物なしの場合
 - CMの入稿は配信開始日の5営業日前までにお願いいたします。（シーズン放送途中からの協賛のご相談も承りますが、協賛終了日は協賛期間に準じます。）

実施決定後
フロー

- エントリー頂き、その後実施が決定した場合、キャンセルはお受けできかねます。
- 協賛には事前考査が必要となります。お申込前に担当営業へお問い合わせください。
- 放送日の2週間前までに掲載ご希望の企業ロゴ・ブランドロゴを提出してください。

ロゴ入稿規定		
形	式	aiデータ
カラーモード		RGB
サイズ		1280×720以上を推奨
		形と色の見本として、PDFデータまたはJPEGデータも併せて入稿ください。
		RGB以外の場合、多少色味が異なる場合がございます。
		データはビジネスマネージャーに入稿、もしくは担当営業へ送付いただきますようお願いします。

コンテンツ制作

- 企画内容は全て番組可否が必要となります。
- 各施策における実施可能事項には限りがございます。詳しくは担当営業にお問い合わせをお願いします。

番組の演出

- オープニングキャッチプランに関する番組演出および、番組プロモーションでの競合配慮について
 - 番組演出において競合の店舗や製品、ロゴ、ラベルのアップ、それに対する直接的な言及は避けるよう配慮しますが見切れで映り込む可能性はございますので、予めご了承ください。また、番組プロモーションにおいても配慮はいたしますが、ABEMA判断とさせていただきます。
- オープニングキャッチプラン以外のプランに関する番組演出への競合配慮について
 - 一切不問といたしますので、予めご了承ください。

CM配信

- CMは全て『今日、好きになりました。』のCM枠にて配信されます。**他番組のCM枠には配信されませんので、予めご了承ください。**
 なお、番組内で保証IMPが消化できなかった場合のみ別プランにて補填いたします。
- **オープニングキャッチ・提供クレジットはIMP保証ではなく、掲載保証となります。**
- リニア本放送のCM配信は各話1本となります。
- **ビデオはご出稿金額に応じて配信されます。配信可能性のある枠のため、全チャンスに配信されるプランではございません。**
- エントリー後実施が決まった場合、別途CM配信の申し込みが必要となります。
- 該当番組へのCM配信本数は、お申込みの視聴開始数に準じます。毎話配信される保証は致しかねますので予めご了承ください。
- **指定配信の動画素材によってはのみどり配信をお断りする可能性がございます。**
- **協賛最低出稿金額内ではのみどり配信のみとなります。デモグラ配信との掛け合わせは原則不可となります。**

OPキャッチ
提供クレジット

- スライド内における提供ロゴの場所は指定できかねますので、予めご了承ください。
- オープニングキャッチ、提供クレジットに関しては、デザインが変更になる可能性がございますので、予めご了承ください。
- **提供クレジットはリニア本放送の最新話のみ掲載され、リニア再放送へは配信されません。**
- ビデオ配信においてオープニングキャッチの前に最大15秒のCMが入ることがございますので、予めご了承ください。
 （但し、オープニングキャッチプランスポンサーの競合企業のCMが配信されることはございません）
- 協賛ロゴのデザインはあくまでイメージです。内容によっては実施できない可能性もございます。

競合排除

- ・ オープニングキャッチプランに関する競合排除ルールについて
 - 今日好き協賛社に対して競合排除権利あり。ただし、競合範囲はABEMAにて決定させていただきます。
 - 今日好きリニア本放送/ビデオのCMチャンスに対して、ABEMAにて決定した競合範囲内での競合排除権利あり。
 - 今日好き周辺コンテンツへの競合排除権利はございません。
- ・ オープニングキャッチプラン以外の競合排除ルールについて
 - 競合排除権利はございません。競合配慮に関してはABEMA判断に一任とさせていただきます。
 - 今日好きリニア/ビデオのCMチャンスに対しての競合排除権利はございません。

掲載可否

- タイアップは事前に実施可否が必要となります。
- 商材特徴次第では、一部権利を付帯できない可能性もございますので予めご了承ください。詳しくは担当営業までお問い合わせください。

その他施策

- メンバーSNSからのPR投稿以外は、企業様のオウンド・企業様主語での実施に限ります。

ABEMA Home Sponsored

- TVデバイス・SPブラウザへの配信はされません。
- 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。新規ユーザーなど一部配信が出ないユーザーがおります。
- 再生数・再生UU数は想定数値となります。再生数が最小値に満たなかった場合は、ご要望に応じて最小値の再生数までご希望のCM配信にて追加配信させていただきます。

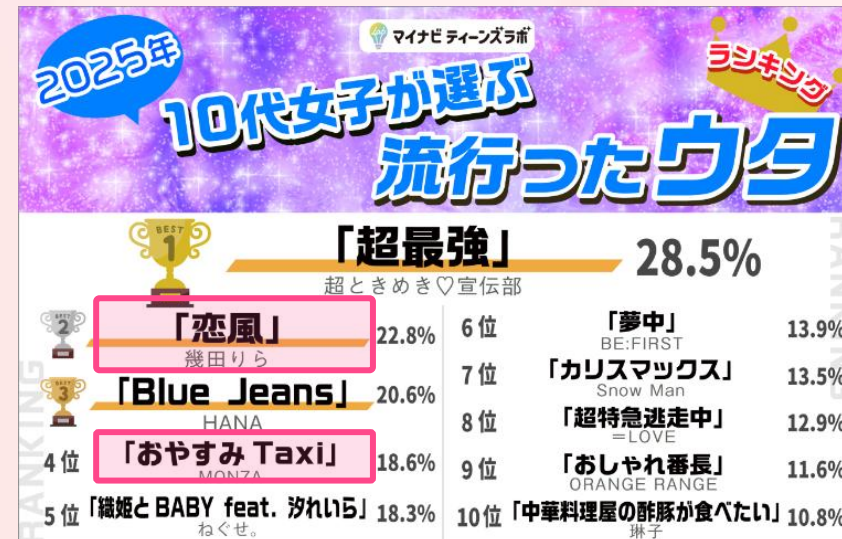
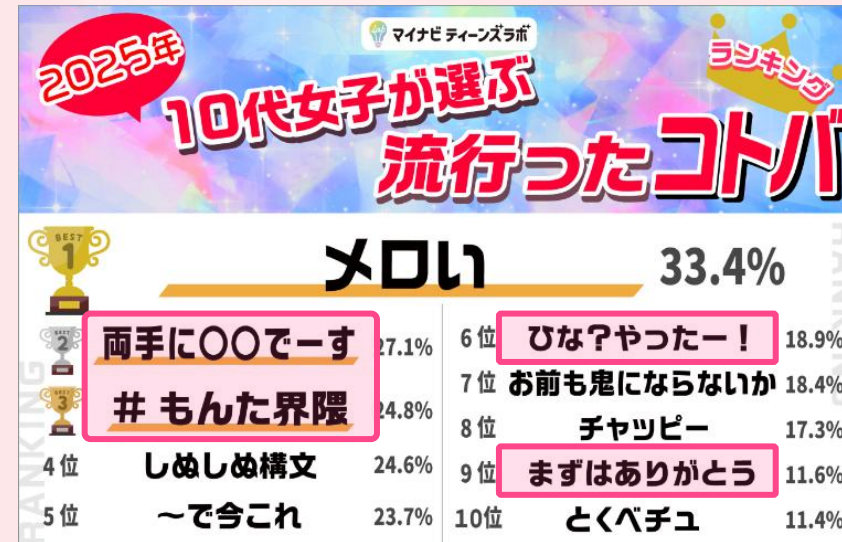
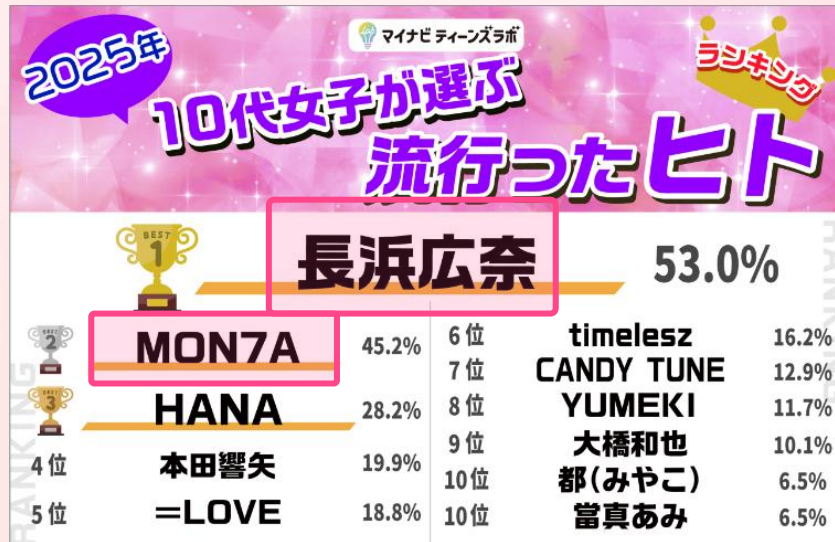
既得権益

- 基本的には既得権益は発生いたしません。
- ただしOPキャッチプランを2期連続で実施いただく場合、3回目以降の継続判断に対しては協賛終了月の4ヶ月前の月末まで既得権が発生いたします。



Appendix

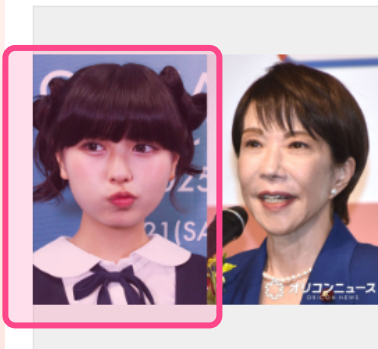
ヒト・コト・コトバ・ウタ、4部門を制した番組



2025年12月に発表された『JC・JK流行語大賞2025』では、高市早苗首相や大人気アイドルM!LKをおさえ長浜広奈がヒト部門1位を獲得。

『JC・JK流行語大賞2025』発表 「新語・流行語大賞」とまるで違うも…高市早苗首相が政治家初ランクイン【一覧】

12/1(月) 19:22 配信 6



椎木里佳氏が代表取締役を務める、Z世代向けマーケティング支援の株式会社AMFは12月1日、恒例の『JC・JK流行語大賞2025』を発表した。

【一覧表】JC・JK流行語とまるで違う…『2025 T&D保険グループ新語・流行語大賞』“10語”が発表！

(左から) 長浜広奈、高市早苗首相
(C) ORICON NewS inc.

ヒト・モノ・コンテンツ・コトバの4部門に加え、今年
は特別カテゴリー「BeReal.部門」も選出された。

『現代用語の基礎知識 選「2025 T&D保険グループ新語・流行語大賞」』とは、異なるワードがずらり。一方、「働いて働いて働いて働いて働いてまいります／女性首相」で「新語・流行語大賞」年間大賞に選ばれた高市早苗首相が、「JC・JK流行語大賞」にも登場した。

JC・JK 流行語大賞 2025

ヒト部門

1 長浜広奈 (タレント)

- 2 MILK (アーティスト)
- 3 高市早苗 (政治家)
- 4 ガミックス (インフルエンサー)
- 5 iLiFE! (アーティスト)

モノ部門

1 シール帳

- めじるしアクセサリー
- LABUBU
- カンケンリュック
- トウトウトウンサフル

コンテンツ部門

1 Love Type16

- 2 ピクセルキャラ
3 ナルトダンス
4 横揺れ
5 ふくぷく界限

コトバ部門

1 ○○で今これ

- 2 自認〇〇
- 3 スピ活
- 4 〇〇でしぬう
- 5 メロい

調査協力：株式会社Skyfall

※2025年11月 JCJK調査隊調べ(株式会社AMF)

高校生がお金を使ってでも欲しくなる番組ブランド

今日好きチップス販売実績



初日販売数 約**10万**袋

1週間で在庫消化率95%を達成



販売数 **1.1万**袋即日完売

販売開始から10時間で完売

※1ダース単位での販売 ※購入制限2ダースまで



SNSでも
話題化

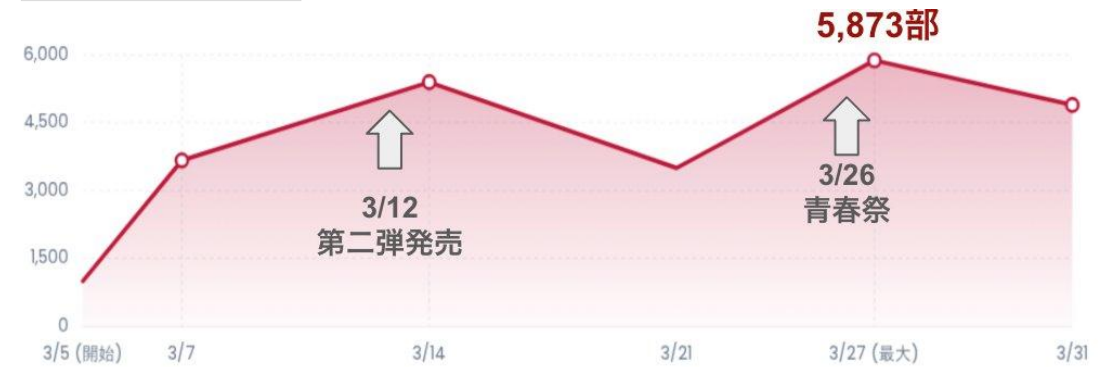
今日好きブロマイド販売実績

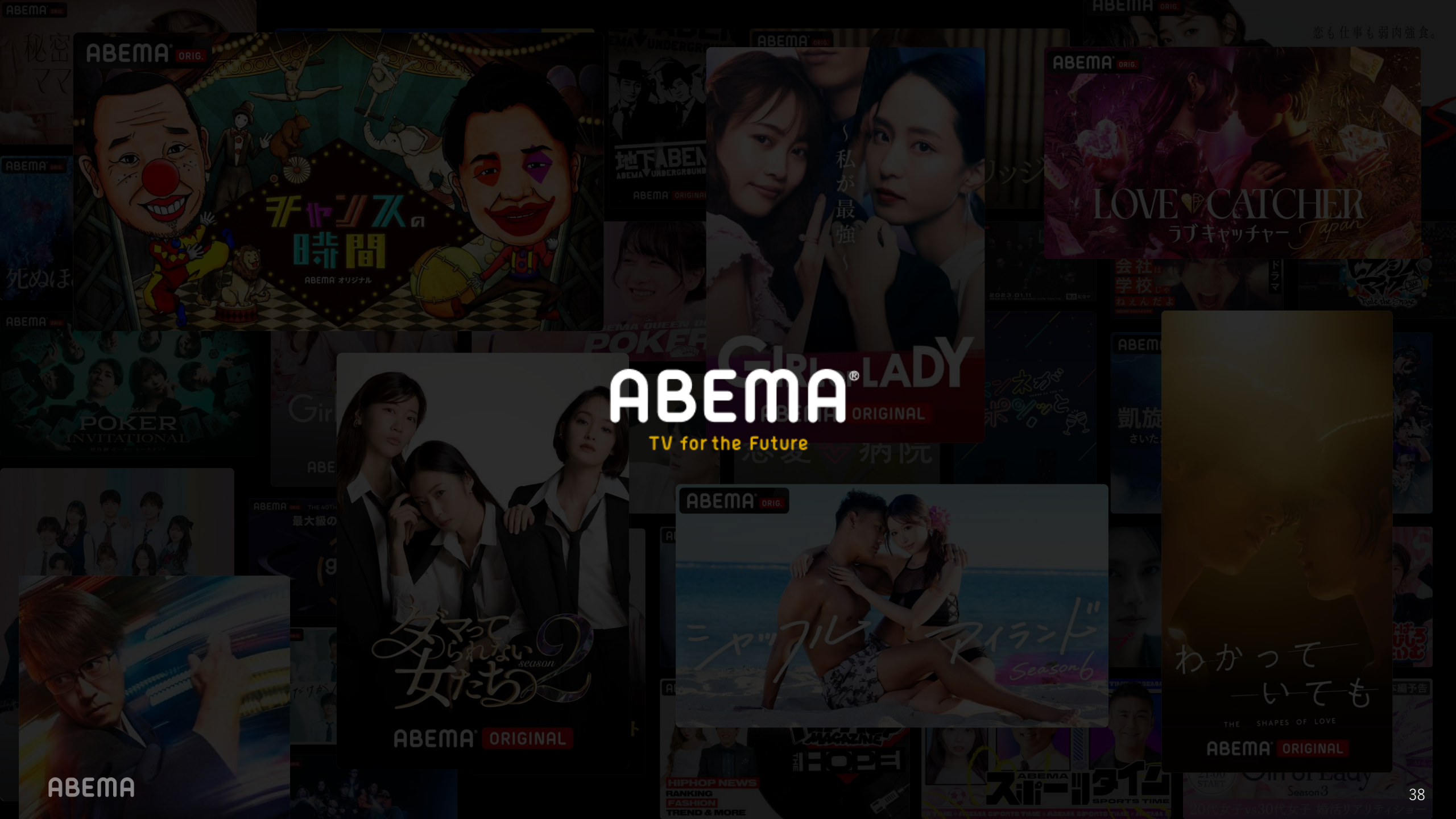
ブロマイド総販売枚数

約**73,000**部



日別販売数





ABEMA[®] ORIG.

フンク
時間

ABEMA オリジナル

ABEMA[®]

TV for the Future

ABEMA[®] ORIG.

LOVE CATCHER

ラブキャッチャー Japan

ABEMA[®] ORIG.

ニャッフル アイランド
Season 6

ABEMA[®] ORIGINAL

ABEMA[®] ORIGINAL

ABEMA