



Cinema AD

Media guide
2019



201902

Why Cinema?

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、プロモーションメディアでもあるのです。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。



On SCREEN

- CineAD Spot
- CineAD Regular

In Theater Promotion

- サンプルング
- ロビーデモンストレーション
- ポスター&リーフレット設置
- レストラン ステッカーAD
- シアターレンタル

Digital / Others

- シアター配布マガジン
- 映画館Web広告
- 映画アプリ広告



2018年は、歴代3位の好成績。時期間わず、大ヒット作品が連発する1年に。

「時期間わず、通年でヒット作が連発」した異例づくしの2018年。邦画では久しぶりにドラマ劇場版が大ヒット。

2 018年トップ3は、1位に120億円超え『ボヘミアン・ラブソディ』。次いで90億円台の邦画実写、アニメがランクイン。

2018年は昨年に次ぐ歴代3位の興行収入と好成績。

邦画では劇場版『コード・ブルー』がTVドラマの劇場版として記録的大ヒット。興収90億円超えの快進撃で邦画1位に。さらに、2018年は定石の長期休み時期以外にもヒット作が続出。夏休み前の6月公開『万引き家族』や、11月公開にもかかわらず、年末の大型映画をも圧倒してロングランヒットをしている『ボヘミアン・ラブソディ』など、ライバルの少ない時期に賞受賞のニュースや口コミにより良作が埋もれることなく人々に届き、爆発的ヒットが生まれました。



●2018 洋画作品興行収入ランキング

(億円)

順位	作品名	興行収入 (億円)
1	ボヘミアン・ラブソディ (※)	120.0
2	ジュラシック・ワールド 炎の王国	80.7
3	スター・ウォーズ 最後のジェダイ	75.1
4	グレイテスト・ショーマン (※)	52.0
5	リメンバー・ミー	50.0
6	インクレディブル・ファミリー	49.0
7	ミッション:インポッシブル フォールアウト	47.2
8	アベンジャーズインフィニティ・ウォー	37.4
9	ボス・ベイビー	34.4
10	レディ・プレイヤー1	25.5

●2018 邦画作品興行収入ランキング

(億円)

順位	作品名	興行収入 (億円)
1	劇場版コード・ブルー ドクターヘリ緊急救命	93.0
2	名探偵コナン ゼロの執行人	91.8
3	映画ドラえもん のび太の宝島	53.7
4	万引き家族 (※)	45.5
5	銀魂2 掟は破るためにこそある	37.0
6	DESTINY 鎌倉ものがたり	32.1
7	カメラを止めるな! (※)	31.2
8	劇場版ポケットモンスター みんなの物語	30.9
9	検察側の罪人	29.6
10	未来のミライ	28.8

(※) 2019年以降も上映中。/日本映画製作者連盟発表



応援上映など上映スタイルの新たなトレンドと単価の緩やかな上昇

2018年は、多彩な上映スタイルが定番化。映画館は「体験を共有する場所」へ



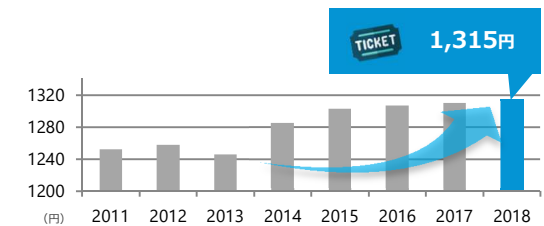
応 援上映はじめ鑑賞者が求める多様な上映スタイルは、作品ファンに支持され人気、定番化。

爆音上映会は、その名の通り音楽ライブ用の音響機材を使って極上の音響と音量で映画を上映する映画鑑賞スタイルが魅力。応援上映はもちろん爆音上映会は、音楽がテーマの映画／ミュージカル映画との相性が抜群！『ボヘミアン・ラプソディ』や『グレイテスト・ショーマン』は上映会の常連作品として超ロングラン。大きく興収を伸ばしました。歴代3位となった2018年の興収には、こういった新しい上映スタイルの定着が貢献している模様。なかでも近年の定番となりつつある応援上映は「ペンライト等、持ち込みOK」「声援をおくれる」といった、鑑賞者が参加できる「体験型」で固定ファンをもつアニメ映画では必須の上映スタイルに。連日たくさんのファンがリピートした『名探偵コナン』は興収90億を超え年間3位の成績。また口コミで人気が出た『カメラを止めるな！』でも、声出しOKの絶叫上映が開催され、人気を博しています。今後、こういった「リアルタイムの体験」を重視した上映スタイルが増えていきそうです。



ハ イスぺックシアターは全国的に導入・定着し、客単価もゆるやかな上昇傾向に。

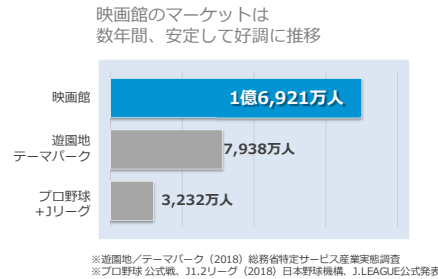
共有する「体験」もハイスぺック鑑賞環境志向へと。製作総額数百億ドルのトップスタジオが誇る最新映像技術をまるごと体感できるIMAXや4Dといったハイスぺック上映形態は『ジュラシック・ワールド』など洋画大作で人気の傾向。通常の上映形態と並行して高稼働しています。鑑賞料金も通常の約1.2～6倍ほど。ハイスぺックシアターの導入とともにここ数年の客単価はゆるやかな上昇傾向にあります。【参考】通常（一般）1,800円 / IMAX版 +500円 / 4D版 +1,200円



Cinema Market

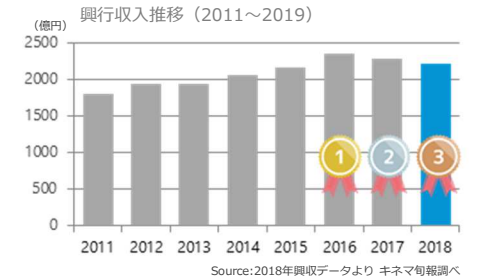
年間の入場者数

災害による休館などの影響があったものの昨年比97%で推移



年間興行収入

歴代3位の好成績。3年間にわたって安定したトップ成績で推移



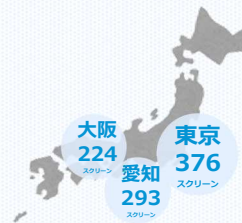
映画公開本数

年間1,000本以上の作品が国内で公開。洋画・邦画はほぼ半数



国内映画館数

新規OPEN・既存シネコンリニューアルなどで昨年に引き続き増加傾向に。



●主な興行会社チェーン

興行チェーン	館数
イオンシネマ	91
TOHOシネマズ	67
ユナイテッド・シネマ、シネプレックス	41
SMT (MOVIX)	27
109シネマズ	18
T・ジョイ	18
シネマサンシャイン	14
コロナシネマワールド	12

記載あるもの以外は全て2018年統計、日本映画製作者連盟資料より

平均入場料

スクリーン数、ハイスペックシアターの増加と共に平均入場料も上昇



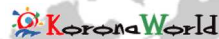
IMAX、4DX、ScreenX、Dolby Atmosなど、ハイスペックシアターを導入する劇場が増え、興収は昨年よりも減ったものの入場料平均は去年よりも5円アップ。入場料は2014年以降毎年増収している。

Our Network

国内映画館
カバー率

95%

当社は国内最大のシアターネットワークを構築
主要興行チェーンをはじめ、全都道府県にわたり国内ほぼ全ての映画館をカバーしています。



And more!

※カバー率はスクリーン数換算



CONCENTRATION 高い集中力

閉ざされた空間の中、ノイズもなく非常に集中した姿勢で広告が視聴されます。長尺であってもスキップ、見逃される心配はありません。

IMPACT 大きなインパクト

巨大なスクリーンと最高の音響によりメッセージは増幅され、視聴者の共感を生み、記憶の奥底に深く残ります。

NETWORK 国内に広がるネットワーク

500ヶ所近くにも及ぶ、OOH動画メディアとして最大規模のネットワーク。主要都市はもちろん全都道府県をもれなくカバーします。

EFFICIENCY 効率の良い、柔軟なプランニング

商圏エリア、販売店舗周辺など1館単位での細かいエリア設定が可能。上映作品の指定により属性、嗜好によるターゲティングも備えます。

MOVIEGOERS 優良な映画館来場者

小さな子供からシニアまで年間1億8,000万人に上る映画館来場者。世帯年収も高く、アクティブで口コミ好きな生活者が集います。

ACTION 体験や行動を促す

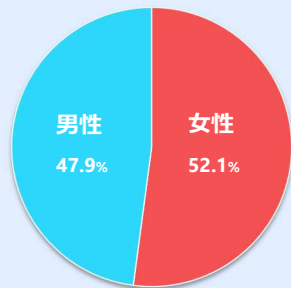
サンプリングや館内でのデモンストレーションにより店舗やWebへの誘引や商品体験など様々な行動を促すプロモーション施策を用意。

Moviegoers Profile

映画館ユーザーのプロフィール

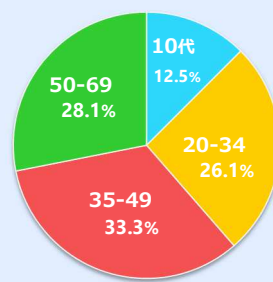
直近1年間に、1度以上映画館を訪れた映画館ユーザーのプロフィールを公開

性別



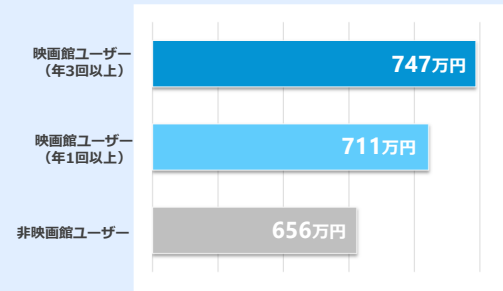
男女半々ぐらいが利用

年代



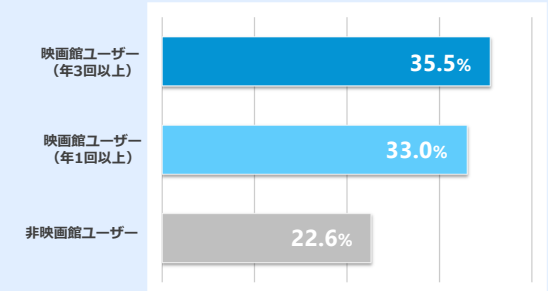
ティーンから中高年まで幅広い

世帯年収



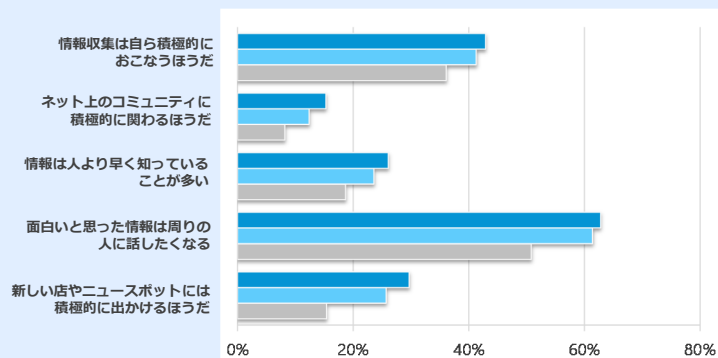
映画館来場者の世帯年収の高さが顕著

SNS利用率

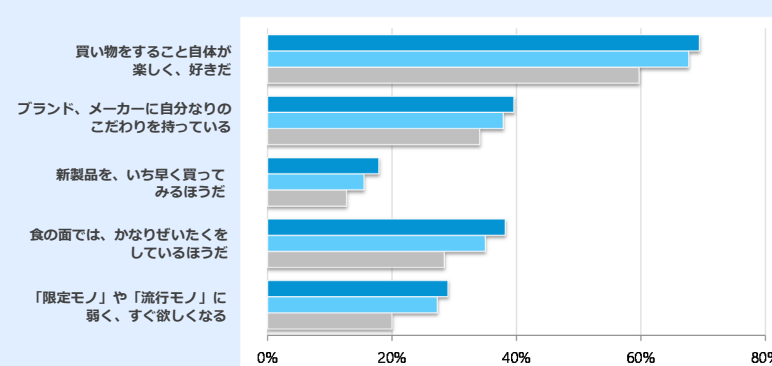


Twitter、facebookなどSNSの利用も高い

●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

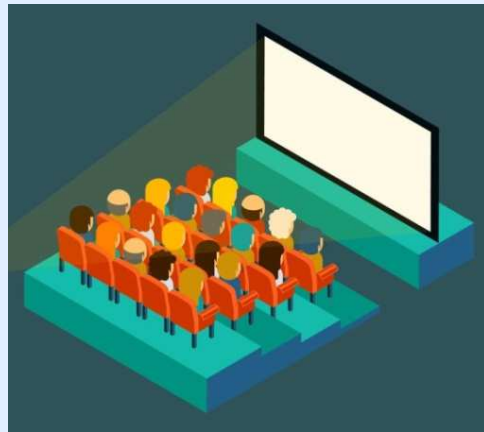
Q.シネアドをご覧になったときにお感じになることは

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



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



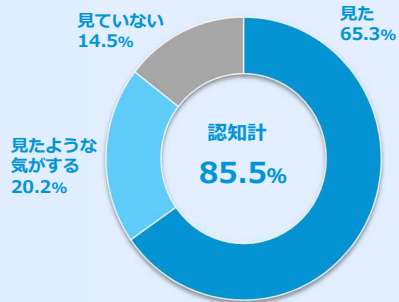
シネアドの視聴によって

- 85%がCMを記憶
- 70%が商品・サービス内容まで深く理解
- 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

映画後のCM認知
あなたは本編前に上映された「(広告主・商品名)」のCMをご覧になりましたか

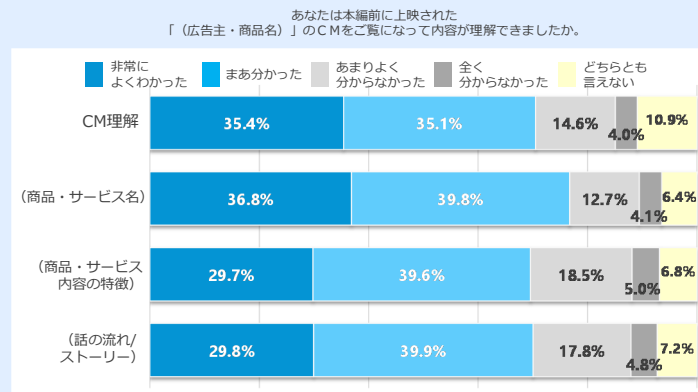


1度の接触で映画終了後でもCMをしっかりと記憶
見たような気がする 20.2%

効果 Effect

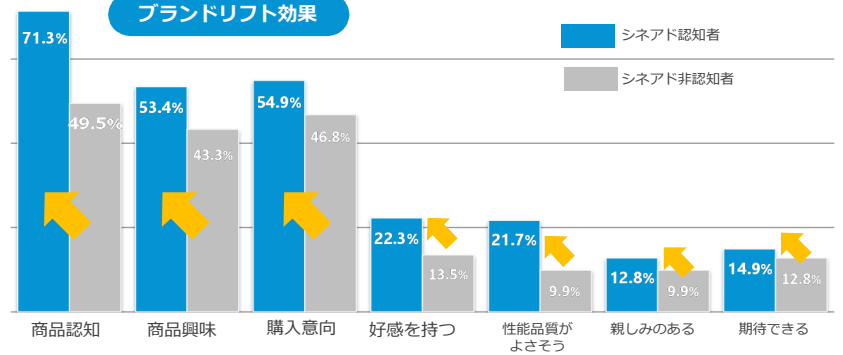
シネアドが広告商品・サービスにどのような影響を及ぼしたか

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。

ブランドリフト効果



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。

01 出稿パターン

CineAD 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。

CineAD Reguler | 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ヶ月間以上
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

02 作品指定

ALL

全スクリーン上映

効率よく全ての来場者に対して多くリーチを獲得したい場合

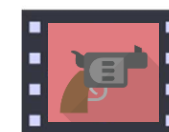


指定した映画館で上映される全ての作品でCMを上映

SELECT

1作品指定上映

特定層へのターゲティングや映画関連商品、出演キャストに併せた出稿の場合



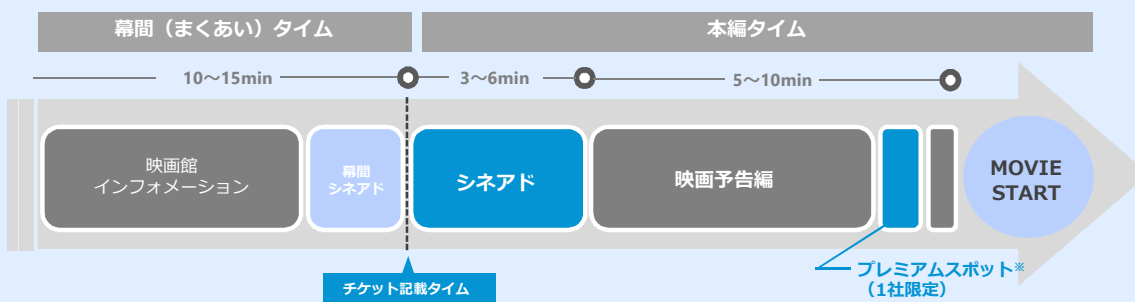
上映予定の中から希望の作品を指定してCMを上映

Choice!

全スクリーン上映の場合で映画以外の興行（音楽ライブ、舞台などの中継上映）はCM対象外となります。その他、舞台挨拶等の特別興行回についても対象外となる場合があります。

03 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。



*プレミアムスポットの実施・条件は映画館により異なります。

04 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。

シアタースタッフサンプリング



チケット購入やスクリーンへの入場時などに映画館スタッフがリーフレット、試供品等をサンプリング。映画館スタッフが直接手渡しするので、受け取る抵抗感も少なく確実なサンプリングが可能です。

●実施可能映画館

全国での実施が可能

●配布方法

映画館スタッフによる手渡し配布（チケット購入時もしくは入場時）

【部数保証】指定日より、申し込み部数がなくなるまで配布をします。

※終了日の指定はお受けできません。

※映画館のオペレーションの都合上、常に全ての方に配布することは出来かねます。

映画館により配布ペースのバラつきが生じることを予めご了承を願います。

●配布物について

リーフレット、小冊子、試供品など

※リーフレットの場合、B5サイズ程度。映画館によってはそれ以上のサイズの場合は折りが必要か、追加費用が発生する場合がございます。試供品の場合、サイズ等は都度ご相談ください。

※菓子類、飲料等のその場で口に出来るものは不可

●配布対象セグメント

性別指定／上映作品指定／券種指定

※セグメント対応条件については映画館により異なります。

※年齢、ファミリー層など配布スタッフによる見在目での判断をともなうセグメントはお受けできません。

●1劇場あたりの配布数目安

・全対象配布 1,000部～6,000部 セグメント配布 1,000部～3,000部／2週間



実施費用

1部単価 20円～90円

最低部数規定あり、別途配送費が必要

映画館、部数、セグメント有無によって単価が異なります。
ご要望に応じてプランニング致します

※全ての映画館で事前に配布物の考査が必要となります。実物もしくは仕様の詳細が分かるものをご用意ください。

In
Theater
promotion

ポスター・リーフレット設置



ロビーにリーフレットやポスターを設置。映画が始まるまでの待ち時間など、ロビーに滞在する来場者に対し訴求が可能。シネアドとの同時展開によりさらに相乗効果が期待できます。

● 実施可能映画館

全国での実施が可能

● 設置方法

映画館ロビーへの設置。

リーフレットカウンターやチラシラック等に設置。
ポスターはポスターフレーム、イーゼルに設置して掲出します。

※掲出場所は劇場内の状況に応じて、映画館側の判断にて設置します。指定は出来ませんのでご了承ください。
※ポスター、フレームの使用料金が別途必要となります。

● サイズ

ポスターの場合 B 1、B 2 それ以外のサイズの場合はご相談ください。

● 納品

弊社指定倉庫に8日前までに納品をいただきます。



実施費用

¥ 15,000～ ¥ 300,000 / 2週間

別途、配送費及び掲出什器使用料が必要

映画館によって条件、料金が異なります。
ご要望に応じてプランニング致します

※全ての映画館で事前に配布物の考査が必要となります。実物もしくは仕様の詳細が分かるものをご用意ください。

ロビーデモンストレーション／退場者サンプリング



タッチ&トライや商品ディスプレイなど映画館ロビーをPRの場に。映画を待つ人々の興味は自然とPRブースに向かいます。映画退場者に対してサンプリングをすることも可能です。

●実施可能映画館

全国での実施が可能
(ロビースペースに余裕があるシネコンが中心となります。)

●実施概要

使用可能スペースは映画館によって異なります。長机1台程度のスペースが目安。
(それ以上のスペースでも劇場・時期により対応が可能な場合があります。)

※運営に伴う什器・スタッフはご用意ください。

※その場での加入受付や個人情報取得を伴うプロモーションは不可の場合があります。

全ての映画館で実施内容の事前確認が必要となります。その際は展開内容、使用スペース等の詳細が分かる資料をご用意ください。

●実施例

- ・携帯電話キャリア／映画関連サービス告知プロモーション
- ・化粧品メーカー／美肌チェックイベント&近隣店舗告知
- ・ゲームメーカー／新発売ゲームの体験イベント
- ・食品宅配サービス／トライアル入会受付
- ・菓子メーカー／アイス菓子のサンプリング（退場者への配布）



実施費用

¥ 30,000～ ¥ 500,000 / 1日 <スペース使用料>

※プロモーション内容により、弊社進行管理費等の諸経費が必要となります。

In
Theater
promotion

レストルーム ステッカーAD



大多数の来場者が利用する映画館のレストルームならではのスペースは注目率も抜群。
性別を絞った展開や、トイレタリー関連の商材にもお勧めです。

●実施映画館

主要映画館チェーンを中心に展開が可能

●実施方法

映画館内のレストルーム（トイレ）のミラーや個室内へのステッカー貼付

※男性レストルーム、女性レストルーム指定が可能。

※映画館によっては個室内での掲出も可能です。

●期間・条件

映画館ごとに条件が異なります。お問い合わせください。

●貼付ステッカーについて

再剥離可能、跡が残らないステッカー素材にて指定枚数をご納品ください。

- ・全ての映画館で実施内容の事前確認が必要となります。その際は広告内容・貼付物仕様等の詳細が分かる資料をご用意ください。
- ・交渉には数日から1週間程度がかかりますので、余裕をもってご用意をお願いします。



実施費用

- 1館あたり実施 ¥40,000～¥250,000/2週間
- イオンシネマチェーン 全劇場実施 ¥1,750,000～¥2,000,000-/2週間

※映画館により実施条件が異なりますのでお問い合わせください。

シアターレンタル／上映会実施



一回の上映を貸し切ったの顧客向け映画上映会や、大スクリーンと音響設備を備える映画館をプレス発表会、社内イベント、講演会など様々なイベントの会場としてもご利用いただけます！

●実施映画館

主要映画館チェーンを中心に展開が可能

●実施パターン

- ①映画上映会…実施時期に上映中の映画から選ぶ1回貸切上映
- ②シアターレンタル…映画上映は行わず、各種イベントの会場として使用

希望に応じた日程調整が可能ですが、映画館繁忙時期にはご利用が頂けない場合がございます。

●実施例

- ・ケーブルテレビ局加入者向け上映会
- ・旅行会社 顧客向け映画上映会
- ・CDレーベル 新譜発売イベント
- ・食品メーカー 新商品発表イベント
- ・住宅メーカー 新卒入社説明会



実施費用

費用・条件等についてはお問い合わせください。

Clients



キュービー



セブン&アイ・ホールディングス



オリエンタルランド



Forevermark



タカラトミーアーツ



ニチイ学館



NTTドコモ



大和ハウス工業



財務省



リーバイ・ストラウスジャパン

パナソニック
Apple Japan
アマゾン・ジャパン
シャープ
NTT東日本
ソフトバンクモバイル
KDDI
日本マクドナルド
モスフードサービス
すかいらーく
トヨタ自動車
本田技研工業
ヤマセ
ヤマハ
名古屋トヨペット
東京ガス
東洋ゴム工業
富士フイルム
日本たばこ産業

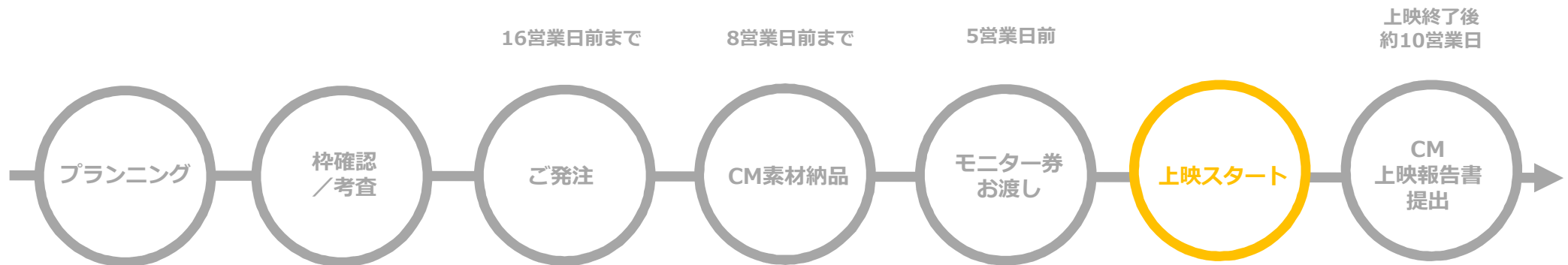
クリスチャンディオール
バーバリー
Forevermark
スウォッチ グループ ジャパン
リーバイ・ストラウスジャパン
アディダスジャパン
ギャップジャパン
ラルフ ローレン
クロックス ジャパン
ライトオン
ジェイアイエヌ
セイコーウオッチ
森永製菓
大塚食品
キリンビバレッジ
グリコ
敷島製パン
サンヨー食品
チョーヤ梅酒

資生堂
コーセー
DHC
佐藤製薬
太田胃散
中部電力
関西電力
九州電力
西部ガス
三菱東京UFJ銀行
足利銀行
七十七銀行
大和証券グループ本社
ソニー生命保険
JA共済
トライグループ
中西学園
文京学院大学
H.I.S.

小学館
講談社
アニプレックス
住友林業
タカラレーベン
三井不動産レジデンシャル
積水化学工業
東和不動産
任天堂
レベルファイブ
セガゲームス
グリー
バンダイ
エポック社
東京地下鉄
JR九州
JR東海
エミレーツ航空
日本航空

NHK
テレビ東京
フジテレビ
名古屋テレビ放送
札幌テレビ放送
東日本放送
読売テレビ
読売新聞東京本社
東京都
大阪市
巨野町役場
愛知県警察本部
内閣府政府広報室
横浜市消費生活総合センター
札幌市役所広報課
秋田県 企画振興部
豊田市経営戦略室
富山県選挙管理委員会
鹿児島市水族館公社

シネアド上映のスケジュール



プランニング～ご発注

ご予算・条件等に応じて全国映画館より最適なプランニングをいたします。
上映枠は一部場合を除き先着優先となります。
また業種・商材により興行会社毎による考査が必要となります。

上映スタートまで

仕様に従い、CM素材をご納品ください。
当社にて映画館用データを作成、各映画館へデリバリー致します。シネアド出稿の場合はCM確認用のモニター証をお渡しします。

上映終了後

期間中の入場者数等が記載された
上映報告書を提出致します。

シネアド以外のプロモーションの際は
ケースにより異なります。お問い合わせください