

パープルタウン 倉吉シネマエポック

上映前広告（シネアド）募集について



概 要

映画館シネマエポックのすべてのスクリーンで
映画本編上映前に、広告動画を上映（シネアド）

映画本編上映までの流れ



シネアド料金

1日4.5回×3劇場×30日＝月間405回上映!!

1回あたりの費用は約135円!!

内容	料金（税抜）
上映費	1ヶ月5万円/枠 ※1枠30秒、最大90秒まで（例：60秒なら2枠分）
組込費用	動画1ファイルにつき5,000円 （変換・プログラム料）

※6ヶ月以上継続してご契約頂ける場合は、別途ご相談ください

動画広告媒体

シネアドは低コストで地域のお客様へしっかりPRできる動画広告媒体です

媒体	メリット	デメリット ※ () はその対策
TVCM	- 幅広い地域へ配信 - ブランド力向上	- 料金によって視聴率が低い番組 (→コスト増) - 効果エリアが広すぎる (→広エリアをターゲット) - テレビ離れ (→高年齢層をターゲット)
SNS広告	- WEBコンテンツと相性良 - 効果測定が可能 - ターゲティング可	- スキップされる - ながら視聴 (→目を引く広告作り) - 広告が多く埋もれる
自身のSNSで発信 (YouTubeや TikTok等)	- 無料 - WEBコンテンツと相性良 - 効果測定が可能	お客様が能動的に見に行かなければ再生もされない (→チャンネル登録者数を増やす、バズらせる)
デジタルサイネージ	- 低コスト - 地域密着 - 露出回数が多い	- 風景になりがち (→更新頻度を多くする) - 効果エリアが極小 (→多く設置が必要) - 音声が使えないパターンが多い (→画で勝負)
シネアド	- 低コスト (1回約135円) - 露出回数が多い (月約405回) - 地域密着 - スクリーンと音響の大迫力で 集中してCM視聴いただく プレミアムなブランド演出	- 視聴するだけで、誘導ができない (→劇場にチラシ設置可) - 効果エリアが極小 (→地域にあった広告が有効)

申し込みから上映開始までの流れ

2週間前

- 開始希望日と期間をご連絡、また動画ファイルを納品ください
- 動画の仕様は別紙をご参照ください

1週間前

- 当劇場から動画内容と期間の精査を行いその結果をご連絡致します
- 請求書を発行いたしますので、当日までにお支払いください（未納の場合は上映不可）

当日

- 映画館の3スクリーンで広告を上映します

終了

- 継続されたい場合は、期間終了の1週間前までにお申し込みください

動画仕様

時間 1 枠 30秒以内（最大90秒まで）

画質 最低でもSD画質（720×480）・30fps以上

形式 mp4・avi・mov

備考 16:9の比率が基本サイズとなり

4:3だと左右に余白ができます



広告規定

以下の項目に該当する広告は掲出できません。予めご了承ください。

- ・ 公序良俗に反するもの、不快の念を与えるもの
- ・ 社会通念上掲出できないと認められているもの
- ・ 当劇場や入居施設と競合する商業施設及びテナント告知
- ・ 当劇場の売店、サービスと競合する飲食物やサービス
- ・ その他、当劇場が不適当と認めるもの

注意事項

- お申込み後、実際の上映期間をご連絡いたします。
- 上映期間中に動画内容（動画ファイル）を差し替える場合は、別途組込費が必要となります。
- 当劇場による広告主/商材/CM内容の考査があり、内容によって上映をお受けできない場合がございます。
- 全スクリーン上映劇場は、その期間に上映されるすべての作品（特別興行除く）でシネアドが上映されます。
- 舞台挨拶やライブビューイングなど特別興行では、シネアドの上映はございません。
- 申込み多数の場合は上映期間がご希望に添えない場合がございます。
- 編成の都合上、ご希望の上映枠がお取り出来ない場合もございます。
- 指定の時間や作品での上映は行っておりません。
- 上映作品は、興行/配給の都合上により上映直前まで変更の可能性がございます。
- 天災や映写トラブル等により上映できない回が生じる場合がございますが、
- 天災による上映中止について、補填は行いません。
- 休業要請等により当劇場で休館が生じた場合は、延長または日割り精算をさせていただきます。
- 時短営業や座席の間引き営業、公開作品の延期に伴う補填は行いません。
- ご発注書受領後に広告主様都合でのキャンセルは、100%の費用をご請求させていただきます。

【参考】映画館のお客様の特性

高所得層が多い

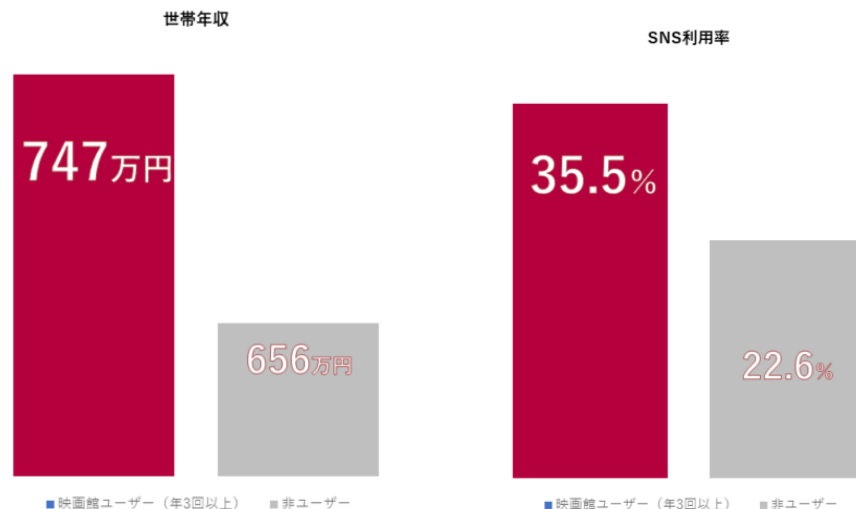
1年間に3回以上来場する映画館ユーザーと非映画館ユーザーとの比較では
世帯年収でおよそ100万円近い差がある（→購買意欲が高い）

SNS利用者が多い

映画館ユーザー（年3回以上利用）と非ユーザーの比較で、XやInstagram等の
SNSの利用が、映画館ユーザーの方が高く、情報感度が高い（→流行に敏感）

情報発信力が高い

SNSでの発信はもちろん、映画を観た感想を、他人に伝えたい人が多く、
口コミ・ブログ・SNS等で情報発信できる人が多い（→広告の発信力に期待）



【参照データ】

- NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社
- フリーザロックエージェント

【参考】シネマエポック概要

住所	パープルタウン3階（倉吉市山根557-1）
スクリーン数	3劇場
座席数	①108席 ②108席 ③146席
年間来場者数	2024年度27,056名（原則、年中無休）
お問い合わせ	0858-48-9050 epoch@purpletown.com

