



Contentmatic

2017/10-12月媒体資料

NETWORK

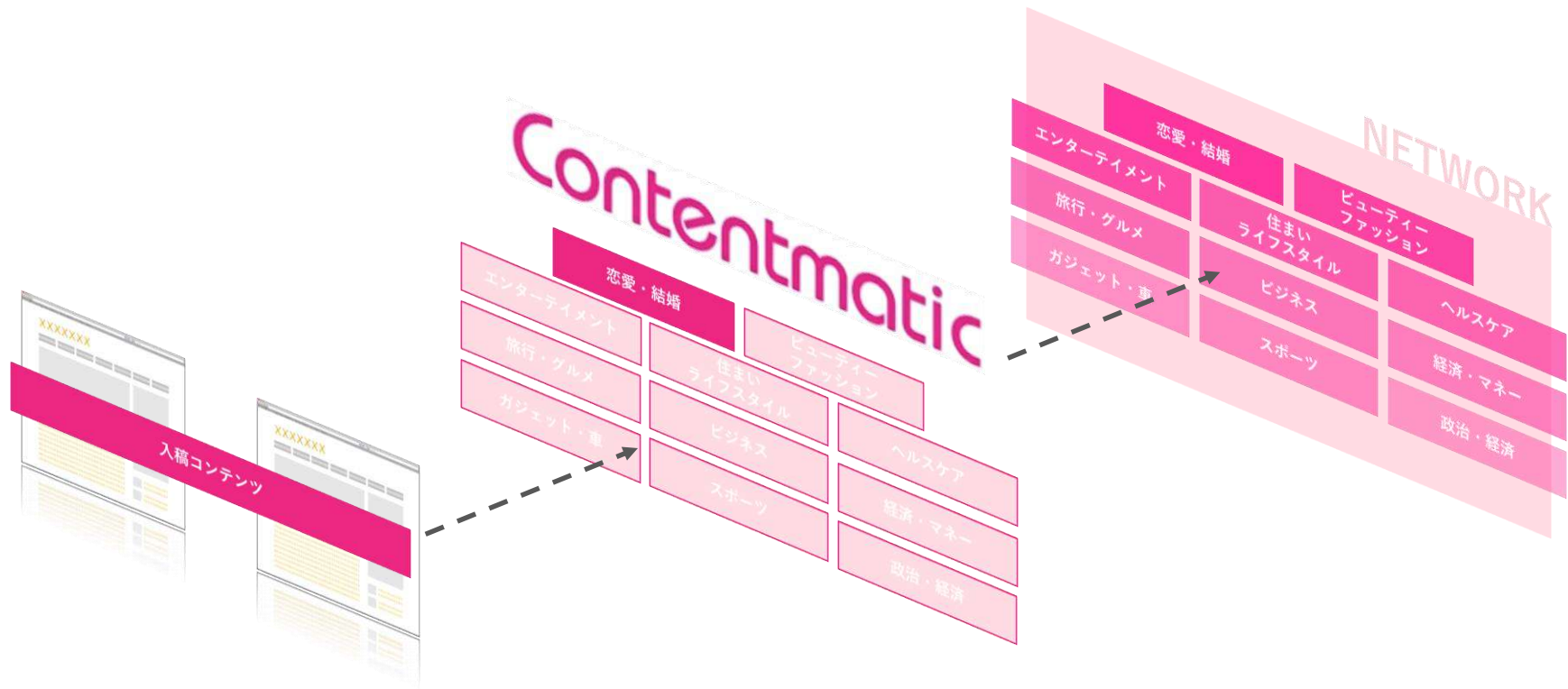
約1億5000万PV規模！



参画媒体も増加中！

※各媒体の詳細についてはスライド16をご参照ください。

「今、興味を持っている記事」に関連した広告（コンテンツ）を表示することで、リアルタイムでのユーザーの態度変容を促します。



ご入稿頂くコンテンツの内容を自然言語解析によりカテゴライズし、Contentmaticネットワーク内の各記事コンテキストとマッチングさせます。
※例えば、「恋愛・結婚」「ビューティー・ファッション」の要素が強い広告コンテンツは「恋愛・結婚」「ビューティー・ファッション」を始めとする記事の直下に配信されます。

読了率指標を採用したレポートニングにより、
より具体的な改善施策をサポート致します。

【量的指標】

【質的指標】



キャンペーン単位での、デバイス別・日別のImp数/Click数/CTR/金額/(読了率)/(CVR)に加え、
ユーザーが普段読んでいる記事コンテンツカテゴリや記事を読む時間帯をレポート可能です。

記事コンテンツの正確な読了情報（読了率・読了時間）を測定し、
「PVの質」を測定する技術です。

【計測ロジック】

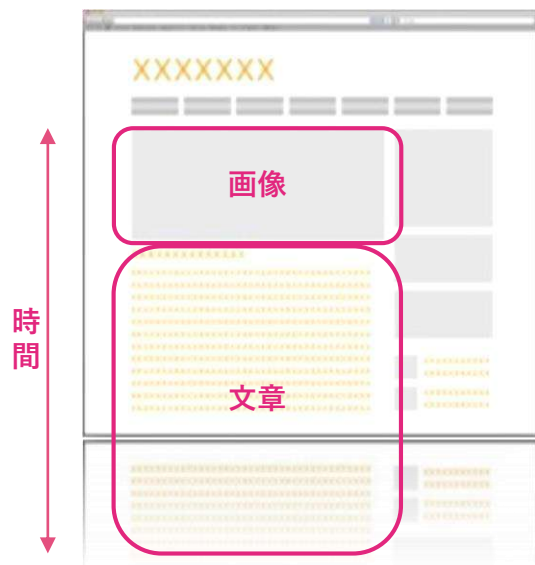
- 1) 記事コンテンツが表示されるページより本文領域を特定
- 2) 本文領域を「文章」「画像」といった構成要素に分解
- 3) 構成要素ごとに、読了に必要な条件（時間）を設定
- 4) 条件の達成度合いにより読了率を測定

※ブラウザの可視領域に入っている場合は、読了が進んでいると判断します。

※以下のような場合は測定を停止します。

- ・本文領域がブラウザ上に表示されていない場合
- ・タブを切り替え、別ページが表示されている場合
- ・テキストベースのページでない場合（理想：ページ上部に200～300文字以上が目安となります。）

測定デモ動画: <https://www.popin.cc/discovery/#page-read>



記事の読了状況を可視化する技術「READ」をもとに、記事コンテンツを見たユーザーに
どれだけメッセージが伝わったかを測定することが可能です。

※これまでの多くの記事広告はPV数が主な成果指標でしたが、ブランド効果を計る上では記事の読了状況（熟読したのか、流し見したのか）を把握しなければなりません。

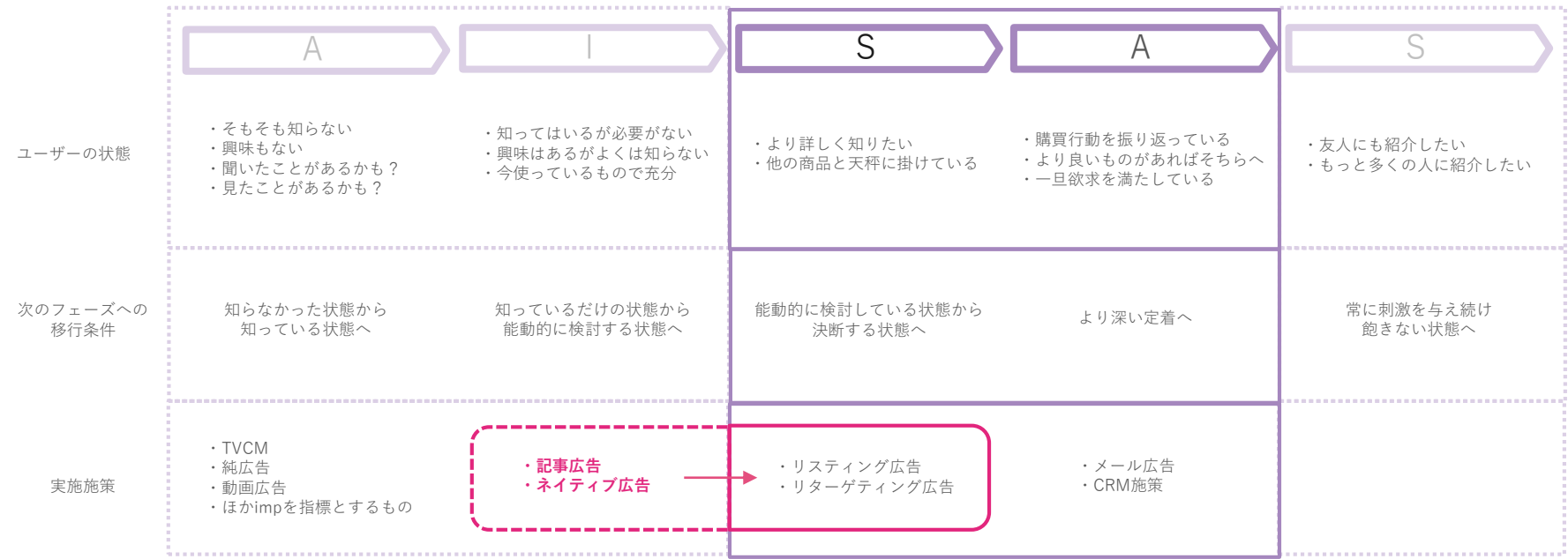
商品認知・理解促進に課題を感じている場合に、
現状施策の分析及び運用のサポートによる改善が提供できます。



指標はPVやimpといった量的指標のみ

純広告を始め、認知施策として打たれる広告の多くがPVやImp数を指標としたものとなっています。
こうした量的指標に質的指標を加えることで、施策の振り返りが具体的になりPDCAの改善が可能となります。

比較検討・購買行動に課題を感じているクライアント(または案件)に対し、現状施策の分析及び運用のサポートによる改善が提供できます。

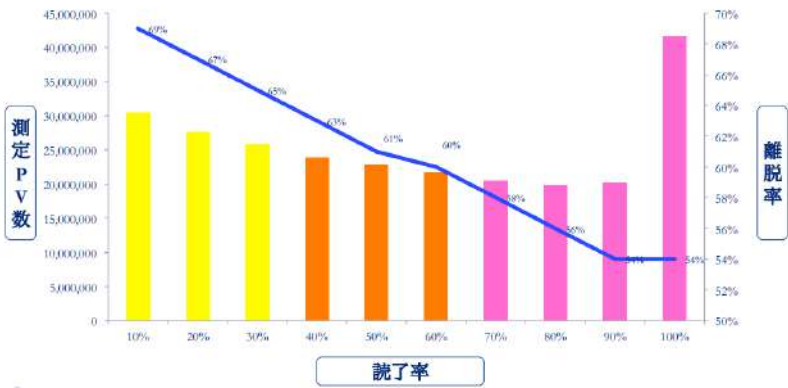


CPAに最も寄与しているのはどこか、どうすべきなのか

記事コンテンツを活用した施策のうち、何がCVに寄与しているのかを可視化することで、CPAを最重要視しているクライアント様に対し、より具体的な改善施策を提供することが可能となります。

質的指標を採用することにより、コンテンツを活用した施策をより具体的に可視化しPDCAを回すことが可能です。

読了率と離脱率の関係



読了率が高いと離脱率が低い

読了率と読了時間の関係



1PVあたりの消費価値が、熟読層は流し見層の約4倍

コンテンツの読了率が高くなるにつれ、コンテンツ元ドメインの離脱率が低くなる傾向が明らかとなっています。
また、タイムシェアの観点では熟読層の読了時間は、流し見層に比べ約4倍の量的価値が期待出来ます。
※コンテンツ元へのロイヤリティが高くなることで、ユーザーはコンテンツを通して、商品を理解した状態に移行していると考えられます。
質的観点からユーザーの広告接触を可視化することで、次の施策の提案に繋げやすくなると考えます。

<<SP掲載イメージ>>

記事直下(読了後)



記事中



メディア最下部



<<PC掲載イメージ>>

記事直下(読了後)



メニュー名	Contentmatic
課金形態	クリック課金
CPC(G)	70円
販売価格	3,000クリック~ 210,000円~
配信開始日	任意の平日
配信設定	日別予算上限指定 期間均等配信 ASAP配信
ターゲティング設定	デバイス/性別/時間帯/ コンテキスト11種

※掲載が月をまたぐ場合、月毎の実数精算でご請求させていただきます
※媒体の指定、および媒体毎の配信数を指定する事は出来ません
※広告主・コンテンツ内容によっては一部掲載されないサイトがございます
※ASAP配信とは、可能な限り早く配信を完了させる配信方法です
※媒体・デバイス毎に枠表示が異なるため、画像が一部見切れる場合がございます

入稿規定

原稿サイズ

- ・ 全半角40文字以内のタイトル
- ・ 300x300px以上の画像
(150kb以内/jpg・png)
- ・ リンク先URL
- ・ リンク先媒体名 / 例：美人百花

入稿期限

- ・ 配信開始の1営業日前

備考

- ・ リンク先はコンテンツ主体ページとさせていただきます
- ・ 商品のみ画像はお断りさせていただきます
- ・ 画像内にテキストが入っている場合はNG、外枠の罫線はNG
- ・ 機種依存文字は使用不可
- ・ 画像についてはメディアごとのフォーマットに合わせて自動レイアウトされます。予めご了承ください。

レポーティング

レポート項目

Imp数 / Click数 / CTR / 金額

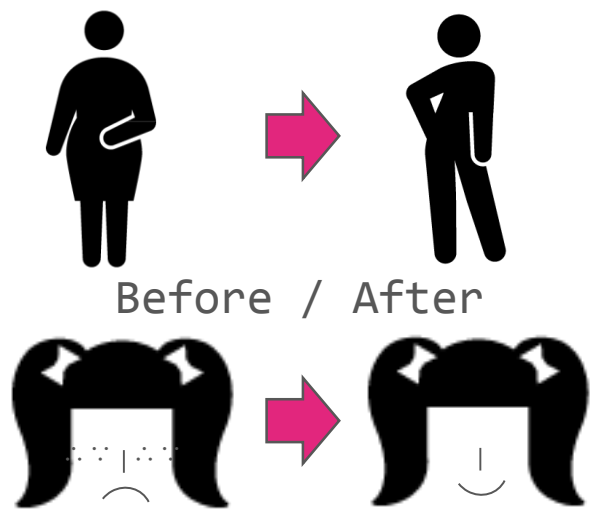
効果計測タグ

CV計測タグ / 読了率計測タグ



下記のような場合は、記事内容を修正して頂く場合がございます。

【使用前後画像】



【カウントダウン系】



キャンペーン終了まであと…
00:58:56

上記2パターンは、商品購入を目的とする記事コンテンツによく見られる訴求方法ですが、
有利誤認や優良誤認にあたるため、使用しないことを推奨致します。
※実際に消費者庁から措置命令が出ている例も、上記の例が非常に多いです。

■入稿時のクリエイティブ（画像・タイトル）についてのNG例

- ・新ルールに照らし、最上級表現や断定表現と捉えかねられない表現と判断される場合
- ・新ルールに照らし、出典が不明確な、不確かな数値を利用している表現と判断される場合
- ・新ルールに照らし、不適切な権威付けの利用
（使われている素材の一部は特許を取得しているが、商品が特許を取得しているわけではない等）
- ・新ルールに照らし、誇大表現と捉えられかねない表現
（「張消し」など）と判断される場合

■入稿時のクリエイティブ（画像・タイトル）についてのNG例

- ・新ルールに照らし、before/afterと捉えられかねない画像を利用している場合
- ・コンプレックスを強調する画像を利用している場合
- ・性的な内容を連想させる画像を利用している場合
- ・TV番組の画像キャプチャなど、許諾のない画像のキャプチャが利用されている可能性が高いと判断される場合
- ・文字や単純図形を組み合わせた画像（デザインと呼べる品質のものは除く）を利用している場合
- ・その他、新ルールに照らし公序良俗に反するクリエイティブと判断される場合

■ 遷移先ページの内容についてのNG例

- ・ 1stビューにCTAボタンがある場合
- ・ 画像のみで構成したページ
- ・ 記事ではなくLPとしての表現の割合が50%以上ある場合
- ・ 締め切り時間の表示がある場合
- ・ 残り個数の表示がある場合
- ・ 新ルールに照らし、アダルトな画像／文言と判断される場合
- ・ その他、新ルールに照らし公序良俗に反するコンテンツ内容と判断される場合

<質問内容>

Q1.運用はして頂けますか？

A.クライアント様毎に管理画面を発行致しますので、基本的には貴社内での運用をお願いしております。

Q2.記事内容の差替はできますか？

A.配信期間内での差替は可能(特に制限は無し)ですが、その都度、掲載可否をお取り頂く必要がございます。

Q3.媒体指定は出来ますか？

A.媒体指定はお受けしておりません。ただし、ターゲットに応じたカスタマイズ配信をご用意しておりますので、ご相談ください。

Q4.デバイス指定は出来ますか？

A.システム上は可能です。ただし、Contentmaticは80%以上がスマートフォンからのアクセスとなっており、PCのみでの配信は非推奨とさせて頂いております。

Q5.レポートは頂けますか？

A.掲載終了後にレポートを送付致します。ご要望の際は、お申込み内容への記載をお願い致します。

Q6. 媒体毎にレポートイングは可能ですか？

A. こちらは対応しておりません。コンテキストマッチングのため、どのコンテキスト(記事カテゴリ)にどれくらい配信されたかを、計測することは可能です。

Q7. コンバージョンは計測出来ますか？

A. 当システムから振り出すCVタグをクライアント様のページ内に設置いただくことで計測が可能です。なおCV数は離脱ユーザーもカウントする「間接CV数」となります。

Q8. Contentmaticにて、記事コンテンツページの作成依頼は可能ですか？

A. 可能です。コンテンツページをお持ちでないクライアント様は、営業担当にご相談頂けますと幸いです。

Contentmaticは**プレミアム**な女性系媒体ネットワークです。

薬機法

現在公開されている記事に関して
薬機法に抵触する可能性の有無

check



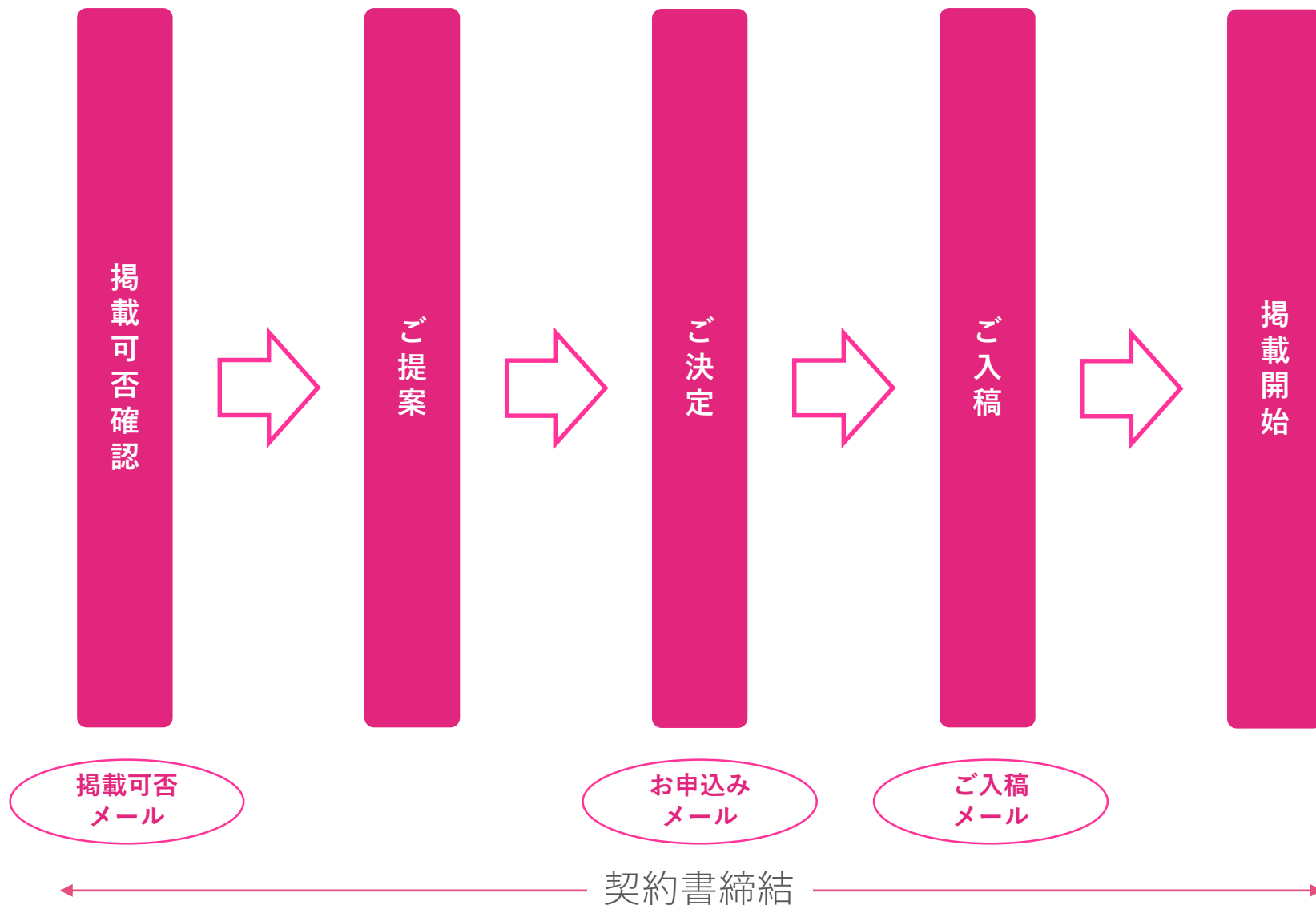
景表法

現在公開されている記事に関して
景表法に抵触する可能性の有無

参画頂いている全てのメディア様に対して、メディア内コンテンツにおける
薬機法・著作権遵守についての確認を行っております。
そのため、安心してプレミアムなメディアにコンテンツを配信することが可能です。
※確認の取れないメディア様にはご参画頂けません。

掲載申込・掲載基準

(掲載開始の3営業日前)



Contentmatic掲載可否フローに於いて、2つの事前掲載可否を行います。

掲載可否確認

1 リンク先URL(コンテンツページ)の掲載可否

実際にご入稿頂く コンテンツページのURL を掲載可否メールに記載の上、ご送付ください。

記事内容及びコンテンツ性について確認致します。

2 画像・タイトルクリエイティブの事前可否

実際にご入稿頂く 画像・タイトルクリエイティブ の事前掲載可否を行います。

※文字情報(記号含む)入りの画像クリエイティブはNGとさせて頂いております。

※商品のための画像はお断りさせて頂く場合がございます。

掲載可否
メール

下記フォーマットをご利用くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

掲載可否のご連絡：掲載可否フォーマット

お申込みのご連絡：申込フォーマット

ご入稿のご連絡：入稿フォーマット

連絡先：

sales@datatailor.co.jp

《掲載可否フォーマット》

 広告会社名：（法人格含む正式名称）
 広告主名：（法人格含む正式名称）
 案件名：
 リンクURL：
 媒体名：コンテンツマチック
 クリック数：
 クリック単価：
 申込金額：
 配信開始希望日：
 備考：※特記事項がありましたらご記入ください

《申込フォーマット》

 広告会社名
 広告主名
 案件名
 リンク先URL
 媒体名
 配信開始日
 配信終了日
 配信日数
 配信方法：均等配信/ASAP配信

申込金額(ネット)
 日予算(ネット)
 CPC(ネット)
 想定クリック数
 請求方法
 請求書送付先

《入稿フォーマット》

 広告会社名：（法人格含む正式名称）
 広告主名：（法人格含む正式名称）
 媒体名：コンテンツマチック
 メニュー：
 クリック数：
 コンテンツ名（40文字以内/全半角とも）：
 リンクURL：
 備考：※特記事項がありましたらご記入ください

※ASAP配信とは、可能な限り早く
 配信を完了させる配信方法です。

<コンテンツ及びリンク先コンテンツの掲載基準について>

お申し込み頂くコンテンツについての掲載可否決定権は、弊社に属します。以下に該当すると判断されるコンテンツは、掲載できかねますのでご了承ください。

- ・法律、条令、条約に違反、もしくはその恐れのあるコンテンツ
- ・宗教信仰による勢力拡大、布教活動目的のコンテンツ
- ・医療、医薬品、化粧品において、効能、効果、性能等を厚生労働省が承認する範囲を逸脱するコンテンツ
- ・ウェブサイト上でギャンブル運営、もしくはそれを助長するようなサイトのコンテンツ
- ・行政処分最中にある企業や社会的信用を著しく落とした企業のコンテンツ
- ・卑猥な表現を伴ったり、コンプレックスを刺激したり、不快感を感じさせるコンテンツ
- ・弊社のサービスと競合性が高い事業や企業のコンテンツ
- ・取得する個人情報の利用目的が明記されていない、
また記載通りの運用がなされていないサイトのコンテンツ
- ・問合せ先、解約方法が分かりやすく表示されていないコンテンツ
- ・料金、利用条件がわかりやすく、正しく表示されていないコンテンツ
- ・公序良俗に反する内容を含むコンテンツ
- ・第三者を誹謗、中傷又は排斥する表現が含まれるコンテンツ
- ・第三者の権利（著作権、商標権などの知的財産権、プライバシー、肖像権等）を侵害するコンテンツ
- ・ユーザークレームが発生する恐れのあるコンテンツ
- ・その他、当サービスが不適切と判断したコンテンツ

※コンテンツ及びリンク先コンテンツについては、権利者の許諾を得たものとさせていただきます。

※上記は弊社掲載基準のごく一部です。案件発生時には、必ず都度のご確認をお願いいたします。

※コンテンツ及びリンク先コンテンツにおける全ての情報に関するクレーム等については、コンテンツ主の責任において対処されるものであり、弊社では一切責任を負わないものとします。

※料金体系、メニューに関しては、弊社の都合により変更する場合がございますのでご了承ください。

※掲載クライアント様の業種によっては、内規により総量規制を設けさせて頂いておりますので、出稿時期の調整などをお願いする場合がございます。

※遷移先に広告主体者表記やPR表記のない記事広告に関しましても掲載不可といたします。

<望ましい掲載コンテンツについて>

他社メディアによるタイアップ型コンテンツ・自社メディア／ブログコンテンツ・動画コンテンツ・インフォグラフィックコンテンツ 等

<お申込について>

- ・掲載基準をコンテンツ形式の広告としておりますため、ランディングページの内容によって掲載できかねないものがございます。
- ・弊社ではコンテンツ主様同士の競合調整を行うことが出来ないため、ご了承ください。
- ・配信開始後、途中で掲載を停止することは出来ません。
- ・掲載予定日の5営業日前～当日のキャンセルの場合には広告掲載料金の100%を申し受けます。

広告主、および広告取り扱い代理店は以下の本規約に従うものとします。

■ 掲載可否について

アダルト、ギャンブル、公序良俗に反する訴求内容は掲載できません。

■ 広告表現について

弊社の定める掲載ガイドラインを基準に、事前審査を確認させていただきます。

■ 競合調整について

弊社では基本的には競合調整を行いません。

■ 免責事項

- ・ 天変地異、停電、通信回線の事故、第三者によるハッキングやクラッキング等、当社の責めに帰することが出来ない事由により、広告枠に広告が表示されない場合、または掲載された広告からリンク先への接続が出来ない場合には、弊社は一切の責任を負わないものとします。
※故意または過失等、弊社の責めに帰す事由による場合はその限りではありません。
- ・ 広告掲載期間中、サーバーメンテナンスにより、アクセス不可となった場合、期間中合計8時間/週までは、一切の責任を負わないものとします。
- ・ 広告掲載期間中、リンク先に不具合（接続ができない場合、正常に表示されない場合など）が発覚した際は、掲載を停止することができるものとし、この場合は、広告不掲載の責任を一切負わないものとします。
- ・ 広告内容、及び広告主様のサイト内での情報に関してユーザーからのクレーム等があった場合、
広告主様の責任において対処頂き、弊社では、一切責任を負わないものとします。また、以後の掲載をお断りさせていただく場合がございます。
- ・ 掲載広告の広告効果（クリック回数/コンバージョン広告効果等）につきましては、保証いたしません。
- ・ 取り扱う広告ネットワークおよび広告掲載システムにおける一切の不具合は保証いたしません。

■ 掲載確認時間について

掲載開始から12時間までは掲載確認時間とさせていただきます。
掲載確認時間内での掲載調整不良につきましては、弊社は免責されるものとします。

■ 規約の変更

弊社は本規約をいつでも予告なしに変更できるものとします。

お問い合わせ先

担当までお気軽にご相談・ご連絡ください



▶ Data Tailor 株式会社

東京都港区南青山5-10-2 第2九曜ビル3階

TEL:03-6427-2022 <http://www.pacific-media.co.jp>

担当：石井・森

✉ sales@datatailor.co.jp

☎ 03-6427-2022