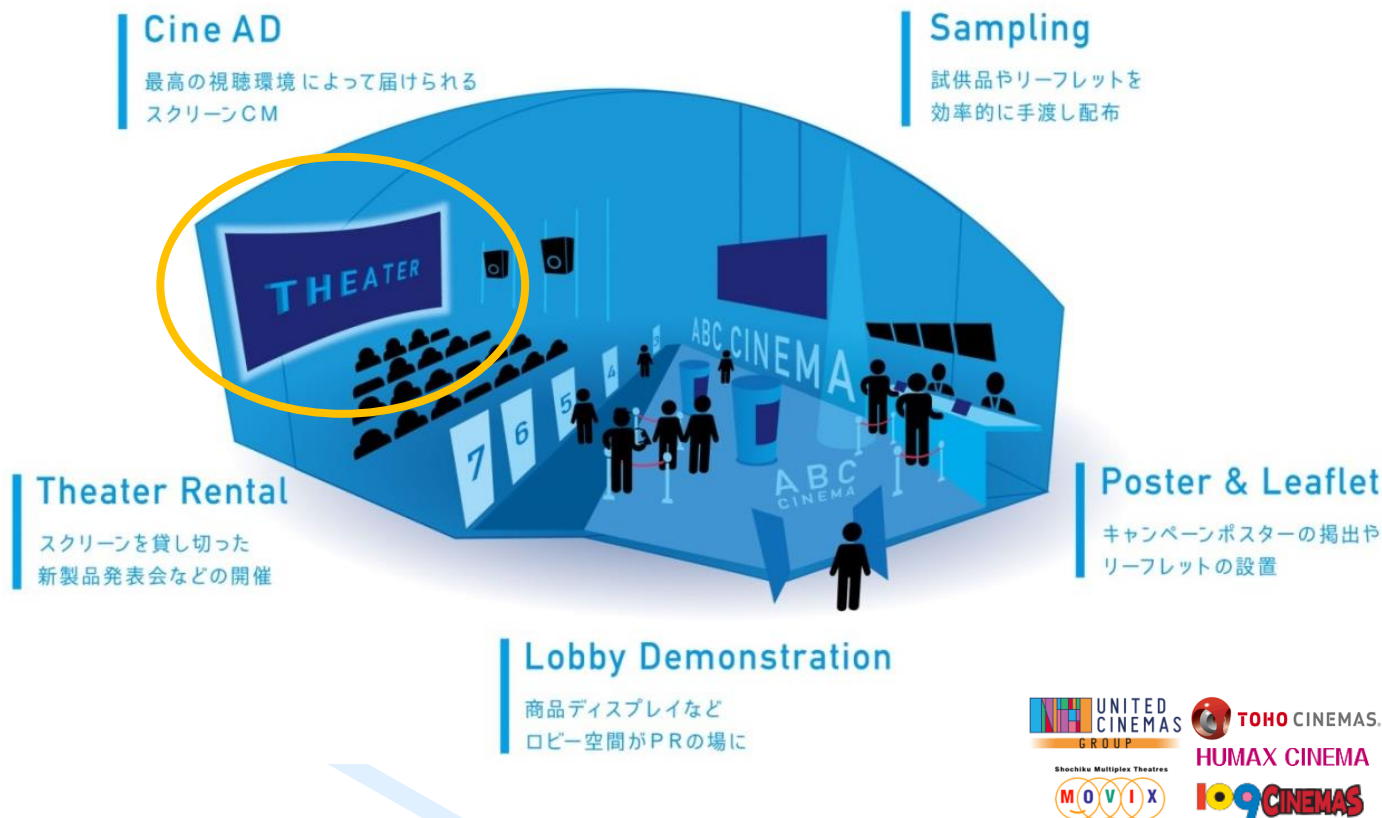


映画館プロモーションのご紹介

日本中に点在する映画館。トップクラスシアターになると、その来場者は**年間150万人以上**にも及びます。
大規模集客装置である映画館は**ブランドと消費者の間に強いエンゲージメントを生み出すプロモーション**でもあります。
ビッグスクリーンでの動画広告をはじめ、感情高ぶるエンターテインメント空間の内外で様々なメディアをご活用いただけます。

<実施可能プラン>



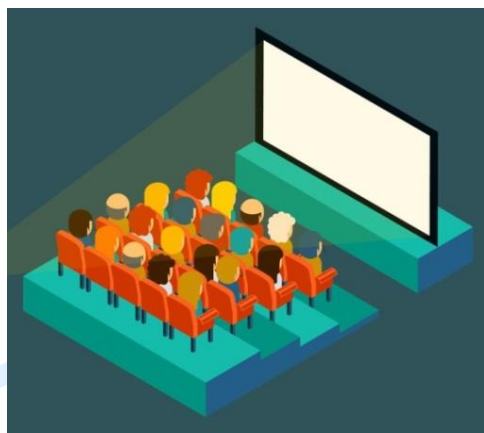
※シネアド以外のプロモーションメニューもご興味の際は是非お問い合わせください。

今回は中でも多くの企業様が活用されている

映画上映間のタイミングでのCM放映【シネアド】のご紹介です。

シネアドの効果

強烈なインパクトと浸透力により、ブランドと視聴者との高いエンゲージメントを実現。
貴社・貴店の告知CMを映画館の大スクリーンで放映いたします。

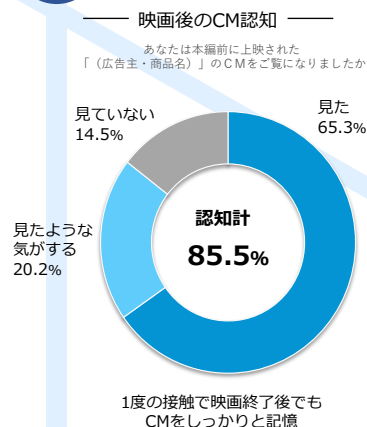


シネアドの視聴によって

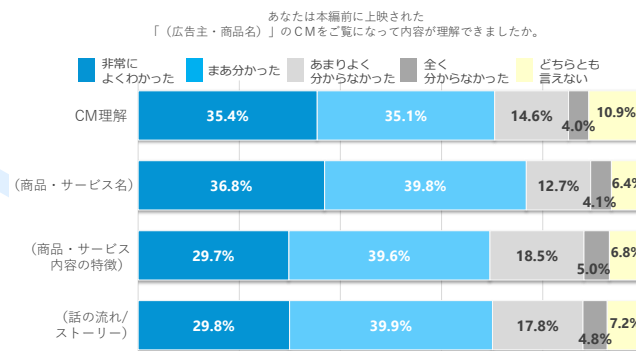
1. **85%**がCMを記憶
2. **70%**が商品・サービス内容まで深く理解
3. 商品・サービスへの好意度が**1.6倍**にアップ

到達 Reach

シネアドはどれくらい届いたか



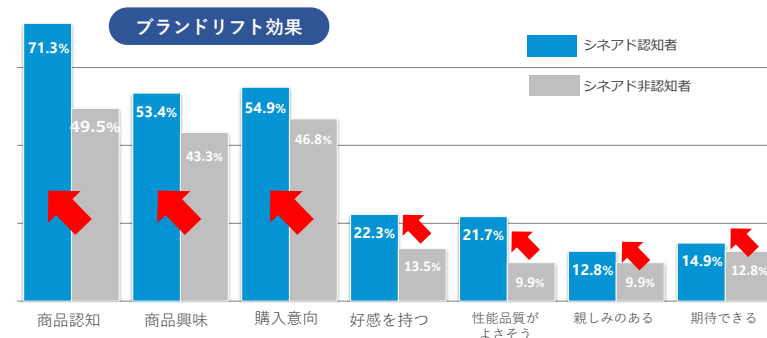
CM理解度



認知だけでなく、具体的な商品・サービス名、その内容にいたるまでの理解を一回の接触によって獲得。

効果 Effect

シネアドが広告商品・サービスにどのような影響を及ぼしたか



シネアドを視聴することにより認知・興味・購入意向などいずれもが上昇。商品・サービスに対するポジティブなイメージもアップし、良好なイメージの醸成効果が確認された。

シネアドプラン概要

施設・作品セグメントを行い、ターゲットを狙ったプロモーションも可能。
小規模実施の場合、比較的安価に始めていただけます。

1. 出稿パターン

①CineAD Spot<シネアドスポット>

期間・映画館を自由に選び上映。キャンペーンやエリア、予算に応じてフレキシブルな出稿が可能。

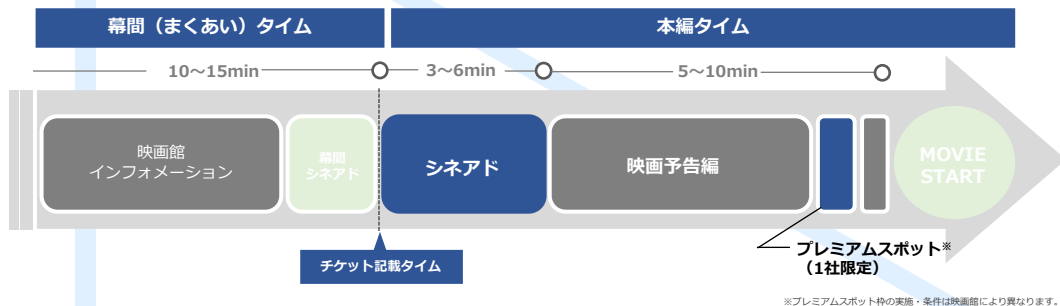
②CineAD Regular<シネアドレギュラー>

継続的な大量露出により大量リーチを獲得。
費用対効果も高く、エリアマーケティングとしても有効。

秒数	15秒、30秒、60秒以上の長尺も可	15秒（複数枠購入も可能）
対象	全ての映画館	レギュラー上映対象映画館
期間	1週単位で自由に設定可能	6か月間以上
上映パターン	全スクリーン上映／1作品指定上映	全スクリーン上映

3. CM ポジション

チケット記載タイムに最初に流れる映像がシネアドです。



2. 作品指定



4. シネアド上映Q&A

上映開始日は？

原則、金曜日が上映開始、木曜が上映終了の1週間が基本単位となります。ただし作品指定上映の場合で該当作品が金曜日以外に公開スタートをする場合は初日からの上映開始が可能です。

上映回数の目安は？

一般的な最新作は1日あたり4～5回上映されますが、話題作の場合は一つのシネコンで2スクリーン以上にわたって同作品が上映される場合もあります。CM上映回数の保証は行っておりません。

CM上映料金以外の費用は？／素材の納品形式は？

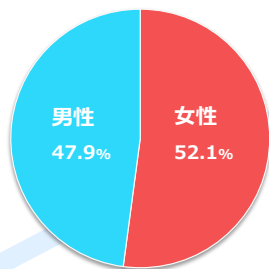
媒体費のほか、映画館専用の上映フォーマットデータ（DCPデータ）を作成する費用、各映画館への配信・デリバリー費用が必要となります。CM素材はHDCAM等のテープ素材のほか、定められた動画形式のファイルにて納品いただきます。

ユーザープロフィール

映画館ユーザーのプロフィール

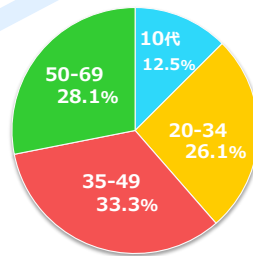
直近1年間に、1度以上映画館を訪れた映画館ユーザーのプロフィールを公開

性別



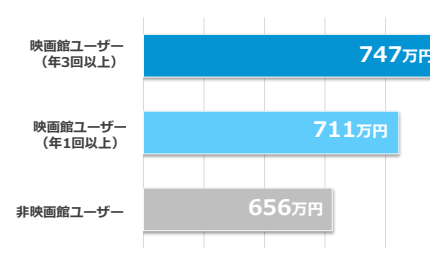
男女半々ぐらいが利用

年代



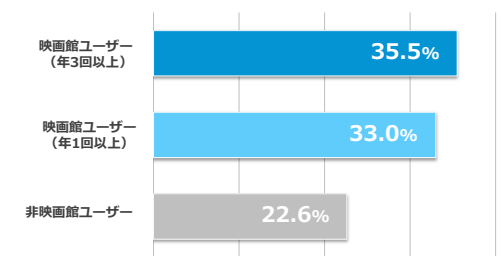
ティーンから中高年まで幅広い

世帯年収



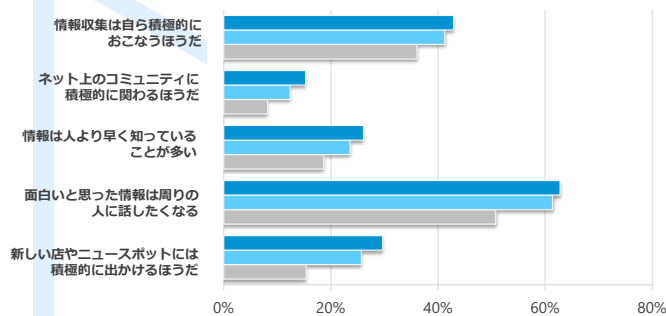
映画館来場者の世帯年収の高さが顕著

SNS利用率

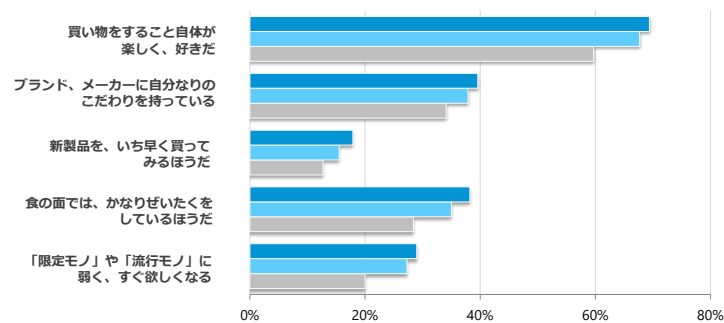


Twitter、facebookなどSNSの利用も高い

●情報感度、情報発信力が高い



●モノの購入に積極的でこだわりを持つ



●シネアドに対する関心・意識

Q.シネアドをご覧になったときにお感じになることは

役立つ情報が得られる	22.6%
商品を探したり買おう気になる	8.3%
人と話すときの話題になる	21.0%
新商品の情報が得られる	37.5%
ネットで検索するきっかけになる	13.5%

使用データ ビデオリサーチ SOTO/ex 2015
 ●調査・集計 株式会社ビデオリサーチ
 ●調査エリア/標本数 : 東京50km圏 4,800s
 ●調査対象 男女12~69歳の個人

過去実績

※一部抜粋



- 広告主／某加工食品メーカーN
- 告知内容／商品告知
- CM秒数／15秒
- 展開エリア／全国
- 放映方法／作品セグメント
- 作品名／ミニオンズ
- 目的／子ども連れ・ファミリー層へ新商品の認知と購入促進



- 広告主／某アイスクリームメーカーH
- 告知内容／商品告知
- CM秒数／15秒
- 展開エリア／UCキャンダルシティ
- 放映方法／全スクリーン
- 作品名／ー



- 広告主／某乳製品メーカーY
- 告知内容／商品告知
- CM秒数／30秒
- 展開エリア／全国
- 放映方法／作品セグメント
- 作品名／妖怪ウォッチ 誕生の秘密だニャン！
- 目的／子ども連れ・ファミリー層へ新商品の認知と購入促進



- 広告主／某不動産会社T
- 告知内容／企業広告
- CM秒数／15秒
- 展開エリア／東京
(ユナイテッド・シネマ豊洲)
- 放映方法／全スクリーン
- 作品名／ー



- 広告主／某結婚式プロデュース会社E
- 告知内容／プリンセスブライダルフェア
- CM秒数／30秒
- 展開エリア／7大都市（北海道を除く）
- 放映方法／作品セグメント
- 作品名／アナと雪の女王2



- 広告主／某バンドアーティスト
- 告知内容／ライブ告知
- CM秒数／15秒
- 展開エリア／東京
- 放映方法／作品指定
- 作品名／ANEMONE/交響詩篇エウレカセブン ハイエボリューション