

docomo 広告 メディアガイド

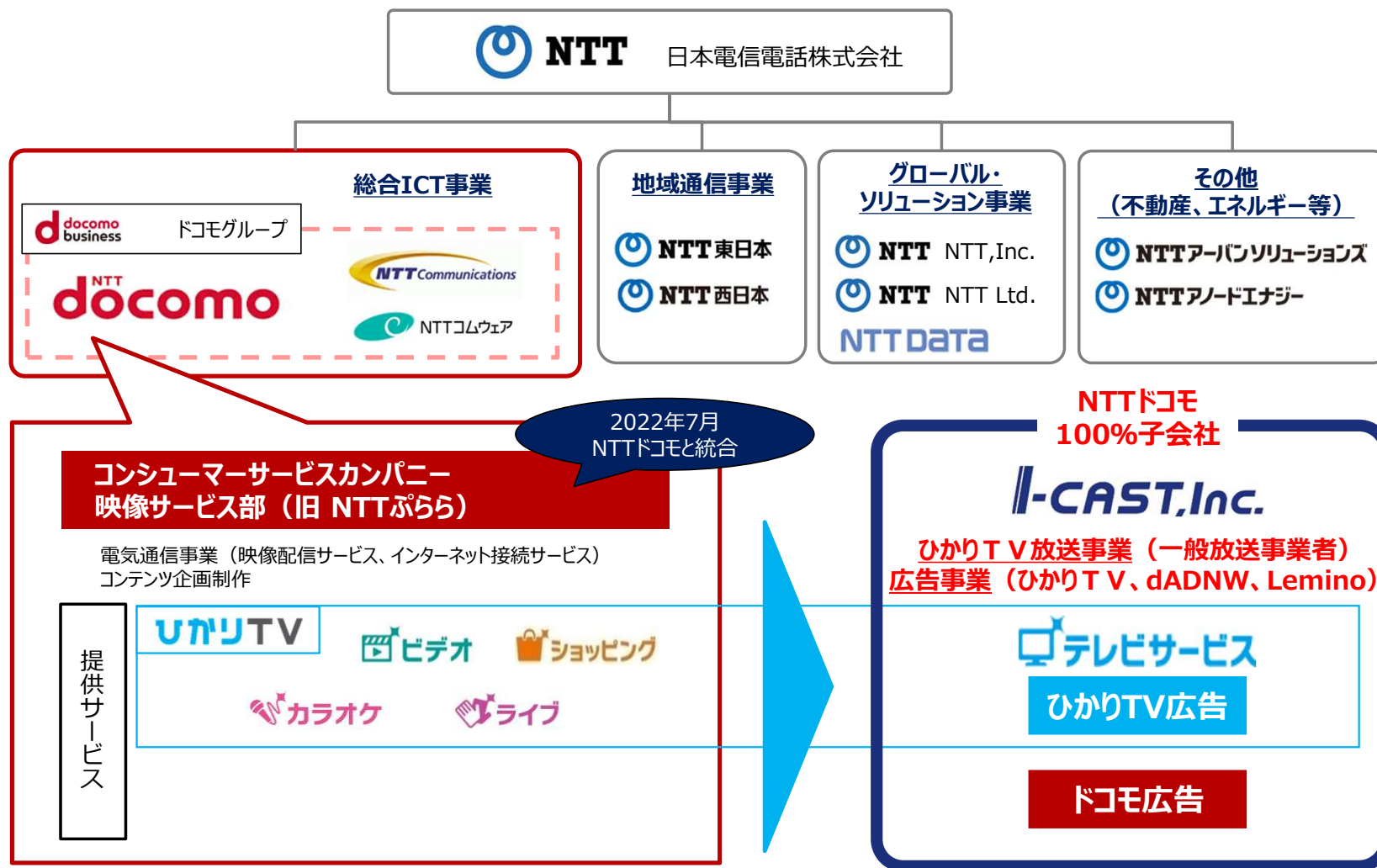
2025年4月-6月

I-CAST, Inc.

- ・ アイキャスト 概要
- ・ ドコモ広告とは
- ・ メッセージS 概要
- ・ ダイレクトメール送付サービス 概要
- ・ デジタル広告とダイレクトメール送付サービス組み合わせのご提案
- ・ Lemino 概要

株式会社アイキャスト 概要①

アイキャストは、NTTドコモグループの映像事業戦略会社です。



株式会社アイキャスト 概要②

アイキャストでは ドコモ広告、ひかりTV広告 の代理店業務を展開中

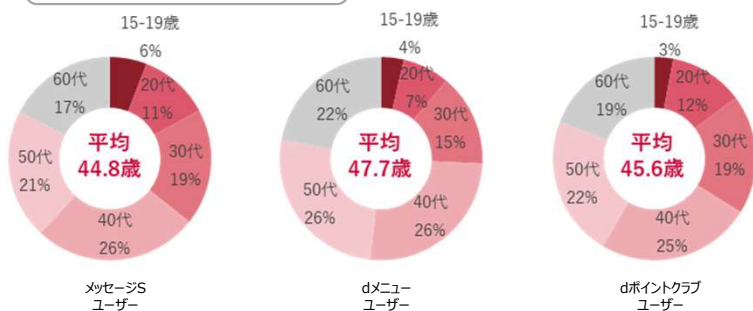
■ 取り扱い中の媒体例

メニュー名		概 要
ドコモ広告	Lemino	ドコモの映像サービス“Lemino”のAVOD(広告型無料配信)内でのインストリーム動画広告です。
	docomo Ad Network	NTTドコモが運営するメディアなどに掲載可能なアドネットワークです。一部メニューにおいては外部メディアにも配信可能です。
	ダイレクトメール送付サービス	dポイントクラブ特約会員向けのダイレクトメール（紙媒体）です。
ひかりTV 広告	バナー・動画	ひかりTVサービス画面上でのバナー広告・動画広告です。
	ガイド誌面	月間番組ガイド誌（有料）への誌面広告です。

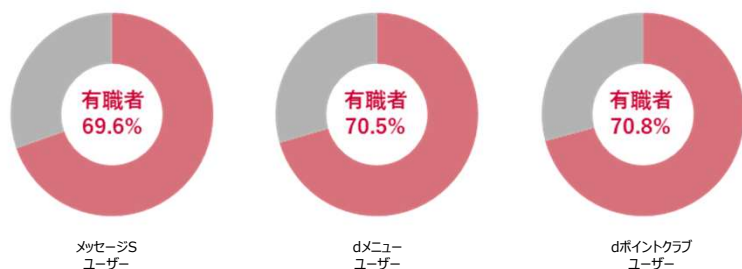
ドコモメディアユーザーの特徴

有職者率が高く、一般的なスマートフォン利用ユーザーと比べ、世帯年収が高いです。
有料のネットサービス・アプリ・コンテンツの利用にも意欲的です。

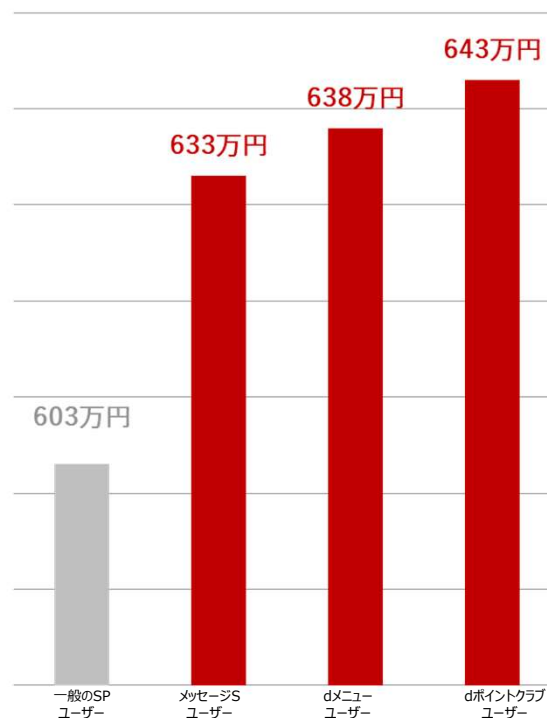
年代



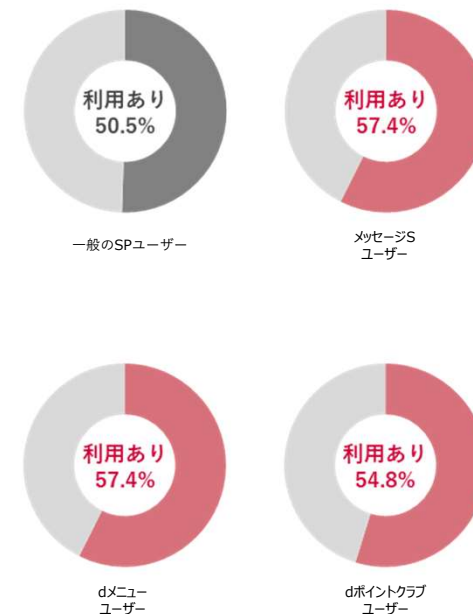
職業（有職者率）



平均世帯年収



有料のネットサービス・アプリ・コンテンツ利用状況



※出典：D2C「ドコモユーザープロフィール調査」（2024年1-2月実施／調査機関:マクロミル）
（一般のSPユーザー n=5,160／メッセージSユーザー n=460／dメニューユーザー n=613／dポイントクラブユーザー n=1,053）

docomo Ad Network

docomo Ad Networkのターゲティング特徴

ドコモIDによって、オンオフのデータを横断し掛け合わせた
お客様独自のターゲティングセグメント作成が可能

カスタムセグメント作成例



世帯年収600万以上



d払い加盟店月●回使用

契約者情報



デモグラ
-地域、年齢、性別



アンケート情報
-世帯年収、家族構成
生活情報、購買価値観など



購買行動



d払い利用履歴



dポイント保有・利用履歴

オンライン行動



アプリ利用ログ



dマーケット各種利用情報

リアル行動



位置情報



dポイント加盟店利用履歴



d払い加盟店利用履歴

※ 案件ごとにセグメントデータの利用可否が異なるため、ご希望のセグメントがある場合はお問い合わせください

docomo Ad Network の商品紹介

メニューは「ディスプレイ広告」「メール広告」「パフォーマンス広告」の3つです。

メニュー名	キャンペーン種別	課金種別	面/枠指定	掲載面	メニュー詳細
パフォーマンス広告	Performance Network	CPC課金	×	Web面 / App面	dメニュー等Web/App面の各枠に配信するメニュー ・セグメントを指定したターゲティング配信、オーディエンスを指定したリターゲティング配信にも対応 ・キャンペーンの目的に合わせて「オーディエンス」「配信先」をAIで最適化する機能も利用可能 ・一般メディア面配信割合を設定することにより、ドコモメディア以外の一般メディア面にも配信可能
		CPM課金	×	一般メディア面	
	コネパス広告 (docomo connecting path DSP)	CPM課金	×	Web面 / App面	コネパスIDを用いた広告配信を行うメニュー ・コンバージョンを最適化ポイントとした「コンバージョン数の最大化」に対応 ・Web面へのdocomo connecting path ID（通称、コネパスID）を用いた配信を実施
				一般メディア面	
メール広告	メール (メッセージS)	CPC/CPM課金	×	MAIL面	メッセージSへの配信を運用型で実施する人気メニュー ・配信FMTはシングル/カスタムから選べます
ディスプレイ広告	ディスプレイ (ネットワーク)	CPC課金	×	Web面 / App面	Web/App面の各枠に枠指定なしで配信するメニュー ・1円～入札が可能
	ディスプレイ (面指定配信)	CPC課金	○	Web面 / App面	dメニュー等Web/App面の各面を指定して配信するメニュー ※面毎に最低入札単価あり
	ディスプレイ (枠指定配信)	CPM課金	○	Web面 / App面	dメニュー等Web/App枠の各枠を指定して配信するプレミアムメニュー ※枠毎に最低入札単価あり

配信先メディア

NTTドコモが運営するメディアなどに掲載可能なアドネットワークです。
一部メニューにおいては外部メディアにも配信可能です。

メール広告

メッセージS

パフォーマンス広告

NTTドコモ運営メディア

ディスプレイ広告

dmenu



マイマガジン



d POINT CLUB



my daiz



dジョブ
スマホワーク

スキマ時間を、もっとカシコク。

etc

一般メディア

Performance Network



東洋経済
ONLINE

withonline

VoCE



Sportiva



emerging media
Response

日経 XTECH

RETRIP

etc

コネパス広告

(docomo connecting path DSP)

日経ビジネス

livedoor Blog

ORICON NEWS

NumberWeb

読売新聞 オンライン

CLASSY.
ONLINE



mamasta
セレクト

ジョルダン

etc

※スマートフォンに加え、PC/タブレットからのアクセス時にも広告が表示されます。
※dmenu面についてはahamo版dmenuへの配信を含みます。

※Performance Networkとコネパス広告で重複している配信先もございます。
※配信先は随時変更される可能性があります。

パフォーマンス広告

掲載面イメージ

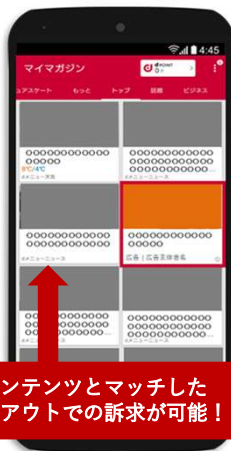
Web



コンテンツとマッチした
レイアウトでの訴求が可能！

横1200×縦628pxの
大サイズでの訴求が可能！

App



コンテンツとマッチした
レイアウトでの訴求が可能！

メニュー概要

キャンペーン種別	Performance Network	コネパス広告 (docomo connecting path DSP)
配信面	Web / App / 一般メディア	Web / App / 一般メディア
面/枠指定	一般メディア配信の有無と 予算配分を設定可 ※1	指定不可
課金方式	ドコモ面：CPC課金 一般メディア面：CPM課金 ※2	CPM課金
最低入札単価	目標CPCの金額設定が可能 1円～（ネット ※3	上限CPMの金額設定が可能 1円～（ネット）
掲載期間	任意期間	
原稿差し替え	上限なし	
ターゲティング (※4)	自動最適化 アフィニティカテゴリ カスタムセグメント リターゲティング デモグラフィックターゲティング指定 ※5	自動最適化 リターゲティング デモグラフィックターゲティング指定 ※5

※1 Performance Networkの一般メディア面配信はキャンペーン単位で「ドコモ媒体以外の一般メディアへの配信」にてON/OFF設定できます。
「一般メディアに充当する日予算割合」を、キャンペーン予算内の10-100%の範囲で設定が可能です。

※2 実績CPC金額が設定した目標CPCの金額を超過する可能性がございます。

※3 入札戦略が「手動単価設定」の場合、目標CPCの設定が可能です。

※4 入札戦略が「自動入札」の場合、目標CPCの設定はできません。設定した目標CPAを元に自動で金額調整して配信を行います。

※5 キャンペーンで選択する「キャンペーン種別」と「キャンペーンの目的」によって、使用可能なターゲティングが異なります。

Performance Networkの一般メディア面配信でも、明示的なターゲティングを指定した配信が可能です。

ただし、Performance Networkの一般メディア面配信を実施する際の推奨ターゲティングは、「リターゲティング」および「自動最適化」です。

特定のターゲットへの配信を実施したい場合のみ「カスタムセグメント」「アフィニティカテゴリ」を選択いただくことを推奨いたします。

※5 デモグラフィックターゲティング指定は他ターゲティングとの掛け合わせのみ可能です。

パフォーマンス広告でデモグラフィックターゲティング指定単体での設定をしたい場合は、

アフィニティカテゴリターゲティングにて以下のセグメントを指定し、デモグラ設定を掛け合わせてください。

・対象セグメント：パフォーマンス広告専用_デモグラ設定用（セグメントID: 1000020115）

また、Performance Networkの一般メディア面配信の場合のみ、デモグラフィックターゲティング指定をいただいた場合でも、

拡張配信によりターゲティング設定したユーザー以外にも配信される場合がございます。

メール広告（メッセージS）

掲載面イメージ



メニュー概要

広告面	メッセージ S（MAIL）
課金方式	CPC / CPM
最低入札単価	CPC：20円～ CPM：700円～ （ネット）
掲載期間	任意期間
原稿差し替え	上限なし
ターゲティング	・ノンターゲティング ・デモグラフィックターゲティング ・アフィニティカテゴリ ・リターゲティング ※1 ・カスタムセグメント

※1 リターゲティングの課金形態はCPC課金のみとなります。

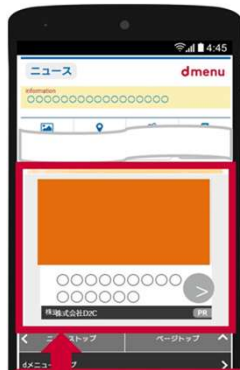
※メール広告は設定変更の反映に2日かかります。

詳細は管理画面マニュアルをご参照ください。

ディスプレイ広告

掲載面イメージ

Web



横1200×縦628pixの
大サイズでの訴求が可能！



コンテンツとマッチした
レイアウトでの訴求が可能！

App



コンテンツとマッチした
レイアウトでの訴求が可能！

メニュー概要

	ネットワーク配信	面指定配信	枠指定配信
広告面	Web / App		
面/枠指定	不可	可	可
課金方式	CPC	CPC	CPM
最低入札単価	1円～ (ネット)	1円～ (ネット)	— ※各掲載枠ごとに 最低入札CPMあり
掲載期間	任意期間		
原稿差し替え	上限なし		
ターゲティング	・ノンターゲティング ・デモグラフィックターゲティング ・アフィニティカテゴリ ・カスタムセグメント ※測定ポイント除外および カスタムセグメントリスト除外設定可		

CPC・CPMともにファーストプライスオークションです。

※メディア在庫及びiOS14.0以降の影響などによりご指定のセグメントによっては特定の面で配信されない場合がございます。

docomo connecting path(通称コネパス)について 1

docomo connecting path

ドコモの通信回線を経由して広告主様のサイトにアクセスしたドコモユーザーを
ユーザーからの事前同意のもとでIPアドレス等を用いて識別し、広告配信に活用できる
プライバシーに考慮したポストCookieソリューション

当サービス 3つの特徴

ポストCookieに対応した 広告配信ソリューション

Cookieに完全依存しない※1
ユーザー同定機能です。
当該機能により、
Cookieレスのブラウザを使うユーザーであっても
計測・リターゲティング配信が可能になります。

同意に基づいた 安心・安全のデータ活用

当該機能はすべて**ユーザーの事前同意**に
基づいて行われます。

「**パーソナルデータダッシュボード**」で
一括管理・可視化され、ユーザーはいつでも同意
の意志を変更することができます。

初期登録・設定のみの 簡単導入

簡易な初期設定（※2）で即導入が可能です。
管理画面に設定済の配信設計に、
当機能による広告配信がアドオンされるため、従来
通りの運用でリターゲティングボリュームの増加が見込
めます。

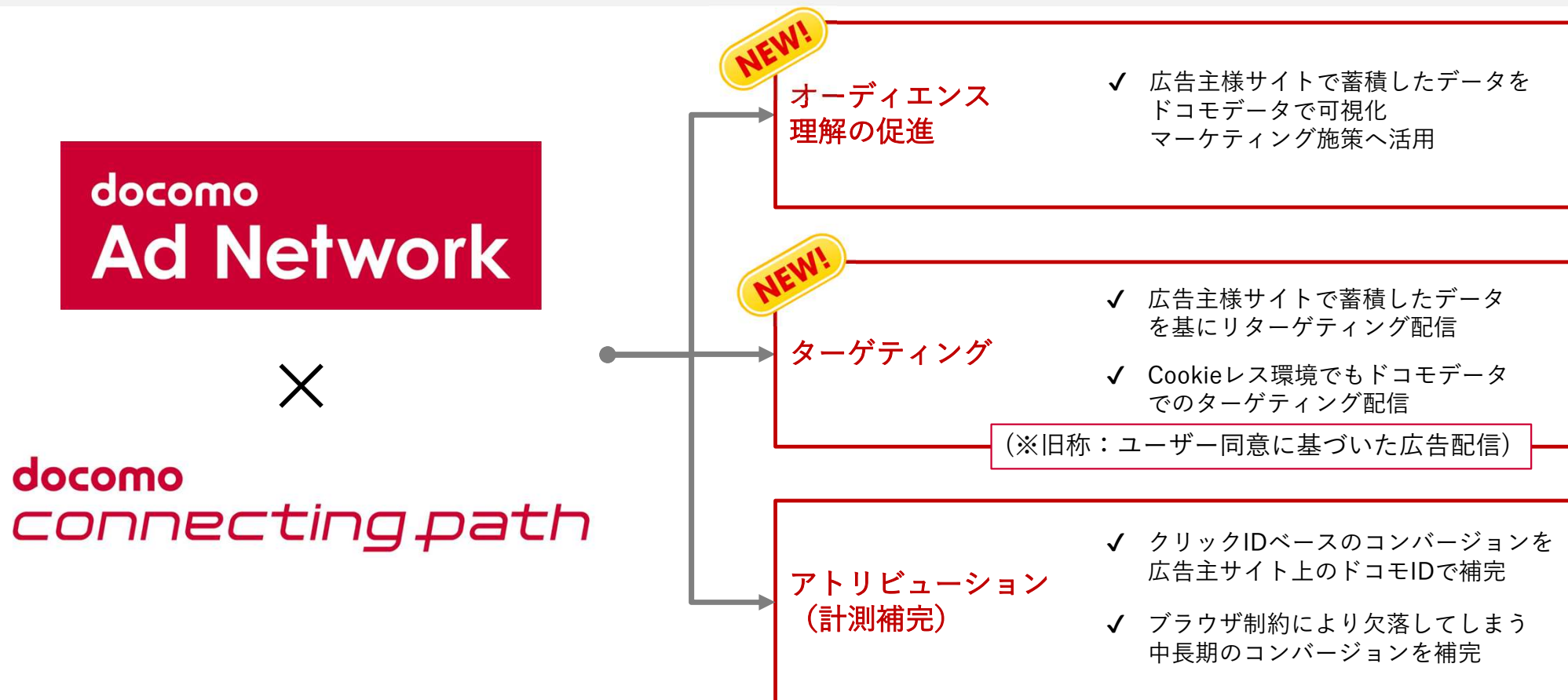
お申込みはこちらから
<https://forms.gle/VkutqUWyg8yZmFTe7>

※1：Apple PrivateRelayの対象になっているユーザーなど、一部のユーザーは当機能によっても同定が難しいケースがございます。

※2：先着順で、広告主様サイトでの初期設定不要でご案内させていただきます。なお当案内は予告なく受付を休止・中断することがあります。

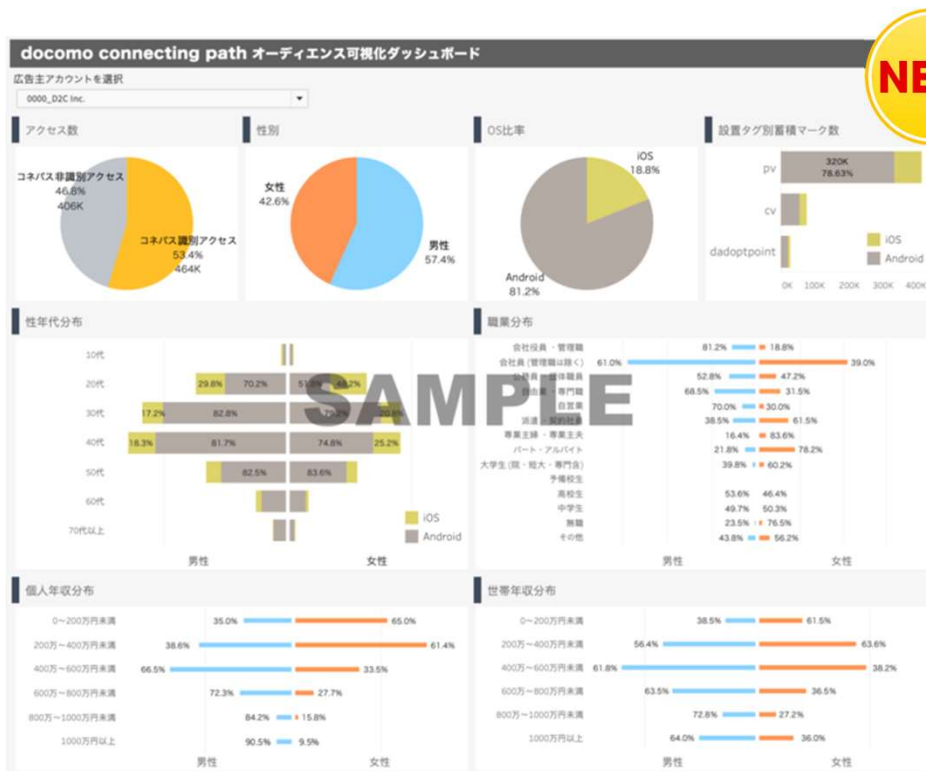
docomo connecting path(通称コネパス)について 2

様々なユースケースで、**ポストCookie時代のID活用マーケティング**を支援
コネパスを利用頂く事で旧来のターゲティング、CV計測を強化する事が可能です



docomo connecting path(通称コネパス)について 3

docomo Ad Networkのタグ×コネパスを利用いただくことで、
無償で広告主来訪ユーザーをドコモデータで可視化し、広告出稿のプランニングに活用可能となります



以下の項目にて、コネパスで識別できたユーザーのデータを可視化します。

①アクセス数

②性別

③OS比率

④タグ別マーク数

⑤性年代分布

※アンケートデータ

⑥職業分布

※アンケートデータ

⑦個人年収分布

※アンケートデータ

⑧世帯年収分布

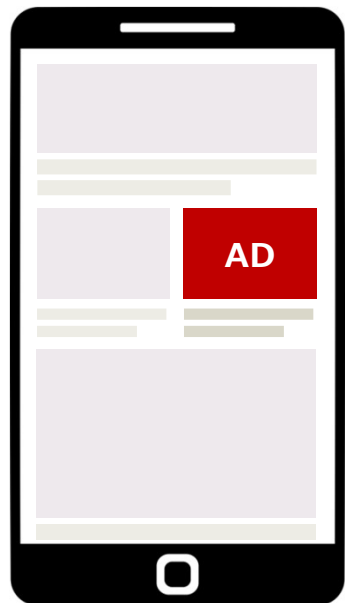
※アンケートデータ

※ 3rd Party Cookieによる識別が可能なのはCookieデータも利用しています。

※ 広告主来訪ユーザーを可視化したデータをお求めの際は担当営業へお問合せください。

docomo connecting path(通称コネパス)について 4

従来のドコモ面への配信に加えて、パフォーマンス広告の一般メディア面で、**コネパスIDを利用した広告配信が実現**
docomo connecting pathを利用してユーザーを捕捉し、蓄積したオーディエンスへのリターゲティング配信と自動最適化配信が可能です



docomo
connecting path



livedoor Blog

YOL 読売新聞 オンライン

日経ビジネス

Sports Graphic
NumberWeb

などのメディア
(順次拡大予定)

✓ コネパスIDを活用した一般メディア面へのリターゲティング配信

: docomo connecting pathを利用したターゲティングが一般メディア面で利用可能。
Cookie規制下においてもリターゲティング配信を実現。

今まで		これから	
パフォーマンス広告		パフォーマンス広告	
ドコモ面	コネパスID 利用あり	ドコモ面	コネパスID 利用あり
一般 メディア面	コネパスID 利用なし	一般 メディア面	NEW! コネパスID 利用あり

✓ 自動入札によるコンバージョン数最大化配信

: 設定した目標CPA／上限CPMに合わせて自動入札による配信を行い
コンバージョン数の最大化を目指す。
また、クリエイティブも配信結果を元に成果が最大化するよう組み合わせで配信。

パフォーマンス広告 自動最適化機能

「パフォーマンス広告」の自動最適化機能は往訪履歴や配信実績データなどを活用した独自のロジックによってキャンペーンの目的に合わせてドコモメディアを横断した配信の最適化を行います。

一般メディア面配信と合わせることで、より広範囲での最適化の実現を目指します。

※配信ロジック・エンジンはそれぞれ培った機能やノウハウを活かすため、Performance Networkのドコモ面と一般メディア、コネバス広告それぞれで対応します。

インプットデータ

アカウント共通情報

イベントタグの設置

最終コンバージョン
地点へのタグ設置

CP/広告G設定情報

キャンペーンの目的

目標獲得単価

入札戦略

配信対象オーディエンス

広告
配信ログ

広告枠
情報

ユーザー
属性情報



D2C社独自の最適化ロジック



Powered
by VALIS
Engine

配信オーディエンスの最適化

広告主サイトの往訪履歴や独自ロジックをもとに
広告に反応しやすいユーザーへ最適化をして配信を行います。

NEW!

入札金額の最適化

広告主サイトの往訪履歴や配信実績をもとに
自動で適切な入札金額を算出し、メディアへ入札を行います。

NEW!

運用による配信最適化

「専任担当者と人工知能によるハイブリッド運用」と
「ドコモデータの活用」で成果目標に合わせた配信最適化

Performance Network
ドコモ面配信

コネバス広告

コネバス広告

Performance Network
一般メディア面配信

パフォーマンス広告 掲載面一覧（ドコモ面）

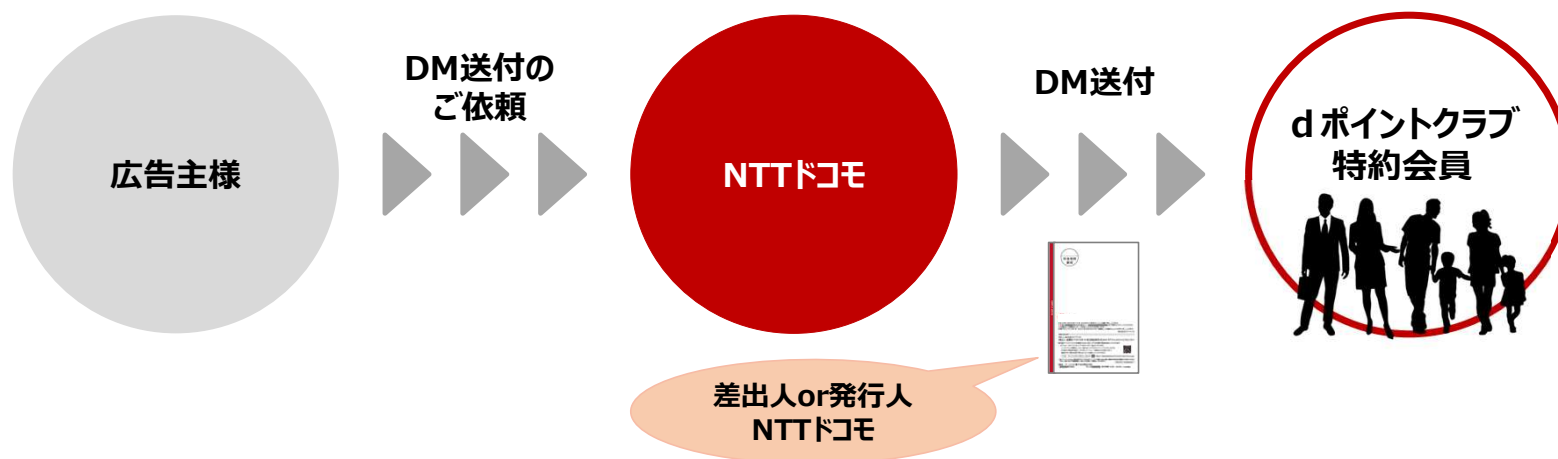
区分	掲載面	Performance Network	コネパス広告 (docomo connecting path DSP)
App	マイマガジン ※1	○	×
	dmenuニュースアプリ	○	今後接続予定
	dmenuスポーツアプリ	○	今後接続予定
	dポイントクラブ ※2	○	○
	my daiz	○	今後接続予定
	dヘルスケア	今後接続予定	今後接続予定
	ドコモメールアプリ	○	今後接続予定
Web	dmenuTOP	○	○
	dmenuニュース	○	○
	dmenuスポーツ	○	○
	dmenu乗換案内	○	○ 
	dmenu星座占い	○	○
	dmenu天気	○	○
	dmenuマネー	×	○
	dショッピング サンプル百貨店	○	○
	ポイント広場	○	○
	ドコモメール（ドコモからのオススメ）	○	○ 
	dポイントクラブ ※2	○	○ 
	dジョブスマワーク	今後接続予定	○
	プラスメッセージNews	今後接続予定	今後接続予定

- ・在庫状況により、配信面・枠の追加/削除を随時行いますので、掲載面については変更になる可能性があります。
- ・パフォーマンス広告では配信面や枠の指定は設定できません。（※3）
配信面や枠の指定をご希望の場合は、ディスプレイ広告の枠指定配信/面指定配信をご利用ください。
- ・dmenu面についてはahamo版dmenuへの配信を含みます。
- ※1 マイマガジンは2024年4月以降、在庫が順次減少していきます。
- ※2 dポイントクラブは他の掲載面と入稿規定が異なります。
- ※3 パフォーマンス広告のコネパス広告（docomo connecting path DSP）では、配信先のドメインを指定して除外することができます。

ダイレクトメール送付サービス

ダイレクトメール送付サービスの特徴

約4,500万人のdポイントクラブ特約会員※1に
NTTドコモからのお知らせとして紙のダイレクトメールが
送付できるサービスです



POINT ① 良質な顧客

dポイントへのロイヤリティが高い「dポイントクラブ特約会員※2」、
かつDMの送付を希望した顧客のみに絞って送付する

POINT ② 安心感

企業信頼度が高い「ドコモ」からのメッセージとしてDMを送付するため、
広告に“安心感”を与えることができる

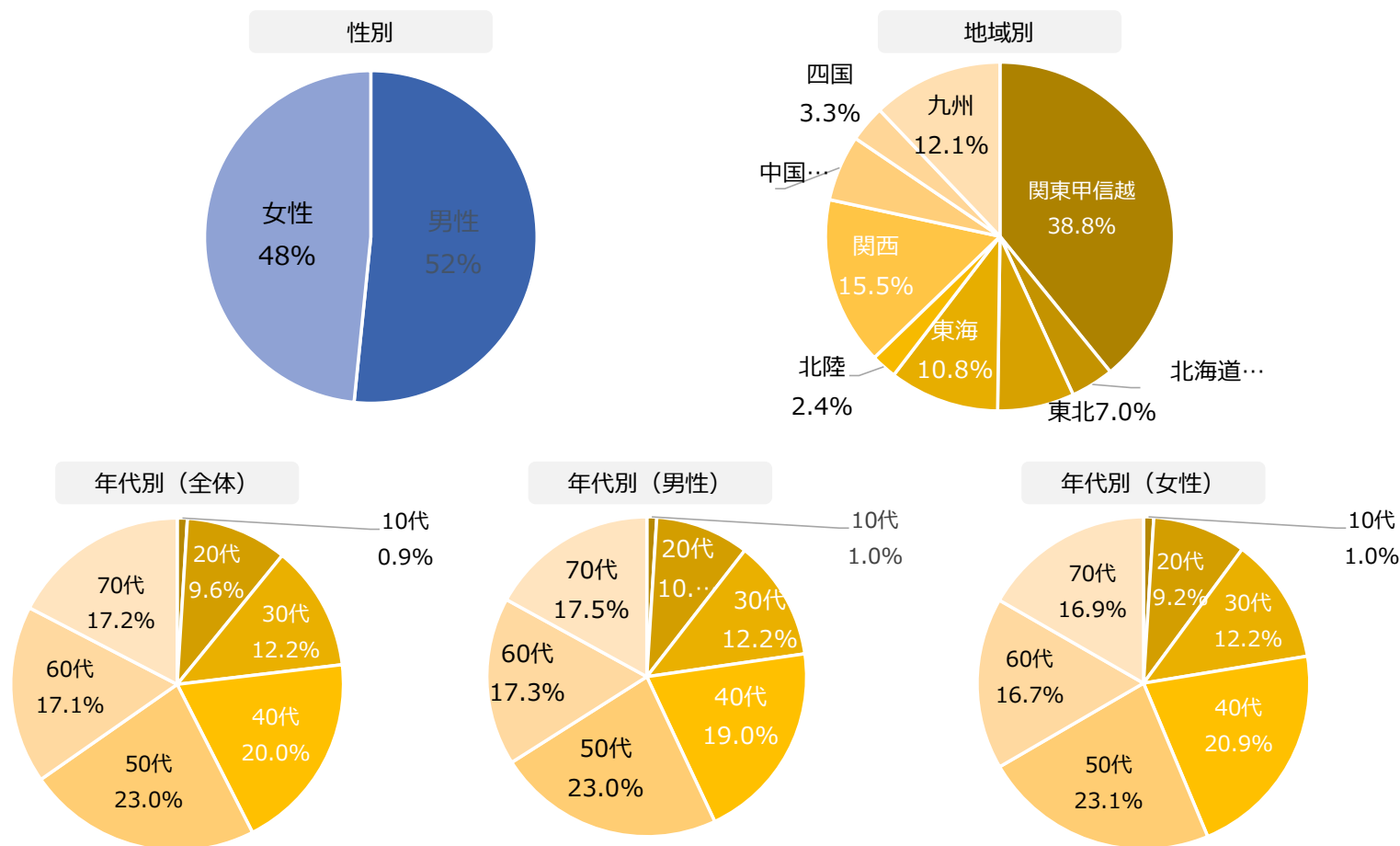
結果、高い開封率・閲覧率が期待できる！

※1：2024年11月時点

※2：dポイントをためる・つかうことができるユーザー等

©NTT DOCOMO All Rights Reserved.

ダイレクトメールの発送対象者*は 約4,500万人 若年層からシニアまで、幅広い年齢層が全国に分布



*2024年11月時点
発送対象者：18歳～79歳

商品概要

項目	詳細
発注可能通数	1,000通～ ※発注最小単位：100通
仕様	はがき / A4大判 / 積層 / 封書 等 ※封書は封入物・封入点数・封筒サイズ等により見積・スケジュールが変動するため、別途ご相談ください。
印刷方式	オフセット/インクジェット
DM資材の印刷	◆ 広告主様にて印刷（資材納品） ◆ D2Cにて印刷（完全データ納品）
発送方法	◆ 区分郵便（送達余裕なし・余裕3日・余裕7日より選択・割引利用可能） ◆ 広告郵便（送達余裕3日・余裕7日より選択・割引利用可能） ◆ ゆうメール（余裕3日） ※発送スケジュール・数量による割引率などご要望に応じてご提案させていただきます。 ※ご指定がない場合、区分郵便／特割（送達に3日程度の余裕を承諾）／最安値の印刷方法（オフセットorインクジェット）／色校正なし条件でご提案させていただきます。
原稿規定	◆宛名面デザイン/挨拶状のデザインは、別途規定フォーマット（原稿規定）をご案内いたします。 ◆紙面上からウェブサイト等へ遷移する場合は「https://」から始まるURLのみ可能です。 また、遷移先ウェブサイトは原稿校了日までに開通いただくようお願いいたします。校了日までの開通が難しい場合には、原稿入稿時にご一報のうえ投函日前日までに開通いただくようお願いいたします。
商品範囲	発送対象セグメントの在庫抽出・配布物の印刷・封入作業・発送作業 ※原稿の作成につきましては広告主様もしくは代理店様にてお願いいたします。
オプション等	◆色校正（簡易校正）※本紙校正をご希望の場合は別途ご相談ください。 ◆製品サンプル（D2Cにて印刷の場合のみ）
DM発送の制限	同一広告主において、同一ユーザーに2週間以内に2通以上のDM送付を行うことができません。
訴求内容に期限がある場合	・キャンペーンの参加期限やサービス申込期日等、訴求内容に期限がある場合、紙面上に期日を明記ください。 なお、訴求内容がイベント等であり、イベントへの参加に事前申込が必要、且つ事前申込期日がイベント当日より前で設定されている場合、申込期日も紙面上へ明記ください。 ・投函日の翌営業日からカウントし、11営業日目以内に終了するキャンペーン等の期日設定は不可となります。 上記から逸脱する場合、局出し日や発送方法の変更をご依頼させていただきますのでご容赦ください。
その他	DMを受け取ったユーザに、インセンティブを設ける事を推奨いたします。 （例：〇〇をプレゼント、など景品やポイントのプレゼントおよび金額的メリットのある内容） ※配布物の内容・デザインは事前審査がございます。

※宛名面イメージ（一例）



※商品内容は変更となる可能性がございます。

料金

ダイレクトメール送付サービスの料金構成は以下の通りです

ダイレクトメール送付サービス 料金

=

データ利用料

+

DM資材の印刷・作業・郵送費

※印刷・作業・郵送費は案件ごとにお見積りとなります。

利用するセグメント

価格

データ 利用料

基本属性

(データ基本利用料)

性別



男性・女性

地域



全国
都道府県・市区町村・郵便番号
指定エリア (ex. 指定店舗(住所)の半径●km
以内に居住のユーザー)

年齢



1歳刻み ※18歳～79歳まで

+

カスタム セグメント

- ・性別・地域・年齢以外のdポイントクラブ会員情報
(職業、未婚/既婚、同居している未成年子ども有/無 など)
- ・アンケートデータを元にしたセグメント
(興味・関心、趣味、年収、居住形態 など)
- ・dポイント利用履歴・dカード利用履歴・位置情報データ

+

1通 @6円

※セグメントの利用数に関わらず
一律価格となります

通数

価格

3,000通未満

一式 12万円

3,000通以上～5万通未満

1通 @40円

5万通以上～10万通未満

1通 @38円

10万通以上

1通 @36円

データ利用料についての補足

以下の対象条件に該当する場合、データ利用料は固定料金の加算発生と通数設定時の留意点がございます。

対象条件

- ① セグメントごとに通数指定がある場合
- ② クリエイティブが複数発生する場合

データ利用料について

別途10万円の固定料金がデータ利用料に加算されます
※1セグメント/クリエイティブあたり、**1,000通以上**での設定が必要です

① セグメントごとに通数指定がある場合の例

- ・発注通数：30,000通
- ・セグメント：3種
(右記の通り通数指定あり)
- ・クリエイティブ：1種

	セグメント	通数
1	東京都	10,000通
2	神奈川県	10,000通
3	埼玉県	10,000通

《データ利用料》

【基本データ利用料：@40円 × 3万通】+ **固定料金10万円**
= 130万円

② クリエイティブが複数発生する場合の例

- ・発注通数：50,000通
- ・セグメント：1種
- ・クリエイティブ数：2種類

	クリエイティブ	通数
1	パターンA	25,000通
2	パターンB	25,000通

《データ利用料》

【基本データ利用料：@40円 × 5万通】+ **固定料金10万円**
= 210万円

※基本属性のみ利用を想定（カスタムセグメント利用なし） ※印刷・作業・郵送費は別途発生いたします。詳細は弊社営業までご相談ください。

※「①セグメントごとの通数指定」を行わずに、セグメントごとに優先順位を付けて発送をご希望の場合、3万通以上での実施が必要となります。

3万通を下回る場合は優先順位付け発送は不可となりますので、①セグメントごとの通数指定を選択ください（10万円の固定料金が発生いたします）。

セグメント設計例

セグメントの組み合わせで様々なターゲットへ発送が可能です

小学生と同居している方（≒親）へ訴求したい

業種

教育

セグメント例

- 性別：男性・女性
- 年齢：25歳以上
- 地域：全国
- 同居する子どもの学年：小学1年生～6年生



健康に関心があるシニア層へ訴求したい

業種

健康食品

セグメント例

- 性別：男性・女性
- 年齢：60歳以上
- 地域：全国
- 興味・関心：健康食品・サプリメント



新車購入・乗り換えを考えている方へ訴求したい

業種

自動車

セグメント例

- 性別：男性・女性
- 年齢：30歳以上
- 地域：全国
- 同居する未成年の子ども：有り
- 興味・関心：車・バイク



住宅購入を考えている方へ訴求したい

業種

不動産

セグメント例

- 性別：男性・女性
- 年齢：25歳以上
- 地域：全国
- 世帯年収：600万円以上
- 位置情報利用：「住宅展示場」に訪れているユーザー



カスタムセグメント一例

dポイントクラブ会員の会員情報、アンケート情報等のデータを基に様々なセグメント設定が可能です

会員情報	入会年月 / 会員ランク		入会年月：YYYY年MM月 / 会員ランク：1つ星・2つ星・3つ星・4つ星・5つ星
	職業		会社員・公務員 / 派遣・パート・アルバイト / 自営業 / 専業主婦 / 学生 など
	同居している未成年子ども		未成年子どもの有・無 / 未成年子どもの性別（男性・女性） / 未成年子どもの生年（YYYY年）
	未婚・既婚		未婚・既婚
興味・行動	興味関心・趣味		美容・健康／コスメ／ファッション／料理／ゲーム／ショッピング／グルメ／音楽／スポーツ／金融／保険／国内旅行／海外旅行／車・バイク／温泉 など
	購買行動		利用する店舗・ネットショッピング／商品購入・契約（健康食品・家電・旅行・エステ・保険など） など
	生活	居住形態	持家／賃貸／一戸建て／マンション など
		ライフステージ	入学・進学／就職・転職／結婚／出産／引っ越し／定年退職 など
		家族構成	同居している家族／同居している子どもの年齢・学年 など
		年収	世帯年収／個人年収
d系サービス履歴	dポイント利用履歴		過去3か月間で〇ポイント以上利用（ためる・つかう）したユーザー など
	dカード利用履歴		過去3か月間で〇〇円以上利用したユーザー など
位置情報	d Wi-Fi・基地局による位置情報		d Wi-Fi・基地局※による位置情報データ ※お客様から事前に利用許諾を取得（例：ドラッグストア、家電量販店、ホテル・旅館 など）
拡張	拡張データ(docomo Sense)の利用		ダイレクトメール送付サービス専用の拡張モデルを使用し、正解データを元に「〇〇しそうな人」の拡張が可能（例：アンケートデータにて「個人年収●●円以上」のユーザーを正解データとして拡張⇒「高年収と思われるユーザー」を抽出）

※詳しくはお問合せください。

デジタル広告とダイレクトメール送付サービス 組み合わせのご提案

1. デジタル広告との組み合わせ

以下のような方法で、デジタル広告とダイレクトメール送付サービスを組み合わせた実施も可能です

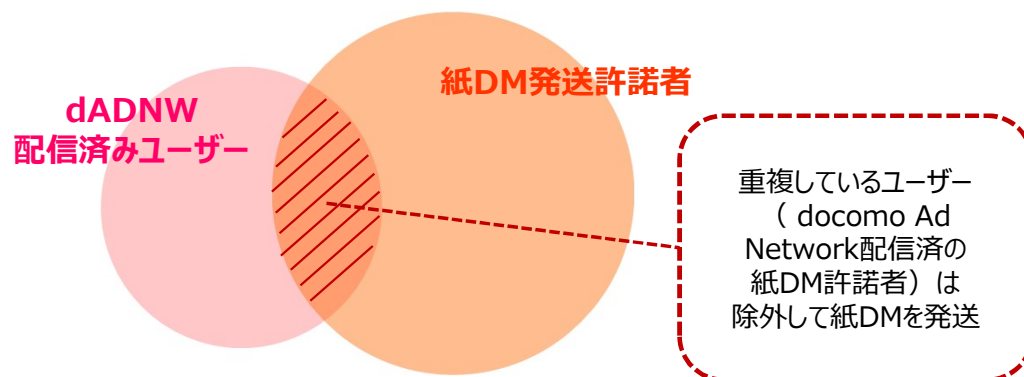
《 イメージ ① 》
紙DMを発送後にデジタル広告を配信



ダイレクトメール送付サービスで
商材の内容や詳細をお客さまに届けたのち、
今度はアプローチ手段を変えてデジタル広告を配信
⇒ナーチャリングに効果的

※ダイレクトメール送付サービスの発送対象者とデジタル広告の配信対象者は基本的に100%同一とはならず、差分が発生するのでご注意ください。
(広告配信面やユーザー側の許諾状況・広告配信環境により差分が生じます)

《 イメージ ② 》
docomo Ad Network(dADNW)で配信 (imp) した
ユーザーを除外して紙DMを発送



dADNWでリーチできなかったユーザー向けに紙DMを送付
⇒リーチの最大化が可能

※docomo Ad Networkとは、NTTドコモが運営するメディア等に掲載可能なアドネットワークです。
(掲載メディア一例：dmenu、dポイントクラブ (web/アプリ)、メッセージS等)

※デジタル広告やdocomo Ad Networkの詳細については各媒体資料をご参照いただくか、弊社営業担当までお問い合わせください。

2. メッセージSポイントプラス(docomo AdNetwork)との組み合わせ

「メッセージSポイントプラス」を配信したのち、dポイント付与履歴をセグメントに活用。
リアルとデジタルを融合したアプローチが可能です



※メッセージSポイントプラスの詳細については媒体資料をご参照いただくか、弊社営業担当までお問い合わせください。

実施事例

② 業種：学習塾

デジタル広告との組み合わせ

■ 施策概要

春期特別無料講習の申し込み促進施策。期間限定の入会特典と、ダイレクトメールが届いた方限定プレゼントを実施。

■ セグメント

《1》広告主様指定の学齢の方

《2》広告主様指定の学齢のお子さまと同居している方

施策イメージ

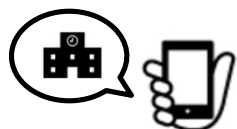
① DM送付&デジタル広告配信

DM送付後、広告主様指定の学齢のお子さまをお持ちの方宛てにデジタル広告(メール)を配信



② 申し込み

DM記載のQRコードから講習へ申し込み



③ 特典進呈

申込者へ特典進呈



ポイント

ダイレクトメール送付後にデジタル広告で再リーチ。
ドコモアセットを活用したリマインド効果＋リーチ最大化を実現し、申し込みが前年より増加したと広告主様から高評価！

① 業種：カーディーラー

dポイントギフトとの組み合わせ

■ 施策概要

店舗来店、商品購入推進施策。送付したダイレクトメールを持って来店し、試乗・成約された方へdポイントプレゼント。

■ セグメント

広告主様指定の地域

個人年収・世帯年収の指定あり／職業の指定あり／自動車保有の指定あり

施策イメージ

① DM送付

広告主様指定のセグメントで発送



② 予約・来店

予約のうえご来店
試乗・ご成約



③ ポイント付与

dポイントギフトで
dポイント進呈



ポイント

店舗来店可能地域への展開＋dポイントギフトを組み合わせ、
高級車ご成約と今後の見込み客双方の獲得に成功！

※dポイントギフトの詳細は営業担当にお問い合わせください。

Lemino

Lemino とは

2023年4月に新登場したNTTドコモの映像サービス“Lemino”。
総合編成による番組コンテンツラインナップを視聴ユーザーに合わせて、
AVOD（広告型無料配信）SVOD（サブスク型配信）の動画配信形態を提供。

AVOD^{*1}
広告型無料配信

豊富なコンテンツやサービス機能を**広告付き無料**で提供

SVOD^{*2}
サブスク型配信

映画やドラマ、アニメ、ほか
総合編成ラインナップを**定額料金**で提供

特化型SVOD

TVOD / EST^{*3 *4}

PPV^{*5}

国内最大級の総合編成ラインナップ
オリジナルコンテンツの拡充

韓流・アジア

国内ドラマ

エンタメ

アニメ

音楽

邦画

スポーツ

洋画

海外ドラマ

・・・その他

*1 AVOD：アドバタイジング・ビデオ・オン・デマンドの略。基本無料で視聴できるが再生途中に広告動画が入る。Leminoの一部機能に制限あり。*2 SVOD：サブスクリプション・ビデオ・オン・デマンドの略。定額で契約期間中は動画を見放題で楽しめる。基本再生途中に広告動画が入らない。Leminoの一部コンテンツは広告が入る場合もあり。*3 TVOD：トランザクショナル・ビデオ・オンデマンドの略。レンタル期間（視聴可能な期間）が定められており、期間を過ぎると視聴できなくなる。*4 EST：エレクトリック・セル・スルーの略。買取り型で視聴期間に制限がない。購入先のサービスが終了しない限り、いつでも好きなだけ視聴できる。*5 PPV：ペイ・パー・ビューの略。TVOD、ESTを含む都度課金型。視聴したい動画を1本ずつ購入する視聴方法。

2025年1月時点で**MAU700万**達成し、
今後も続々とコンテンツ追加予定！

注目配信コンテンツ



Mr.TORT JAPAN
(韓国発オーディション番組)



坂道アイドル関連コンテンツ



スポーツコンテンツ

他にも、アイドル・K-POP、お笑い・バラエティ、スポーツコンテンツ、など
4月以降も、新規コンテンツが続々登場

番組コンテンツ

多彩な番組ラインナップに加え、Leminoオリジナルコンテンツ、独占配信コンテンツも配信。

オリジナル



数々のアスリートのドラマを伝えてきたスポーツ総合雑誌『Sports Graphic Number』が、Leminoと共同でオリジナルドキュメンタリー番組を制作。

オリジナル



日向坂46の特性“ハッピーオーラ”を武器に、
見ている人たちを笑顔に変える
ハッピー全開のバラエティ番組。
様々なことに挑戦し、トップアイドルへと成長していく。

オリジナル



本編では紹介しきれなかったメンバーのネタやエピソード紹介、ゲーム対戦など撮り下ろし映像満載のミニ番組！

オリジナル



ダウンタウン・浜田雅功が後輩芸人を連れてゴルフやグルメを満喫する人気旅シリーズ！

独占



仕事“だけ”できるCEOハン・ジミンと
仕事“も”完璧な秘書イ・ジュニョク主演の
密着ケアロマンスドラマ！

独占



多忙を極めるBTSのメンバーが、「日常と休息の間」というコンセプトのもとに日常ではなかなかできない体験をしながら、森の中でつかの間の休息を満喫するリアルバラエティー

番組コンテンツ

ジャンル

韓流ドラマ・バラエティ

番組例



IN THE SOOP BTS ver. シーズン2

多忙を極めるBTSのメンバーが、「日常と休息の間」というコンセプトをもとに日常ではなかなかできない体験をしながら、森の中でつかの間の休息を満喫するリアルバラエティー
(C) BIGHIT MUSIC / HYBE. All Rights Reserved.



乗り換え恋愛3

元恋人たちが共同生活を送るという斬新なコンセプトで、2021年に韓国TVINGで配信された恋愛リアリティ
(C)TVING Co., Ltd, All Rights Reserved.



わたしの完璧な秘書

仕事“だけ”できるCEOハン・ジミンと、仕事“も”完璧な秘書イ・ジュニョク主演の密着ケアロマンスドラマ！
(C) SBS

番組コンテンツ

ジャンル

スポーツ

番組例



NumberTV

数々のアスリートのドラマを伝えてきたスポーツ総合雑誌『Sports Graphic Number』が、Leminoと共同でオリジナルドキュメンタリー番組を制作。
この番組のテーマは「挫折地点」。毎回、様々なジャンルのトップアスリートを招き、彼らの競技人生における「最大の挫折」の真実に迫る。
そのとき何を感じ、どう壁を乗り越えたのか。選手本人が当時の写真と向き合いながら、復活までの道のりを明かす本格ドキュメンタリー。
(C) NTTドコモ/ Sports Graphic Number



2025 YBCルヴァンカップ

「2025 YBCルヴァンカップ」の全試合を無料配信！昨年劇的な決勝戦で幕を閉じたルヴァンカップ。今年も全国60クラブが集い頂点を争う。
(C) J.LEAGUE



2025 明治安田J3リーグ

「2025 明治安田J3リーグ」の全試合を無料ライブ＆見逃し配信。J2昇格をかけて全20クラブが戦う。今年も見逃せない戦いが始まる。
(C) J.LEAGUE

番組コンテンツ

ジャンル

エンタメ

番組例



浜ちゃんの休日～フィリピン・セブ島の旅～

ダウンタウン・浜田雅功が後輩芸人を連れてゴルフやグルメを満喫する人気旅シリーズ！今回は、フィリピン・セブ島の旅をお送りするのに先駆けて、今まで行った旅と今回の見どころをご紹介します！初めてカメラの前で涙した浜ちゃん！新メンバー登場！この旅恒例の共同生活する豪華ヴィラの紹介、恒例行事となっている出来事や自炊しているグルメの紹介！色んなハプニングも起こっちゃう今回の旅。乞うご期待！

(C)FANY Studio



Mr.TROT JAPAN

韓国発、大ヒット歌謡オーディション番組、『明日はミスター・ Trot』がついに日本上陸！全世界から集められたボーカリストの中から最後の1人、初代Mr.TROTとしてメジャーデビューを掴むのは？

歌に全てを賭けた、74人による懐メロサバイバルエンタメが今、はじまる。

(C)FANY Studio



ちょこさく

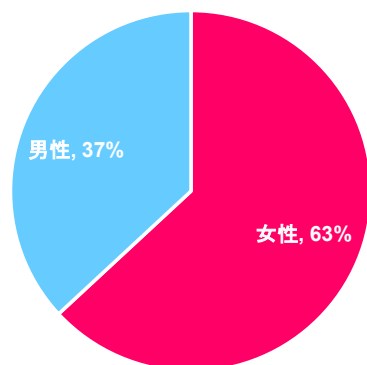
「そこ曲がったら、櫻坂？」本編では紹介しきれなかったメンバーのネタやエピソード紹介、ゲーム対戦など撮り下ろし映像満載のミニ番組！

(C) NTT DOCOMO, INC.

Lemino Adsの特徴

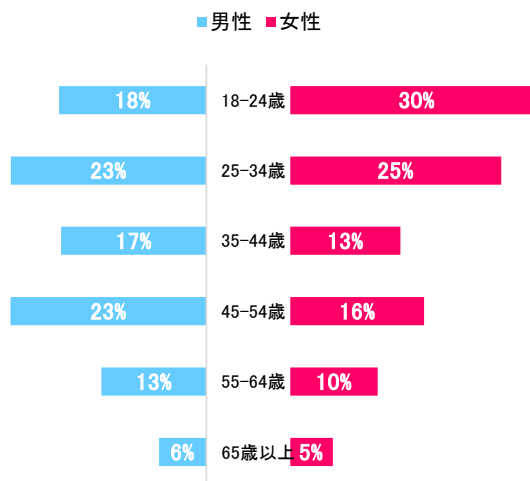
**18歳～34歳までの視聴ユーザーが6割以上を占め、
若年女性のスマートデバイス（スマートフォン、タブレット等）での視聴がメイン。**

男女比

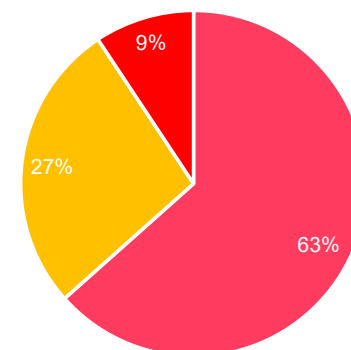


■ 女性 ■ 男性

年齢層



デバイス比



■ スマートデバイス ■ CTV ■ PC

※2025年1月1日～2025年3月10日の視聴データから算出

Lemino Adsの特徴

NTTドコモの契約者データを活用した広告ターゲティング配信が実現可能。



Lemino Adsの特徴

コンテンツ再生時にユーザー体験を損なわず、受け入れやすい広告枠で構成し、
高い視聴完了率を獲得。

平均視聴完了率

高い視聴完了率を獲得

15秒

97.2%

30秒

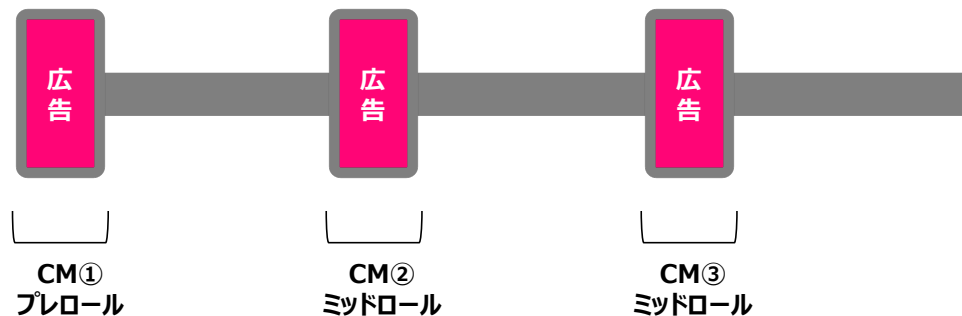
94.0%

※対象期間：2025年1月1日～2025年3月10日

広告挿入イメージ

ノンスキップブルで広告配信を行い、プレロールとミッドロールのみに展開

コンテンツ（1時間未満の場合）



※2025年1月14日段階の仕様になります。予告なく、仕様が変更されることがございますので、
ご了承ください。

Lemino Adsの特徴

Leminoのコアユーザーである、若年層のブランドリフトに大きく貢献。

広告接触者+広告認知者
広告非接触者

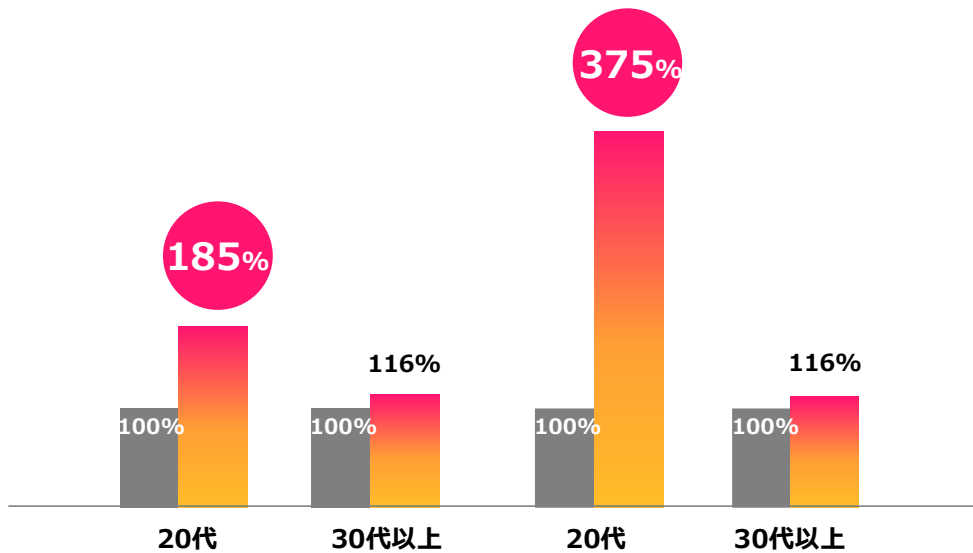
ファミリー向け飲食チェーン事例

メインターゲット：20代 / 配信条件：ブロード

ファミリー向け飲食チェーン店における、若年層向けメニューのプロモーション事例。
ターゲット層である20代において大幅なリフトアップが見受けられた。

【ブランド興味関心】

【ブランド好意】



※2023年9月Leminoブランドリフト調査実績

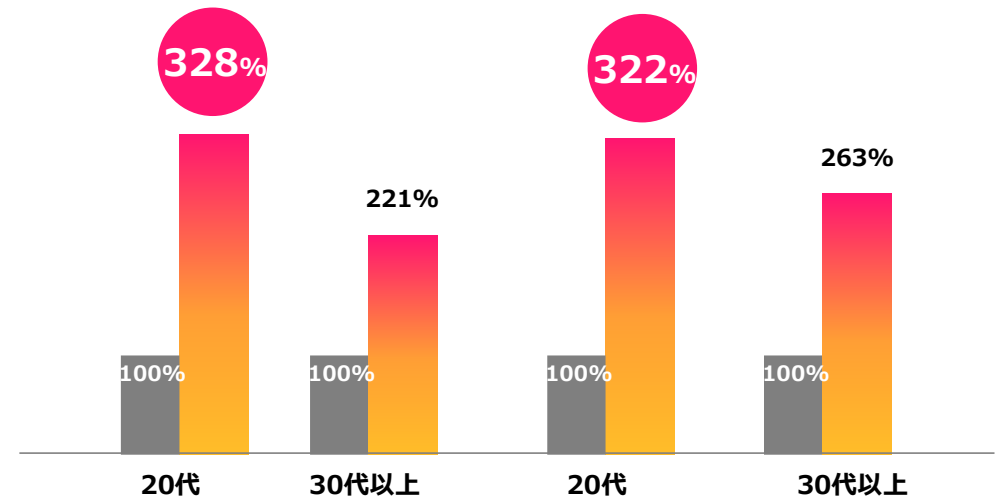
飲料メーカー事例

メインターゲット：20~30代 / 配信条件：20歳以上男女

アルコール飲料メーカーでの若年層をターゲットとした新商材の訴求。
幅広い年代でリフトし、特に20代においては大きくリフトする結果となった。

【ブランド興味関心】

【ブランド利用意向】



※2024年1月Leminoブランドリフト調査実績

Lemino Adsの特徴

配信先をターゲット層が集まるコンテンツに指定することで、ブランドリフトを効率的に促進。

広告接触者+広告認知者
広告非接触者

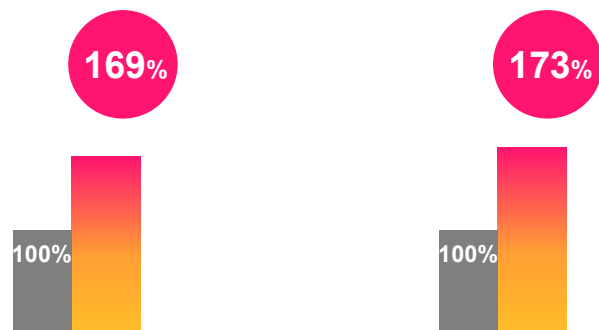
アパレルブランド事例

メインターゲット：20~30代 / 配信条件：PRODUCE101コンテンツ指定

PRODUCE101の視聴属性の多くを占める若年層をターゲットとしたクリエイティブで配信し、特に20~30代において大きくリフトする結果となった。

【ブランド興味関心】

【ブランド好意】



※2024年1月Leminoブランドリフト調査実績

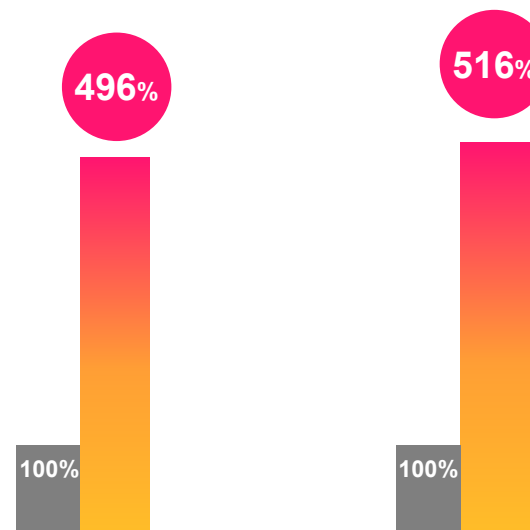
企業広告(BtoB)事例

メインターゲット：30~50代 / 配信条件：井上尚弥戦コンテンツ指定

井上尚弥戦コンテンツ指定によってメインターゲットを中心にユーザーへアプローチ。BtoB商材ではあるが、いずれの項目でも高いリフト率となった。

【ブランド興味関心】

【ブランド利用意向】



※2024年1月Leminoブランドリフト調査実績

インストリーム動画広告 –ブロードパッケージ（予約型）

ターゲティングなしで配信するパッケージ「Lemino」ユーザに広くリーチ可能。



セグメント	性年代	不可
	エリア	不可
	ジャンル	不可
	OS	不可
	時間帯	不可
	デバイス	不可
	カスタム	不可

- ・時期によって在庫変動が大きいいため必ず在庫の事前確認をお願いいたします。
- ・発注impを上回った場合、発注impを上限とした請求となります。
- ・発注impを下回った場合、実績impによる実数請求となります。

	料金プラン	imp単価	金額
掲載料金	ブロードPKG	[15秒] 1.50円 [30秒] 2.25円 [60秒] 3.00円	1,000,000円～

保証形態	期間保証
配信期間	1か月 ※配信開始時間は平日10時となります。 ※時期によって消化可能な配信期間は異なります。
配信面	ビデオ面 プレロール/ミッドロール ※ノンスキップابل ※すべての面への配信を保証するものではありません。
尺	プレロール 15秒 30秒 ミッドロール 15秒 30秒 60秒
FQ制御	不可
同時掲載可能本数	最大3本（均等配信）
外部計測	DAR 楽天インサイト Google Campaign Manager マクロミル ※詳細は事前に営業担当へお問い合わせください

ドコモ会員基盤データをベースに他キャリア「Lemino」ユーザ含めた
「Lemino」独自のオーディエンスセグメントを活用した配信が実現可能。

**ターゲ
ティング
可**



性年代



エリア



ジャンル



興味関心



OS



時間



デバイス

セグメント	性年代	①性別 男性 女性 ②年齢 18-24歳 25歳-34歳 35歳-44歳 45-54歳 55-64歳
	エリア	47都道府県ごとの指定可能※海外は不可
	ジャンル	コンテンツジャンルターゲティング アニメ 国内ドラマ 韓流・アジア バラエティ 音楽・ライブ スポーツ K-POP お笑い ※他ジャンルや興味関心などのターゲティングをご希望の際は別途お問合せください。
	OS	iOS Android
	時間帯	1時間単位での指定が可能 ※指定無しの場合はAM10時開始
	デバイス	デバイスターゲティング
	カスタム	不可

	料金プラン	imp単価	金額
掲載料金	オーディエンスPKG (通常メニュー)	[15秒] 2.50円 [30秒] 3.75円 [60秒] 5.00円	500,000円～

保証形態	期間保証
配信期間	2週間～ ※時間帯指定なしの場合、配信開始時間は平日10時となります。 ※ターゲティングによって消化可能な配信期間は異なります。
配信面	ビデオ面 プレロール/ミッドロール ※ノンスキップブル ※すべての面への配信を保証するものではありません。
尺	プレロール 15秒 30秒 ミッドロール 15秒 30秒 60秒
FQ制御	不可
同時掲載 可能本数	最大3本 (均等配信)
外部計測	DAR 楽天インサイト Google Campaign Manager マクロミル ※詳細は事前に営業担当へお問い合わせください

- ・在庫によりご希望のターゲティングに添えない可能性があります。必ず在庫の事前確認をお願いいたします。
- ・発注impを上回った場合、発注impを上限とした請求となります。
- ・発注impを下回った場合、実績impによる実数請求となります。

©NTT DOCOMO All Rights Reserved.

44

様々な「Lemino」オリジナル番組とタイアップし、
広告主様の商品・サービスを魅力的に視聴者へ届けることが可能。

番組コンテンツと連動企画

Leminoオリジナル番組（韓流・ドラマ・バラエティなど）と連動した広告タイアップが実施可能。

オリジナルCM制作

インフォマーシャル広告

一社提供番組制作

プロダクトプレイスメント

コーナー提供

イベント協賛＋インストリーム動画

※番組やお取り組み内容によって、実施可否に関する確認事項がございます。詳細はお問い合わせください。
※また、お取り組み内容によって、金額などの実施条件が異なります。詳細はお問い合わせください。