

PCブランディングパネルのご紹介

2019年7月～2019年12月

NECパーソナルコンピュータ株式会社

PCブランディングパネルとは
視聴者は年間売上10億円未満で4割の人が決裁権を持つ
5,000億以上の企業で23.7%の人が決裁権を持つ



PCブランディングパネルは
最大3分までの動画をPCの
フル画面へプッシュ配信

決済権者にリーチ出来るPCブランディングパネルとは？

NEC製パソコンにプリインストールされている、スクリーンセーバーアプリケーション
全画面でダイナミックに様々な情報やコンテンツがサイネージのように提供されます

提供されるコンテンツ

一定時間、操作なし



ニュース



天気



カレンダー

一定時間で
ローテーション掲載



PCブランディングパネル広告

※提供コンテンツは随時拡充予定です。ただし本広告メニューのスペック等への影響はございません。

PCブランディングパネルの特長

特長①：視聴者リーチ

多くの視聴接点

プライン+自動起動の仕組みを使った
高いユーザーエンゲージメント



特長②：利用ユーザー

50歳以上で決済に影響力あり

所得/貯蓄/消費意欲の高い
高収入の50代以上がメインターゲット



特長③：PCのメディア特性

情報の深掘り

大きな画面+キーボード/マウスの
操作性を生かした比較・検討

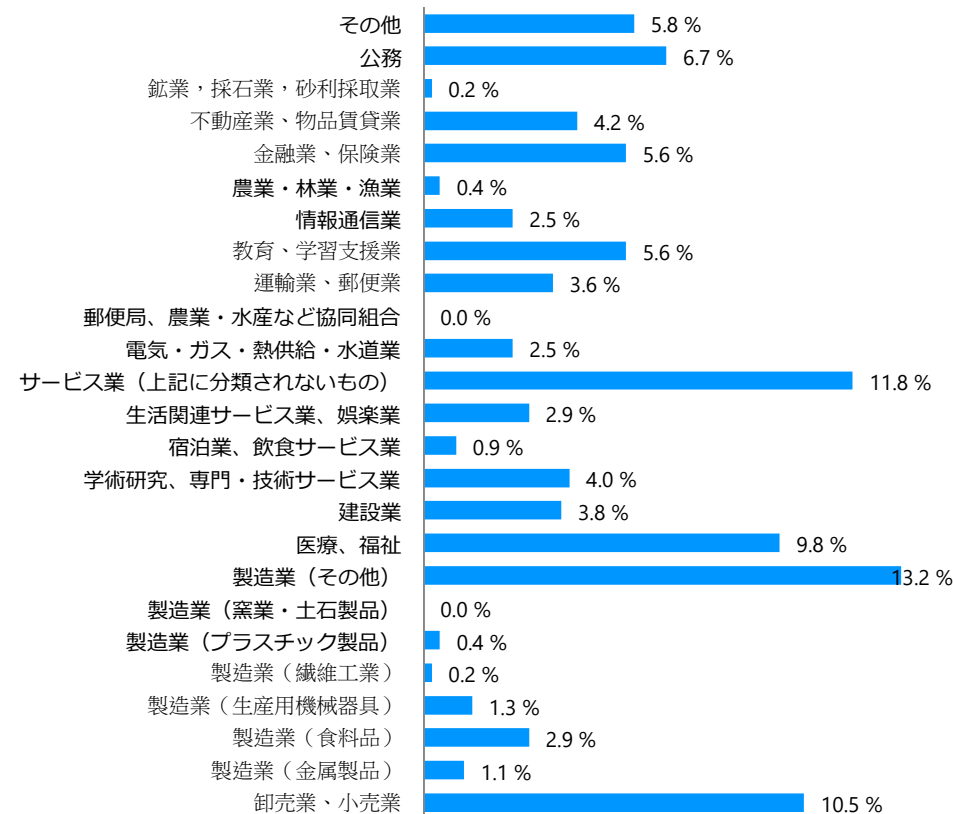


特長1：視聴者層（中小企業経営層）



視聴者は年間売上10億円未満で4割の人が決裁権を持つ、
5,000億以上の企業で23.7%の人が決裁権を持つ、
 視聴者全体で**約25%**が決済に影響力を持っている。

	全体	20万円以上の決裁権がある	20万円未満の決裁権がある	決裁権はないが、決裁者に提言する立場	
全体	448	16.7	5.4	8.3	
年間売上規模	10億円未満	120	40.8	4.2	8.3
	10～50億円未満	34	8.8	11.8	14.7
	50～100億円未満	19	15.8	5.3	5.3
	100～300億円未満	19	10.5	0.0	5.3
	300～500億円未満	15	0.0	26.7	20.0
	500～1000億円未満	9	11.1	11.1	11.1
	1000～5000億円未満	21	14.3	14.3	9.5
	5000億円以上	38	23.7	7.9	18.4
	わからない	173	2.9	1.7	4.0



特長2：ユーザー層（属性）

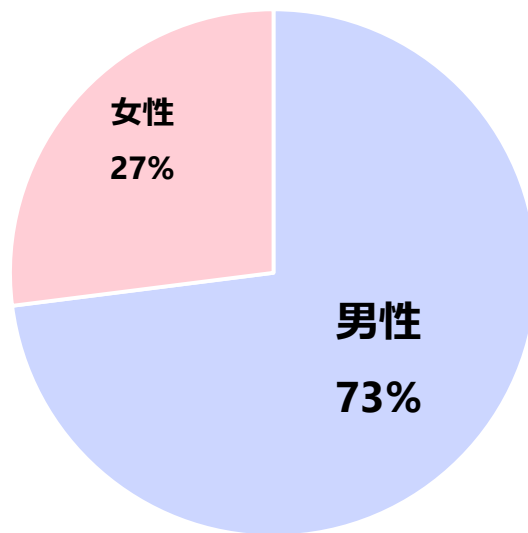
50歳以上の男性がメインターゲットとなり、経営者・役員・自営業が10%

年齢

60歳以上	35%
55歳-59歳	13%
50歳-54歳	15%
45歳-49歳	11%
40歳-44歳	13%
35歳-39歳	6%
30歳-34歳	1%
25歳-29歳	3%
20歳-24歳	2%
12歳-19歳	1%
12歳未満	0%

63%

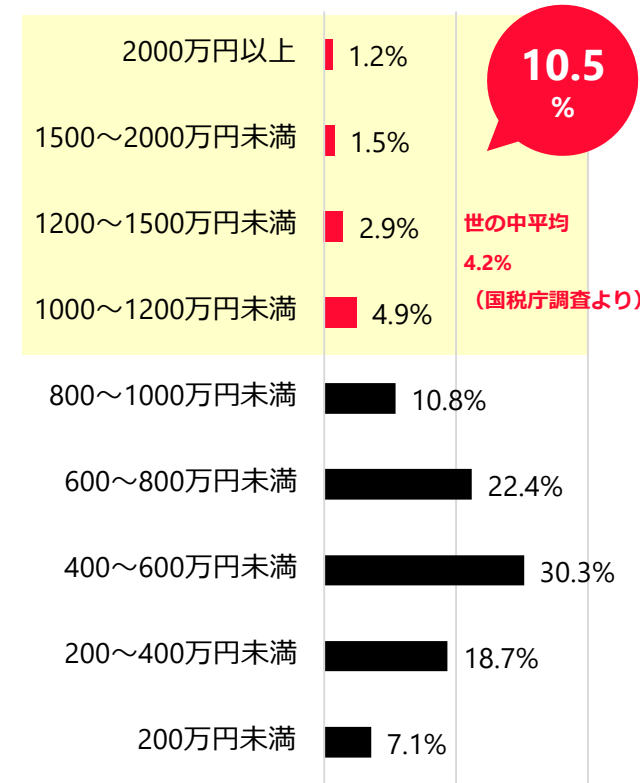
性別



職業

経営者・役員	2.7%
会社員（正社員）	27.4%
会社員（契約・派遣社員）	6.9%
公務員	4.0%
自営業・自由業	7.2%
パート・アルバイト	13.5%
専業主婦（主夫）	16.5%
学生	0.0%
無職	20.8%
その他	1.0%

平均年収



特長3：視聴者層（興味関心）

視聴者は、国内/海外旅行・ゴルフ・車/家電などの、高単価な商品やサービスへ興味

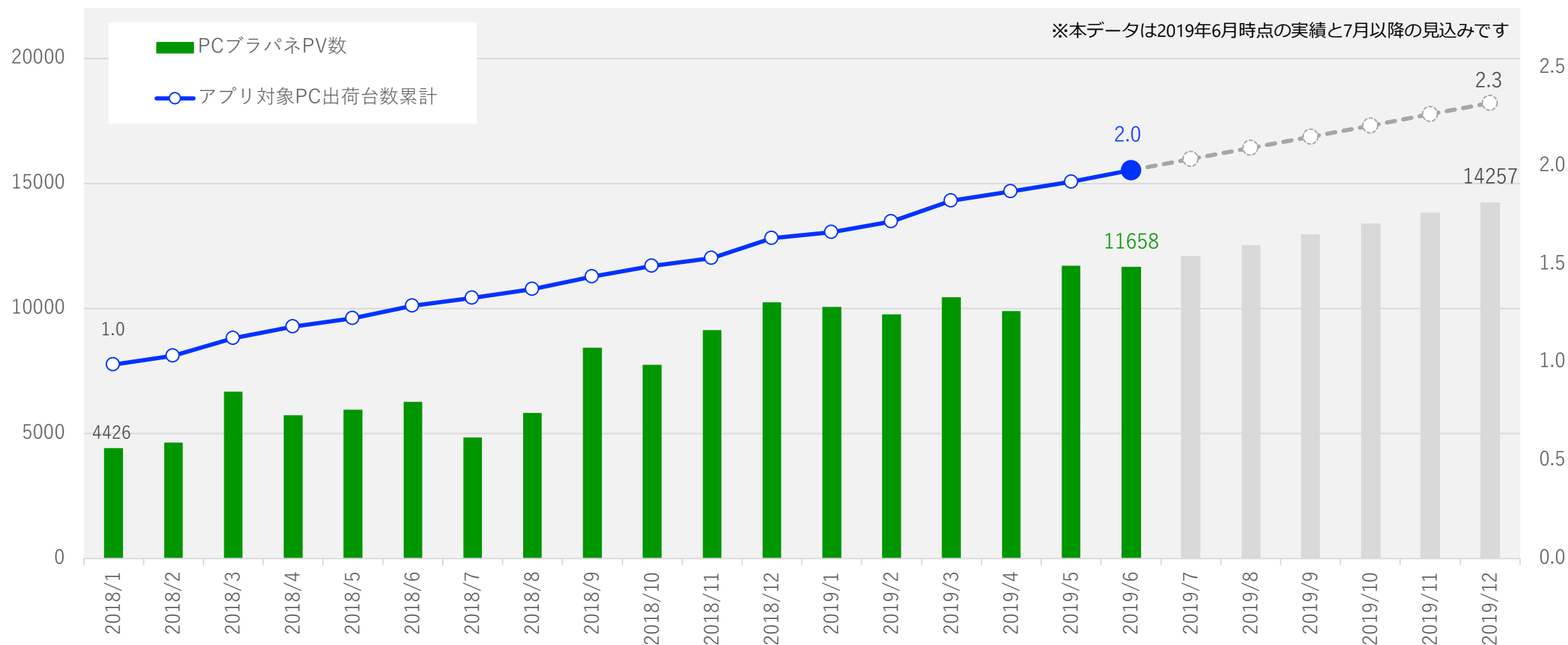
視聴者全体の年代別興味関心

年代別 興味・関心	年齢								
	全体	60才以上	55才～59才	50才～54才	45才～49才	40才～44才	35才～39才	30才～34才	20才～29才
	931	368	111	119	92	97	44	65	33
	年代比率	39.5%	11.9%	12.8%	9.9%	10.4%	4.7%	7.0%	3.5%
国内旅行	60.0%	65.2%	63.1%	48.7%	58.7%	64.9%	47.7%	47.7%	66.7%
グルメ・食べ歩き、飲酒	46.7%	42.1%	52.3%	45.4%	53.3%	49.5%	43.2%	47.7%	63.6%
音楽/コンサート、寄席/演芸、映画鑑賞	36.5%	37.8%	30.6%	36.1%	38.0%	39.2%	34.1%	35.4%	39.4%
家電、カメラ、タブレット/パソコン	29.5%	35.1%	36.0%	25.2%	26.1%	23.7%	20.5%	18.5%	24.2%
スポーツ観戦	26.5%	28.3%	27.9%	29.4%	29.3%	25.8%	20.5%	20.0%	9.1%
投資信託、株、FX	25.5%	29.1%	23.4%	23.5%	21.7%	23.7%	27.3%	21.5%	21.2%
車、ドライブ、オートバイ、ツーリング	25.2%	26.9%	36.0%	22.7%	28.3%	19.6%	15.9%	16.9%	18.2%
海外旅行	23.5%	23.1%	24.3%	27.7%	19.6%	24.7%	18.2%	21.5%	30.3%
写真・ビデオ撮影	18.8%	21.7%	18.9%	14.3%	12.0%	15.5%	13.6%	16.9%	42.4%
ペット	15.5%	12.5%	18.0%	17.6%	14.1%	16.5%	20.5%	16.9%	24.2%
資格取得、外国語	13.9%	7.3%	13.5%	18.5%	10.9%	20.6%	22.7%	20.0%	36.4%
エステ・ネイル、ダイエット	9.5%	3.0%	7.2%	7.6%	17.4%	15.5%	9.1%	16.9%	42.4%
宝石、バッグ、ブランド品、時計	9.3%	5.4%	14.4%	8.4%	7.6%	18.6%	6.8%	10.8%	18.2%
ゴルフ	8.5%	13.3%	9.9%	7.6%	4.3%	3.1%	0.0%	4.6%	0.0%
リゾートライフ、別荘	6.8%	4.3%	9.0%	5.9%	5.4%	11.3%	6.8%	7.7%	18.2%
趣味・興味関心があるものはない	6.2%	3.8%	5.4%	9.2%	6.5%	7.2%	6.8%	9.2%	15.2%
その他	5.0%	6.5%	7.2%	3.4%	4.3%	4.1%	2.3%	0.0%	6.1%
不動産投資	3.7%	2.7%	4.5%	0.8%	4.3%	6.2%	6.8%	1.5%	12.1%

特長4：ユーザーリーチ

パソコンが出荷されるにつれて**ユーザー/インプレッションも増加**。

<2019年6月時点> **アプリPC出荷台数：200万台**、**DAU：40万人**・**MAU100万人**、**月間広告在庫：1.2億imps**



特長5：PCブラウザ広告認知と態度変容

約30%のユーザーが広告を見た記憶があると回答し、広告認知者のうち約26%が態度変容している。また、**決裁権関与者**の広告認知単価117円、態度変容単価が276円とBtoB広告としては安価にキーマンへリーチ。PCはテレビとは違ってネットにいつでもアクセスできる環境があるため、態度変容率が高い。

【参考】大手通信会社（BtoB広告）の過去配信実績（※外部調査パネル結果データを本メニューのリーチ数相当へ拡大推計）

	全体	20万円以上の 決裁権がある (A)	20万円未満の 決裁権がある (B)	決裁権はないが、 決裁者に提言する立場 (C)	決裁権に 関与する人の合計 (A)+(B)+(C)
広告掲載料（※1）	¥6,000,000	-	-	-	-
Imp数（※1）	7,672,382	528,857	255,759	650,234	1,434,851
Imp単価	¥0.78	¥11.3	¥23.4	¥9.2	¥4.2
リーチ数（※2）	636,815	43,896	21,228	53,970	119,094
リーチ単価	¥9	¥137	¥283	¥111	¥50
広告認知数（※3）	193,592	17,339	10,105	23,963	51,406
広告認知率	30%	40%	48%	44%	43%
広告認知単価	¥31	¥346	¥594	¥250	¥117
態度変容者（※4）	50,527	7,126	5,052	9,585	21,764
態度変容率（※5）	26%	41%	50%	40%	42%
態度変容単価	¥119	¥842	¥1,188	¥626	¥276

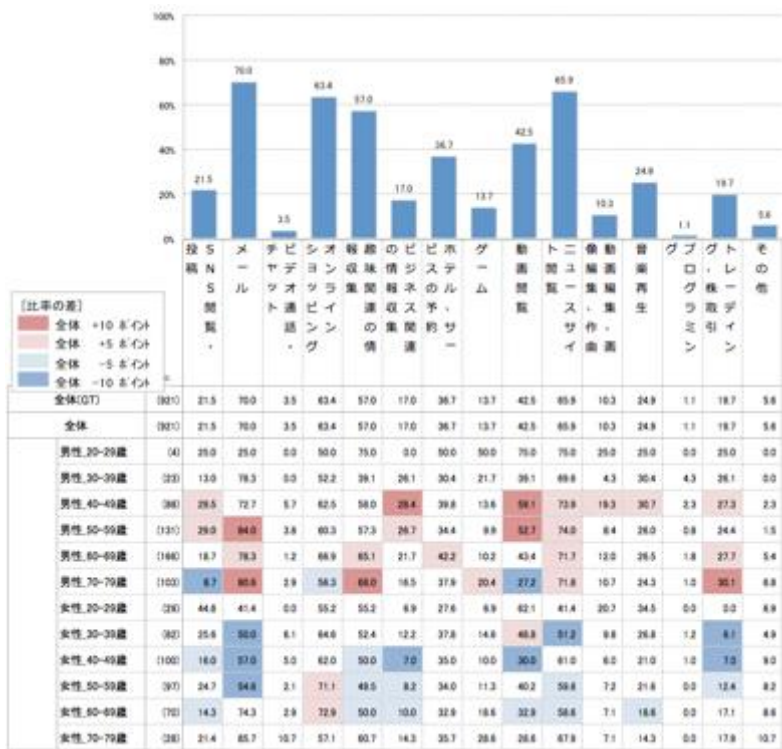
※1：週2枠×1週間配信
 ※2：広告掲載実績ベース
 ※3：広告が記憶に残っている人
 ※4：広告認知者の内、検索などした人
 ※5：態度変容者÷広告認知者

特長6：メディア特性（PCの利用目的と時間）

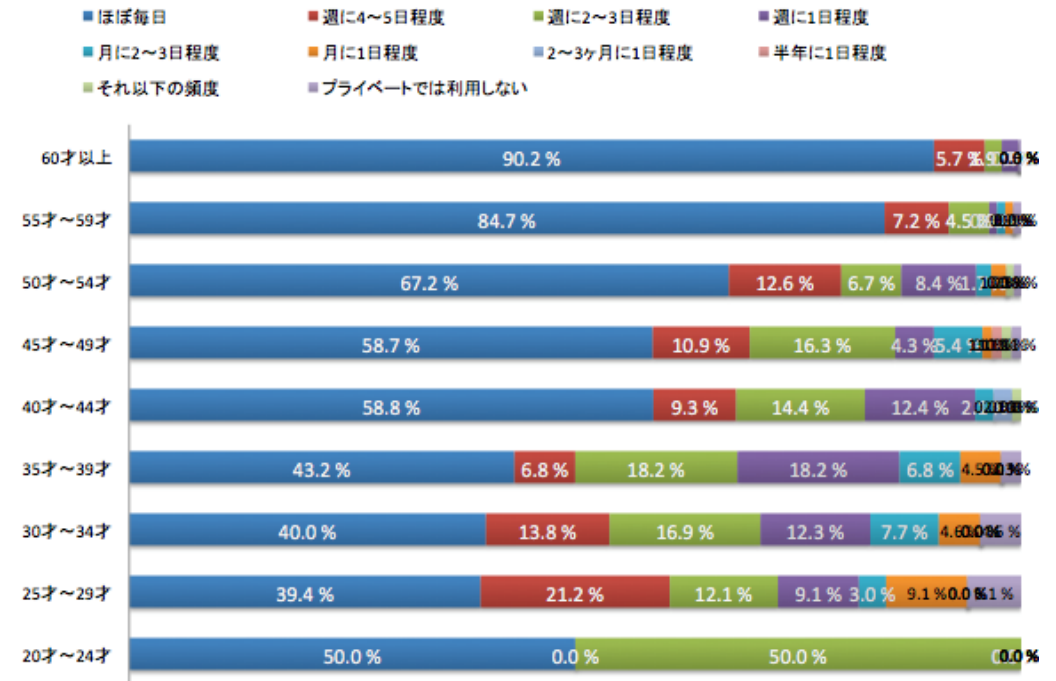
オンラインショッピングや情報収集のためにパソコンを利用する傾向にある

55歳以上は約85%のユーザーが、パソコンを「ほぼ毎日」利用する

パソコンの利用用途

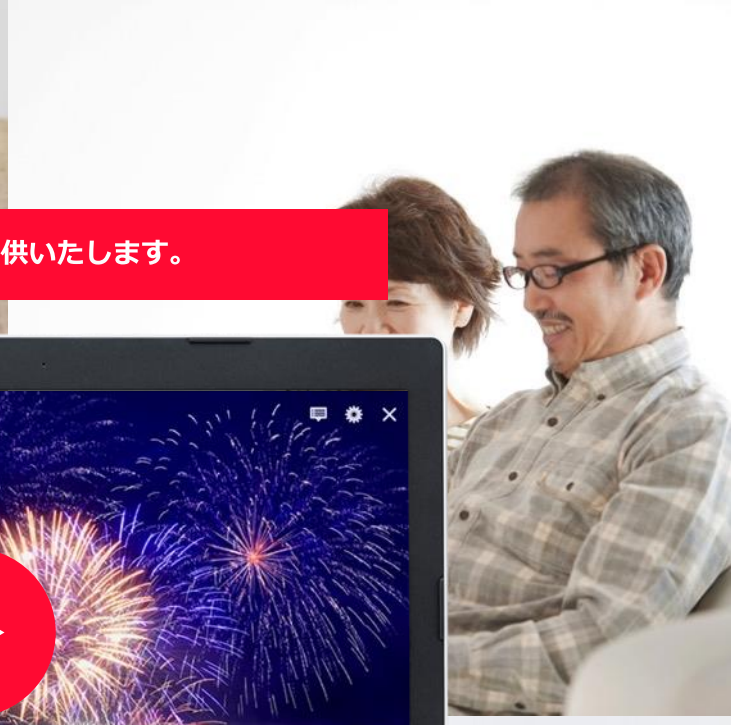


パソコンの利用時間





デモ動画は別途ご提供いたします。



金麦の夏、日本の涼

金麦の夏・ZEKKEI JAPAN 企画

金麦の夏
日本の涼

お待ちかねの夏がやってきました。暑い夏だからこそ、ひんやりとつめたい清流に手を入れたり、花火の打ちあがる音とともに涼を感じる飲み物を味わったりする瞬間にはふと和み、幸福感を得られます。今回 ZEKKEI Japan では、サントリー「金麦」とともに「夏の涼を愉しむ」をテーマにした日本の絶景スポットをご紹介します。

[詳しく見る](#)

7:30
4月20日 水曜日

NEC



媒体価格：価格表と販売枠数

想定Imps/枠	3,000,000 imps
グロス価格/枠 (税抜き)	キャンペーン価格 ¥3,000,000
掲載日数/枠	7日間
掲載可能枠数	5枠/週

- リーチ数
 - 本メディア対応のPCが毎月純増するため、1枠あたりのリーチ可能なユーザ数はそれに伴い増加する見込みです。(P8参照)
- フリークエンシー数
 - 保証いたしかねますが、1枠あたり平均5回前後とご想定ください。
- 掲載基準
 - 当社の基準に基づいて個別に掲載の可否を判断しており、掲載可否を判断した理由についての詳細なご回答は致しかねます。
- 入稿規定
 - 別紙参照
- その他ご注意事項
 - 想定Impsは、保証するものではありません。
imps欠損10%以内の範囲につきましては、返金や補填等は致しかねますので予めご了承ください。その欠損率を更に超過する場合は別途ご相談させていただきます。
 - 300万Impsより多く表示される場合がありますが、追加料金不要です。
 - 大型連休時期は、掲載可能枠数を減らす場合がございますので、予めお問い合わせください。

1) PCブラウザ配信レポート

1	日別の再生回数	
2	都道府県別の回数	
3	時間帯毎の再生回数 (割合表記：%)	1. 6:00-8:59 2. 9:00-11:29 3. 11:30-13:29 4. 13:30-18:59 5. 19:00-22:59 6. 23:00-翌5:59

2) 視聴対象者のデモグラ

1	性別	男女
2	年齢	20歳以上5歳刻み、60歳以上
3	年収	1. 200万未満 2. 200万～1200万 3. 1,200万～1,500万 4. 1,500万～2,000万 5. 2,000万以上
4	子供	ありなし
5	結婚	既婚未婚
6	職業	公務員、経営者/役員、会社員、自営業/自由業、主婦、学生、その他

※DMPベースのデモグラ情報のため、実配信ベースのデモグラとは異なります。

1) 動画広告バージョン (推奨)

YouTube上の動画を再生する構造。

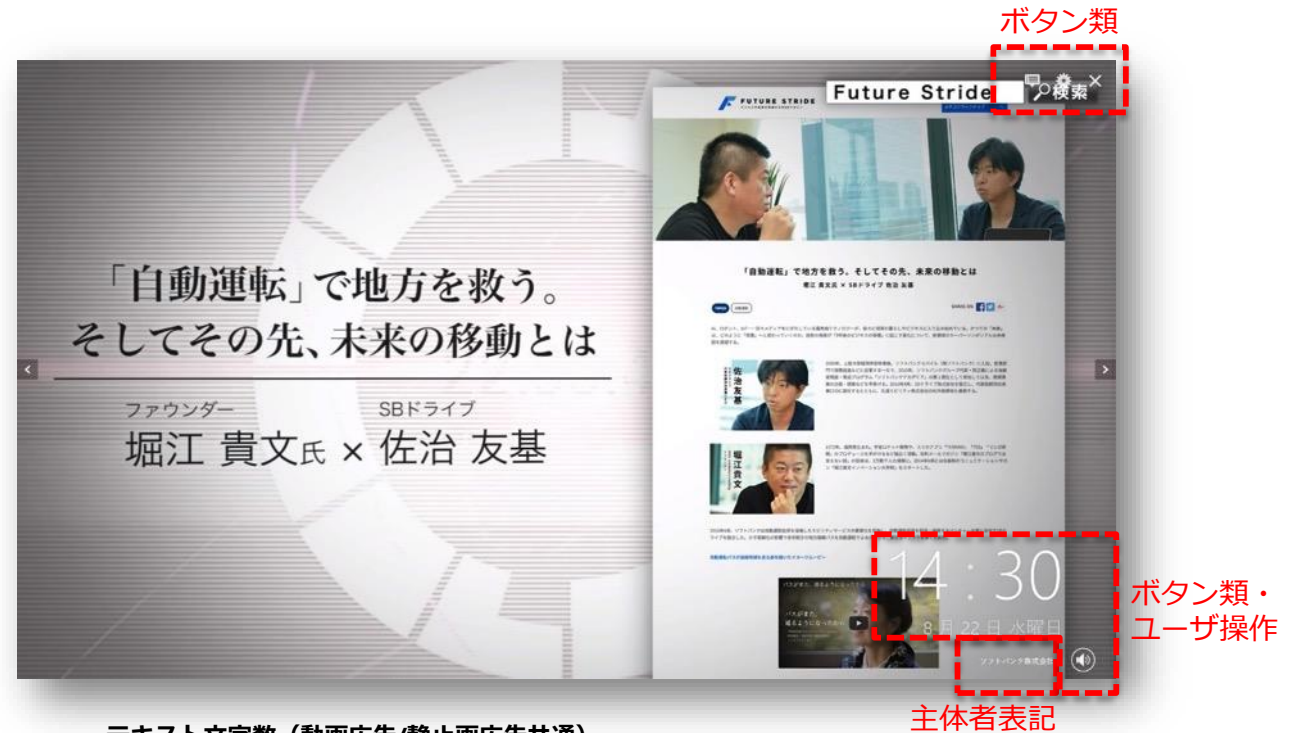
YouTubeにアップロードするため、YouTubeの推奨コーデックに合わせ
ご参考：<https://support.google.com/youtube/answer/1722171>

フォーマット

- ・ファイルフォーマット：MP4
- ・音声コーデック：AAC-L 動画コーデック：H.264
- ・画質：16:9、1080p
- ・ビットレート：0-15Mbpsを推奨
- ・再生時間：最大3分程度

2) 静止画広告バージョン

- ・フォーマット：jpeg または png
- ・解像度：1920 x 1080px または 1366 x 768px
- ・ファイルサイズ：5 MB以下推奨



テキスト文字数 (動画広告/静止画広告共通)

- ・主体者表記 最大37文字
 - 指定文字数を超えた場合は、最後の文字を3点リーダーで表示

その他のアプリ側のデザインに関して

- ・ボタン類・時計：デザイン及び位置固定 (動画広告/静止画広告共通)
- ・ユーザ操作 (動画広告のみ)
 - 一時停止、シークなどは不可。音量操作は可 (デフォルトはミュート)
 - 縦画面時、従量課金ネット接続時は再生されません。

お申し込みスケジュール

		作業者	作業内容		
14営業日前	広告のお申し込み	広告主様⇒代理店様⇒メディアレップ メディアレップ⇒NECPC メディアレップ⇒代理店様⇒広告主様 広告主様⇒代理店様⇒メディアレップ メディアレップ⇒代理店様⇒広告主様 (NECPCにも連絡)	1 希望配信枠を代理店様経由で本媒体専門メディアレップへ問い合わせ 2 メディアレップよりNECPCに配信枠の空き状況を確認 3 メディアレップより配信枠の空き状況を回答 4 代理店様経由でメディアレップへ正式にお申し込み 5 申込み受付	配信枠確認 2営業日	メディアレップ
10営業日前	事前審査	広告主様⇒代理店様⇒メディアレップ メディアレップ メディアレップ⇒代理店様⇒広告主様 (NECPCにも連絡)	1 事前審査用クリエイティブ提出 2 広告掲載基準にあっているかを事前審査 3 審査結果の通知	事前審査 2営業日	メディアレップ
8営業日前	入稿	広告主様⇒代理店様⇒メディアレップ メディアレップ⇒NECPC メディアレップ⇒代理店様⇒広告主様 (NECPCにも連絡)	1 クリエイティブの正式入稿 2 ファイル形式の確認 3 入稿受付通知	ファイル形式 確認 2営業日	NECPC
6営業日前	表示イメージ	NECPC NECPC⇒メディアレップ⇒代理店様⇒広告主様 広告主様 広告主様⇒代理店様⇒メディアレップ⇒NECPC	1 表示イメージの作成 (テキストあり広告の場合) 2 表示イメージの提出 3 表示イメージの確認 4 確認結果の通知	表示イメージ 作成 2営業日	NECPC
2営業日前	配信サーバー設定	NECPC	1 NECPCにおいてコンテンツ配信サーバーを設定	配信設定 2営業日	NECPC
0日前	配信開始	NECPC			

以下のような広告は掲載できません。また、以下に記載がないものについても弊社判断のもと掲載不可となる場合がございますため、予めお問い合わせください。

1. 法令に違反し、または、違反するおそれのあるもの

2. 社会規範、公序良俗に反するものや、他人の権利を侵害し、または、他人の迷惑となる以下のようなもの

- (1) 誹謗中傷するもの、名誉を毀損するもの
- (2) 著作権や商標権等の知的財産権を侵害するもの
- (3) プライバシーを侵害するもの、個人情報の取得、管理、利用等に十分な配慮がされていないもの
- (4) 他人を差別するもの、人権を侵害するもの
- (5) セクシュアルハラスメントとなるもの
- (6) 詐欺的なものまたはいわゆる悪質商法とみなされるもの
- (7) 投機心を著しくあおる表現のもの
- (8) 非科学的または迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、不安を与えるもの
- (9) 犯罪を肯定、美化、助長するもの
- (10) 反社会的勢力によるもの
- (11) 醜悪、残虐、猟奇的等で不快感を与えるもの
- (12) 性に関する表現が露骨なもの
- (13) サービス、商品の内容が不明確なもの
- (14) 業界で定めるガイドラインなどに違反し、または、違反するおそれのあるもの
- (15) その他、当社が不適切と判断したもの

3. 以下のような商品、サービスの広告

- (1) 成人を対象とした性的な商品、サービス
- (2) 児童ポルノを連想させるもの
- (3) 売春や援助交際のあっせんまたはこれらを正当化したり、推奨したりするもの
- (4) 国内で承認されていない医薬品、医療機器
- (5) 脱法ドラッグ、合法ハーブ等と称されるもの
- (6) 偽ブランド品など、ブランド商品の模倣品、偽造品
- (7) 銃器、弾薬、刀剣などの刃物、催涙スプレー、スタンガンなど主に武器として使用されるもの
- (8) 無限連鎖講（ねずみ講）へ勧誘したり、紹介したりするもの
- (9) 連鎖販売取引（ネットワークビジネス等）へ勧誘したり、紹介したりするもの
- (10) 超小型カメラなど、違法な盗聴、盗撮を目的とするもの
- (11) クレジットカードのショッピング枠現金化サービス
- (12) 入札権購入型オークション（ペニーオークション等）
- (13) たばこ、電子たばこ
- (14) マジコン

※掲載基準は変更される可能性があります。※例示している広告表現はイメージです。※例示している組織・団体名、数字は架空のものであります。

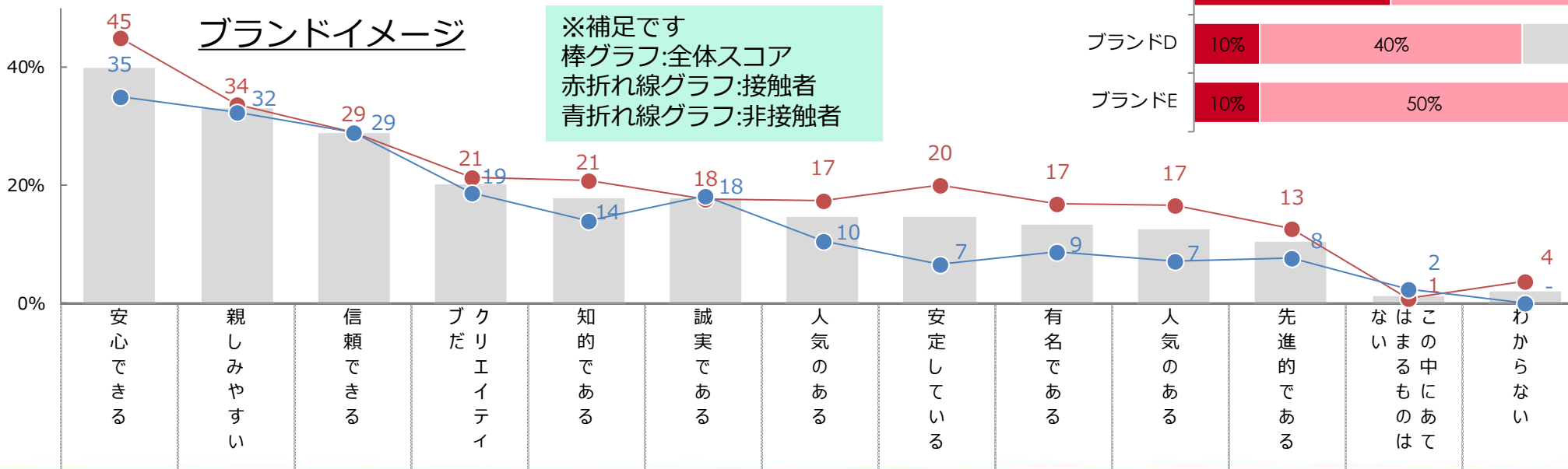
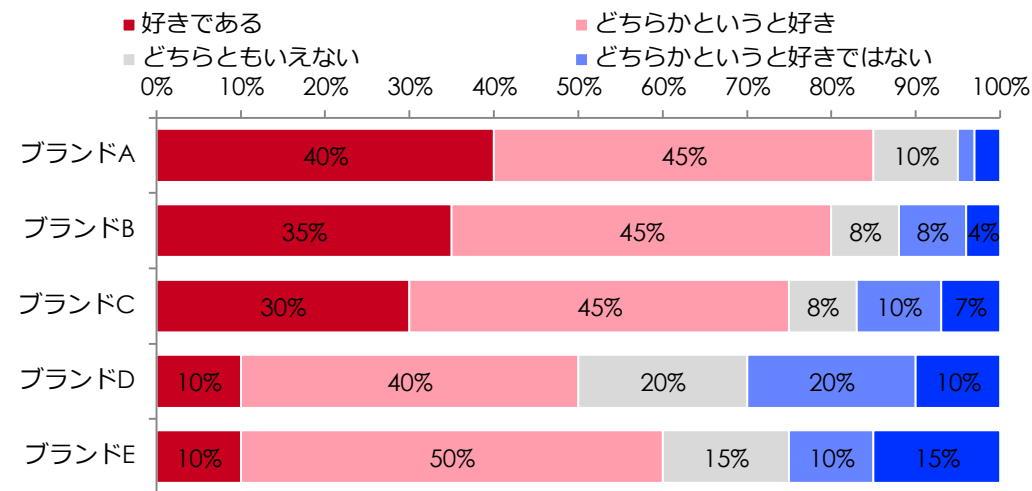
ご参考：ブランドリフト調査

PCブランディングパネル広告では、ブランドリフト調査もオプションでご用意しております。

- ・ブランド認知設問(助成想起)
- ・ブランドイメージ(接触/非接触者での比較)
- ・ブランド好意度
- ・ブランド購入意向(購入、視聴、資料請求など聴取)

ほか、クリエイティブ調査などを実施いたします。

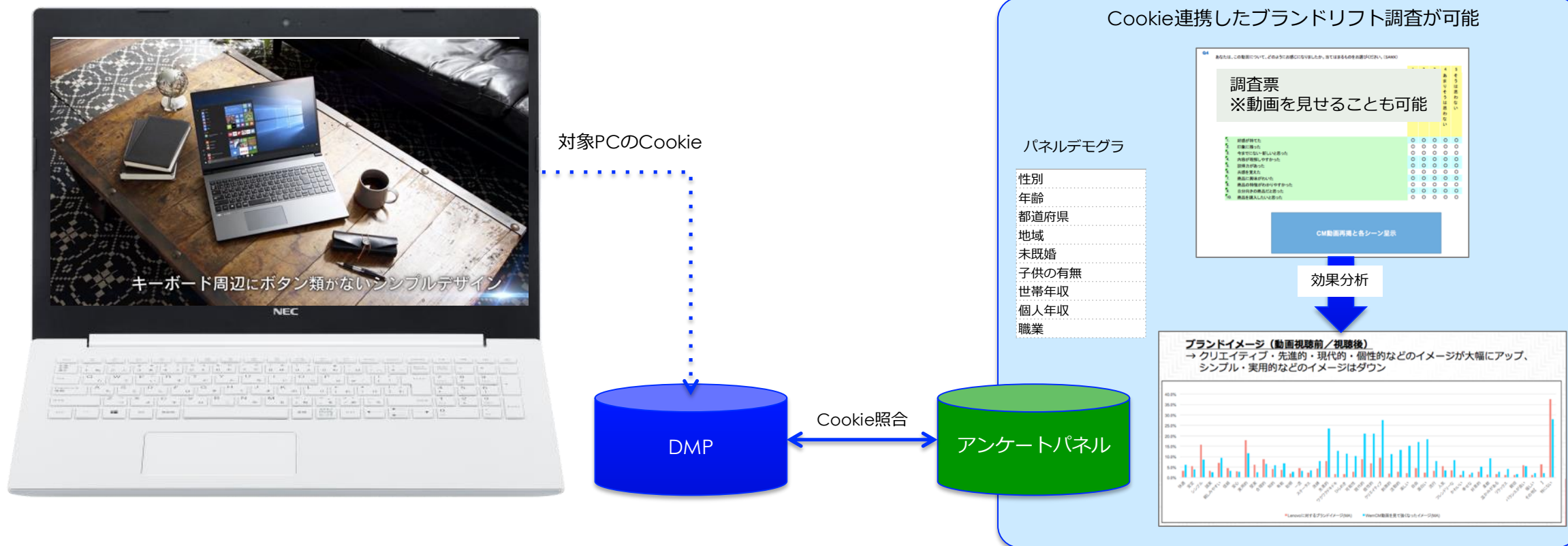
ブランド好意度



グラフおよび調査項目はサンプルイメージです。

ご参考：ブランド調査の実施手法

本メディア対象PCのCookieをアンケートパネルと紐付け、ブランド調査を実施
 本メディア非対象者と比較することで、ブランドリフト調査も可能



ご参考：ブランド調査費用/スケジュールイメージ

サンプル数	10問 400サンプル	10問 800サンプル
グロス価格	1,000,000円	1,200,000円
納品物	レポート	
本調査費目 (必ず含まれるもの)	実査費、広告ID変換費用、動画挿入費用※30秒まで1本、ログデータマッチング費用、クロス集計費用(本調査)	

※PCブランドパネル配信とセットでご検討ください。こちら単体ではお申込みいただけません。
 ※調査票設計やレポートの粒度次第では、都度御見積いたします。

設問項目案

1. ブランド認知設問 (助成想起)
2. ブランドイメージ (接触/非接触者での比較)
3. ブランド好意度
4. ブランド購入意向 (購入、視聴、資料請求などCVポイントを聴取)
5. 広告クリエイティブ認知
6. 広告クリエイティブの評価
 - 印象に残ったかどうか?
7. 広告接触後の行動 (= 態度変容)
 - クリックした、検索した、知人に教えた、お店へ行ったなどの行動遷移
8. 広告視聴後のブランドイメージ変化

	スケジュール
1営業日	調査票初稿入稿
2営業日	
3営業日	調査票確認
4営業日	調査画面作成開始
5営業日	調査画面ご送付
6営業日	
7営業日	
8営業日	
9営業日	
10営業日	調査票画面確定
11営業日	広告ID受領
12営業日	広告ID変換終了・出現算出
13営業日	割付確定
14営業日	調査開始
15営業日	
16営業日	調査終了
17営業日	
18営業日	クロス集計作業
19営業日	レポート作成開始
20営業日	
21営業日	
22営業日	
23営業日	
24営業日	
25営業日	
26営業日	レポートご納品

