



Onneta

Onneta x Twitter スポンサーシップ

2021.4-6 Ver1.0

ABC テレビ

abcd
ABC Development Corporation



第1部 Onnetaとは？

おうちのなかを、もっとしあわせに。

「Onnela（オンネラ）」とは、フィンランド語で、“しあわせの棲むところ”という意味です。

ライフスタイルが多様化し、大事にする価値観は人それぞれだったとしても、
私たちには、ほっとするため、明日への力を養うため、大切な人と過ごすため、
大事にしたい帰る場所があります。

私たちOnnelaは、暮らしがもっと楽しく快適になる情報を提供することで
多様化するライフスタイルに寄り添い、自分らしい暮らしや住まいの実現をサポートしたい、
Onnelaを通じて、「そんなの思いつかなかった」「これならやれるかも」
といったポジティブな感情を生み出すことで、暮らしに前向きな変化を提供したい。
そんな想いを込めて、コンテンツをお届けしています。

Onnelaの特徴

「おうちのなかのしあわせ」を見つけるための
暮らし動画メディア

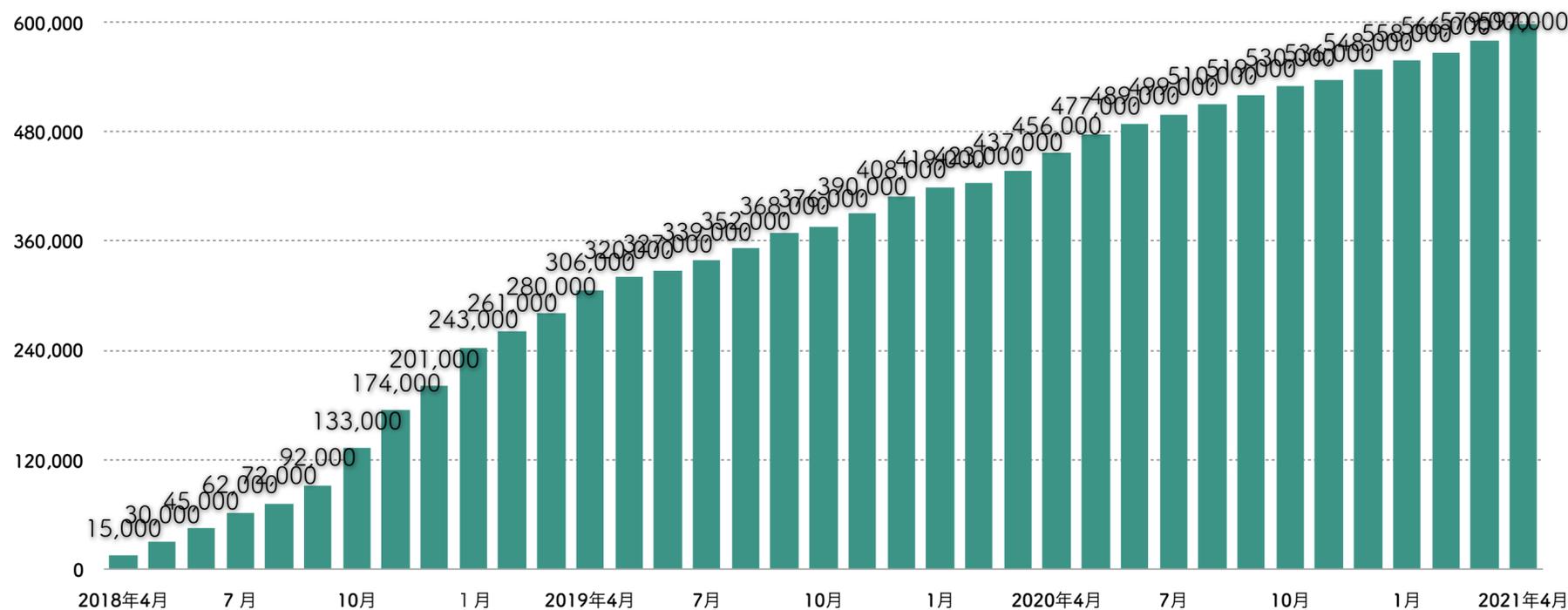
1. 国内最大級のフォロワー数
2. 高いエンゲージメントを実現するコンテンツ
3. 暮らし全般をカバーする幅広いジャンル設定
4. 視聴者の共感を呼ぶユーザ参加型メディア

1 国内最大級のフォロワー数

2018年4月のオープン以来、毎月ファンが拡大

100万超のフォロワーを中心に月間1,000万人以上にリーチ 月間総動画再生回数は4,500万を突破

Instagramファン数推移



Instagram動画再生数

期間	平均リーチ/動画	平均再生数/動画	月間総再生数※
2020年10～12月	約57万リーチ	約26万再生	約4500万再生

※公式ホームページやSNS、ニュースメディアなど全配信先における月間総動画再生回数（2020年5月）

-  **600,000** Fans
-  **150,000** Fans
-  **10,000** Fans
-  **40,000** Fans
-  **20,000** Fans
-  **190,000** Fans

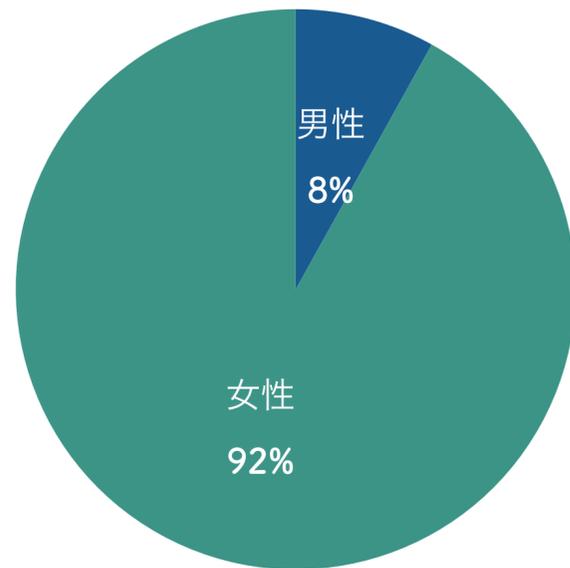
↓

TOTAL 1,000,000 Fans

Onnelaユーザの属性

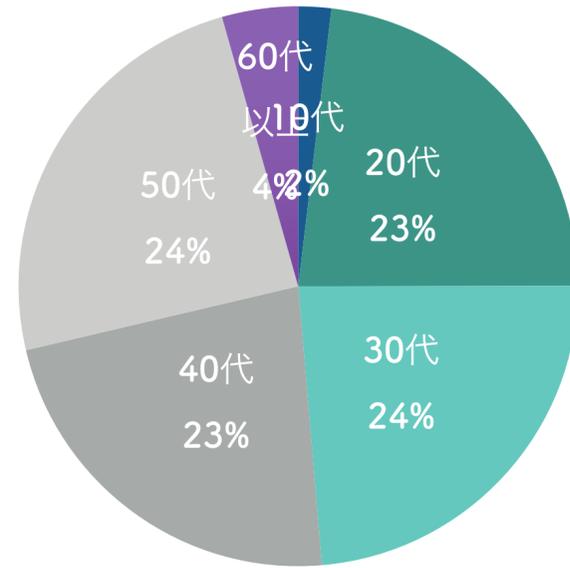
Onnelaは、暮らしを前向きに楽しみたい20代～40代の女性たちをターゲットユーザに設定しています。仕事や育児で忙しいため、生活の中で悩みや問題があっても解決策を見出せていない方々へ、「これなら私にもできそう」「すぐに作って見たい」「思いつかなかった」など、暮らしを豊かにするアイデアを「動画」で提案いたします。

男女比



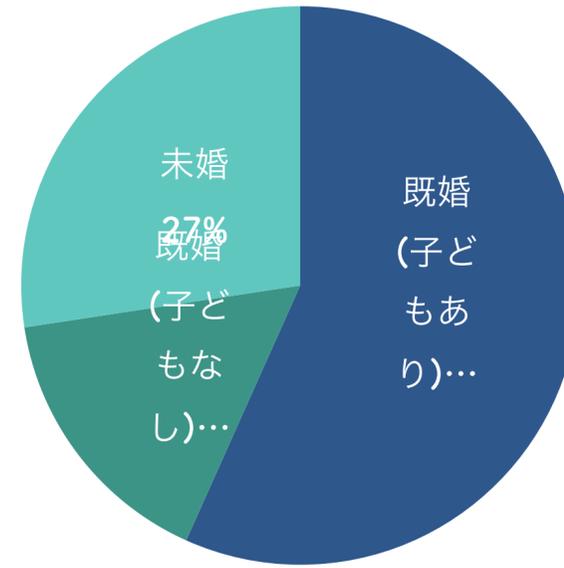
女性ユーザーが92%と大半を占めている。

年齢別



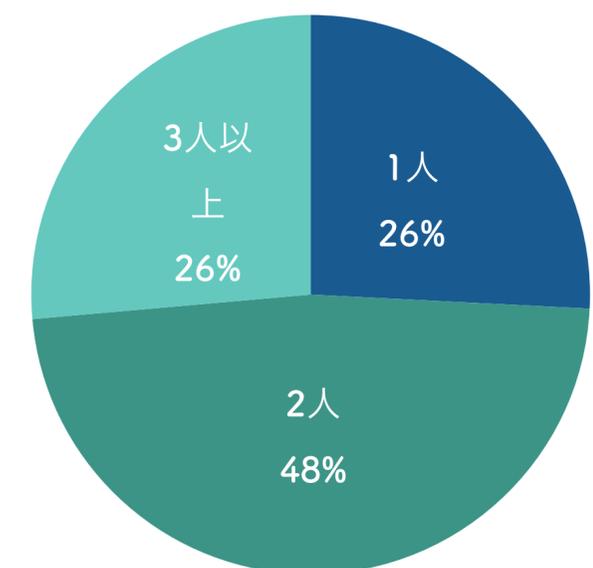
20代、30代、40代が約7割を占めている。

未既婚



子どもがいる既婚者が約6割。子どもがいない既婚者・未婚者が約4割。

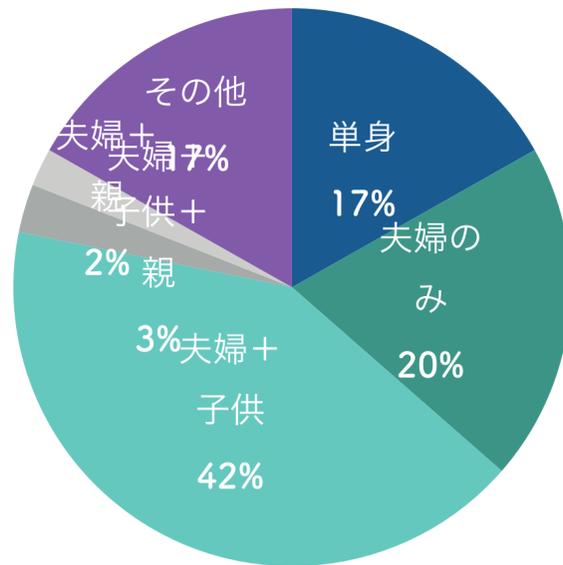
子どもの数



子どもがいるユーザのうち、子どもの数が2人の人が半数。

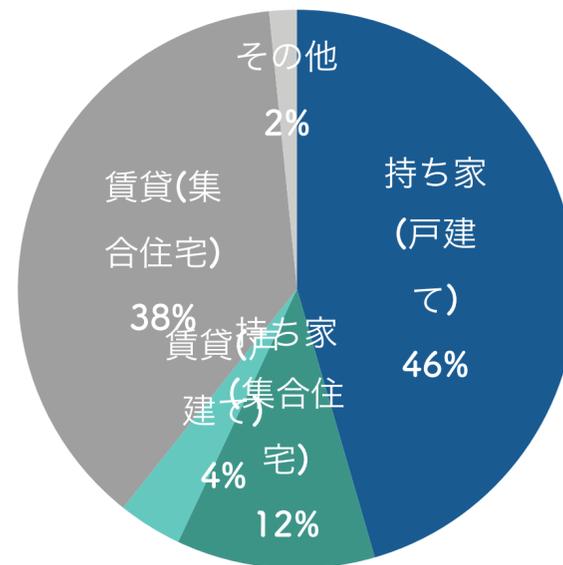
Onnelaユーザの属性

同居家族構成



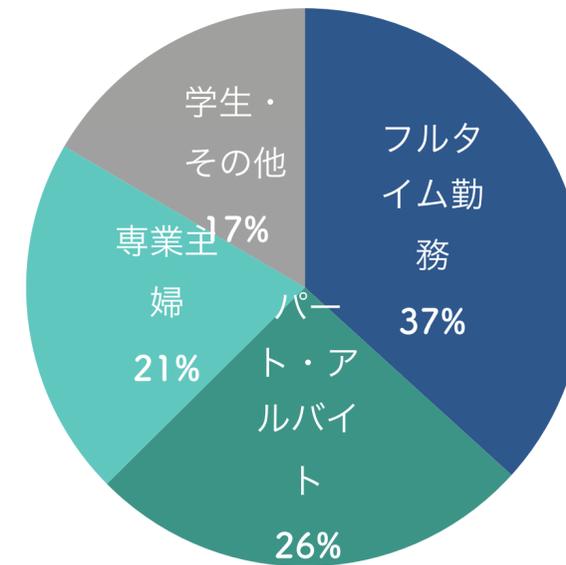
子どもと同居が半数

住居形態



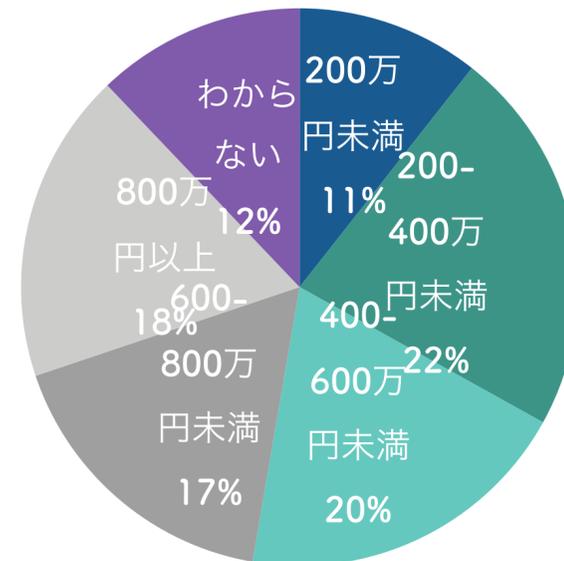
マンション派(賃貸+分譲)と戸建て派が同数。

職業



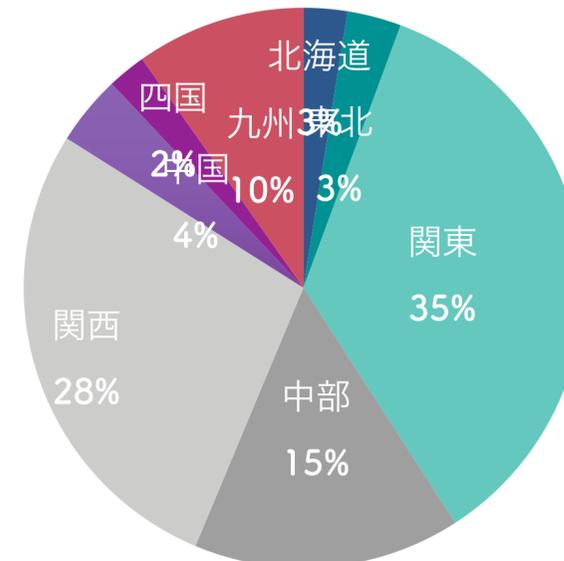
フルタイム、パートなど働く女性が約2/3。

世帯年収



世帯年収が400万円未満のユーザが約1/3、600万円以上のユーザが約1/3。

居住地

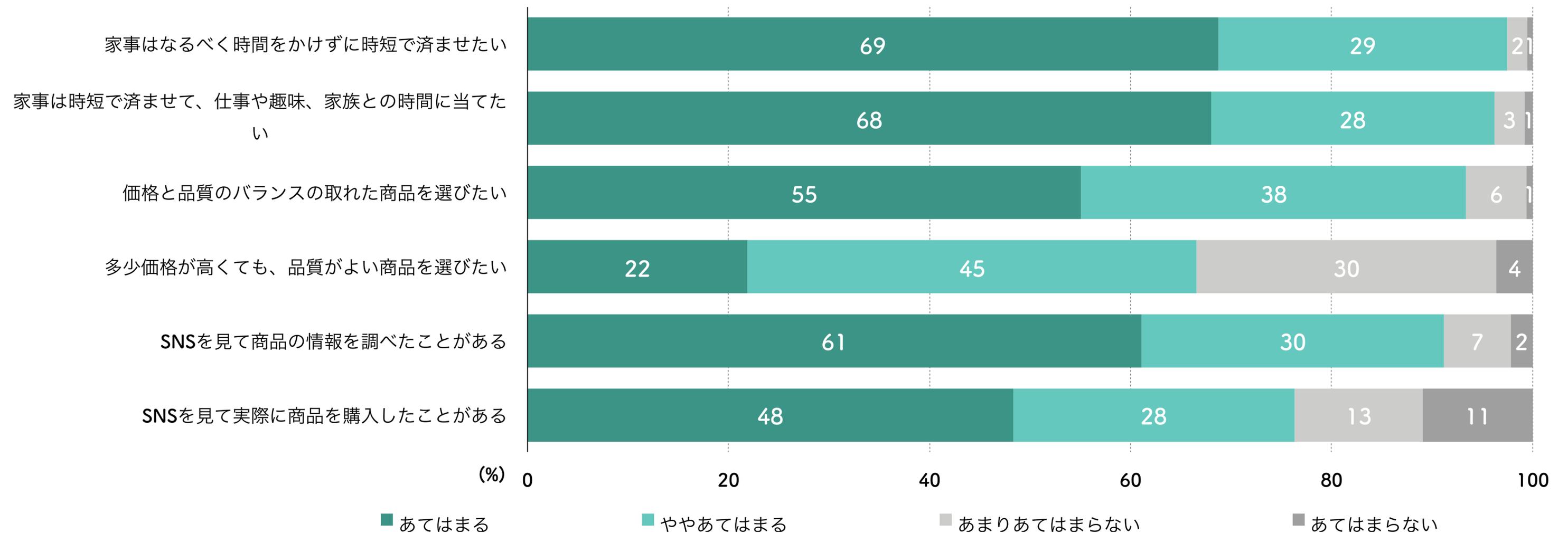


関東、関西、中部で約8割

Onnelaファンアンケートより 2021.03実施

Onnelaユーザの家事や消費に対する意識

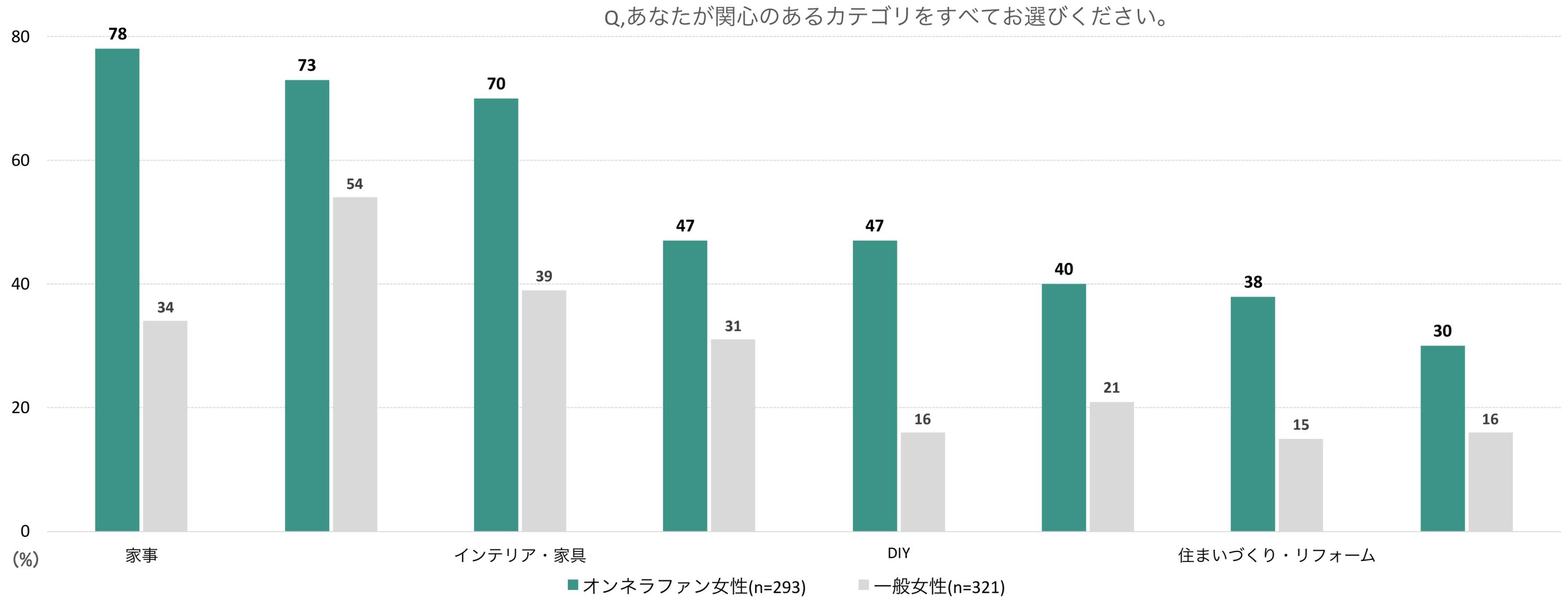
Onnelaユーザの大半が「時短」への強いニーズを持っており、単に時間を節約するだけでなく、空いた時間でより生活を充実させたいという意識が強い。また、価格と品質のバランス＝「コスパ」に対する意識も強く、SNSを見て商品情報を収集したり、購入する人も多数を占めており、情報感度の高さを生かした、賢い消費行動を行っている。Wo



「Onnelaファンアンケートより 2019.10実施

Onnelaユーザーの関心カテゴリ

Onnelaユーザーの関心が最も高いのは「家事」で、スコアは一般女性の2倍以上。その他にも幅広いカテゴリで一般女性のスコアを大きく上回っており、一般女性に比べOnnelaユーザーは「暮らし全般」に関心が高い。

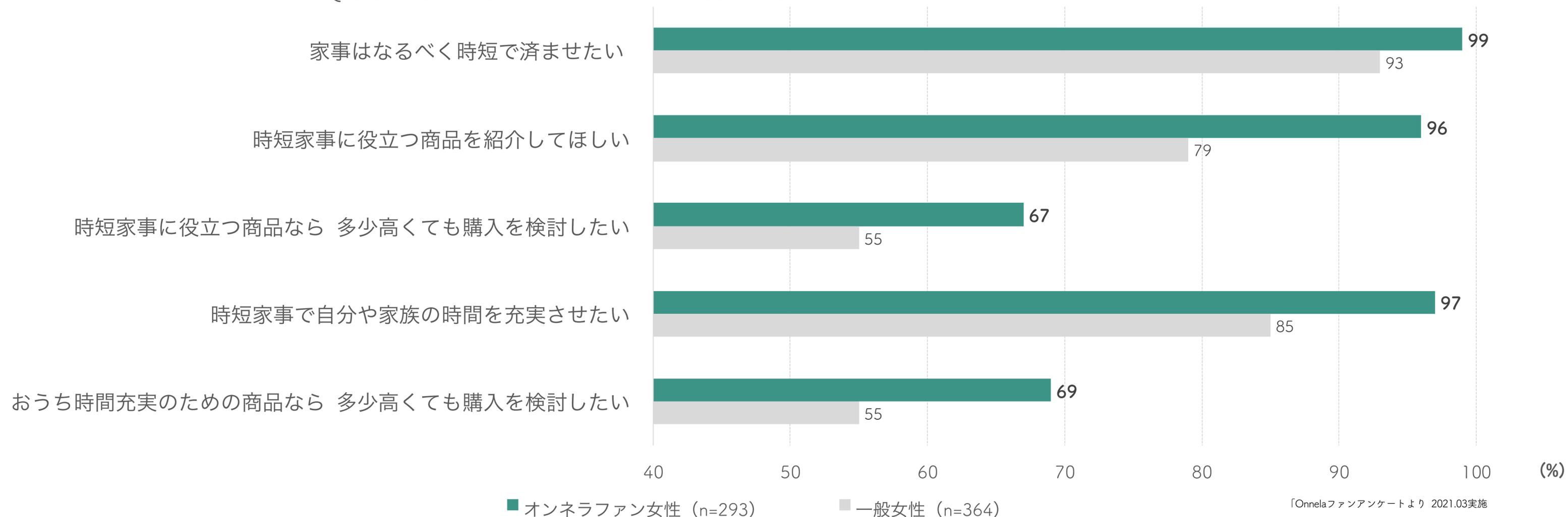


Onnelaユーザの家事や家事商品の購入に関する考え方

Onnelaユーザ・一般女性ともに「時短家事」へのニーズは高いが、「自分や家族の時間を充実させたい」というニーズはOnnelaユーザの方が高くなっている。

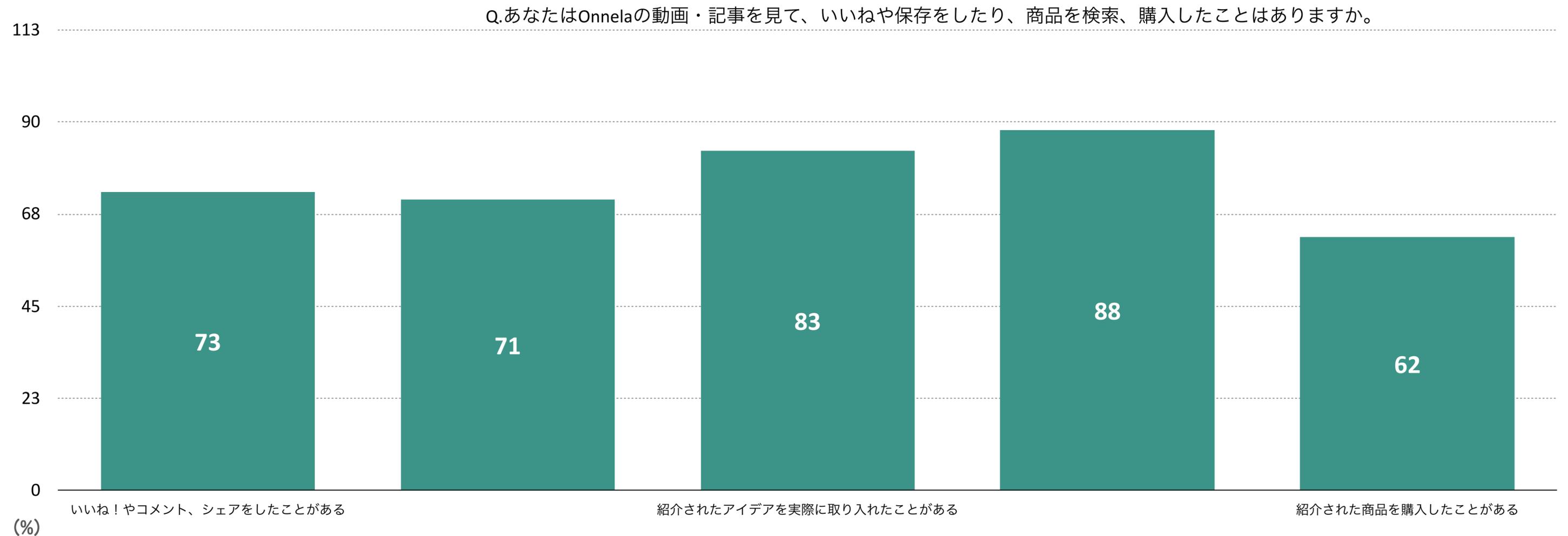
「時短家事」や「おうち時間充実」の商品購入意向にはOnnelaユーザの方が高い。

Q.家事や商品の購入に関するあなたの気持ちや考え方にあてはまるものをお選びください。



Onnelaユーザの動画視聴後の行動

Onnelaユーザの7割以上が動画に対するエンゲージメント経験があり、アイデアを取り入れた経験がある人は8割以上。さらに、商品を調べたことがある人は9割弱に達し、購入経験がある人も6割と動画視聴が商品検索や購入などアクションのきっかけになっている



「Onnelaファンアンケートより 2021.03実施

2 高いエンゲージメントを実現するコンテンツ

スマホ視聴を前提に、動画コンテンツを最適化

高いエンゲージメントとSNSでの拡散が実現

「視聴しやすい」

スマホ視聴に最適化された短尺動画による、高い視聴性。

「役に立つ」

自分でもやってみたい、人に教えたいという動機づけによる、高い保存率/拡散性。

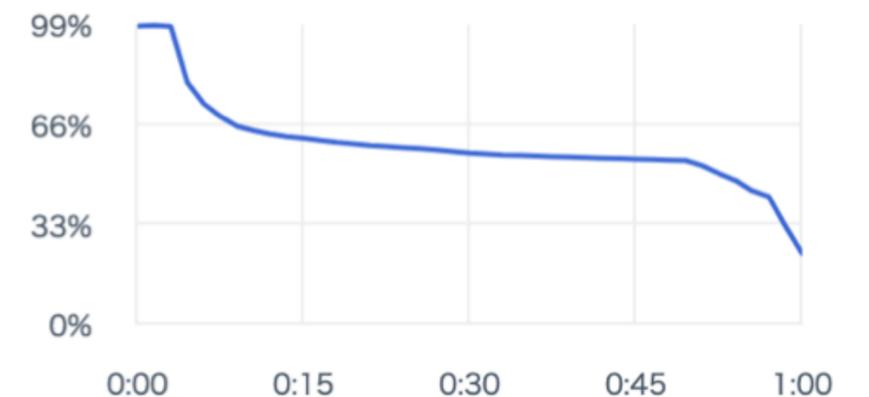
「気づきや発見」

最後まで見ないと完結しない課題解決型の構成による、高いリテンション。



視聴者のコンテンツ体験の満足度が上がることで、SNSでの拡散に繋がります。

オーディエンスリテンション



競合メディアとの比較 (Instagram)

オンネラはフォロワー数は最多ではないが、フォロワー増加率、平均いいね率はすべてのカテゴリで最も高く、平均いいね数も暮らし/ライフスタイル系、ママ/育児系の中では最も多い。

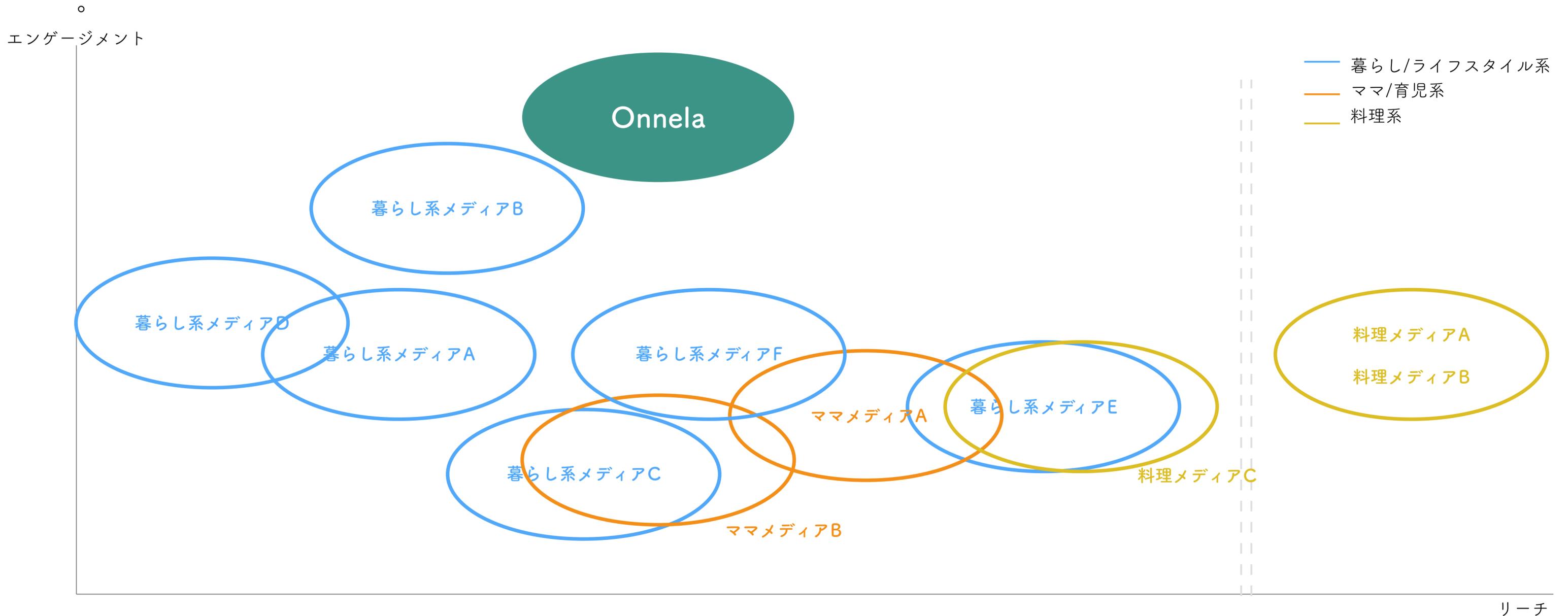
※SNS分析ツールWoomyにて計測
※期間：2020年7月21日～12月20日

暮らし/ライフスタイル系	フォロワー数	フォロワー増加率 (直近6ヶ月)	平均いいね数	平均いいね率
Onnela	542,613	+11.4%	6,233	1.16%
暮らし系メディアA	336,548	-2.5%	1,660	0.49%
暮らし系メディアB	381,081	+3.5%	3,167	0.83%
暮らし系メディアC	507,578	+4.8%	1,420	0.28%
暮らし系メディアD	104,275	+2.3%	567	0.55%
暮らし系メディアE	1,058,820	+9.2%	4,308	0.41%
暮らし系メディアF	640,358	+0.7%	3,068	0.48%
ママ/育児系	フォロワー数	フォロワー増加率 (直近6ヶ月)	平均いいね数	平均いいね率
Onnela	542,613	+11.4%	6,233	1.16%
ママメディアA	794,580	+2.8%	3,097	0.39%
ママメディアB	596,240	+8.7%	1,774	0.30%

料理系	フォロワー数	フォロワー増加率 (直近6ヶ月)	平均いいね数	平均いいね率
Onnela	542,613	+11.4%	6,233	1.16%
料理メディアA	3,226,048	+7.3%	16,310	0.50%
料理メディアB	3,256,261	+7.3%	15,511	0.48%
料理メディアC	1,125,946	+8.7%	4,610	0.41%

競合メディアポジショニング (Instagram)

オンネラは「一定数のリーチ獲得によるブランド/商品の認知向上」と「高いエンゲージメント獲得による生活者の共感醸成」の両立が可能。また、フォロワー増加率が高いため、今後はリーチ拡大によるさらなる認知向上が見込める。



ヒット動画を生む3つのポイント

「SNS動画のプロクリエイター集団」

年間約4,500本の動画を手がける、SNS動画のプロクリエイター集団が制作。

「SNS動画制作の独自ノウハウを蓄積」

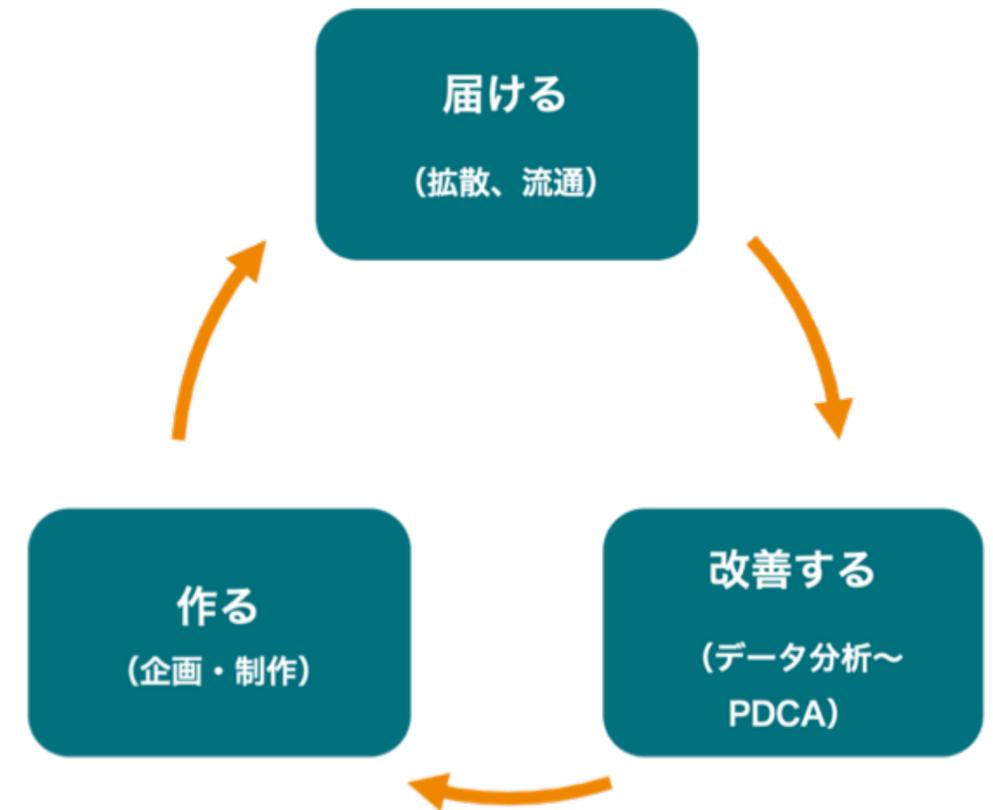
“つい見始めてしまう” “ふと見続けてしまう”

タイムラインに最適化された動画クリエイティブの独自ノウハウを蓄積。

「データを生かした分析・改善」

配信結果や視聴データを専任アナリストが詳細に分析。

クリエイティブ改善により、「より見られる」動画への磨き込みが実現。



3 ユーザーの暮らしの悩みに幅広く答える

見ると暮らしが“ちょっとよくなる”アイデアを発信

多彩な ジャンル

- ・収納
- ・インテリア
- ・家事
- ・DIY
- ・お宅訪問
- ・住宅
- ・プチリフォーム
- ・料理
- ・生活雑貨

様々な 切り口

- ・お悩み解決
- ・how to
- ・生活トレンド
- ・ライフスタイル提案

なぜそれが 可能なのか?

- ・人気クリエイターを監修者として起用
- ・ユーザの視聴データを詳細に分析
- ・編集部による徹底検証体制

コンテンツ紹介

暮らしや住まい、ライフスタイル領域で幅広いジャンルの良質なコンテンツを、毎日お届けしています。

インテリア



51万再生
2万保存 [▶動画を見る](#)

ライフハック



120万再生
8.6万保存 [▶動画を見る](#)

お宅訪問



40万再生
3.1万保存 [▶動画を見る](#)

収納



93万再生
3万保存 [▶動画を見る](#)

家事



66万再生
7.3万保存 [▶動画を見る](#)

住まい



12万再生
0.2万保存 [▶動画を見る](#)

レシピ



85万再生
4.8万保存 [▶動画を見る](#)

DIY



93万再生
3.9万保存 [▶動画を見る](#)

クラフト



48万再生
2.8万保存 [▶動画を見る](#)

子育て



36万再生
1万保存 [▶動画を見る](#)

生活雑貨



71万再生
3.3万保存 [▶動画を見る](#)

人気アイテム



74万再生
3万保存 [▶動画を見る](#)

クリエイターネットワークと監修コンテンツ

人気DIYクリエイターやインスタグラマーなど発信力のあるユーザーを、Onnelaコンテンツ監修者としてネットワークしています。

人気クリエイター例

提携を
加速中!

DIY



sayo.x

インテリア



rkmama45

プチリフォーム



asasa0509

ラッピング



shihomasuda

収納術



uedmkk

アクセサリー



OTUTUMI

監修コンテンツ例

監修範囲を
拡大中!



クリエイターネットワークと監修コンテンツ

新たに加わった様々なジャンルの監修者をご紹介します。

整理代表オーガナイザー



カウンセリング重視の住宅間収納プランナー。多くのものを持たないシンプルな暮らしを伝える。

KUUKI 代表
渡部 しのぶ

空間スタイリスト



主にインテリアを担当。お客様の立場に立ち、理想を叶えるためのお手伝いを行う。

KUUKI
塚原 あずさ

料理研究家/フードコーディネーター



著書「圧力鍋で作るおかずの感動レシピ」が大好評のベストセラーに。普段の食生活で実践できる味わい深いレシピに定評あり。

牛尾 理恵

ハウスキーパー/家事愛好家



10年間で百数十件のお宅の家事代行を経験。時短家事を得意としている。

門奈 美恵子

住宅間収納プランナー



収納のお悩みを優しく豊かなアイデアで解決。

松本 裕子

洗濯ハカセ



「洗濯ハカセ」として、家庭でもできる洗濯・シミ抜き術を発信中。テレビ・雑誌等メディア出演多数。

白洋舎 部長
神崎 健輔

4 視聴者の共感を呼ぶユーザ参加型メディア

ユーザの暮らしの中から生まれたアイデアやリアルな声をピックアップ

ユーザに寄り添う情報をお届けし、視聴者の共感を獲得

ファンへの投稿へのアンサー動画制作



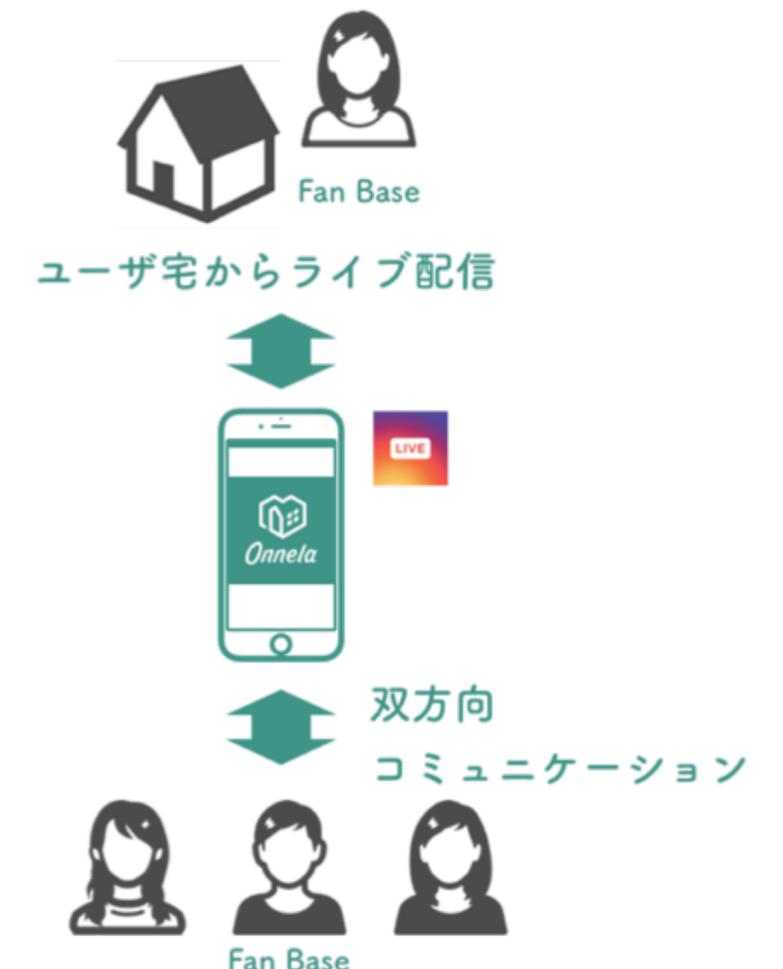
ファンのリアルな声をピックアップし、生活
の中での悩み解決型のアンサー動画を制作。

ファンのお宅訪問動画制作



ファンのリアルな住まい方や暮らし
ぶりを編集部が取材し、動画化。

ファンのお宅からのLIVE配信



ファンの住まい方や暮らしぶりをLIVEで
実況し、視聴者とリアルタイムでやり取り。

Onnela Laboイベント、お宅訪問LIVE配信、ウェビナー配信

Onnelaファンイベント、LIVE配信も2019年4月から開始（※イベントは2020年4月よりウェビナーにも対応）

双方向コミュニケーションを通じて、Onnelaファンがさらに増加中

OnnelaイベントVol.1～Vol.6
Onnelaイベント 2019 Autumn
など多数



1～2ヶ月に1回、約30～50人のファンを集めてワークショップ形式で開催し、イベント後には参加者へのアンケートやインタビューを実施。

（この日のテーマは「整理収納のプロが教える！片づけ&収納講座」）

InstagramでのLIVE配信



・鎌倉在住のユーザのご自宅を訪問し、暮らしやインテリアについて生トーク。視聴者からのコメントも多数。

・編集部メンバーによる不定期生配信も開始

YouTubeでのウェビナー配信



OnnelaアンバサダーによるWEBセミナー

Onnela WEBサイト

待望のOnnelaサイトが2019年5月にローンチ

InstagramをはじめとするSNSと組み合わせた立体的な情報発信が実現



Monthly (2020/05)

350,000 PV

- ・動画の書き起こし
 - ・特集記事
 - ・取材記事
 - ・商品紹介記事
- などを展開中

マスプロモーション

2020年5月より関西エリアにて初のテレビCMを放映開始

特に近畿圏でオンネラの認知が拡大、検索流入も急激に増加



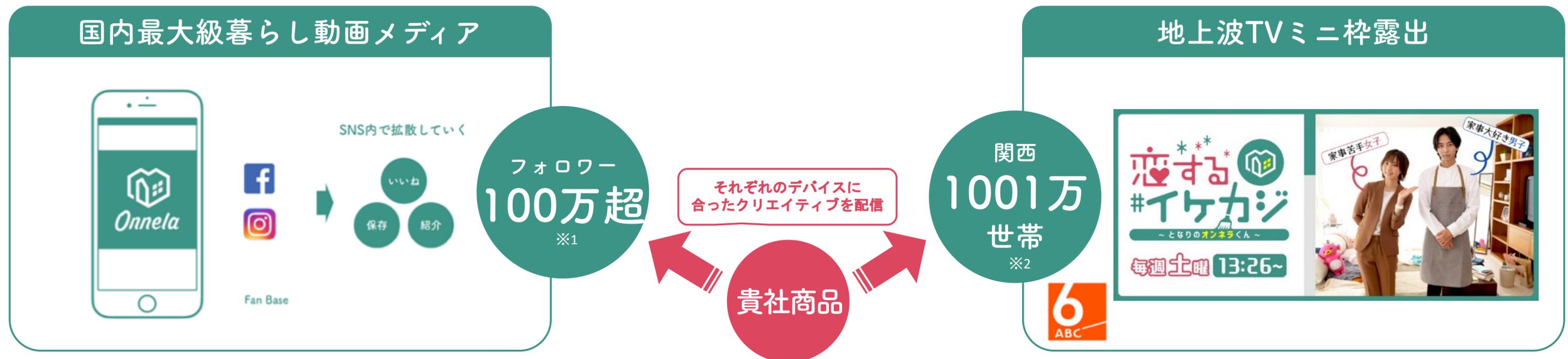
一般的なワードとのトレンド比較

2020年5月

テレビ連動

OnnelaのSNSタイアップ動画制作・配信だけでなく
ABCテレビ番組ミニ枠内でも商品・サービスの露出を行うスペシャルパッケージです

「Onnela」でオリジナルタイアップ動画を制作・配信し、100万フォロワーに拡散。
テレビミニ枠「恋する#イケカジ」（ドラマ仕立ての番組）で商品・サービスの露出を致します。
それぞれのデバイスに合ったクリエイティブで、SNS拡散・テレビによる認知拡大の2方面から
貴社商品のプロモーションを実施。また、ご希望により、純広CMをパッケージにしたご提案も可能です。

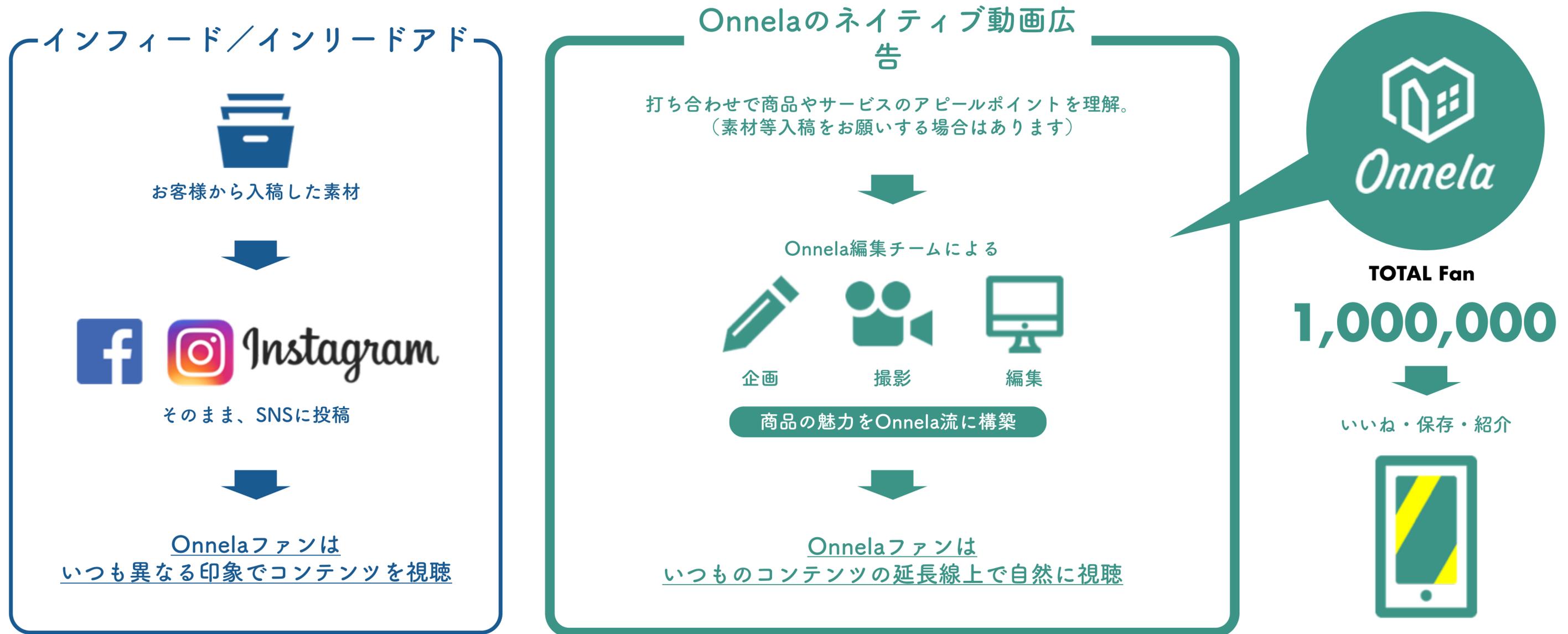




第2部 広告ソリューション

Onnelaのネイティブ動画広告の特徴①

入稿型広告とは異なり、Onnela編集部の独自の視点をもとに企画・制作することで、視聴者の興味・関心を最大化。ストレスなく、自然に視聴されることで、高いエンゲージメントやオーガニックでの拡散が実現します。



Onnelaのネイティブ動画広告の特徴②

Onnelaのコンテキスト/世界観に沿って、編集部が独自の視点をもとに企画・制作することで、クライアント様の商品やサービスの魅力を“暮らしをより良くするアイデア”に変換し、約100万人のOnnelaファンにお届けいたします。

。



商品が“ユーザの暮らしに提供する価値”を訴求するために、最適な企画をご提案します。

動画イメージ

一般的な広告のように一方的に機能や製品ベネフィットを伝えるのではなく、生活者視点で掃除に対するお困りごとや課題を提示し、共感を得たのちに、それらを解決できるアイテムやサービスであることを訴求することで、商品に対する理解を深め、購買意欲の向上を図ります。さらに、動画内や投稿文にて購入ページやプレゼントキャンペーンについても訴求し、購買意欲をさらに高めていきます。

< 課題提示 >
お悩み紹介



共感
興味

アンケートで得られた回答をもとに、ユーザーの共感できる困りごとのシーンをみせて共感を生む

< 課題解決 >
商品・サービス紹介



認知

課題を解決できるアイテムやサービスであることを紹介。

< 課題解決 >
商品機能紹介



理解

商品のメリットや差別化ポイント、使い方を紹介

< 購入意欲促進 >
+ α ポイント紹介

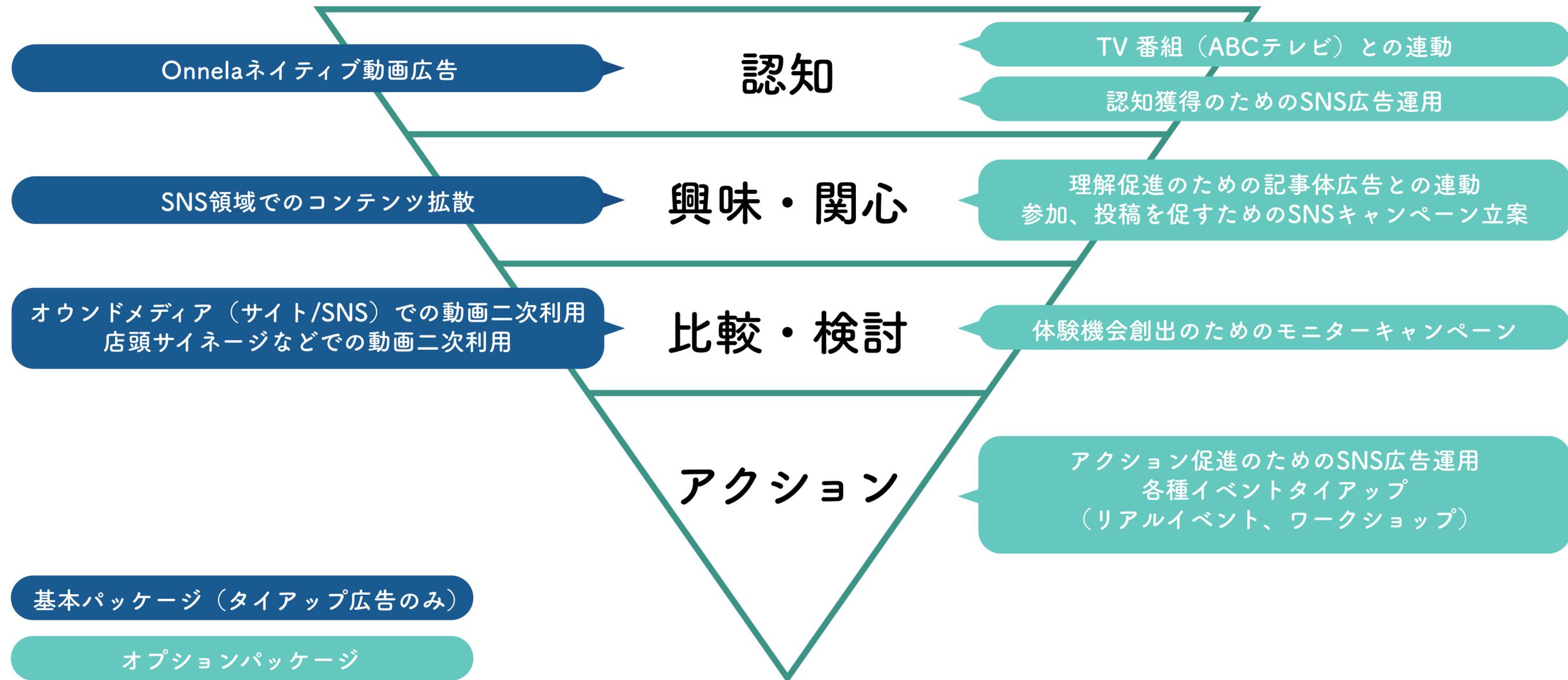


購入
検討

Onnelaユーザーならではの+ α になるポイントを紹介するとともに、購入ページ、キャンペーンについて訴求。(オプション)

動画広告活用によるフルファネルソリューション

動画広告や連動施策は、「認知」「興味・関心」「比較・検討」「アクション」の各ファネルに対応。
ファネルごとの課題に合わせた施策を組み合わせることによって、フルファネルでのソリューションが提供可能です。



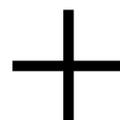
第3部 広告メニュー

Twitter スポンサーシッププラン(制作型)

Onnelaネイティブ広告
基本パッケージ



Onnela公式アカウント
80万から配信



プロモツイート



Onnela動画を広告素材として活用

新規ユーザーをさらに獲得

動画コンテンツ内容、切り口については編集部と協議の上決定するものとします。
 動画修正リテイクは、基本2回までとさせていただきます。
 配信テキスト内容については、編集部と協議の上決定するものとします。
 配信テキストは、掲載後に変更を行う場合があります。
 遠方への取材が発生する場合は、別途費用がかかります。
 Onnelaスタジオ利用する場合、MC、タレントを使う場合は別途費用がかかります。

Onnela x Twitter スポンサーシップ 制作型

料金 (税抜)	500万～ ※グロス・制作費込みですが、制作内容によってプラスαがあります
目的	ターゲットや請求ポイントに合わせたオリジナルの動画コンテンツを制作しブランド認知の拡大を目的としてプランです。またご発注分全額のプロモツイート配信を実施するため、単体で発注いただくよりもお得なプランです。
誘導枠/回数	Twitter1回 Facebook1回、Instagram1回 (ストーリー展開は別途)
Twitter プロモツイート	Twitter有料広告500万円分～
想定再生数	Twitter広告配信 190万再生想定 IG/FBオーガニック配信 10万再生想定 合計200万再生想定
申し込み期限	30営業日前
掲載期間	無制限
レポート内容	Twitter: Imp、動画再生数、完全視聴数、エンゲージメント・数率 / Facebook: リーチ数、動画再生数、エンゲージメント数・率、上位視聴者属性、男女比 / Instagram: リーチ数、動画再生数、エンゲージメント数・率、保存数

Twitter スポンサーシッププラン（制作型）

例) タイアップ+広告配信の全体ご予算が**500万**だった場合

例

【通常】



【本パッケージ】



500万円全額
Twitterで広告配信可能

企画・制作費用がかからず、全額Twitter上での広告配信が可能

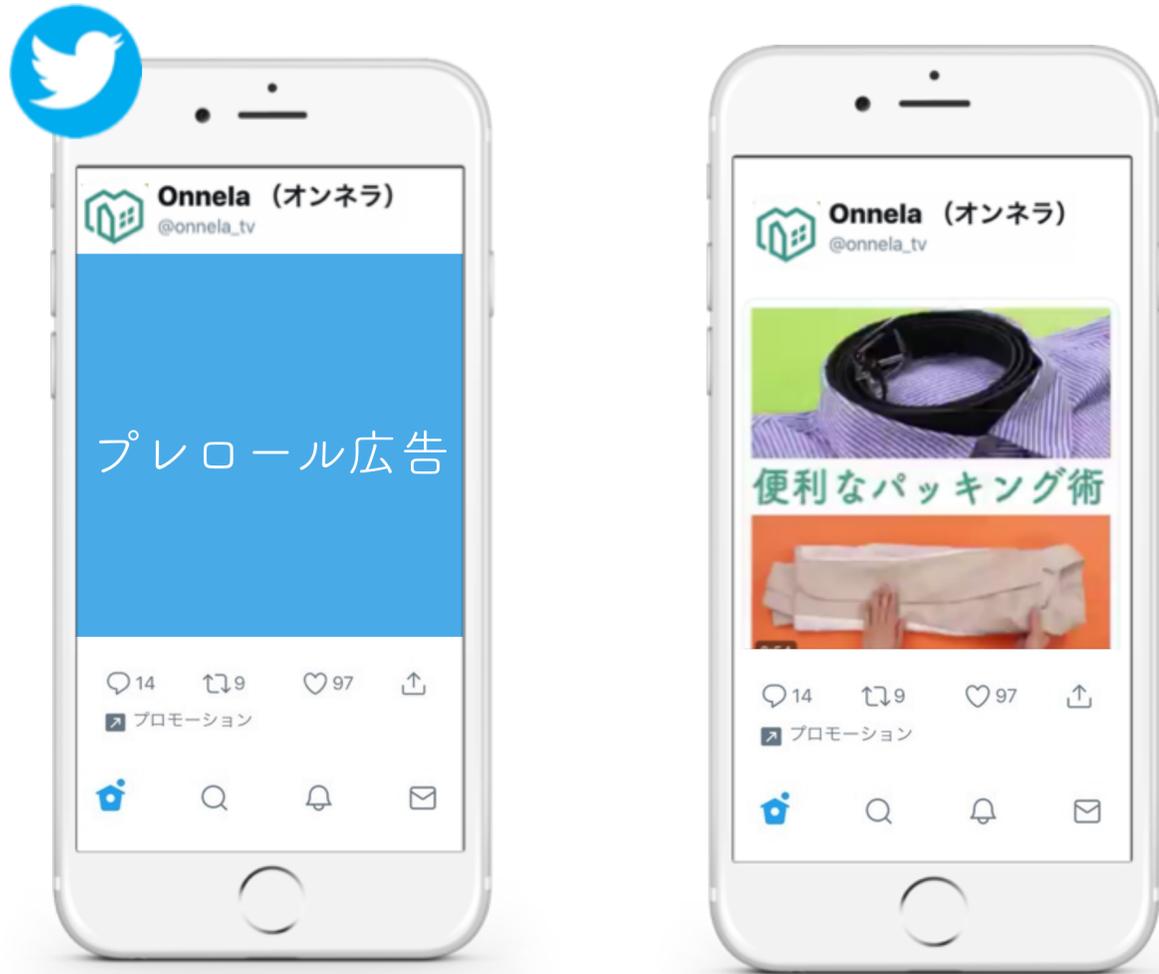
Twitter スポンサーシップ(制作型)メニュー

ご発注金額全額分のプロモツイート配信を実施するため、単体で発注いただくよりもお得なプラン。
Twitterとの親和性が高い商材やサービスの企画に最適なパッケージです。

	Twitter スポンサーシップ Plan ※お申込み金額全てTw広告配信（制作費込）		
	ゴールド	シルバー	ブロンズ
料金（税抜き・グロス）	¥700万	¥600万	¥500万
配信面	Twitter、Instagram、Facebook	Twitter、Instagram、Facebook	Twitter、Instagram、Facebook
動画二次利用	込み	込み	なし
記事	込み	なし	なし
Onnela Laboファンアンケート	込み	込み	込み
ブランドリフト調査	込み	なし	なし
想定再生回数*	Tw 260万 IG+Fb 15万	Tw 225万 IG+Fb 15万	Tw 187万 IG+Fb 15万
保証再生回数	なし	なし	なし

※動画再生数の定義：IG/FB（動画3秒再生）、TW（動画2秒再生）

Twitter スポンサーシッププラン(プレロール型)



Onnela x Twitter スポンサーシップ プレロール型

最低出稿金額 (税抜)	200万～ ※グロス、詳しくは営業担当にご確認ください
配信アカウント	@onnela_tv
動画内容	ライフハックや家事、収納、インテリアなど暮らしや生活に関わる動画（10本程度を想定） カスタムプレロールも対応致します。別途ご相談ください。 ※使用動画は、過去に配信されている動画のアーカイブから商材に応じて選出致します。
配信時期	応相談
最低掲載期間	2週間～
入札形式	※詳細はお問い合わせください
申し込み期限	広告配信予定日より5営業日前



ビデオ広告の秒数は制限なし
(ただし6秒以上の広告の場合、スキップボタンが表示されます)

1分程度

Onnela Labo活用オプション一覧

メニュー	概要	掲載期間	掲載量	料金	ご提供内容
ファンアンケート	アンケート +動画制作	-	-	50万～	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート実施（200サンプル～） ・アンケート結果にもとづいた動画制作、配信 ・調査レポート提出
ファンインタビュー	インタビュー +動画制作	-	-	100万～	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント実施（監修者出演費含む） ・インタビュー実施（20名～） ・インタビュー結果に基づいた動画制作、配信 ・インタビューレポート提出 ※別途会場費が発生する場合あり（基本は弊社スペース）
ファンモニター調査	モニター調査 +動画制作	-	-	100万～	<ul style="list-style-type: none"> ・モニター調査の実施（3名～） ・モニター調査結果に基づいた動画制作、配信 ・モニターレポート提出 ※モニター期間は別途ご相談
広告配信パッケージ	各種リサーチ +動画制作 +SNS広告配信	-	-	150万～	<ul style="list-style-type: none"> ・SNS広告枠での配信、運用 ・広告配信レポート提出 ※広告出稿量、パターンは別途ご提案 ※リサーチ内容/規模により料金は変動
ブランドリフト調査	動画広告効果測定調査	-	-	50万～	<ul style="list-style-type: none"> ・実施（200サンプル～） ・調査レポート提出 ※リサーチ内容/規模により料金は変動
コンテンツ二次利用	動画/記事/調査データ 二次利用	-	-	30万～	※二次利用の内容、ボリュームによって別途ご相談

Onnela制作動画の二次利用について

タイアップ広告で制作したOnnelaコンテンツは、広告主様のオウンドメディア（自社ホームページ）等での活用が可能です。利用については下記のオプション扱いとなります。

前提1 Onnela公式で配信されたコンテンツをそのまま配信

オプションで30万円/1年間(税抜き)のコンテンツ使用料が発生致します。

※注意事項

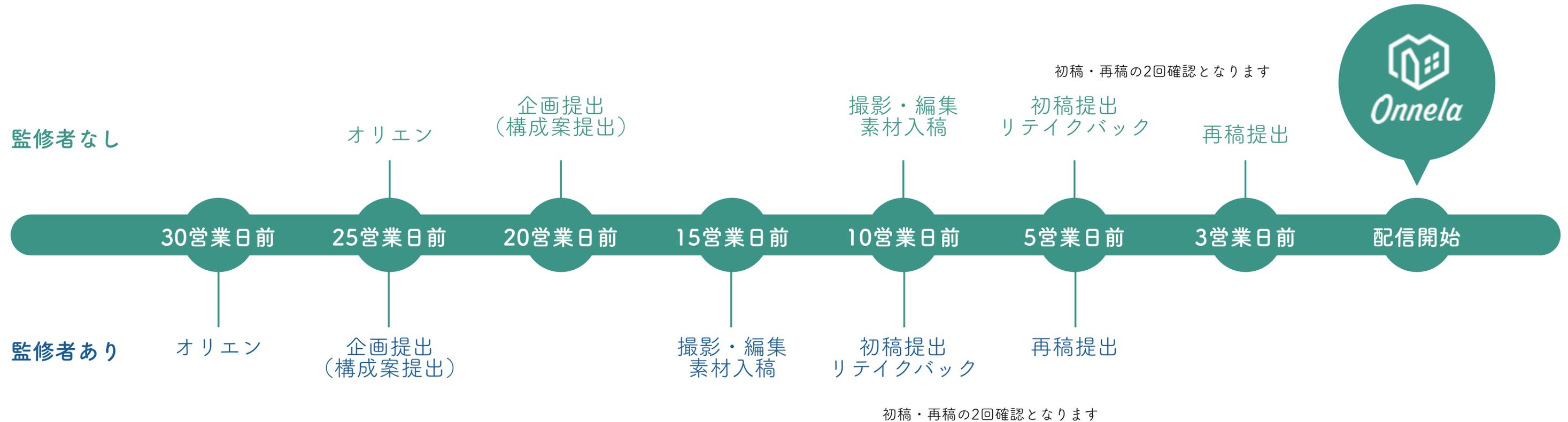
- ・サイズは16:9に調整可能です。
- ・広告出稿は行えません。（TVCM、Web広告）→前提2
- ・お渡しした動画の再編集は行えません。
- ・プロジェクトファイルはお渡しできません。
- ・タイアップ掲載前に先行して使用することはできません。
- ・タイアップ掲載商品のみ利用が可能です。
- ・ポップ作成・印刷等は広告主様のご負担となります。
- ・制作物はすべて事前確認をさせていただきます。
- ・利用期限を過ぎて各種データを使用したことが発覚した場合、お申込み金額を違約金としてご請求いたします。

前提2 Onnela公式で配信されたコンテンツをキャンペーン等で活用する場合

基本的に広告メニュープランに該当致します。
キャンペーンご活用時は、担当にご相談ください。

配信までのスケジュール

企画から入らせていただくことで、よりユーザーエンゲージメントの高い動画コンテンツを制作いたします。



※スケジュールは目安です。詳しくは、企画提出の際に併せてご提示いたします。基本的に配信まで約一ヶ月かかります。

※ 動画修正のお戻しは基本2回までお受けいたします。

※動画の二次使用についてはあらかじめご相談ください。後からですと対応できない場合があります。

※キャストینگ費・スタジオ費・交通費等に関してのご注意

Onnelaでは通常の編集コンテンツと同様のフローで広告コンテンツも制作しております。制作体制もコンパクトでスピード感を重視しておりますため、

キャストやスタジオロケーションなどは基本的にOnnelaにお任せいただくことを前提に費用にインクルードさせていただいております。

貴社のご要望に基づく、キャストینگやロケーションまた長距離移動に関しては別途、実費請求となる場合がございますことをご了承ください。

入稿規定

掲載禁止内容

- ・ 暴力、賭博、麻薬、売春などの行為を肯定・美化するもの
- ・ 醜悪、残虐、猟奇的で不快感を与える恐れがあるもの
- ・ 性に関する表現、または性を連想させる表現で卑猥性の高いもの
- ・ その他風紀を乱したり、犯罪を誘発する恐れのあるもの
- ・ 公序良俗に反しているもの犯罪的行為に結びつくもの
- ・ 第三者の財産、プライバシーを侵害するもの第三者に不利益を与えるもの
- ・ 第三者を誹謗中傷しているもの
- ・ 広告の表現とリンク先の内容が著しく異なるもの
- ・ 明示的あるいは暗黙に特定競合を示唆した比較表現、実証されていない事項を挙げる比較表現、不公平な基準による比較表現が含まれるもの投機、射幸心を著しく煽るもの
- ・ 医療、医薬品、化粧品において、薬事法の定めを遵守していないもの
- ・ 非科学的、または迷信に類するもので、ユーザーを惑わせたり、不安を与える恐れのあるもの
- ・ 氏名、写真、談話及び商標、著作物等を無断で利用したもの
- ・ 内外の国家、民族などの尊厳を傷つける恐れのあるもの
- ・ 詐欺的なもの、いわゆる不良商法とみなされるもの
- ・ 宗教、政治、アダルトを増長するとみなされるもの
- ・ 選挙の事前運動、選挙運動またはこれらに類似する行為及び公職選挙法に抵触する恐れのあるもの
- ・ 紙幣・通貨（またそれに類似するもの）を連想させる表現があるもの
- ・ その他法律に反しているもの
- ・ 掲載先のイメージを著しく低下させる恐れのある表現のものその他弊社が不適切と判断した内容

※ご不明な点は担当までお問い合わせください。

免責事項

ご確認ください

- お申込み後のキャンセルや開始日等の変更はお受けいたしかねます。
- 広告主および広告取り扱い代理店は、広告内容について第三者の権利を侵害していないことおよび記載内容に係わる財産権のすべてにつき、権利処理が完了していることを弊社に対して保証するものとします。
- 第三者から弊社に対して広告に関連して損害を被ったという請求がなされた場合は、広告主および広告取り扱い代理店の責任と負担において解決するものとしします。ただし、当該損害が弊社の責に帰すべき事由に起因する場合はこの限りではありません・広告主および広告取り扱い代理店は、暴力団等反社会的勢力と一切の関係が無く、名目を問わず資金提供その他の取引を行うものでないこと、およびそれらに関係する者を役員に選任、または従業員として雇用などしていないことを保証するものとします。
- リーチ、視聴数についてはすべて想定となります。下振れた際に補填等はできかねますのでご了承ください。
- 弊社は、通信回線、コンピュータ、サーバなどの障害、天災地変による本サービスの中断、遅延、中止、データの消失、データへの不正アクセスにより高広告主および広告販売に生じた損失、損害などについて、一切責任を負わないものとします。
- 弊社は広告主都合によるリンク先中断にて発生する一切の責任を負わないものとします。
- 広告主のサイトに不具合（デッドリンクなど）が発生した場合は、ユーザーの利便性を考慮し、広告主および広告販売代理店に対して事前に通知を行うことなく、配信を中断することがございます。

※ご不明な点は担当までお問い合わせください。

スポンサーシップ広告の注意点(広告主様向け)

ご確認ください

- ・発注後のキャンセルは原則として受け付けていません。
やむを得ない事情でキャンセルをせざるを得ない場合には、すでに制作を進行したものに関して広告主から制作費を直接パートナーへお支払いいただきます。
- ・掲載期間は原則3ヶ月以内となります。
3ヶ月以上の期間で配信予定の案件に関しましては別途ご相談ください。
- ・他のプラットフォームへのクリエイティブ転用可否はパッケージによって異なります。
- ・掲載可否は、代理店を通じてTwitter社（業種担当or代理店担当）へ事前にご確認ください。
お返事は、最短でも7営業日は必要となります。
- ・申し込み期限に関しては、代理店のルールに準拠します。
- ・キャスティングリストは候補であり確定しているものではありません。
- ・スポンサーシップ広告に関してのお問い合わせは、Twitter社（業種担当or代理店担当）へご連絡ください。
コンテンツパートナー様への直接のご連絡はお控えいただけますと幸いです。

広告運用についての注意点（代理店様向け）

ご確認ください

- ・以下の広告商品は、スポンサーシップ広告の適応対象外となります。
プロモアカウント、アンプリファイプレロール(IVA)
ファーストビュー、プロモトレンド、スポットライト
- ・スポンサーシップ広告の発注時に、正しいパッケージ名称を記載くださいませ。
- ・スポンサーシップ広告ではリーチ&フリクエンシーが使用できません。
プロダクション型スポンサーシップの場合、それ以外のクリエイティブは使用できません。
- ・IOは、原則として満額消化となります。
- ・TAPへの配信はNGとなります。
(管理画面を設定する際に必ずTAPのチェックボックスを外してください。)
- ・TBMやTAP経由での配信が誤って行われた場合には、
Twitter社にお支払いいただく配信料金とは別に、追加で誤配信分の補填を代理店から
直接コンテンツパートナー様へお支払いいただくため、ご注意ください。

*TBM:TwitterBusinessManager (代理店様が使用するTwitter広告の発注管理ツール)

*IO: 広告掲載申請 (Twitter広告の発注の際に案件ごとに付与される番号)

*TAP:TwitterAudiencePlatform (Twitterの持つ他のアプリを含むネットワーク広告の総称)

運営会社概要

社名	朝日放送テレビ株式会社 
所在地	東京オフィス：東京都港区浜松町2-3-1 日本生命浜松町クレアタワー18階 (本社：大阪市福島区福島1丁目1番30号)
事業概要	放送法による基幹放送事業および一般放送事業 他
設立	平成29年4月5日（準備会社設立、平成30年4月1日事業開始）
資本金	1億円
代表者	代表取締役社長 山本 晋也

社名	エー・ビー・シー開発株式会社（略称 ABC開発株式会社） 
所在地	大阪府大阪市福島区福島6-20-12
事業概要	住宅展示場の企画、運営／ハウジング・デザイン・センターの企画、運営 生命保険代理業／損害保険代理業／広告代理業／不動産事業
設立	1972年5月15日
資本金	1億45百万円
代表者	代表取締役社長 千原 邦義

広告に関するお問い合わせにつきましては、下記営業担当までご連絡ください。

朝日放送テレビ株式会社 東京営業部（佐々木・竹野）
東京コンテンツビジネス部（妹尾・小林・久田）
TEL：03-5472-1453（土・日・祝日・年末年始を除く10時～18時）
Email：sales@onneta.tv