

シネアドのご案内

ダイキサウンド株式会社

Daiki Sound Co., Ltd.

何故、シネマなのか？

Create The Greatest Impact

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。

Cine AD

最高の視聴環境によって届けられる
スクリーンCM

Sampling

試供品やリーフレットを
効率的に手渡し配布

Theater Rental

スクリーンを貸し切った
新製品発表会などの開催

Lobby Demonstration

商品ディスプレイなど
ロビー空間がPRの場に

Poster & Leaflet

キャンペーンポスターの掲出や
リーフレットの設置

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

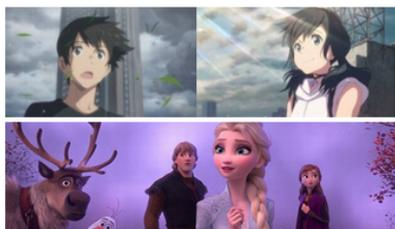


2019年は、歴代最高の成績を記録。興収100億円超えのビックタイトルが4本も。

「洋画のディズニー、邦画の東宝」 アニメ、実写化など大ヒット作に恵まれた2019年。

2019年の映画業界の成績は、興行収入（興収）が、2611億8000万円で前年比117.4%と歴代最高を記録しました。消費税増税を背景にした入場料の値上げがあり、興収が伸びることはある程度予測できましたが、入場者数も伸びを見せて前年比115.2%、1億9491万人と2億人に迫る勢いとなっています。映画人口が全体として増加傾向にある裏付けといえるでしょう。

国内公開映画の興収別ランキングでは、洋画のTOP4をディズニーが独占、日本での過去最高の成績となりました。また、東宝も『天気の子』『キングダム』など多数ランクイン。邦画大手の強さを見せています。



● 2019 洋画作品興行収入ランキング

順位	作品名	配給会社	興行収入 (億円)
1	アナと雪の女王2 (※)	WDJ	127.9
2	アラジン	WDJ	121.6
3	トイ・ストーリー4	WDJ	100.9
4	ライオン・キング	WDJ	66.7
5	ファンタスティック・ビーストと黒い魔法使いの誕生	WB	65.7
6	アベンジャーズ/エンドゲーム	WDJ	61.3
7	ジョーカー (※)	WB	50.6
8	シュガー・ラッシュ：オンライン	WDJ	38.6
9	スパイダーマン：ファー・フロム・ホーム	SONY-P	30.6
	ワイルド・スピード/スーパーコンボ	東宝東和	30.6

● 2019 邦画作品興行収入ランキング

順位	作品名	配給会社	興行収入 (億円)
1	天気の子 (※)	東宝	140.6
2	名探偵コナン 紺青の拳	東宝	93.7
3	キングダム	東宝	57.3
4	劇場版ONE PIECE STAMPEDE	東映	55.5
5	映画ドラえもん のび太の月面探査記	東宝	50.2
6	マスカレード・ホテル	東宝	46.4
7	ドラゴンボール超 ブロリー	東映	40.0
8	翔んで埼玉	東映	37.6
9	記憶にございません!	東宝	36.4
	ミュウツーの逆襲 EVOLUTION	東宝	29.8

WDJ：ディズニー WB：ワーナー

※1：2019年公開作品のうち、11月以降に公開された作品

！ 子どもをターゲットとしていない「大人向けアニメ」市場が 定着 & 拡大。

ファミリー向けではない劇場版アニメのシェア拡大。性別、世代にあったヒット作品が増加。アニメ多様化時代に。

2019年は大人向けアニメが大きく飛躍した1年となりました。

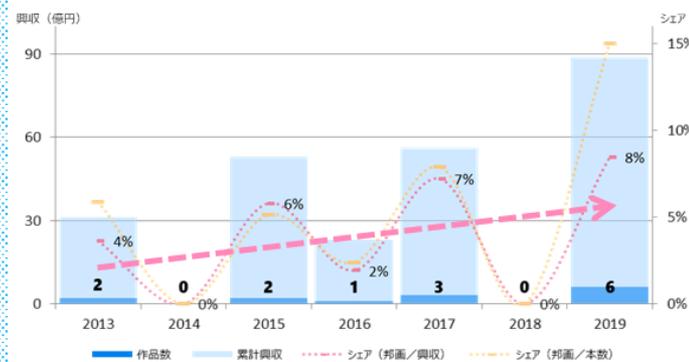
右下のグラフを見ると、興収10億円を超えるヒットとなった大人向けアニメ映画は2013年の2作品に対して、2019年には6作品に増加しています。また、興収に対するシェアは2013年の4%から2019年は倍の8%まで増加。製作期間やヒット作の有無などで製作数にばらつきはありますが、全体として右肩上がりの上昇傾向にあります。この背景には、大人向けアニメが深夜放送を見られる一部のファン層だけが楽しむものだった時代から、配信やサブスクリプションによってネットさえあれば誰でも見られる時代になったことが大きいでしょう。ファン層のすそ野が広がり、映画興行界の市場も大きくなりはじめています。TVアニメの多様化が、劇場映画にも反映されるようになったといえます。また、大人向けアニメの劇場版では、応援上映といったファン向けの特殊なイベント上映や、週替わりの特典配布など、活発なファンに劇場へと足を運んでもらう様々な取り組みがされているのが特徴です。特に応援上映といった特殊型上映形態は、アニメだけではなくミュージカルはじめ様々なジャンルの映画でも取り入れられています。

Chart

「大人向けアニメ」作品 累計作品数／興収／シェア (10億円以上の興収作品)

Source: 日本映画製作者連盟発表資料
2013～19年 邦画10億円以上の興収作品。

シェア: 邦画10億円以上の興収作品
累計(興収・本数)に対する。



マーケットについて

Create The Greatest Impact

Cinema Market 2019

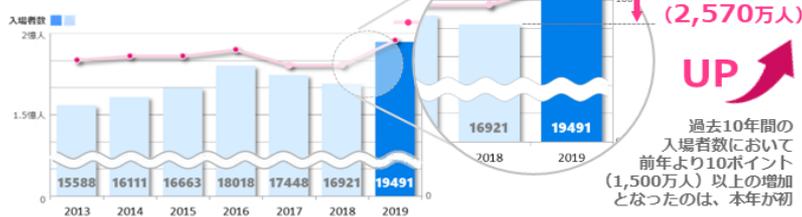
入場者数

微増減を繰り返した近年から、前年比+15%と大躍進！歴代最高の入場者数に。



■入場者数推移（2013～2019）

日本映画製作者連盟 2020年発表資料（2019年度統計）



興行収入

前年非+17%、歴代最高の興行収入に。



映画作品数

邦画が、近年の500作品前後から飛躍的にUP。



洋画 589作品 (前年+10)



邦画 689作品 (前年+76)



2008.8億円

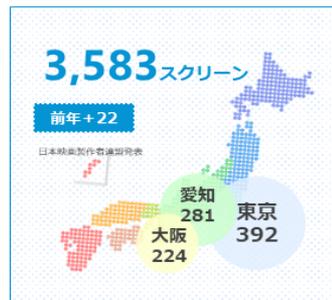
約77%

上位65作品
合計は全体の
興収の約77%
を占めています。

ヒット作の目安 興収10億円以上の作品数

65作品 (全作品の約5%)

映画館数（スクリーン数）



●主な興行会社チェーン（館数）

イオンシネマ	91
TOHOシネマズ	67
ユナイテッド・シネマ	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

日本映画製作者連盟 2020年発表資料（2019年度統計）

平均入場料



10年前（2009年/1,217円）と比べ、123円UP。
近年のハイスペックシアターの増加&定番化や、
2019年6月の料金改正の影響で平均入場料も上昇。



シネアドについて

Create The Greatest Impact

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。

TOHO CINEMAS.



Shochiku Multiple Theatres
MOVIX



UNITED
CINEMAS
GROUP



ENTERTAINMENT COMPLEX
TJOY



Ac
ACORN CINEMA



109 CINEMAS



Korona World



HUMAX CINEMA



MIDLAND
SQUARE
CINEMA



CINEMA
SUNSHINE



And more!

※カバー率はスクリーン数換算

シネアドのポイントについて

Create The Greatest Impact

Points



*C*oncentration

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。

*I*mpact

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。

*N*etwork

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。

*E*fficiency

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。

*M*oviegoers

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。

*A*ction

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。

シネマユーザーの分析

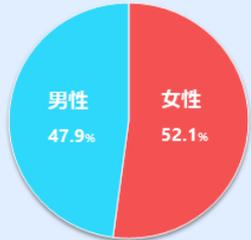
Create The Greatest Impact

Moviegoers Profile

映画館ユーザーのプロフィール

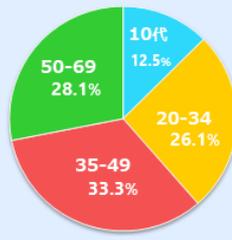
直近1年間に、1度以上映画館を訪れた映画館ユーザーのプロフィールを公開

性別



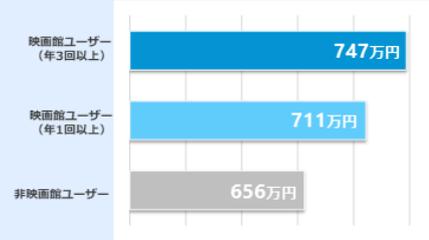
男女半々ぐらいが利用

年代



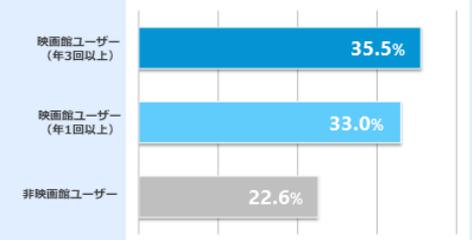
ティーンから中高年まで幅広い

世帯年収



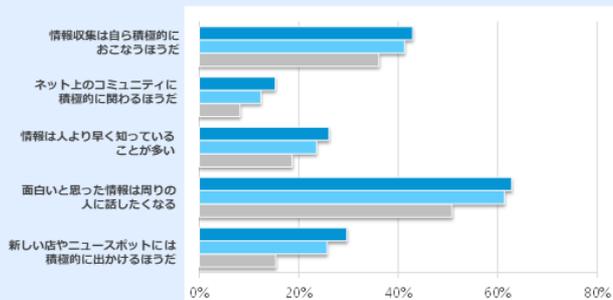
映画館来場者の世帯年収の高さが顕著

SNS利用率

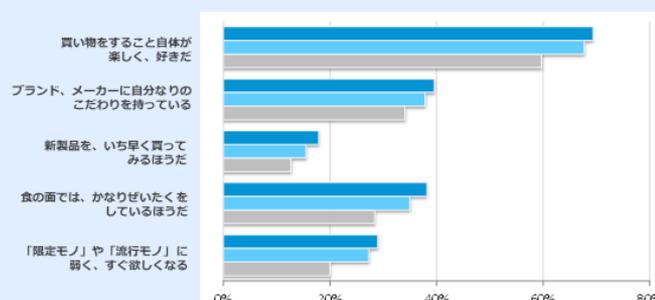


Twitter、facebookなどSNSの利用も高い

● 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%

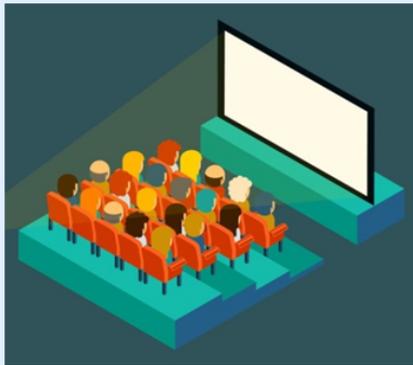
使用データ ビデオリサーチ SOTO/ex 2015
 ●調査・集計 株式会社ビデオリサーチ
 ●調査エリア/標本数 : 東京50km圏 4,800s
 ●調査対象 男女12~69歳の個人

シネアドの効果について

Create The Greatest Impact

CineAD Media Power

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

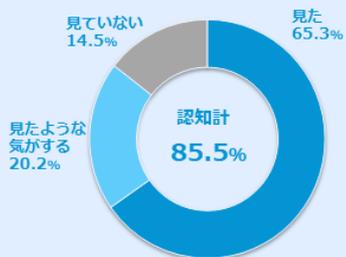
- 85%がCMを記憶
- 70%が商品・サービス内容まで深く理解
- 商品・サービスへの好意度が1.6倍にアップ

到達 Reach

シネアドはどれくらい届いたか

映画後のCM認知

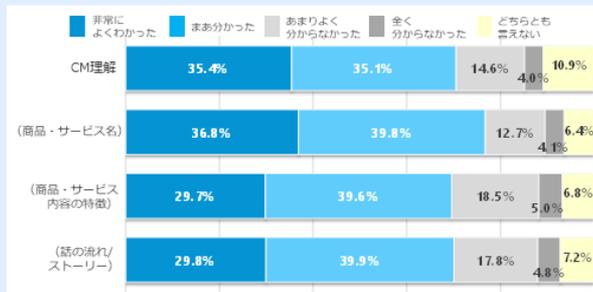
あなたは本編前に上映された「(広告主・商品名)」のCMをご覧になりましたか



1度の接触で映画終了後もCMをしっかりと記憶

CM理解度

あなたは本編前に上映された「(広告主・商品名)」のCMをご覧になって内容が理解できましたか

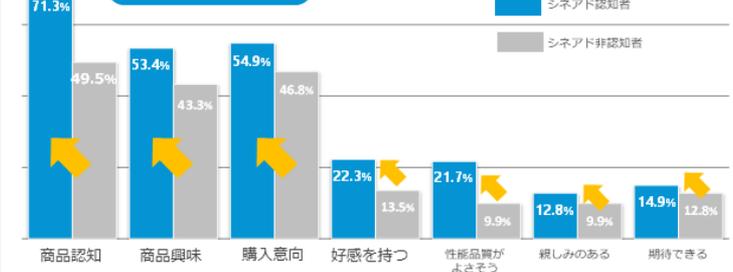


認知だけでなく、具体的な商品・サービス名、その内容にいたるまでの理解を一回の接触によって獲得。

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

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。

シネアドの使い方について

Create The Greatest Impact

CineAD Planning & Buying

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 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

SELECT

1作品指定上映

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

Choice!



上映予定の中から希望の作品を指定してCMを上映

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枠の満席・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、木曜日が上映終了の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けます。

Clients



キューピー



エプソン販売



オリエンタルランド



Forevermark



タカラトミー



東京ガス



NTTドコモ



大和ハウス工業



富士フイルム



東海旅客鉄道

FCAジャパン
 Forevermark
 HOYAアイケアカンパニー
 JXTGエネルギー
 KDDI
 LEGOLANDJapan
 LINE
 Netflix
 NTTドコモ
 Sky
 WOWOW
 アニプレックス
 アフラック生命保険
 アマゾンジャパン
 イオンクレジットサービス
 エイチ・アイ・エス
 エスクリ
 エプソン販売
 エルメスジャパン

オリエンタルランド
 カシオ計算機
 カネボウ化粧品
 カンロ
 キューピー
 キングレコード
 グーグル
 クオカード
 さいたま市
 サムザップ
 サントリービール
 シンガポール政府観光局
 スクウェア・エニックス
 スター・チャンネル
 セガゲームス
 ソースネクスト
 ソフトバンク
 タカラトミー
 タマホーム

チームラボ
 トルコ航空
 ネイチャーラボ
 ネットマールジャパン
 バイドゥ
 ハウス食品
 パナソニック
 バンダイナムコエンターテインメント
 びあ
 ファンケル
 フジテレビジョン
 ブジョー・シトロエン・ジャパン
 ホクレン農業協同組合連合会
 ポケモン
 ほけんの窓口グループ
 ポニーキャニオン
 マイナビ
 ミサワホーム
 みずほ銀行

メニコン
 ヤフー
 ユニー
 ライオン
 リクルートキャリア
 リクルートスタッフィング
 レインズインターナショナル
 横浜マリノス
 学研エデュケーション
 関西テレビ放送
 丸井グループ
 近畿日本鉄道
 警視庁
 公文教育研究会
 講談社
 香港エクスプレス航空
 埼玉県
 三井ホーム
 四季

四国電力
 資生堂ジャパン
 住友不動産
 森永製菓
 神奈川県
 全国共済農業協同組合連合会
 全国信用金庫協会
 大阪市
 大阪府
 大正製薬
 大和ハウス工業
 大和証券投資信託委託
 中日新聞社
 中部国際空港
 東海労働金庫
 東海旅客鉄道
 東京ガス
 東京海上日動あんしん生命保険
 東京電力エナジーパートナー

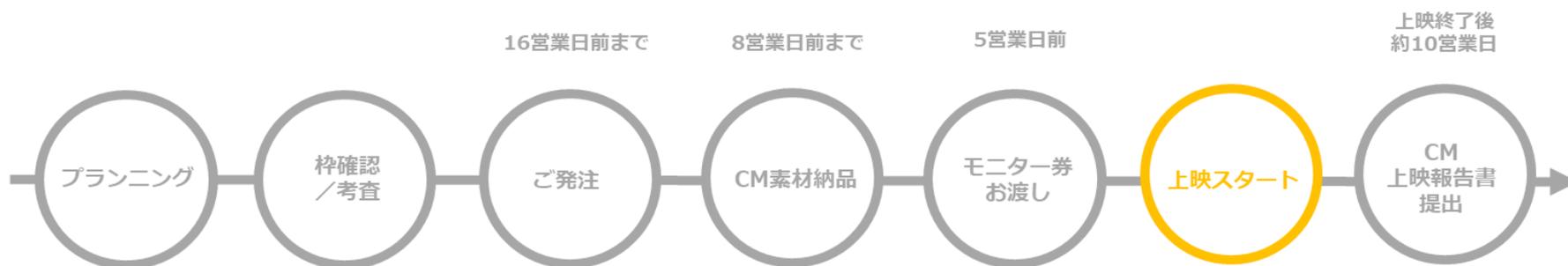
東京都
 東日本旅客鉄道
 読売新聞
 内閣府
 日本オプティカル
 日本サンガリア
 日本たばこ産業
 日本航空
 日本放送協会
 任天堂
 富士フイルム
 復興庁
 豊田自動織機
 北海道
 北海道電力
 名古屋市長古屋市
 名古屋鉄道
 明治安田生命保険
 (順不同)

シネアドの流れについて

Schedule

Create The Greatest Impact

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

諸注意について

素材納品 & シネアド上映諸注意について

- 秒数 : 15秒/30秒
○納品数 : データ納品も可。下記参照。
HDCAMまたはHDCAM-SR/1本
○納品日 : 上映開始8営業日前
○納品先 : (株)サンライズ社 媒体業務部 古市(フルイチ) 宛
〒102-0094
東京都千代田区紀尾井町3-12 紀尾井町ビル17F
Tel : 03-5211-3777 Fax : 03-5211-3773

◆CM素材納品日

・上映開始日8営業日前

【データ納品の場合】

- フォーマット : AVI,QuickTime,WMV,mpeg,mp4
○フレームサイズ : HD 1,920×1080
○フレームレート (29.97fps) テレビ素材流用の場合 オリジナル素材の場合フレームレート(30fps/24fps)2種をご用意下さい。
○ビットレート (20Mbps以上)
○プログレッシブ

- ※音声は0.5秒スタート、29.5秒終了(30秒の場合)
- ※本編のみエンコードしてください。(捨てカットは必要ありません)
- ※調整用信号(カラーバー等)のファイル作成は必要ありません。
- ※クライアント名、CMテーマが分かるようにファイル名を設定してください。

サンライズ社 古市 s-furuichi@snr.co.jp、高山 s-takayama@snr.co.jpまでファイル便等でお送りください。

◆シネアド上映についての諸注意

- ・広告テーマ及びCM内容によっては、興行会社による事前考査が必要となります。その際は、内容確認のための素材をご用意願います。
- ・音楽ライブ・スポーツ中継イベントなど映画以外の興行についてはCM上映はございません。
- ・興行会社の定める特別興行(舞台挨拶/試写会・特別上映イベント/一部劇場のレイトショー/先行ロードショーなど)につきましてもCM上映はございません。
- ・CM上映回数は、興行状況により変動しますので保証は致しかねます。
- ・映写設備の故障及び自然災害等不測の事態により、やむなく上映を中止せざるを得なかった場合につきましてはご容赦ください。
- ・上映期間中、同業他社のCM等が入る可能性がございます。
- ・デジタル上映関連費は、CM秒数/上映期間によって異なりますのでご注意ください。
- ・指定素材以外での納品や指定期日を過ぎた場合、別途費用の発生や上映をお受けできない場合もございますのでご注意ください。
- ・新型コロナウイルスの影響により、急遽劇場の休業及び短縮営業等が発生した場合についてはご容赦ください。
- ・ミッドランドシネマ及びMOVIXさいたま、京都にてドルビーシネマスクリーンで上映があった場合にはCM上映がかかりませんので、予めご了承の程お願い致します。

シネマには、様々な活用方法がございます！

「10～20代の男性（女性）に知ってほしい」「〇〇県（〇〇線沿い）に絞って放映したい」
「アニメ映画に対してプロモーションを行い、家族で利用される方にアピールしたい」
など実施したいターゲティングを選定されている方。

「効果的な方法は何か」「検討中のものは実現可能なのか」「費用はいくらかかるのか」
などプロモーション選定にお悩みの方。

弊社では、様々なお客様のニーズに寄り添い、解決し、
ベストなプロモーションをご提案させていただきます。

是非、ご検討中の企画を**実現するお手伝いをさせていただきます！**



詳しくは、
ダイキサウンド株式会社
TCS営業2部にお問い合わせください。



050-5305-9193



shinki@daiki-sound.jp