

＜オーディオ高校野球 2025年広告セールスのご案内＞

オーディオ  
高校野球

2025

ABC ラジオ

×

radiko

# オーディオ 高校野球

2024年夏、**ABCラジオ**と**radiko**がタッグを組み  
実現した 夏の高校野球の完全中継ライブ配信  
「オーディオ高校野球」。

ご協賛社様、リスナー様のお力添えもあり、  
2025年もサービス提供できる運びとなりました。

今年も甲子園の全試合を試合開始から終了まで、  
エリア制限なし・完全無料で完全中継いたします。

広告セールスに関しましては、  
昨年の再生数実績を元に、プランを見直しました。  
プランの種類も増え、よりお求めやすい  
価格設定になっていますので、ぜひご検討ください。

※その他、試合と試合の合間での新たなコンテンツの展開、セールスも検討中です。  
こちらは関係各所の調整がつき次第、またご案内させていただきます。

# オーディオ 高校野球

## ABCラジオが「オーディオ高校野球」開始 夏の甲子園を radikoで全試合生中継

日刊スポーツ

[2024年6月13日13時41分]



「オーディオ高校野球」発表記者会見に出席した朝日放送ラジオの高橋靖史社長（左）とradikoの青木貴博社長（撮影・野見山拓樹）



ABCラジオが13日、都内で会見を開き、音声ライブ配信サービス「オーディオ高校野球」の開始を発表した。同サービスでは、8月7日に開幕する第106回全国高校野球選手権大会をradikoアプリ内で全試合生配信する。エリア制限がなく、全国どこからでも無料で聴取できる。

朝日放送ラジオの高橋靖史社長は「ABCにとって高校野球は財産とも言えるコンテンツ。1日に約190万人の方にお聞きいただいているradikoさんという強いプラットフォームで配信できることは非常に意味がある」と説明。「皆さんに高校野球の魅力が一層伝われば」と話した。



# オーディオ高校野球とは

特徴①

完全無料

特徴②

エリア  
制限なし

特徴③

完全中継

期間限定の新局扱いで  
チャンネル追加

オーディオ高校野球はradikoのスマホアプリ、PCブラウザ上にて完全無料で聴取できます。

通常のradikoと異なり、エリア制限はなく、日本全国どこからでも無料で楽しめます。

また高校野球専門チャンネルとして、夏の甲子園全試合を試合開始から終了まで、完全中継いたします。

※radiko上では全ての県・エリアで新局扱いとなり、大会期間限定でチャンネル追加されます。  
※radikoの「ABCラジオ」チャンネルでは、従来通りABCラジオの中継放送をサイマル配信します。  
※今年にはライブ配信以外に、タイムフリー、タイムフリー30も対応すべく調整中です。



※画面はイメージです。変更になる可能性があります。

# オーディオ高校野球とは

オーディオ高校野球は、ABCラジオの地上波中継と基本同内容です。但し地上波が編成できない時間帯も、オーディオ高校野球では完全中継でお届けします。

## 【配信期間】

本大会2025年8月5日～8月22日※  
《計18日間（休養日3日間含む）》

今年は朝夕2部制を  
第1日から第6日まで実施

## 【配信予定枠】

日程		試合数
8月5日(火) 第1日	夕方の部	開会式+1
8月6日(水) 第2日	午前の部	2
	夕方の部	2
8月7日(木) 第3日	午前の部	2
	夕方の部	2
8月8日(金) 第4日	午前の部	2
8月9日(土) 第5日	午前の部	2
	夕方の部	2
8月10日(日) 第6日	午前の部	2
	夕方の部	2
8月11日(月) 第7日		3
8月12日(火) 第8日		3
8月13日(水) 第9日		4
8月14日(木) 第10日		4
8月15日(金) 第11日		4
8月16日(土) 第12日		4
8月17日(日)		休養日
8月18日(月) 準々決勝		4
8月19日(火)		休養日
8月20日(水) 準決勝		2
8月21日(木)		休養日
8月22日(金) 決勝		1+閉会式

※雨天順延の可能性あり。タイムフリー、タイムフリー30対応の場合はタイムフリー期間も配信します。

## 完全中継のイメージ

ABC ラジオ

高校野球中継

打ち切り

阪神戦中継

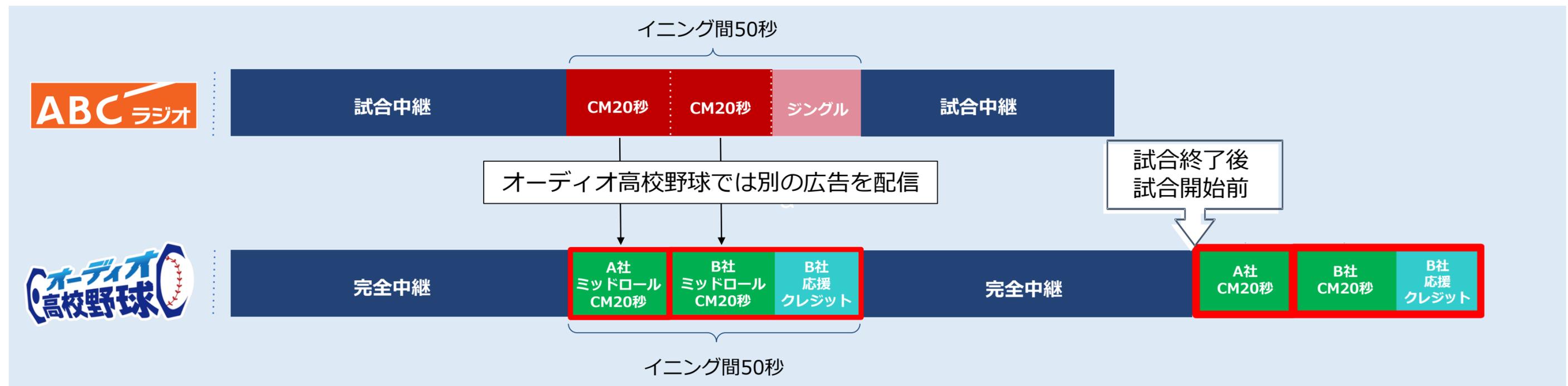
オーディオ  
高校野球

高校野球 完全中継

# オーディオ広告について

オーディオ高校野球のCMは、試合イニング間のミッドロール、試合開始前、試合終了後のCM枠が対象。地上波とは別セールス、別配信となります。

※タイムフリー、タイムフリー30の対応が決まった場合、タイムフリー枠での広告配信もいたします



## ミッドロール

試合のイニング間に流れる音声CM広告枠  
(20秒、応援クレジット含む30秒)

## 試合開始前、終了後のCM枠

(20秒、応援クレジット含む30秒)

※CMの掲載タイミング指定はできません  
※CMは段積みする場合がございます

## 応援クレジット

プラチナ ゴールド 協賛のみ

イニング間に企業名(商品名※)を付けた応援クレジットを流します。

応援クレジット例: 「OO(企業名)はオーディオ高校野球を応援しています」

※応援クレジットは該当企業のCMとセットにして配信します。(CMの後に応援クレジットが流れます)  
※応援クレジットは原則、企業名とさせていただきます。商品名を希望される場合は別途ご相談下さい。  
※応援クレジットは企業名込みで8秒以内収める必要があります。  
※応援クレジットの内容については、radiko/ABCラジオの考査に加え、本企画独自審査基準にて審査を行います。  
※応援クレジットは、全国高校野球選手権大会自体への協賛ではありません。

# 協賛メニュー

協賛カテゴリ		プラチナ (1社限定)	ゴールド (2社限定)	シルバー (3社限定)	ブロンズ (5社限定)	ライト (10社限定)
配信メディア		radiko   全エリアTOPライブ放送面からの番組聴取 (タイムフリー、タイムフリー30も実施可能性有り)				
配信デバイス		PC・アプリ ※エントランスアドはアプリのみ				
オーディオアド	20秒 応援クレジット込み30秒	150万回 imp@3.2円	100万回 imp@3.2円	50万回 imp@3.2円	20万回 imp@3.2円	10万回 imp@3.2円
エントランスアド	ラジコアプリ起動時 1日1回まで表示	○ 500万回以上	○ 150万回以上	○ 30万回以上	×	×
ブランドリフト調査	広告接触⇄非接触 radikoアプリ内調査	○	○	○	×	×
オーディオ 応援クレジット	10秒 CMとセット配信→30秒	○	○	×	×	×
コンパニオンバナー	オーディオアドに 連動し聴取画面に表示	サービス付帯				
競合排除		△ 同業種1社のみ。但し、シルバー、ブロンズ、ライト協賛で競合社が入る場合があります		競合排除なし	競合排除なし	競合排除なし
ご協賛料金		480万円(税別)	320万円(税別)	160万円(税別)	64万円(税別)	32万円(税別)

御売  
礼売

御売  
礼売

- ・ いずれの協賛メニューも決定優先とさせていただきます。
- ・ 大会終了時にオーディオアドの広告聴取数が各メニューの記載数に満たない場合は、大会終了後にABCラジオ内のradiko Ad在庫枠にて掲出 (未達分の補填) をさせていただきます。
- ・ 隣接排除はradiko規定に基づき対応させていただきます。個別のご要望にはお応えできませんのでご了承くださいませ。
- ・ デモグラフィックはじめ、各種データを活用したターゲティング配信やFQ調整の対応は致しかねます。
- ・ 考査は通常のradiko audio Adの規定に加え、本企画独自審査基準にて商材やクリエイティブの審査を行います。

# エントランスアド

プラチナ

ゴールド

シルバー

協賛のみ

radikoアプリ起動時に、全リスナーを対象に1日1回まで表示される広告です。  
オーディオ高校野球の聴取促進とともに、企業ロゴの掲載が可能です。



radikoアプリTOPでの最大リーチ面から、実況中継聴取を促進  
DAU：約150万/WAU350万の全アプリユーザーにリーチ

-----  
番組サムネイル画像

企業ロゴ

はオーディオ高校野球を応援しています。  
-----

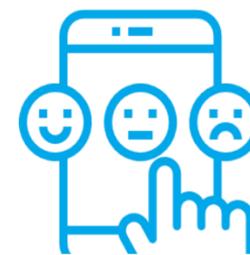
- ※エントランスアドは大会開催日にのみ表示します（休養日は表示しません）。
- ※企業ロゴデータは、大会初日の7営業日前までにご入稿ください。
- ※ロゴは原則、企業ロゴとさせていただきます。商品ロゴを希望される場合は別途ご相談下さい。
- ※番組サムネイル、エントランスアドのデザイン、テキストは一任させていただきます。
- ※企業ロゴの掲載サイズに関しては、弊社に一任させていただきます。
- ※掲載内容はradiko/ABCラジオの考査に加え、本企画独自審査基準にて審査を行います。
- ※エントランスアドは、全国高校野球選手権大会自体への協賛ではありません。

※画面は昨年実績。イメージは変更になる可能性があります。

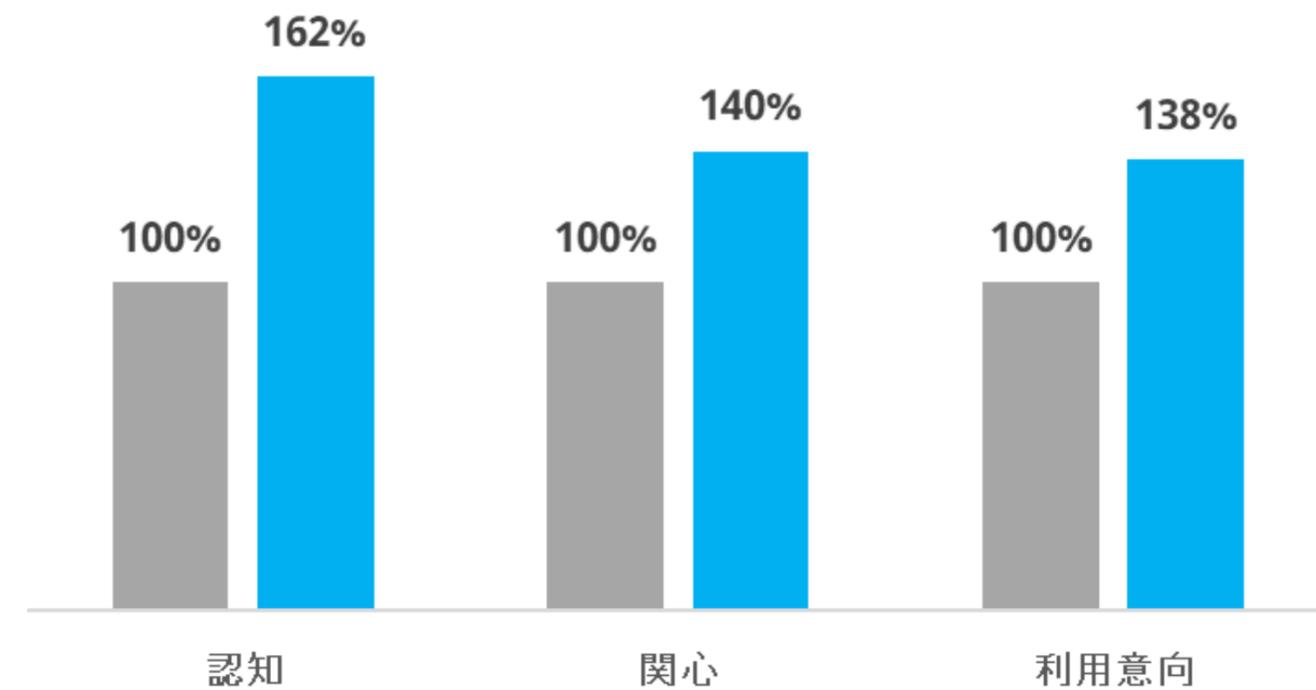
# 効果検証：ブランドリフトサーベイ

プラチナ **ゴールド** シルバー 協賛のみ

radiko アドでの認知・興味関心・利用意向のブランドリフト調査が可能です。



広告に触れた人 ⇔ 触れていない人を比較し、音声広告の効果を可視化



※広告配信後に広告接触者と同一セグメントの広告非接触者グループを作成し、radikoアプリ内でアンケートを配信・回収。実施の約90件の調査結果を集計。非接触者群のスコアを100%とした際のアップリフト平均値  
※サーベイは2~4問目のTOP2の数値、接触⇔非接触でのリフト値をご報告いたします。詳細はradiko Ad媒体資料をご確認ください。

# コンパニオンバナー ※サービス付帯

オーディオアドが配信されるタイミングで、アプリ・PCブラウザがフロントにありアクティブな場合のみ掲載されるバナー広告です。音声CM内でクリックを呼びかければ、LPへの効率的な誘引が可能です。

アプリ

番組放送時



広告再生時



PC



※入稿素材：バナー（300×250px もしくは 640×640px、jpg200kb以内）、リンク先URL

※バナー、LPはradiko/ABCラジオの考査に加え、本企画独自審査基準にて審査を行います。

# 広告掲載基準について

## 1. 広告掲載基準について

広告掲載を申し込む広告主はその広告について、radiko社の広告掲載基準を遵守する必要があります。

## 2. 広告掲載基準と掲載の可否判断の関係について

radiko社の個別の判断により、この基準を満たしている場合でも掲載をお断りすることがあります。

また、基準を満たさない場合でも、掲載を認める場合があります（法令に違反するものはいかなる場合も掲載しません）。

いずれの場合でもその理由について回答することはできない場合があります。

## 3. 掲載の可否判断と広告の責任について

radiko社は、この基準に基づいて個別に掲載の可否を判断していますが、当社の判断は広告に関する広告主の責任を軽減するものではありません。

広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。

また、掲載の可否を判断した理由について回答することはできません。

## 4. ABCラジオによる掲載判断

広告掲載基準を遵守していても、ABCラジオが個別に定める掲載基準・ガイドライン等を満たしていない場合は、掲載をお断りすることがあります。

## 5. 主催者による掲載判断

主催者の高野連、朝日新聞社の規定により高校野球広告枠の掲載業種に制限があります。また主催者の判断により掲載をお断りすることがあります。

制約業種：酒、たばこ、公営ギャンブル、パチンコ、貸金業、エステ系など。

# 入稿規定について

音声ファイル	ファイル形式	.wav / .mp3
	サンプリング周波数	48kHz
	量子化ビット数	16bit
	チャンネル数	2ch (ステレオ)
	ビットレート	wav: 1.5Mbps   mp3:128~192kbps
	平均ラウドネス値	-14±1 LKFS
	トゥルーピーク値	-1dBTP
	素材秒数	20秒 ※CMの規定秒数内において開始点後0.1秒以上0.5秒以下、終了点前0.1秒以上0.5秒以下を無音とする
広告原稿テキスト	--	音声ファイルと合わせて必須入稿 ※審査に必要なため提出必須
コンパニオンバナー ※無償付帯 ※掲載有無 - 選択可	ファイル形式	jpg
	サイズ	300*250px または 640*640px
	容量	200KB以下
	遷移先リンク	遷移先URL
提出期日	掲載開始の7営業日前   審査済みの広告素材、広告原稿テキスト、バナー用素材	
権利処理※	JASRAC管理楽曲やNexTone管理楽曲を使用した素材に関しては、広告主側で権利処理済みのものを手配	

※1セグメントあたり音源は3本まで。コンパニオンバナーは1音源に3点まで設定可能です。

※途中差し替えの場合は、7営業日前までにご連絡ください。

※コンパニオンバナー掲載のキャプチャ報告は行いません。

※CM及びコンパニオンバナーは、radiko/ABCラジオの考査に加えて、本企画独自審査基準にて審査を行います。

コンパニオンバナーNG例：根拠の記載がない「No.1」表現、誇大表現、広告の主体が不明瞭な内容、コンプレックスを刺激するような表現、過度にターゲットングを強調した内容

# 補足情報 Appendix

# 国民的スポーツ 『高校野球』

高校野球は高校生によるアマチュアスポーツでありながら、プロ野球、サッカー日本代表にも引けを取らない国民的な人気コンテンツです。

Q.この1年間にどんなスポーツを観戦しましたか？（TV・インターネットで）

n=40,000	全体	男性	女性
プロ野球（NPB、メジャーリーグ含む）	49.7%	58.1%	41.5%
<b>高校野球</b>	<b>30.9%</b>	<b>36.2%</b>	<b>25.7%</b>
サッカー日本代表	28.6%	37.1%	20.1%
マラソン、駅伝	24.4%	26.2%	22.6%
バレーボール（Vリーグ、日本代表含む）	21.5%	18.5%	24.6%

スポーツ庁 令和6年度「スポーツの実施状況等に関する世論調査」

○調査要領

- (1) 調査地域：全国 (2) 調査対象：18～79歳の男女 (3) 対象パネル：「楽天インサイト」パネル 約220万人  
(4) 調査方法：上記パネルの登録モニターを対象としたWEBアンケート調査 (5) 回収数：有効回収数 計40,000件 (6) 回収割付：調査対象の人口構成比に準拠した割付  
(7) 調査実施期間：令和6年11月1日（金）～11月28日（木） (8) 調査実施機関：株式会社サーベイリサーチセンター

# 『高校野球』はなぜ人気があるのか？

高校野球の人気のお秘密。それはスポーツとしての魅力だけでなく、人それぞれが思いを寄せる **ドラマ** 性にあると考えられます。

『高校野球』で連想されるワード

青春

ふるさと

熱闘

涙

旋風

筋書のないドラマ

ヒーロー

仲間

甲子園

夢

母校

家族

汗

応援

最後の夏

負ければ終わり

# 高校野球は **ABC**

ABC（朝日放送）の高校野球中継の歴史は古く、ラジオは開局翌年1952年、テレビは1957年から放送。テレビの「熱闘甲子園」もABCのブランドです。

## 特徴①

実力派アナウンサーによる  
臨場感あふれる実況！

ABCは夏の高校野球、阪神戦中継をラジオ&テレビで中継。どこよりも**経験豊富**な実力派アナウンサーが、甲子園の夏のドラマを臨場感あふれる実況でお届けします！



## 特徴②

高校野球ファンも唸る！  
名物監督による解説

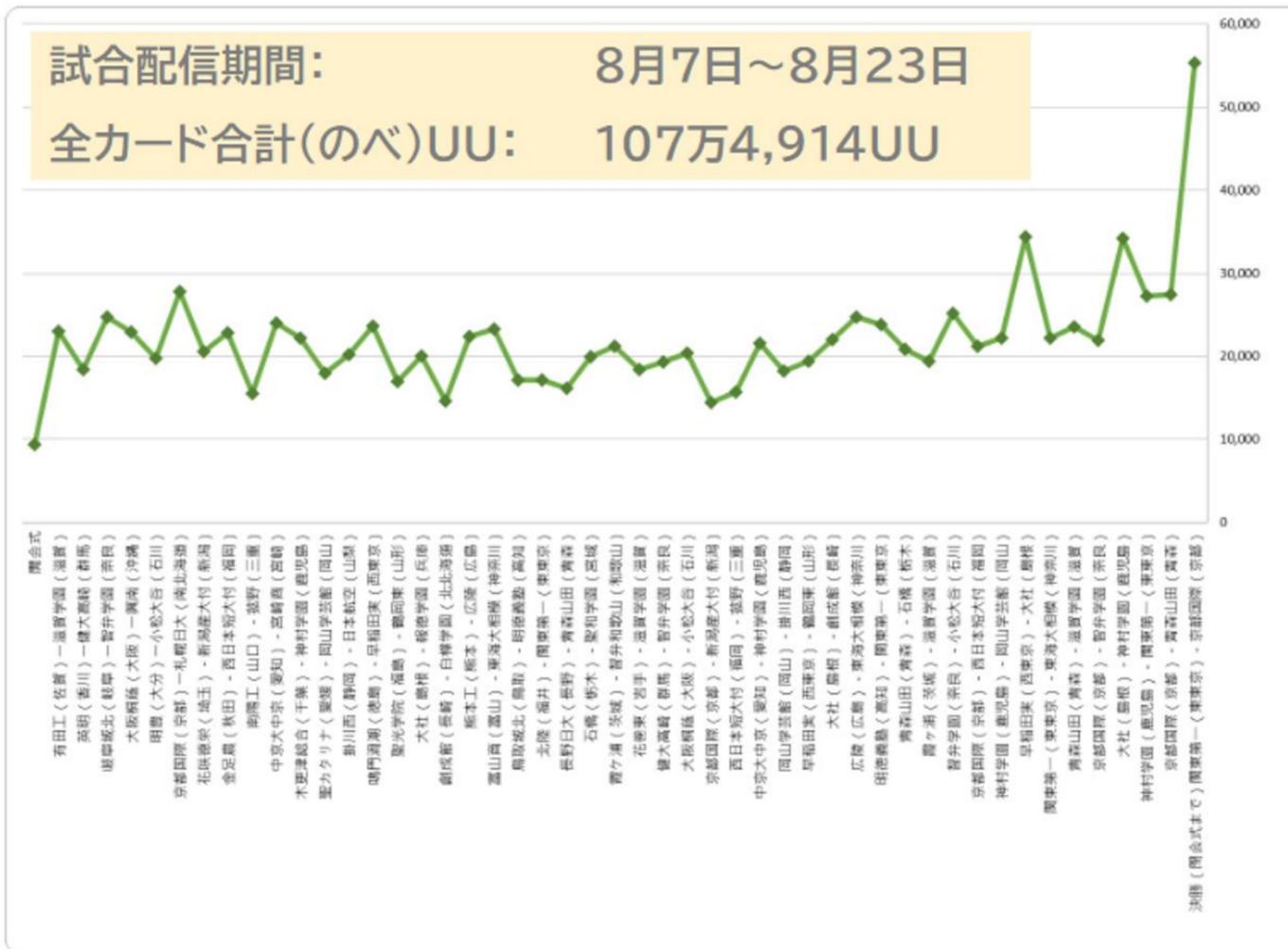
ABCのゲスト解説は、高校野球の現役・OB監督が担当。**高嶋仁**さん（**智弁和歌山前監督**）、**小倉全由**さん（**日大三前監督**）など、名物監督による個性あふれる解説が人気です！



# オーディオ高校野球の昨年実績

サービス初年度ながら、1日あたりの延べ聴取者数約6万人、大会期間中の延べ聴取者数は**100万人を突破**しました。

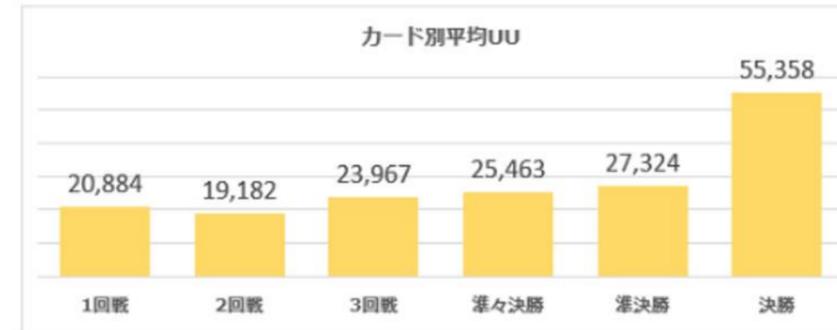
## オーディオ高校野球 試合別 聴取者数



カード別UU (ベスト10)

日付	回戦	カード	UU
2024/8/23	決勝(閉会式まで)	関東第一(東京都) - 京都国際(京都)	55,358
2024/8/17	3回戦	早稲田実(西東京) - 大社(徳島)	34,409
2024/8/19	準々決勝	大社(徳島) - 神村学園(鹿児島)	34,188
2024/8/8	1回戦	京都国際(京都) - 札幌日大(北海道)	27,834
2024/8/21	準決勝	京都国際(京都) - 青森山田(青森)	27,439
2024/8/21	準決勝	神村学園(鹿児島) - 関東第一(東京都)	27,209
2024/8/17	3回戦	智弁学園(奈良) - 小松大谷(石川)	25,160
2024/8/16	3回戦	広陵(広島) - 東海大相模(神奈川)	24,704
2024/8/7	1回戦	岐阜城北(岐阜) - 智弁学園(奈良)	24,686
2024/8/10	1回戦	中京大中京(愛知) - 宮崎商(宮崎)	23,969

カード別平均UU



配信形態別UU(日別平均)

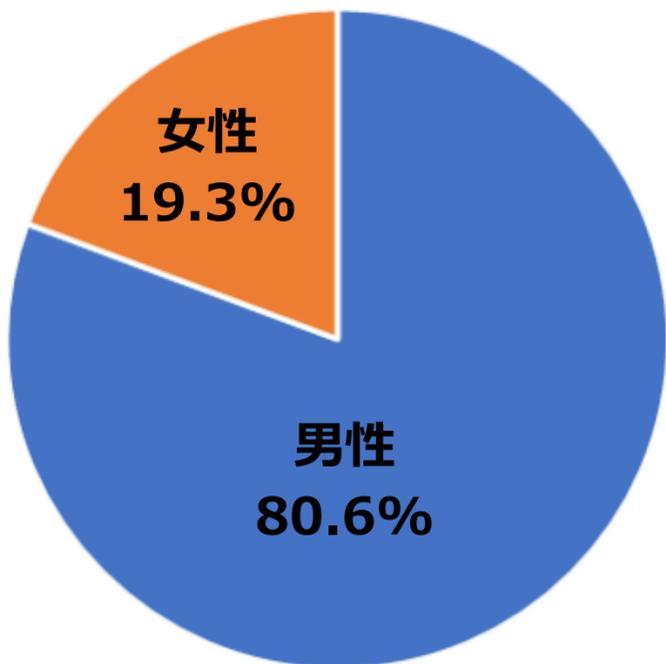


# オーディオ高校野球のリスナー属性

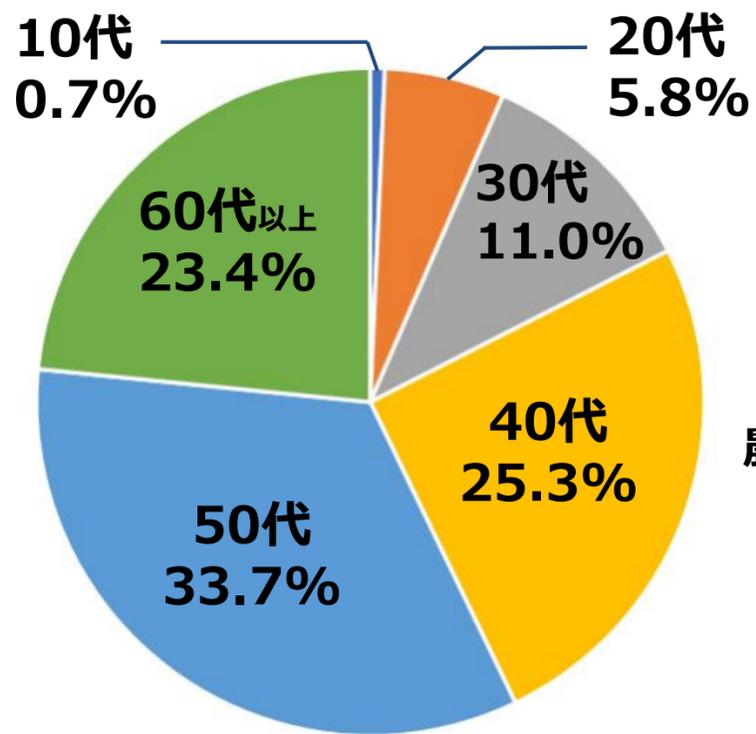
オーディオ高校野球のリスナーは40～60代男性が中心ですが、20～30代約17%、女性約19%、学生8%と、**幅広い層にリーチ**可能です。

## 「オーディオ高校野球」 昨年のリスナー属性

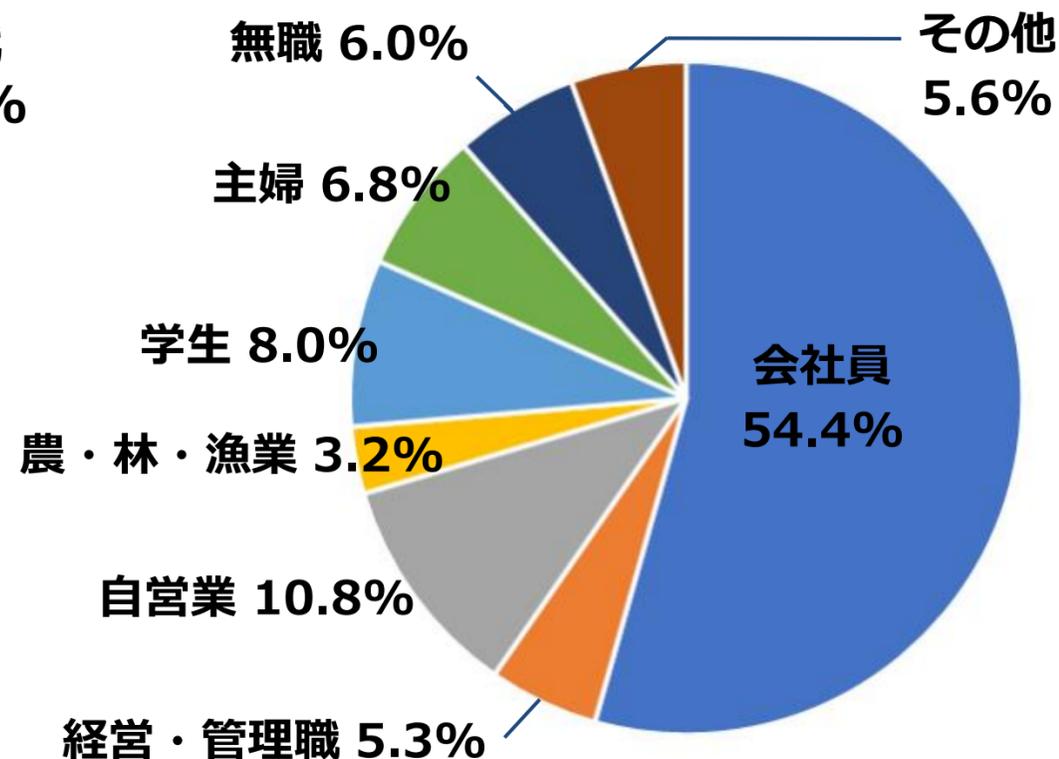
### <性別>



### <年齢>



### <職業>



# オーディオ高校野球に関するX投稿

 えんじょいさぶろー  
@yanokenji4848

フォローする

オーディオ高校野球  
イヤホンで聴くと臨場感やばすぎ

 D  
@dbis\_

フォローする

#オーディオ高校野球 NHKラジオだとどうしても定時ニュースは欠かせないし今年はオリンピックもあるからよい施策やね(φωφ)ラジオで高校野球を聞くの大好き。

 ADONIS\_EVE  
@adonis1919

フォローする

朝の仕事終わり、オーディオ高校野球があるから大阪桐蔭vs興南っていう好カードも聴きながら帰れる！助かる～

 sura  
@tarototarouto

フォローする

オーディオ高校野球の解説の方同士とても温かみを感じる。聴いていて楽しい。

 awrenzas (アウ...)  
@mjphjagpgjme

フォローする

radikoでオーディオ高校野球を今聴いてるけど、応援の演奏やバットが球を打ったときの音に迫力と臨場感がある。素晴らしい。

 Monaka,  
@MONAKA\_RaVtGs

フォローする

やっぱりオーディオ高校野球は導入して、正解じゃないのかな... ABCラジオでも中継できない部分を補完できて、尚且つ全国無料で聴取可能ってのはかなり大きい。

 よつば  
@Gavlillo1024A22

フォローする

球場にいるような臨場感、音も綺麗。神村学園のブラバンが良いからラジオでも聴いてる。実況が佐藤修平アナなのでラジオもおススメ

 Kトレ@8/8ウルサマ  
@reightfire\_JA13

フォローする

NHKが岸田さんの記者会見に切り替わったので初めて「オーディオ高校野球」で甲子園を追ってる ABC高野アナの実況が高校野球で聴けるのが新鮮

 Motonobu  
@Motonobu14

フォローする

延長戦🤔🤔🤔👏👏👏

ほんま初日から素晴らしい試合ばっかし👏👏👏👏👏

ほんまオーディオ高校野球始めてよかったなあ👍👏

 Laughter@みわこ...  
@Laughtercoffee

フォローする

#radiko で #オーディオ高校野球 という神チャンネルが始まった！！ ABCラジオの実況はNHKとはまた違うアツさがあって好きなんだよなあしかし、この試合面白すぎる。両軍頑張れ！！  
#甲子園

 teko  
@kenanasq

フォローする

オーディオ高校野球の実況に感動しちゃって泣いちゃった

2024年08月07日 8:55 · 237 表示

 カンダマサユキ  
@haroldkanda

フォローする

高校野球というドラマが実況・解説+アルプスタンド応援で楽しめて耳が幸せ

 いぐぴー@犬と猫...  
@blindcubequeen

フォローする

オーディオ高校野球のおかげで甲子園の試合もステレオで聴けるの嬉しいな。今まではNHKのモノラル音声だけだったからなー

 ミヤ  
@mitsu\_123

フォローする

オーディオ高校野球で実況解説、応援団とか聴いてたらチャリ乗りながら泣きそうになってきた。ヤベー、完全に不審者やん笑

 しょういち  
@sho1wk

フォローする

オーディオ高校野球、ブラバンの音がよく入って良い  
これで無銭は神  
Sky株式会社に洗脳されそうだけど

 浜栗之助@血統屋...  
@maybe\_moonlight

フォローする

オーディオ高校野球、NHKよりアナウンサーの質が高くて聴きやすい

# 今、デジタル音声市場が熱い！

国内市場におけるインターネット広告費のうち、ラジオデジタル広告は前年比**121.4%**と2年連続で120%台の伸び率を記録。またラジオコンテンツのデジタル配信利用は20代～60代まで**幅広い世代で増加**傾向にあります。

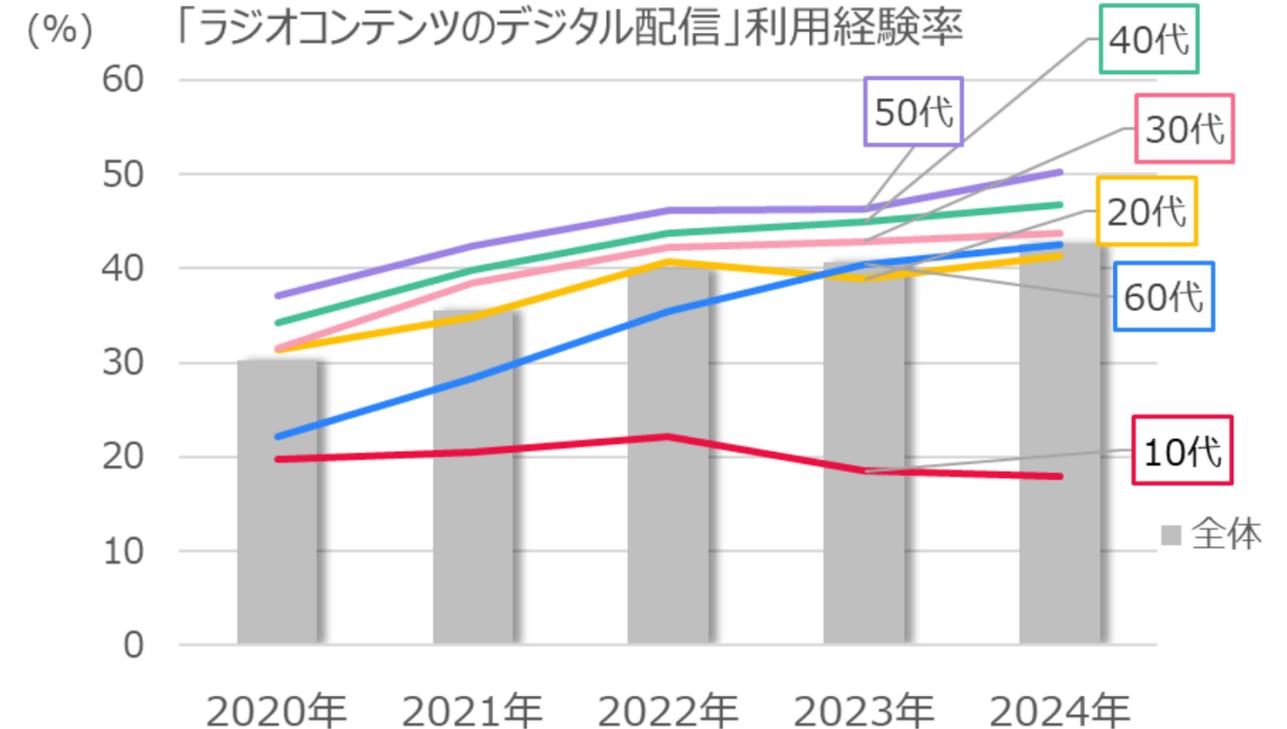
## 日本の広告費（マスコミ四媒体・インターネット）

媒体	広告費	広告費（億円）			前年比（%）		構成比（%）		
		2022年	2023年	2024年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年
総広告費		71,021	73,167	76,730	103.0	104.9	100.0	100.0	100.0
マスコミ四媒体広告費		23,985	23,161	23,363	96.6	100.9	33.8	31.7	30.4
新聞		3,697	3,512	3,417	95.0	97.3	5.2	4.8	4.5
雑誌		1,140	1,163	1,179	102.0	101.4	1.6	1.6	1.5
ラジオ		1,129	1,139	1,162	100.9	102.0	1.6	1.6	1.5
テレビメディア		18,019	17,347	17,605	96.3	101.5	25.4	23.7	22.9
地上波テレビ		16,768	16,095	16,351	96.0	101.6	23.6	22.0	21.3
衛星メディア関連		1,251	1,252	1,254	100.1	100.2	1.8	1.7	1.6
インターネット広告費		30,912	33,330	36,517	107.8	109.6	43.5	45.5	47.6
媒体費		24,801	26,870	29,611	108.3	110.2	34.9	36.7	38.6
うちマス四媒体由来のデジタル広告費		1,211	1,294	1,520	106.9	117.5	1.7	1.8	2.0
新聞デジタル		221	208	195	94.1	93.8	0.3	0.3	0.3
雑誌デジタル		610	611	637	100.2	104.3	0.9	0.9	0.8
ラジオデジタル		22	28	34	127.3	121.4	0.0	0.0	0.0
テレビメディアデジタル		358	447	654	124.9	146.3	0.5	0.6	0.9
テレビメディア関連動画広告		350	443	653	126.6	147.4	0.5	0.6	0.9
物販系ECプラットフォーム広告費		1,908	2,101	2,172	110.1	103.4	2.7	2.9	2.8
制作費		4,203	4,359	4,734	103.7	108.6	5.9	5.9	6.2

電通グループ「2024年 日本の広告費」

※ラジオデジタル：ラジオ放送事業者が主体となって提供するインターネットメディア・サービスにおける広告費

## 「ラジオコンテンツのデジタル配信」利用経験率



ビデオリサーチ「ACR/ex」全国7地区計 12～69歳男女（各年 n=11000s前後）  
各年4-6月調査

# 音声コンテンツが聴かれるワケ

目が酷使されがちな現代社会で、音声コンテンツは耳のみで気軽に楽しめます。ワイヤレスイヤホンなどの普及も後押しし、「ながら聴取」できる音声コンテンツは『**タイパ**』重視の現代人には欠かせません。

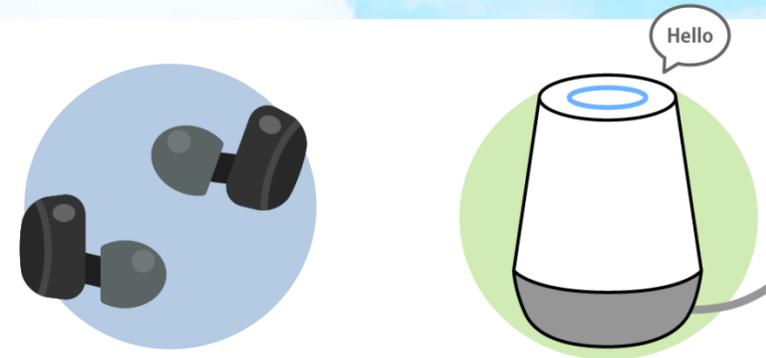
目は酷使されがち

耳はストレスが少ない



## 〈 音声コンテンツは広告も好意的 〉

音声広告は耳で聞き流せるため、好意的に聞いてもらいやすい傾向にあります。動画広告で生じやすい嫌悪感を抱かせることが少なく、効果的な広告配信を行えます。



## 『ながら聴取』のシーン例



# radiko の成長

radiko はスマホやPCでラジオ・Podcastが聴けるサービスで **MAU約850万**、**DAU 約150万**、radikoプレミアム会員（有料）も100万人を突破。音声はもちろん、大手動画配信サービスにも匹敵する音声メディアに成長しています。

**MAU 約850万UU**

**DAU 約150万UU**

※MAU（Monthly Active User）…月間アクティブユーザー数

DAU（Daily Active User）…1日あたりのアクティブユーザー数

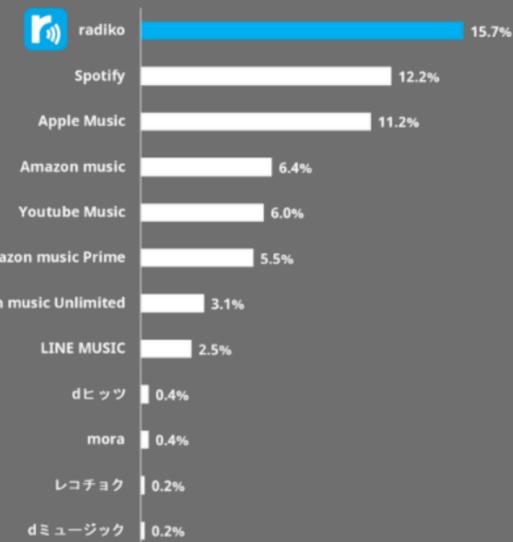
## radikoプレミアムの会員数の推移



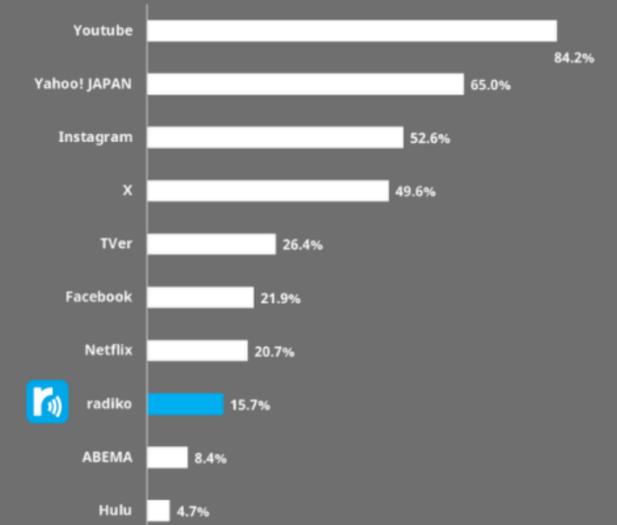
## radiko リーチ規模

他メディア比でも一定の利用率

### 音声系メディア | 月間リーチ



### WEBメディア | 月間リーチ

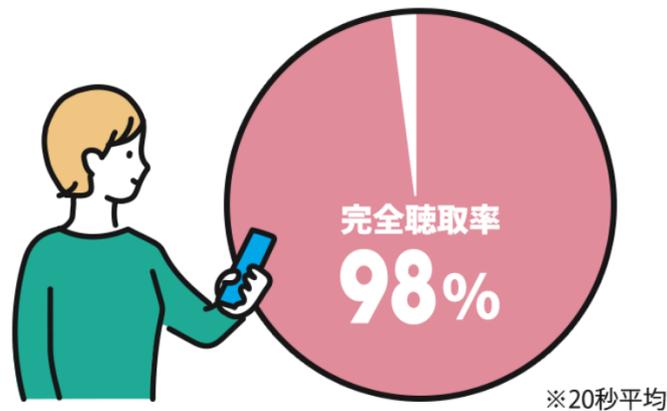


※データ出典：ビデオリサーチ社 ACR/ex 2024年4-9月調査（全国主要7都市）  
※月間リーチ=月1回以上利用者割合

# radiko プラットフォームの広告メリット

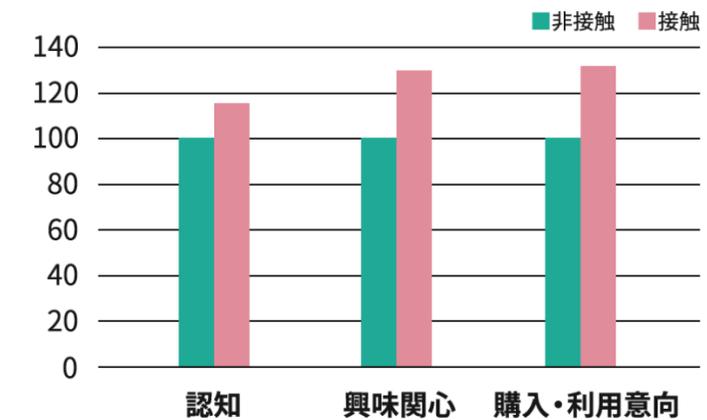
## 特徴① 高完全聴取率

リスナーの聴取体験を阻害せず広告配信されるため、ほぼスキップされずに広告が聞かれています。



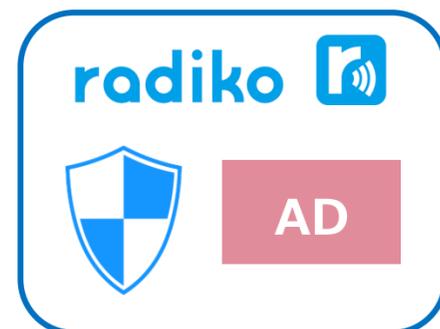
## 特徴② 高いブランドリフト

認知はもちろん、興味関心、購入・利用意向の醸成にも高い効果を発揮します。



## 特徴③ ブランドセーフティ

民放連加盟局による信頼のおけるコンテンツに広告配信。「ブランド棄損」や「アドフラウド」の心配はありません。



## 特徴④ 音声の優位性

バナー広告や動画広告より

