

“エールシネアドプロジェクト”
日本一の規模を誇るイオンシネマ共同企画

July, 2026

宣伝会議×イオンシネマのシネアド価値向上のための特別企画

Ac AEON CINEMA

エール シネアド プロジェクト

日本で最大の劇場数とスクリーン数を誇る、イオンエンターテイメントの特別協力のもと、映画館におけるユーザーの感動体験を、より高いものに昇華させ、シネアドの価値を最大化させるための特別企画です。

企業の良質なブランデッドコンテンツをシネアドとして、特別価格で上映するプロジェクトを実施しております。

ブランド(広告主)×シネアド(メディア)によって実施される本プロジェクトは、一部を弊社マーケティング総合ウェブメディア「AdverTimes. (アドタイ)」にて掲載し、広告業界全体にシネアドの媒体価値を伝える役割も担っています。



月間約113万
PV



#イオンシネマ #シネアド
来場者に深く届く「シネアド」の魅力 企業×クリエイターによる「エールシネアドプロジェクト」
映画が始まる前に、スクリーンで上映される広告映像「シネマアドバタイジング」(以下シネアド)。そのシネアドを活用した、企業とクリエイターが...



#シネアド #シネマアドバタイジング #広告ビジネス・メディア
企業×クリエイターでシネアドの効果を最大限に「エールシネアドプロジェクト」始動
映画が上映される前に、スクリーンで上映される広告映像「シネマアドバタイジング」(以下シネアド)。そのシネアドを最大限に活用し、広告効果を...

<https://www.advertimes.com/20250530/article498955/>

◆共同プロジェクト ONLY WOMEN. ONLY 60sec.



◆ONLY WOMEN. ONLY 60sec. - 女性視点でつくる、世界でひとつの60秒ムービー -

女性だけでつくるシネアド・プロジェクト。クリエイターの自由な感性で、今までの知見や感性を最大限活用した、観た人の心に残る60秒だからこそできる表現にチャレンジ。
広告クリエイティブの領域でも多くの女性クリエイターが活躍の場を拡げる昨年、若く斬新な視点やキャリアや実績を通じた価値観、出産や子育てを通じた多様な感性が企業のクリエイティブに携わる上で求められるようになりました。ますます重要性が増す女性クリエイターを応援するプロジェクト。

シネマ媒体の近況:2026年夏休み～年末の見通し

AEON CINEMA

夏のピークは既に好調なスタートを切った7/3『トイ・ストーリー5』からスタートしており、もはや夏の恒例となった『キングダム』『クレヨンしんちゃん』最新作、初の映画化『ちいかわ』と話題作が続き、夏休みファミリー、ティーンを中心に多くの来客が期待できるラインナップが揃います。8月末にはおよそ13年ぶりとなる『魔法少女まどか☆マギカ』の新作が話題となっています。秋以降は9月に『踊る大捜査線』シリーズの正統新作、10月にスピルバーグ監督最新作『ディスクロージャー・デイ』、11月には世界で大ヒットを記録した『ゴジラ-1.0』の後の世界を描く『ゴジラ -0.0』と大人向けの大作が続き、12月のディズニー最新アニメーション『ピリーと魔法のはじまり』から始まる年末年始のピークにバトンをつないでいきます。

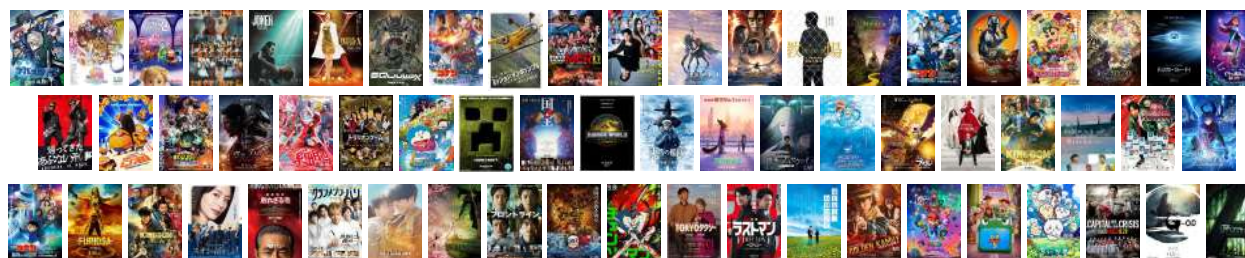
■今後の主要大作(一部抜粋)

公開日	タイトル	興収予測
7/3(金)	トイ・ストーリー5	100億
7/17(金)	キングダム 魂の決戦	85億
7/24(金)	映画ちいかわ 人魚の島のひみつ	45億
7/31(金)	スパイダーマン ブランド・ニュー・デイ	40億
7/31(金)	映画クレヨンしんちゃん 奇々怪々！オラの妖怪バケ〜ション	25億
7/31(金)	モアナと伝説の海(実写)	25億
8/7(金)	あの星が降る丘で、君とまた会いたい。	45億
8/21(金)	劇場版TOKYO MER 走る緊急救命室 CAPITAL CRISIS	50億
8/28(金)	劇場版 魔法少女まどか☆マギカ ワルプルギスの廻天	30億
9/18(金)	踊る大捜査線 N.E.W. メトロポリスを駆け抜けろ！	40億
10/1(木)	ディスクロージャー・デイ	30億
10/2(金)	ママがもうこの世界にいないても 私の命の日記	25億
11/3(火)	ゴジラ-0.0	70億
11/20(金)	魔法使いの夜	25億
12/4(金)	ピリーと魔法のはじまり	25億
12/18(金)	アベンジャーズ ドゥームズデイ	30億

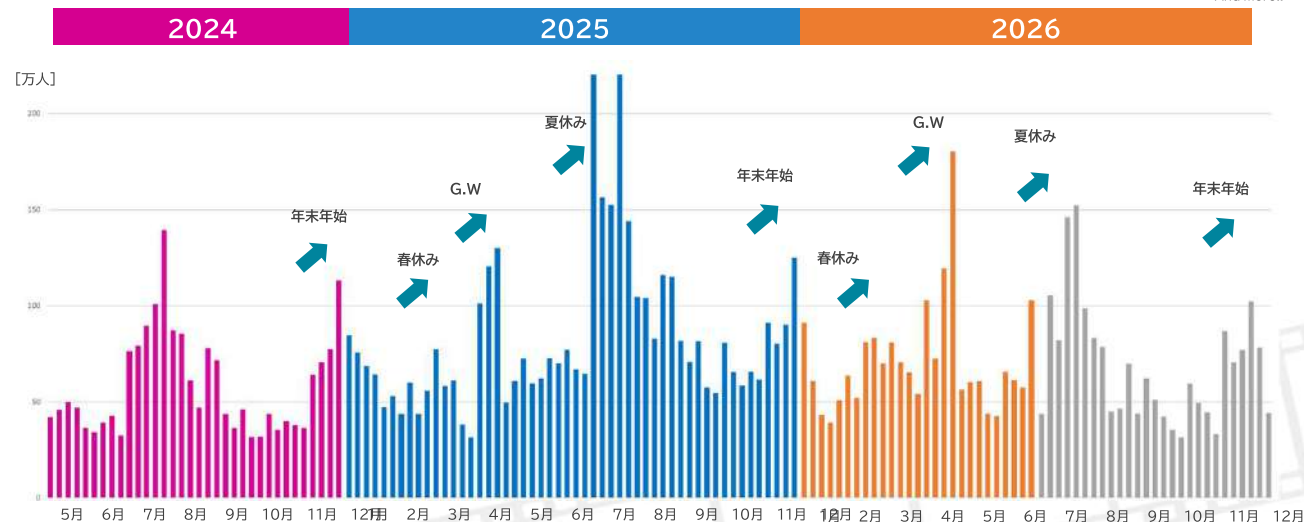
イオンシネマが得意とする“ファミリー作品”もコンスタントに公開されます。



2024年5月～26年末 イオンシネマ週間動員数の実績&予測と主要タイトル



And more..



外部環境をシャットアウトしたシアター環境で、 スクリーンに集中して鑑賞する広告は、観る者に強く印象を残します。

- ①大画面、優れた音響でインパクトを持ってCMを見てもらえる
- ②映画が始まるうっすら暗くなった状態(スマホを仕舞った状態)で見られるのでほぼ強制視聴
- ③映画が始まるワクワク感の中で見られるので広告が嫌われておらず、広告認知度・信頼度が高い
- ④劇場エリアに住んでいる方が観に来るので、エリアに根差したプロモーションができる
- ⑤観て終わりではない、手元に残るクーポンやチラシを配布することも可能

その中でもイオンシネマは、

売り場に近く、家族層に強い

という特徴を持ちます。

映画館：スマホを手放し、心が「没入」する唯一の空間



Forced Attention (強制視聴)

照明が落ち、スマホをしまう。
逃げ場のない空間で、スクリーンだけを見つめる。



High Engagement (高いエンゲージメント)

15秒~60秒、CMさえも「コンテンツ」として楽しめる。



Emotional Impact (インパクト)

巨大スクリーンと高音響が、理屈を超えて感情に深く刻み込む。

「本編が始まる前に『泣いてしまった』という声があがるほど、ユーザーの心に深く届く。」

大画面
大音量



高い
完全視聴率



エピソード記
憶への入力



若い世代へ
リーチ



エリア
根差している



ターゲット
セグメント



イオンシネマ概況

観客動員数

4,430万人/年

全国シェア
23.5%

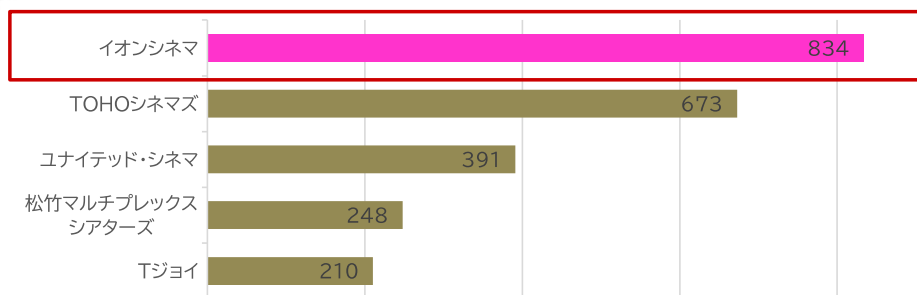
※2025年1月～12月

スクリーン数

834sc

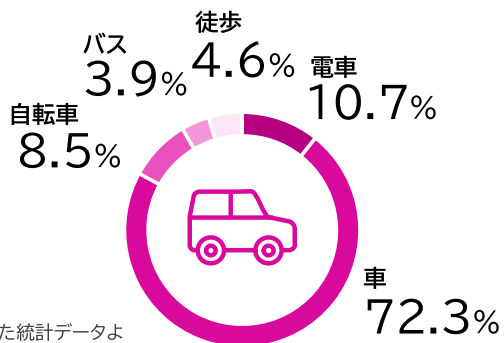
全国シェア
22.6%

【参考:国内大手シネコンスクリーン数】



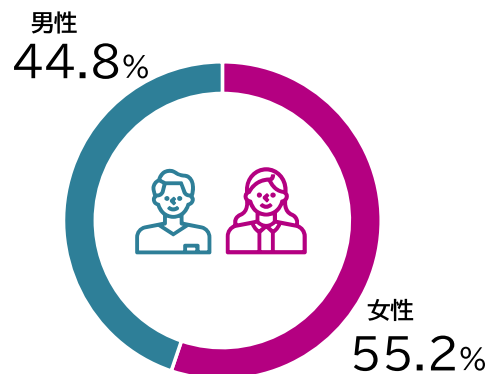
2025年6月時点 イオンシネマ調べ

交通手段



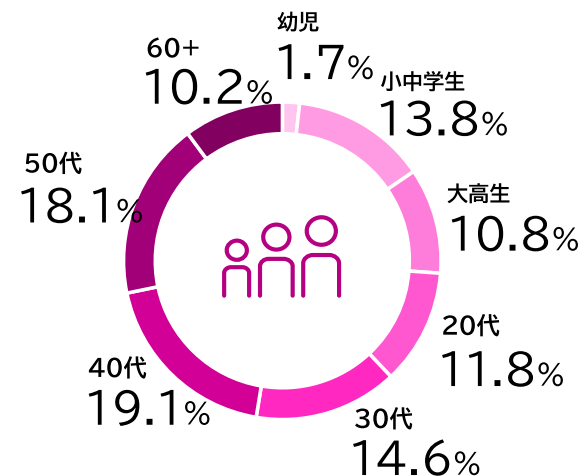
22年調査を元にした統計データより

男女比



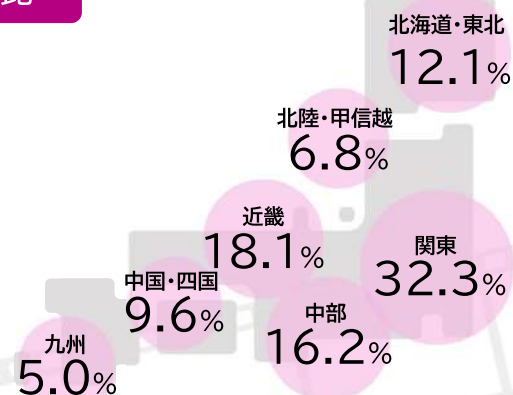
25年1月～12月:チケット購買データより

年齢層



25年1月～12月:チケット購買データより

動員エリア構成比



活用事例

Ac AEON CINEMA

アフラック生命保険

目的

新商品の認知・理解向上：小児がんへの経済的保障と相談サービスが一体となった新商品「ミライトキッズ」のプロモーション。
自分事化の促進：大人に比べて発症率が低く、認知も不十分な「小児がん」の実態について、視聴者に「他人事ではない」と感じてもらうきっかけを作る。

概要

制作手法：ディレクターのみしまわかな氏とタッグを組み、アニメと心に響く音楽を使い情緒的なアプローチで家族の不安や悩みにフォーカスした映像を制作。良い音響のもと、ストーリーに没入しやすい映画館という空間を最大限に活用。
チラシ配布：アフラックの直営店が近くにある劇場ではチラシも配布（3万枚）

クリエイティブ



手応え

高い没入感の実現：60秒という長い尺を使い、映画館という集中環境で放映することで、小児がんという重いテーマでも深く心に訴えかけることができた。
SNSでの反響：制作されたシネアドはSNS上でも話題となり、Webメディア等でも紹介されるなど、劇場外への広がりを見せた。

月星製作所

目的

地元での起業ブランドリフト（サブ目的：求人）

概要

当初シネアドを用いた求人でご相談頂いたものの、直接的なスポット求人では効果が薄く、コストパフォーマンスが合わない可能性を示唆。媒体の得意領域である「ブランドリフト」に方向性を定めて2種類のシネアド「大人向け」「子供向け」を年間上映。

クリエイティブ



https://youtu.be/AA_BKtG8U2ai=pqj13tCqhaWYnScB4



<https://youtu.be/FBOWAAAtawdI?si=bCzwYV35k3cDhJl>

手応え

開始して直には手応えを感じられなかったものの、しばらくすると応募者から「映画館で企業広告を上映している“しっかりした企業”なら安心できる」という報御さんの声が聞こえ始め、徐々に応募者数も上昇。
2021年4月からイオンシネマ新小松&金沢フォーラスでスタートした本取り組みは、途中イオンシネマ白山も追加して現在も継続して上映を続けています。

その他



Indeed



ライオン



ホンダアクセス



サッポロビール



マニユライフ生命



Mizkan



マーケの窓

Powered by  宣伝会議

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社宣伝会議

「日本のメディア」 マーケの窓口

TEL/03-3475-3010

Mail/houjin@sendenkaigi.co.jp

