

docomo Ad Network セールスシート

2026年1月20日～

docomo 広告

<u>最新のリリース情報</u>	…P.3-4
<u>docomo Ad Networkのご案内</u>	…P.5-17
<u>docomo Ad Networkの商品概要</u>	…P.18-22
<u>docomo Ad Networkのメニュー詳細</u>	…P.23-45
<u>パフォーマンス広告</u>	…P.23-33
<u>メール広告</u>	…P.34-44
<u>全メニュー共通：使用可能文字・記号について</u>	…P.45
<u>ターゲティング</u>	…P.46-51
<u>docomo Ad Networkの掲載にあたって</u>	…P.52-59
<u>docomo Ad Network 利用規約</u>	…P.60-64

<u>配信先メディア情報</u>	…P.65-87
<u>dメニューについて</u>	…P.66-68
<u>dポイントクラブについて</u>	…P.69-71
<u>メッセージSについて</u>	…P.72-77
<u>my daizについて</u>	…P.78-80
<u>dジョブ スマホワークについて</u>	…P.81-82
<u>dヘルスケアについて</u>	…P.83-85
<u>ドコモメールアプリについて</u>	…P.86-87

最新のリリース情報

変更点一覧

改定日	変更内容	
2026.01.20	docomo connecting path(通称コネパス)について 1	一部内容更新
	docomo connecting path(通称コネパス)について 2	構成内容を変更
	パフォーマンス広告 掲載面一覧（ドコモ面 App面）	表内更新
	「企業商材審査」及び「企業業態審査」の記載のある対象ページすべて	「企業業態商材審査」に文言を統一

docomo Ad Networkのご案内

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



一般メディア

Performance Network



コネパス広告

(docomo connecting path DSP)

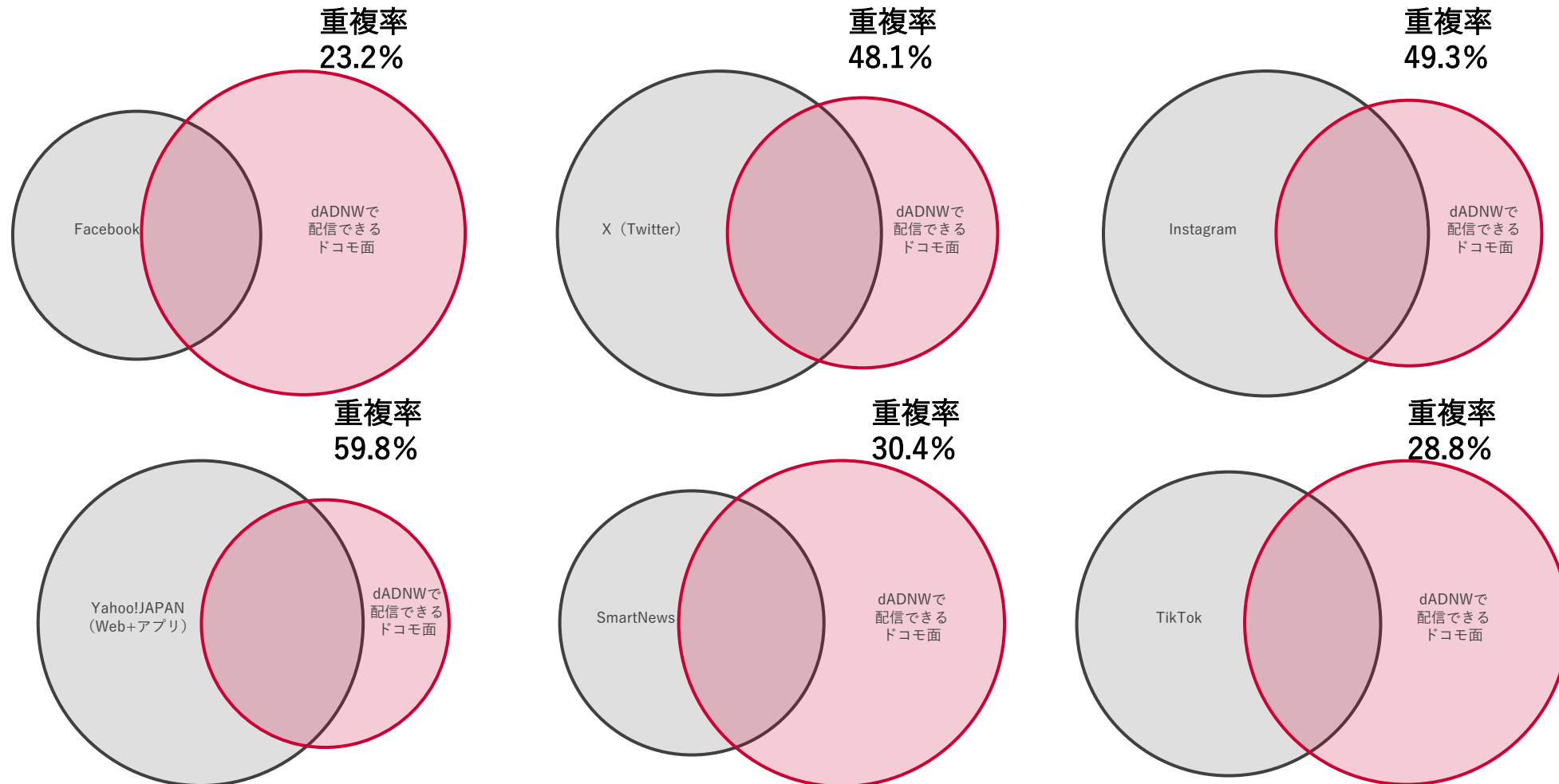


※スマートフォンに加え、PC/タブレットからのアクセス時にも広告は表示されます。
※dmenu面についてはahamo版dmenuへの配信を含みます。

(詳細は[配信先メディア情報](#)をご参照ください)

※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。

docomo Ad Networkは、他媒体とのユーザー重複率が低く、
新規ユーザーへのリーチ・獲得が期待できます。



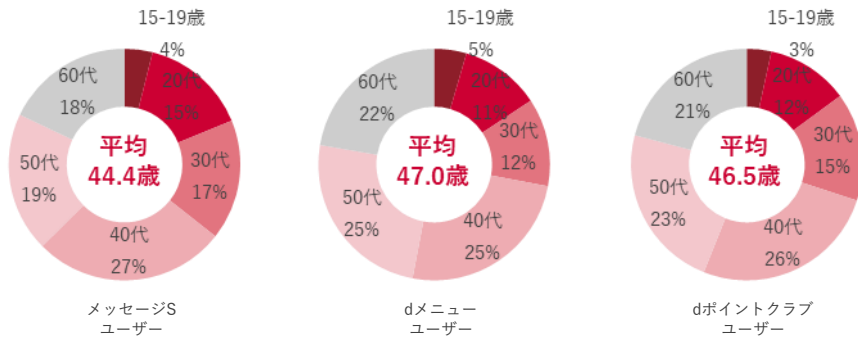
※出典：D2C「ドコモユーザープロフィール調査」（2025年1-2月実施）

（dADNWで配信できるドコモ面：メッセージS、dメニュー、dポイントクラブ、dヘルスケア、サンプル百貨店（dショッピング内）、mydaizのいずれかを利用しているユーザー n=5,902s）

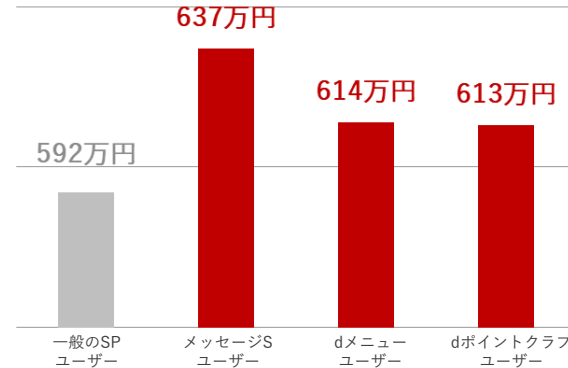
※重複率：dADNWで配信できるドコモ面ユーザー（100%）における対象メディア利用率

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、経済的に余裕があります。
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。

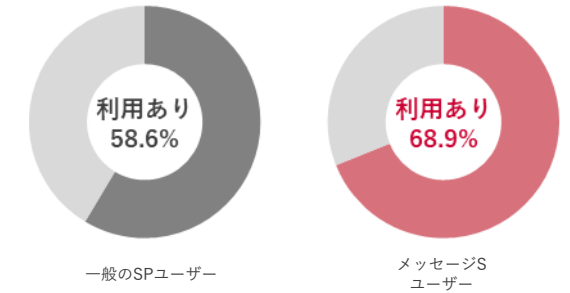
年代



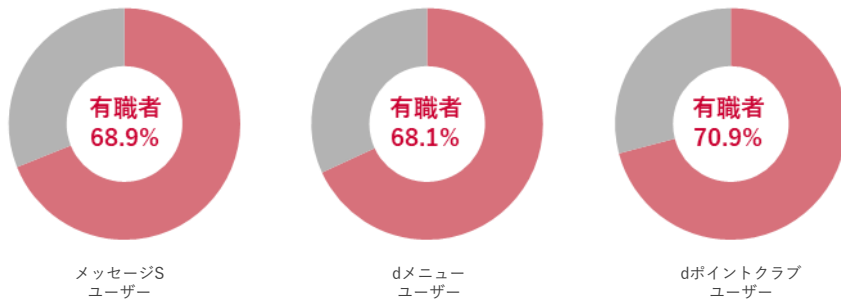
平均世帯年収



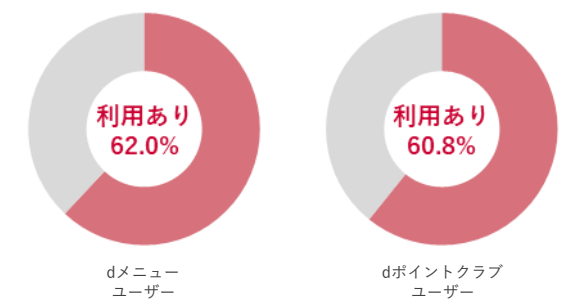
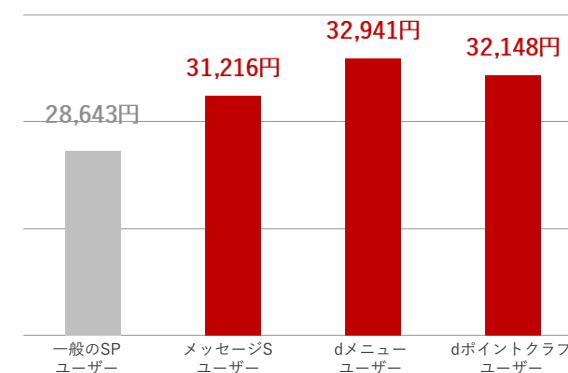
有料のネットサービス・アプリ・コンテンツ利用状況



職業（有職者率）



自由に使えるお金
(1か月あたり平均)



※出典：D2C「ドコモユーザープロフィール調査」（2025年1-2月実施／調査機関:マクロミル）
（一般のSPユーザー n=5,161／メッセージSユーザー n=457／dメニューユーザー n=624／dポイントクラブユーザー n=1,251）

NTTドコモならではのデータを利用したターゲティングセグメントのラインナップ（順次、拡充予定！）

docomo Ad Networkのアフィニティカテゴリがdocomo Sense™つかってパワーアップ

セグメント生成に使われるインプット(正解)データの拡大&活用する特徴量の変更・自動化により、セグメントのデータ精度や鮮度・配信対象ユーザー数の拡大を叶えます。

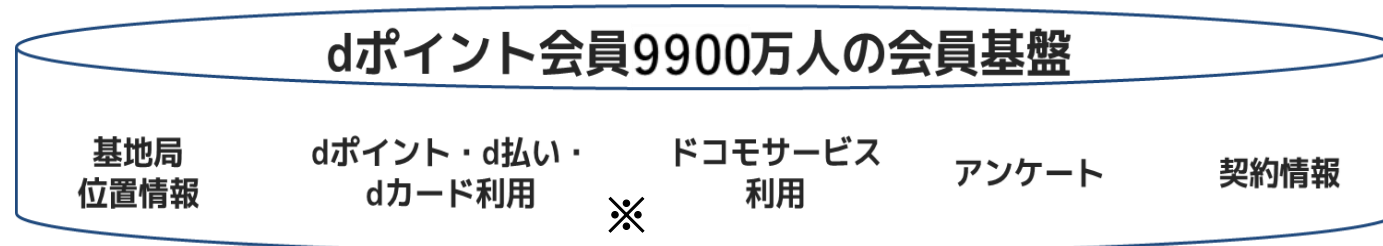
行動履歴やアンケートデータを使ったターゲティング



docomo Sense™とは？

ドコモならではの位置情報等の行動データを横断的に解析することで顧客理解を深め、お客様1人ひとりに最適なサービス・情報を提供するプログラムです。

お客様から事前に利用許諾を頂いた上で
会員基盤のデータを横断的に解析



※データ出典元：日本電信電話㈱ 2022年度 第2四半期決算 補足資料
※「docomo Sense」は、株式会社NTTドコモの商標または登録商標です

「NTTドコモの契約者情報」データによる大量かつ精緻なターゲティング

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D2Cまでお問い合わせください

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
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。(※1)

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。

タグ設置のみの 簡単導入

タグ設置のみで即導入が可能です。

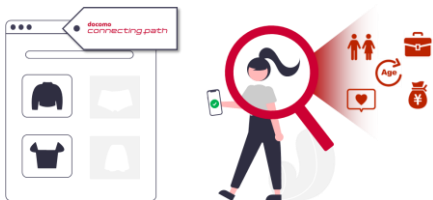
docomo Ad Networkを
ご使用される場合は、
デフォルトで適用(※2)されます。

※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：デフォルト適用を希望されない広告主様に対しては、docomo connecting path非適用の計測タグをご提供しております。

docomo Ad Networkでは、多様なシーンでdocomo connecting pathをご活用いただけます

0次分析



オーディエンス可視化ダッシュボード

ダッシュボードを活用することで、
サイト来訪したユーザーの特徴を
可視化することが可能です。

オーディエンス理解促進により、
ターゲットを的確に捉えた広告配信を実現します。

— 関連サービス —

定型ダッシュボード機能

※弊社からダッシュボードキャプチャをお送りする形式になります

ターゲティング



Cookieレスでのリターゲティング配信

docomo Ad Networkで広告配信できる
一般メディア含めた全メディアにおいて、
Cookieレスでリターゲティング配信が可能です。

目的に応じたキャンペーン設定で
効果最大化を目指します。

— 対応メニュー —

メール広告
パフォーマンス広告
(Performance Network/
コネパス広告)



CV計測補完



アトリビューション (計測補完)

広告主サイト上で取得されるドコモIDにより、
ブラウザ制約により欠落してしまう
中長期のコンバージョンの補完が可能です。

欠落を抑えたコンバージョン計測により、
広告効果の適切な評価に寄与します。

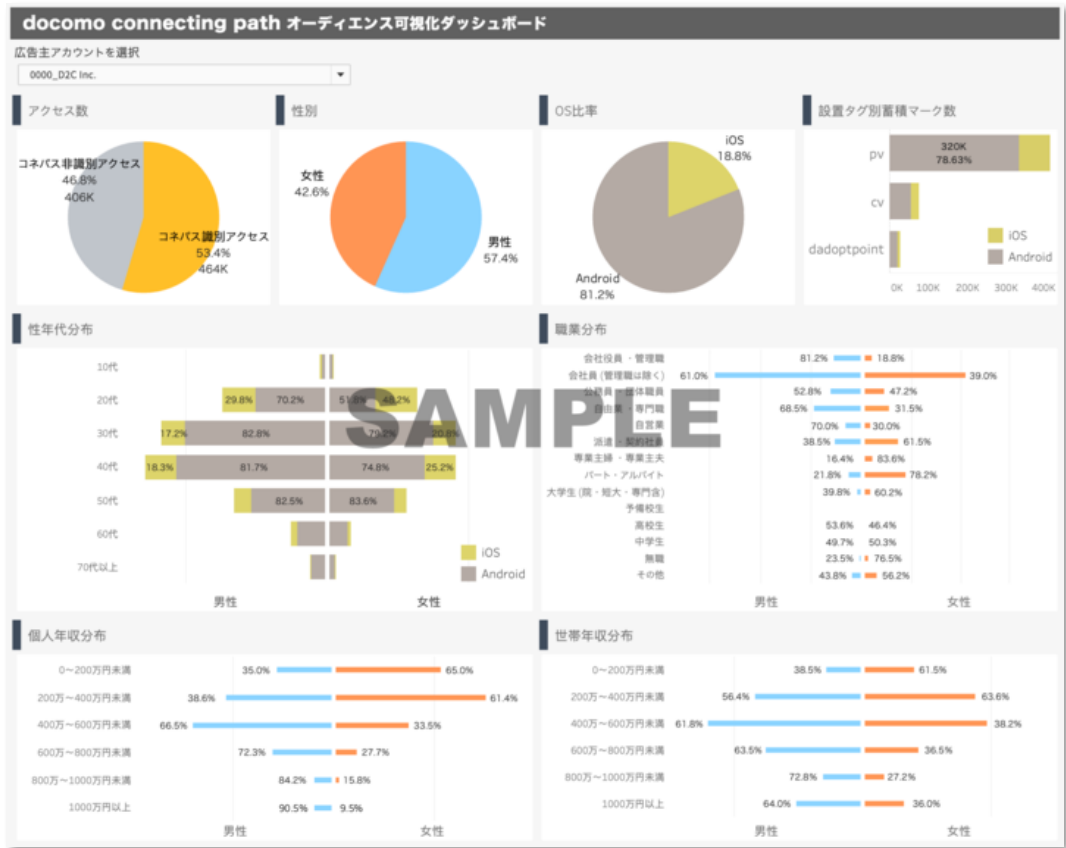
— 対応メニュー —

メール広告
パフォーマンス広告
(Performance Network/
コネパス広告)



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うちは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。

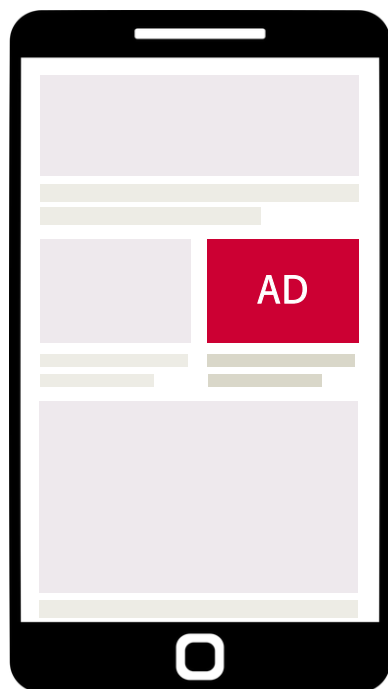
docomo connecting path(通称コネパス)について 4

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ドコモデータを活用した配信が可能です

✓ 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。

docomo
connecting path



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	コネパスID 利用あり

✓ ドコモデータを活用した配信

: ドコモ保有の独自データを活用した配信を行い、コンバージョン数の最大化を目指す。
デモグラフィックとの掛け合わせも可能。

ドコモが保有するオンライン・オフラインのデータと広告配信で得られたデータを掛け合わせ、
様々な観点からユーザーの特徴を可視化、把握することが可能なサービスをご用意。



※ddsとは、ドコモデータを活用してユーザーの特徴を把握する分析サービスの総称です。

配信前分析

プランニング前に効果的な
ターゲット像の理解が可能

ドコモ広告配信

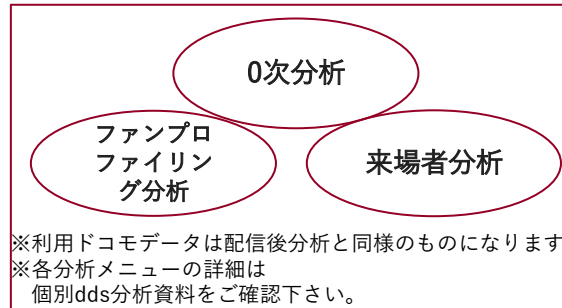
広告配信によってデータ
(CVログ等)を蓄積

配信後分析 (CV分析)

以下のドコモデータを活用して、
CVユーザー vs click/impユーザーの分析

Next Action

様々な戦略立案の参考
として活用が可能



docomo Ad Network

※分析を行うにあたって一定のCV数が必要になります。

契約者情報

アンケート

dポイント加盟店

キャリア決済

来訪施設 (Wi-Fi)

コンテンツサービス

インストールアプリ

マーケティング戦略

追加配信セグメント

クリエイティブ制作

etc...

●レポートイメージ



※ペルソナシートを作成する場合は別途費用が発生します

●分析費用

カテゴリ	品目	金額	備考
作業費	分析作業費	30万円(税別)～	※内容に応じて追加費用が発生する場合がございます。 ※詳細は弊社営業担当まで お問合せ下さい。
データ費	ドコモデータ利用費	20万円(税別)	
合計:		50万円(税別)～	-

■配信後の分析費用について

※ドコモ広告を一定金額出稿頂いた場合、以下割引となります。

但し、配信前分析は、費用が必ず発生します。

500万円(税別)以上出稿の場合: ドコモデータ利用費無償

1,000万円(税別)以上出稿の場合: ドコモデータ利用費無償、分析作業費基本無償

JICDAQの定める品質基準に基づき、「品質認証事業者」に認定

D2Cは一般社団法人デジタル広告品質認証機構の定める品質基準に基づき、第三者検証のプロセスを経て、「docomo Ad Network（ドコモアドネットワーク）」において、認証事業領域「広告取引仲介事業者」として「ブランドセーフティ」および「無効トラフィック対策」の2分野で「品質認証事業者」に認定されました。



ブランドセーフティ

docomo Ad Networkの主な配信面である docomoの各種サイトは、docomoが定めるコンテンツ掲載基準を満たした内容で構成されています。

また、一般メディア面への配信においては、外部ツールを導入しての監視だけでなく、定期的に目視でサイト内容を確認しています。



無効トラフィック対策

docomo Ad Networkの主な配信面である docomoの各種サイトでは、悪意を持ったbot等のクリックリスクが低く、加えてD2Cが確認した確かなサイトへ配信を行っています。

また、不正なIPからのアクセスがないか、ドコモ面、一般面でともに第三者ツールで監視を行うなどの無効トラフィック対策を行っています。



スマートフォンアプリのご出稿につきましては、
以下の計測ツールに対応しております。(順次追加予定)



※それぞれの連携方法についてはお問い合わせください。

docomo Ad Networkの商品概要

メニューは「パフォーマンス広告」「メール広告」の2つです。

メニュー名	キャンペーン種別	課金種別	配信先指定	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り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 (オープンオークション)	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	
	コネパス広告 (プレースメント指定)	CPM課金	○	Web面 / App面	プレースメント（配信先）を指定してコネパスIDを用いた広告配信を行うメニュー ※プレースメントごとに上限CPMの推奨値あり
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

※メニューは、キャンペーン毎に指定可能です

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

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
配信先指定	一般メディア配信の有無と 予算配分を設定可 ※1	配信先ドメイン除外/指定を設定可 プレースメントを指定可
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)	ノンターゲティング 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	ノンターゲティング 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

※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あります。

※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。

入札戦略が「自動入札」の場合、目標CPCの設定をすることはできません。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。

※4 キャンペーンで選択する「キャンペーン種別」「取引形式」「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。

ノンターゲティングの場合はデモグラフィックターゲティング指定はできません。

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	<ul style="list-style-type: none"> ・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。

※上記の他、アンケートとポイントインセンティブを組み合わせた配信メニューもございます。

詳しくは後章「[docomo Ad Networkのメニュー詳細](#) メール広告」をご覧ください。

メニュー名	パフォーマンス広告					メール広告	
	Performance Network		コネパス広告（docomo connecting path DSP）				
	一般メディア	ドコモメディア	オープンオークション		プレースメント指定		
			一般メディア	ドコモメディア	ドコモメディア	メッセージS	
掲載面	Web App	Web App	Web	Web App	Web App	MAIL	
広告種別	インフィード ディスプレイ	インフィード ディスプレイ	インフィード ディスプレイ			メール	
課金方式	CPM	CPC	CPM			CPC	CPM
最低入札単価	1円～（ネット） ※プレースメント指定の場合は推奨値以上の上限CPM設定をおすすめします					20円～	700円～
	ファーストプライスオークション ※Performance Networkの一般メディア面配信に関しては、掲載面により異なる場合がございます					ファーストプライスオークション	
ターゲティング	・ ノンターゲティング ・ 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 ※一般メディア面の場合、デモグラフィックターゲティング指定を頂いた場合でも、拡張配信により指定したユーザー以外にも配信される場合がございます		・ 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		・ ノンターゲティング ・ 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	・ 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 ・ カスタムセグメント	・ 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
OS ※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	PC/Android/iOS	Android/iOS					
配信時間帯	曜日×1時間単位		曜日×1時間単位			曜日×1時間単位 （8時～20時台）	
フリークエンシーキャップ	－		月/週/日 いずれかの粒度で設定			－	
予算配分	－		キャンペーン単位			－	
掲載期間	1日～（掲載開始日は自由設定） ※設定反映のタイミングに関しては管理画面マニュアルを参照下さい					1日～（掲載開始日は自由設定） ※設定変更の反映に2日かかります	
原稿差替可能回数	上限数なし						
原稿形式	各商品詳細の入稿規定参照（ パフォーマンス広告 メール広告 ）						

docomo Ad Networkのメニュー詳細 パフォーマンス広告

「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、コネパス広告それぞれで対応します。

インプットデータ

配信の最適化

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



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。

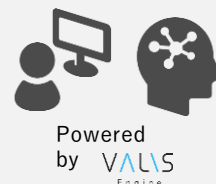
入札金額の最適化

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。

Performance Network
ドコモ面配信

コネパス広告

コネパス広告



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
一般メディア面配信

広告
配信ログ

広告枠
情報

ユーザー
属性情報

パフォーマンス広告の「Performance Network」のドコモ面では、
キャンペーンで選択した「キャンペーンの目的」に応じて、配信方式が変動します。（※1）
アカウントの配信状況に応じて「コンバージョン数の最大化」「コンバージョンの最適化」のキャンペーンの目的が使用可能になります（※2）（※3）
パフォーマンス広告の「コネパス広告」では、取引形式に応じて使用可能なキャンペーンの目的が異なります。

キャンペーンの目的	配信イメージ	Performance Network （※4）	コネパス広告
ターゲットリーチ	指定のセグメント・オーディエンスを使用しての配信となります。 指定のユーザーに対して配信を行います。	デフォルトで使用可	使用不可
クリック数の最大化	click期待値の高いユーザーへの配信となります。 指定のセグメント・オーディエンスとの掛け合わせも可能です。	デフォルトで使用可	使用不可
コンバージョン数の最大化	CV期待値の高いユーザーへの配信となります。「コンバージョンの最適化」よりも 目標CPAの超過を許容し、CV数の獲得最大化を狙います。	新規受付停止中 （※3）	オープンオークション プレースメント指定 の場合に使用可能
コンバージョンの最適化	目標CPAに対して、できる限り収まるように配信を行います。 効率よく、CV獲得を狙います。	新規受付停止中 （※3）	使用不可

※1 「Performance Network」の一般メディア面配信は「キャンペーンの目的」によって配信方式は左右されません。
「クリック数の最大化」をキャンペーンの目的として、作成・運用することを推奨いたします。
「クリック数の最大化」を選択して作成されたキャンペーンでは「自動最適化」「アフィニティカテゴリ」「カスタムセグメント」「配信オーディエンス設定（リターゲティング）」のすべてのターゲティングが使用可能となります。

※2 「Performance Network」の場合、デフォルトでは「ターゲットリーチ」「クリック数の最大化」のキャンペーンの目的が使用可能です。

※3 「Performance Network」では、「コンバージョン数の最大化」、「コンバージョンの最適化」の新規受付を停止しています。
すでにこれらのキャンペーンの目的が使用可能なアカウントについては引き続きご利用いただけます。

※4 「Performance Network」の場合、キャンペーンの目的ごとに使用可能なターゲティングが異なります。

ターゲットリーチ	：ノンターゲティング、アフィニティカテゴリ、カスタムセグメント、配信オーディエンス設定（リターゲティング）
クリック数の最大化	：自動最適化、アフィニティカテゴリ、カスタムセグメント、配信オーディエンス設定（リターゲティング）
コンバージョン数の最大化	：自動最適化
コンバージョンの最適化	：自動最適化

区分	掲載面	ドメイン ※コネパス広告のドメイン除外/ 指定設定で使用	Performance Network		コネパス広告 (docomo connecting path DSP)	
			掲載可否	使用画像サイズ	掲載可否	使用画像サイズ
Web	dmenuTOP	smt.docomo.ne.jp	○	1200×628 / 300 ×300 pix	○	1200×628 / 300 ×300 pix / 640x360 pix
	dmenuニュース	topics.smt.docomo.ne.jp	○	1200×628 / 300 ×300 pix	○	1200×628 / 300 ×300 pix
	dmenuスポーツ	sports.smt.docomo.ne.jp	○	1200×628 / 300 ×300 pix	○	1200×628 / 300 ×300 pix
	dmenu乗換案内	transfer.smt.docomo.ne.jp	○	1200×628 / 300 ×300 pix	○	1200×628 / 300 ×300 pix
	dmenu星座占い	service.smt.docomo.ne.jp	○	1200×628 pix	○	1200×628 pix
	dmenu天気	weather.smt.docomo.ne.jp	○	1200×628 / 300 ×300 pix	○	1200×628 pix
	dmenuマネー	money.smt.docomo.ne.jp	×	—	○	1200×628 / 300 ×300 pix
	dショッピング サンプル百貨店	shopping-3ple.dmkt-sp.jp	○	1200×628 / 300 ×300 pix	○	1200×628 / 300 ×300 pix
	ポイント広場	hiroba.dpoint.jp	○	1200×628 / 300 ×300 pix	○	1200×628 / 300 ×300 pix
	ドコモメール (ドコモからのオススメ)	docomo.ne.jp ※2	○	1200×628 pix	○	1200×628 pix
	dポイントクラブ ※1	dpoint.jp	○	1200×628 pix	○	1200×628 pix
	dジョブスマワーク	sw.djob.docomo.ne.jp	今後接続予定	—	○	1200×628 pix
	プラスメッセージNews	ssw.web.docomo.ne.jp	○	1200×628 pix	今後接続予定	—
	dヘルスケア	health.docomo.ne.jp	○	1200×628 pix	○	1200×628 pix

- ・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。

・一般メディア面については、接続メディア数が多いため使用画像サイズの公開はいたしかねます。
1200×628 , 300×300 pixのどちらのサイズも入稿いただくことを推奨します。

・dmenu面についてはahamo版dmenuへの配信を含みます。

※1 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。詳細は[こちら](#)に掲載しています。

※2 配信先ドメイン除外設定の一致ルールは「後方一致」のため、
「docomo.ne.jp」を指定すると他の掲載面への配信も除外されますのでご注意ください。

・Performance Networkでは配信面や枠の指定や除外は設定できません。

・コネパス広告でドコモ面を指定して配信したい場合は、一致ルールが「完全一致」のため各掲載枠のすべてのドメインをドメイン指定設定にて設定ください。
ドコモ面を除外して配信したい場合は、一致ルールが「後方一致」のためApp面のすべてのドメインと「docomo.ne.jp」「shopping-3ple.dmkt-sp.jp」「dpoint.jp」をドメイン除外設定にて設定ください。

・パフォーマンス広告では、キャンペーン種別、取引形式、紐づくプレースメントに応じて、広告で設定可能な広告種別・画像サイズが異なります。詳細は[こちら](#)に掲載しています。

・ドメイン指定をした場合でも、企業業態商材審査またはメディアごとに設定されている審査基準により、その掲載面への配信が不可となっている場合には配信されません。
- ©2025 docomo All Rights reserved

26

区分	掲載面	OS	ドメイン ※コネパス広告のドメイン除外/ 指定設定で使用	Performance Network		コネパス広告 (docomo connecting path DSP)	
				掲載可否	使用画像サイズ	掲載可否	使用画像サイズ
App	マイマガジン ※1	Android	—	○	1200×628 pix	×	—
	dmenuニュースアプリ	iOS	mobileapp::1-1054840040	○	1200×628 / 300 × 300 pix	○	1200×628 pix
		Android	mobileapp::2-com.nttdocomo.android.dmenunews				
	dmenuスポーツアプリ	iOS	mobileapp::1-1384772072	○	1200×628 pix	○ <div>NEW!</div>	1200×628 pix
		Android	mobileapp::2-com.nttdocomo.android.dmenuSports				
	dポイントクラブ ※2	iOS	mobileapp::1-821434357	○	1200×628 pix	○	1200×628 pix
		Android	mobileapp::2-com.nttdocomo.android.dpoint				
	my daiz	Android	mobileapp::2-com.nttdocomo.android.mascot	○	1200×628 pix	○	1200×628 pix
	dヘルスケア	iOS	mobileapp::1-1352137023	○	1200×628 pix	○	1200×628 / 300 × 300 pix <div>NEW!</div>
		Android	mobileapp::2-com.nttdocomo.android.dhealthcare				
	ドコモメールアプリ	Android	mobileapp::2-com.nttdocomo.android.docomomail	○	1200×628 pix	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。

・一般メディア面については、接続メディア数が多いため使用画像サイズの公開はいたしかねます。
1200×628 , 300×300 pixのどちらのサイズも入稿いただくことを推奨します。

・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。詳細は[こちら](#)に掲載しています。
- ・Performance Networkでは配信面や枠の指定や除外は設定できません。

・コネパス広告でドコモ面を指定して配信したい場合は、一致ルールが「完全一致」のため各掲載枠のすべてのドメインをドメイン指定設定にて設定ください。
ドコモ面を除外して配信したい場合は、一致ルールが「後方一致」のためApp面のすべてのドメインと「docomo.ne.jp」「shopping-3ple.dmkt-sp.jp」「dpoint.jp」をドメイン除外設定にて設定ください。

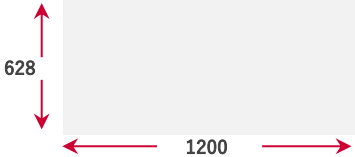
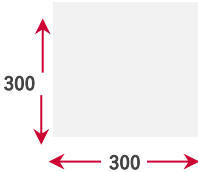
・パフォーマンス広告では、キャンペーン種別、取引形式、紐づくプレースメントに応じて、広告で設定可能な広告種別・画像サイズが異なります。詳細は[こちら](#)に掲載しています。

・ドメイン指定をした場合でも、企業業態商材審査またはメディアごとに設定されている審査基準により、その掲載面への配信が不可となっている場合には配信されません。

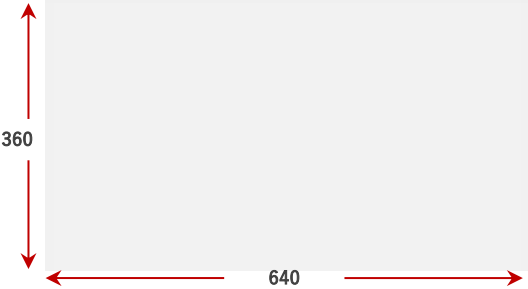
掲載媒体	WEB/APP	掲載面	上限CPM 推奨設定下限値（net）
dポイントクラブ	WEB/APP	TOPスライダー	¥300
dポイントクラブ	APP	ミッションフッター・メッセージフッター	¥360
dショッピング サンプル百貨店	WEB	フッターサンクス	¥400
dmenuTOP	WEB	ヘッダ	¥400
dmenu	WEB	らくらくTOP・らくらくニュース	¥45

※上限CPMは各プレースメントの推奨設定下限値未満での設定は可能です。
ただし、配信機会が限られる可能性があるため、推奨値以上の上限CPMを設定することをおすすめします。
※プレースメント指定をした場合でも、企業業態商材審査またはメディアごとに設定されている審査基準により、その掲載面への配信が不可となっている場合には配信されません。
※プレースメント指定配信の場合、入札制御は「入札コントロールを優先する」での設定を推奨いたします。

キャンペーン種別	取引形式	プレースメント	広告種別	入稿可能な画像サイズの条件
Performance Network	—	—	レスポンス広告(画像)	300x300と同比率かつ幅100-300px
				1200x628と同比率かつ幅600-1200px
コネパス広告 (docomo connecting path DSP)	オープンオークション	—	レスポンス広告(画像)	300x300と同比率かつ幅100-300px
				1200x628と同比率かつ幅600-1200px
	プレースメント指定	dポイントクラブ_TOPスライダー	レスポンス広告(画像)	1200x628と同比率かつ幅600-1200px
		dショッピング サンプル百貨店_フッターサンクス	レスポンス広告(画像)	1200x628と同比率かつ幅600-1200px
		dポイントクラブ_ミッションフッター・メッセージフッター	レスポンス広告(画像)	1200x628と同比率かつ幅600-1200px
		dmenu_らくらくTOP・らくらくニュース	レスポンス広告(画像)	1200x628と同比率かつ幅600-1200px
		dmenuTOP_ヘッダ	バナー広告(画像)	640x360と同比率かつ幅640-640px

	入稿素材		ご注意事項
広告画像①	画像サイズ	横1200 × 縦628 pix	-
	デザイン詳細		<ul style="list-style-type: none">掲載に際し、弊社がふさわしくないと判断した場合は、修正を依頼する場合があります。枠線設置は禁止といたします。角丸型のアイコン画像は不可となります。また、アプリアイコン画像の流用は不可となります。掲載先メディアによっては、下記のいずれかの形にて掲載される可能性があります。<ul style="list-style-type: none">広告画像がリサイズされた状態広告文のみの掲載広告配信時にはインフォメーションアイコンを広告枠の右上に付与した状態で表示いたします。掲載枠によっては広告画像と重なる場合がございます。詳細はインフォメーションアイコンの表示に関してを参照ください。dポイントクラブでは広告アセット（画像）のみが表示される場合があります。そのため、広告アセット（画像）内には会社名、ブランド名、商品名、サービス名などの広告主体者（情報提供者）が特定できる表記をご記載ください。
	ファイルサイズ	600KB以内	<ul style="list-style-type: none">左記のバイト数を超えるものは掲載できません。
	ファイルフォーマット	PNG（拡張子：.png） JPEG（拡張子：.jpg） GIF（拡張子：.gif）	<ul style="list-style-type: none">透過使用不可、左記のファイル形式以外は不可となります。
	アニメーション	アニメーション不可	-
広告画像②	画像サイズ	横300 × 縦300 pix	-
	デザイン詳細		<ul style="list-style-type: none">掲載に際し、弊社がふさわしくないと判断した場合は、修正を依頼する場合があります。枠線設置は禁止といたします。角丸型のアイコン画像は不可となります。また、アプリアイコン画像の流用は不可となります。掲載先メディアによっては、下記のいずれかの形にて掲載される可能性があります。<ul style="list-style-type: none">広告画像がリサイズされた状態広告文のみの掲載広告配信時にはインフォメーションアイコンを広告枠の右上に付与した状態で表示いたします。掲載枠によっては広告画像と重なる場合がございます。詳細はインフォメーションアイコンの表示に関してを参照ください。
	ファイルサイズ	600KB以内	<ul style="list-style-type: none">左記のバイト数を超えるものは掲載できません。
	ファイルフォーマット	PNG（拡張子：.png） JPEG（拡張子：.jpg） GIF（拡張子：gif）	<ul style="list-style-type: none">透過使用不可、左記のファイル形式以外は不可となります。
	アニメーション	アニメーション不可	-

	入稿素材		ご注意事項
テキスト	見出し	全角/半角問わず20文字以内	<ul style="list-style-type: none">機種依存文字に関しては、表示に不具合が生じる可能性があるため、利用することができません。使用可能な全角・半角記号については全メニュー共通：使用可能文字・記号についてをご確認ください。※見出し：掲載先メディアや表示端末によって文字列が省略される場合があります。※説明文：掲載先メディアや表示端末によって文字列が省略、もしくは非表示となる場合があります。見出しでは文頭に全角スペースを使用できません。半角スペースは文頭/文中/文末全てで使用できません。
	説明文	全角/半角問わず90文字以内	
	広告主体者表記 (情報提供者表記)	全角/半角問わず20文字以内	<ul style="list-style-type: none">会社名、ブランド名、商品名、サービス名などの広告主体者（情報提供者）が特定できる表記をご記入ください。広告主体者（情報提供者）をはじめとする掲載上重要な表記が判読できないと弊社が 判断した場合は、修正をお願いする場合がございます。機種依存文字に関しては、表示に不具合が生じる可能性があるため、利用することができません。使用可能な全角・半角記号については全メニュー共通：使用可能文字・記号についてをご確認ください。
	情報提供者ドメイン	半角250文字以内	<ul style="list-style-type: none">キャンペーン種別が“Performance Network”の場合は任意です。キャンペーン種別が“docomo connecting path DSP”の場合は必須です。使用可能な全角・半角記号については全メニュー共通：使用可能文字・記号についてをご確認ください。
	URL	1,800バイト以下	<ul style="list-style-type: none">広告用のURLをご入稿ください。https://~から始まるURLのみ入稿可能となります。ディープリンクを設定している場合、ユーザーの環境やアプリのバージョンによっては正しく遷移できない場合がございます。入力いただいた内容にエンコード処理を行うため、内容により入力可能バイト数が前後いたします。
CTA用文言	文言選択式	19パターンから選択	<ul style="list-style-type: none">19パターンは下記の通りとなります。詳細はこちら / 続きを見る / 購入する / 登録する / 資料請求 / インストール / ダウンロード / お問い合わせ / 予約する / もっと見る / サイトを見る / 今すぐもらう / 今すぐ予約 / 今すぐ購入 / 今すぐ登録 / 購入はこちら / 申込はこちら / 予約はこちら / 登録はこちら
その他	Google Play／App Storeへの 直リンク		<ul style="list-style-type: none">対応端末に制限がある場合は、リンク先にもその記載が必要です。（例:Android2.0以上）アプリに非対応端末がある場合は、その対象端末が非対応である旨が伝わるページへ遷移してください。エラー表示や混乱を招くようなページの遷移は掲載できません。

	入稿素材	dmenuTOP_ヘッダ
広告画像	画像サイズ	横640 × 縦360 pix
	デザイン詳細	<div></div>
		<div><div>・ 広告アセット（画像）内には会社名、ブランド名、商品名、サービス名などの広告主体者（情報提供者）が特定できる表記をご記載ください。</div><div>・ 広告主体者（情報提供者）をはじめとする掲載上重要な表記が判読できないと弊社が判断した場合は、修正をお願いすることがあります。</div><div>・ 掲載内容について、弊社が不適切であると判断した場合は、修正を依頼する場合があります。</div><div>・ 視認性が低い画像についても、修正をお願いする場合があります。</div><div>・ 枠線設置は禁止といたします。</div><div>・ 角丸型のアイコン画像はご使用いただけません。</div><div>・ 広告配信時には、インフォメーションアイコンが画像上に重ねて表示されます。</div><div>詳細はインフォメーションアイコンの表示についてを参照ください。</div></div>
	ファイルサイズ	600KB以内
	ファイルフォーマット	<div>PNG（拡張子：.png）/JPEG（拡張子：.jpg）/GIF（拡張子：.gif）</div> <div>・ 透過使用不可、上記のファイル形式以外は不可</div>

	入稿素材		ご注意事項
テキスト	広告主体者表記 (情報提供者表記)	全角/半角問わず20文字以内	<ul style="list-style-type: none">• 会社名、ブランド名、商品名、サービス名などの広告主体者（情報提供者）が特定できる表記をご記入ください。• 広告主体者（情報提供者）をはじめとする掲載上重要な表記が判読できないと弊社が判断した場合は、修正を依頼する場合があります。• 機種依存文字に関しては、表示に不具合が生じる可能性があるため、利用することができません。• 使用可能な全角・半角記号については全メニュー共通：使用可能文字・記号についてをご確認ください。
	情報提供者ドメイン	半角250文字以内	<ul style="list-style-type: none">• キャンペーン種別が“Performance Network”の場合は任意です。• キャンペーン種別が“docomo connecting path DSP”の場合は必須です。• 使用可能な全角・半角記号については全メニュー共通：使用可能文字・記号についてをご確認ください。
	URL	1,800バイト以下	<ul style="list-style-type: none">• 広告用のURLをご入稿ください。• https://~から始まるURLのみ入稿可能です。• ディープリンクを設定されている場合でも、ユーザーの利用環境やアプリのバージョンによっては、正しく遷移できない場合がありますのでご注意ください。• 入力いただいた内容にエンコード処理を行うため、内容により入力可能バイト数変動する場合があります。
その他	Google Play／App Storeへの直リンク		<ul style="list-style-type: none">• 対応端末に制限がある場合は、リンク先にもその旨を明記してください。 (例:Android2.0以上)• アプリに非対応の端末がある場合は、対象端末が非対応であることが明確に伝わるページへ遷移させてください。エラー表示や混乱を招くようなページへの遷移は掲載できません。

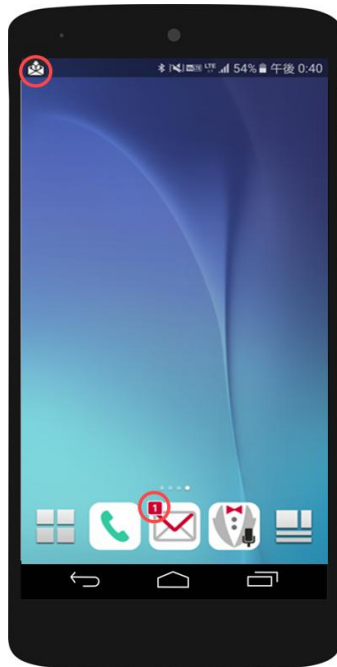
docomo Ad Networkのメニュー詳細

メール広告

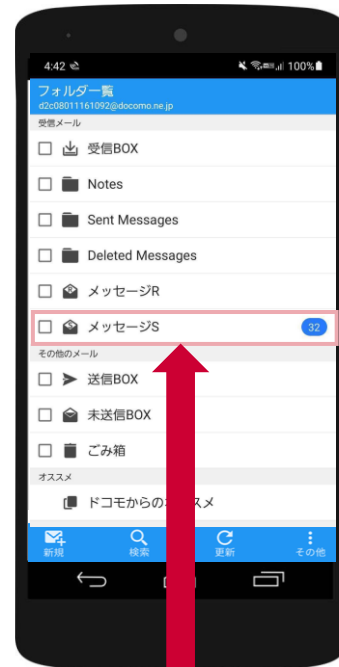
NTTドコモが提供するキャリア運営としては
日本最大級のスマートフォン向けメール型広告メディア。

広告配信イメージ

1. PUSH通知



2. 専用ボックスに届く



専用受信フォルダへの配信により
広告メディアとしての優位性を確保！

3. 豊富な情報量による訴求



※件名下の本文引用テキストにおいて、
件名で使用不可としている半角記号が表
示されることがあります。
※本文・情報提供者名に空白スペースを
使用していた場合、本文引用テキストに
おいて、空白スペースが削除されて表示
される場合があります。

※表示イメージはandroidになります。端末やOSによって表示は異なります。

メッセージSポイントプラスは、docomo Ad Networkのメール面において
ユーザーがアンケート回答/dアカウントにログインすることでポイントが獲得できる
ポイントインセンティブ付き広告商品です。

メッセージSポイントプラスイメージ

メール原稿



原稿をクリック

アンケート設定時の画面

メニュー概要

商品	docomo Ad Network
広告面	メール広告 (メッセージS)
課金方式	CPM
最低入札単価	700円～
商品形式 (※)	①アンケート設定 ②アンケート未設定
掲載期間/リワード期間	インセンティブ広告の場合、最大14日間まで
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

※画面イメージは右記「商品形式：①アンケート設定」となります。
※アンケート画面はイメージとなり、実際の画面とは異なる場合がございます。

メッセージSポイントプラスの魅力

✓ポイントインセンティブで集客が可能

インセンティブとしてユーザーにポイントを付与することができるため、
ポイントをフックに従来のメール広告よりもクリック率（CTR）の向上を見込むことが可能

✓アンケート形式で自然に商品・サービスを訴求

アンケートを使って
商品やサービスの魅力を伝えながらユーザーの興味関心を引き出すことが可能
アンケート未設定の形式ではよりスムーズにユーザーをLPに誘導

✓ポイント費・アンケート利用費は媒体負担

インセンティブにかかるポイント費やアンケートの利用費は媒体側で負担
docomo Ad Networkをご利用いただく際の広告配信費のみで配信いただくことが可能

※掲載導線イメージ



配信をご希望される場合、別途お申込みおよび専用の入稿(※) が必要となります。
詳細をご希望の場合、担当営業までお問合せください。

※メール面（メッセージS）入稿前にアンケート画面の入稿が必要となりますので、ご注意ください。

メール広告の入稿規定は、下記2種類の
クリエイティブフォーマットから選択可能となります。

●シングル画像フォーマット



画像1つのシンプルな
フォーマット

1つの商材に特化した
訴求が可能な
フォーマットです。

⇒ [こちら](#)を参照

●カスタムフォーマット



自由度の高い
フォーマット

複数の画像やテキスト
を組み合わせ
てカスタマイズした
表現が可能な
フォーマットです。

⇒ [こちら](#)を参照

※その他、全フォーマット共通事項の詳細は[入稿規定：メール広告（全フォーマット共通）](#) [\[全2ページ\]](#) をご参照ください。

デザイン詳細	入稿素材			本フォーマットにおける ご注意事項	
	入稿可能な素材	入稿可能 素材数	備考		
<div>※赤字は入稿必須項目となります。</div> <div><div>件名：xxxxxxxxxxxxxxxx</div><div>(A)件名</div><div></div><div>(B)画像</div><div>xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxx</div><div>(C)テキストリンク</div><div>xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx</div><div>(D)テキスト（長文）</div><div>xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxx</div><div>(E)テキストリンク</div><div></div><div>(F)画像リンクボタン</div><div>提供：xxxxxxxxxxxxxxxx</div><div>(G)主体者表記</div></div>	画像 【左図B】	1つ	-	<ul style="list-style-type: none">・設定できる位置は、原稿の最上部（(B)画像）のみとなります。・画像の入稿は必須となります。・遷移先URLの設定が必須となります。	
	テキスト	件名 【左図A】	1箇所	全角/半角英数/記号 20文字以内	-
		テキスト 表示位置	-	左寄せ/中央寄せ	<ul style="list-style-type: none">・原稿全体で、いずれか1つのみ選択が可能となります。※設定対象箇所：テキスト(長文)
		テキスト(長文) 【左図D】	0~1箇所	全角/半角英数/記号 180文字以内	-
		広告主体者表記 (情報提供者表記) 【左図G】	1箇所	全角/半角英数/記号 30文字以内	-
	テキストリンク 【左図C,E】		0~2箇所	全角/半角英数/記号 90文字以内	<ul style="list-style-type: none">・テキストリンクは文字が青色に表示され、下線が引かれます。・フォーマット、および「テキスト表示位置」の設定内容にかかわらず、テキストリンクは「中央寄せ」となります。・半角空白を連続して入力した際は、入力した通りに表示されない可能性があるので予めご了承ください。
	画像リンクボタン 【左図F】		0~1箇所	文言：27パターンから選択 色：12色から選択	<ul style="list-style-type: none">・設定できる位置は、原稿の最下部（(F)画像リンクボタン）のみとなります。・色とパターンの詳細はこちらをご参照ください。

※その他にもメール広告の全フォーマット共通の規定がございますので[入稿規定：メール広告（全フォーマット共通）](#) [\[全2ページ\]](#) も併せてご確認ください。
※テキスト長文/テキストリンクの「改行」は、一文字にカウントされます。

※原稿全体で、最大で4セクションまで
組み合わせ利用可能となります。

©2025 docomo All Rights reserved

入稿素材			ご注意事項
画像	クリエイティブ ピクセル数	制限なし	—
	ファイルサイズ	675KB以内（691,200バイト以内）	・1原稿に使用する全ての画像の合計容量が、675KB（691,200バイト）を超えないようにしてください。
	ファイル フォーマット	JPEG（拡張子：.jpg） GIF（拡張子：.gif）	・透過使用不可、左記のファイル形式以外は不可となります。
	アニメーション	可	・ループ回数は無限ループ可となります。
テキスト	件名	全角/半角英数/記号 20文字以内	・機種依存文字に関しては、表示に不具合が生じる可能性があるため、利用することができません。 ・使用可能な全角・半角記号については 全メニュー共通：使用可能文字・記号について をご確認ください。 ・文頭に全角スペースを使用することはできません。半角スペースについては、文頭/文中/文末全てで使用できません。
	テキスト 表示位置	左寄せ/中央寄せ	・指定をしなかった場合、デフォルトの設定は「左寄せ」となります。
	広告文	テキスト(長文)：全角/半角英数/記号 180文字以内 テキスト(短文)：全角/半角英数/記号 90文字以内	・機種依存文字に関しては、表示に不具合が生じる可能性があるため、利用することができません。 ・半角空白を連続して入力した際は、入力した通りに表示されない可能性がありますので予めご了承ください。 ・使用可能な全角・半角記号については 全メニュー共通：使用可能文字・記号について をご確認ください。 ※Android搭載端末のドコモメールアプリでは、電話番号やメールアドレス等へ自動的にリンクが設定される場合があります。 ※iOS搭載端末では、リンク設定をしていない状態でも、一部の文言が自動的にリンク設定されることがあります。その場合、自動的に青色に変換され、下線が引かれて表示されます。
	広告主体者表記 (情報提供者表記)	全角/半角英数/記号 30文字以内	・会社名、ブランド名、商品名、サービス名などの広告主体者（情報提供者）が特定できる表記をご記入ください。 ・広告主体者（情報提供者）をはじめとする掲載上重要な表記が判読できないと弊社が判断した場合は、修正をお願いする場合がございます。 ・機種依存文字に関しては、表示に不具合が生じる可能性があるため、利用することができません。 ・使用可能な全角・半角記号については 全メニュー共通：使用可能文字・記号について をご確認ください。
	遷移先URL	512バイト以下	・広告用のURLをご入稿ください。 ・https://~から始まるURLのみ入稿可能となります。 ・ディープリンクを設定している場合、ユーザーの環境やアプリのバージョンによっては正しく遷移できない場合がございます。 ・入力いただいた内容にエンコード処理を行うため、内容により入力可能バイト数が前後いたします。

入稿素材		ご注意事項
画像リンクボタン	文言：27パターンから選択 色：12色から選択	<ul style="list-style-type: none">・文言の27パターンは下記の通りとなります。 くわしくはこちら / 詳しくはこちら / 詳細はこちら / お申込みはこちら / 資料請求はこちら / 会員登録はこちら / ご注文はこちら / 今すぐチェック！ / 今すぐゲット！ / 今すぐダウンロード！ / 解答を見る / 今すぐクリック！ / 今すぐもらう / 正解はコチラ！ / 占ってみる！ / 答えはコチラ！ / 答えを見る / 答え合わせはコチラ / 答え合わせをする / ▼くわしくはこちら▼ / ▼結果を見る▼ / さっそく占う！ / スタンプをゲット！ / スタンプをもらう / ダウンロードする↓ / プレゼントはこちら / もっと見る・色の12色は下記の通りとなります。 緑 / 青 / 青緑 / 水色 / 赤 / 橙 / 黒 / 紅 / 黄 / 深緑 / 紺 / 紫
その他	リンク先	<ul style="list-style-type: none">・「リンク先URL」は1箇所につき1つのみ設定可能となります。・キャンペーンの終了日時を含む7日間は、リンク先および訴求キャンペーンを継続してください。・リンク先へ遷移する有効期間はメールの送信日から30日間となります。
	Google Play／App Storeへの直リンク	<ul style="list-style-type: none">・対応端末に制限がある場合は、リンク先にもその記載が必要です。（例:Android2.0以上）・アプリに非対応端末がある場合は、その対象端末が非対応である旨が伝わるページへ遷移してください。エラー表示や混乱を招くようなページの遷移は掲載できません。

※「一括入稿機能」を利用してクリエイティブ作成を行う場合、入稿用CSVファイル作成における仕様の詳細は別途資料をご参照ください。

広告主アイコンとは企業・ブランドのロゴやキャラクターをアイコンとして表示できる機能です。

表示イメージ

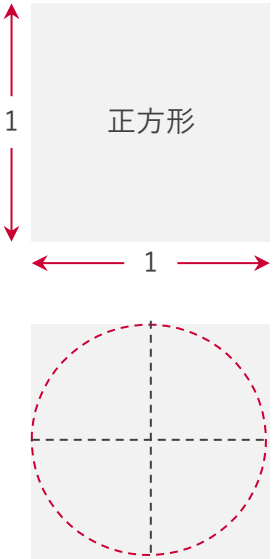
● 広告主アイコン未設定時



● 広告主アイコン設定時



※端末により画面内での表示が異なります。

	入稿素材		ご注意事項
アイコン画像	画像サイズ	縦横比1：1	-
	デザイン詳細		<ul style="list-style-type: none">・掲載時は入稿画像に対して、中心から正円形状にトリミングを行います。・掲載可能な画像は企業・ブランドのロゴやキャラクターのみとなります。・掲載に際し、審査NGの場合は、修正を依頼する場合がございます。
	ファイルサイズ	300KB以内	<ul style="list-style-type: none">・左記のバイト数を超えるものは掲載できません。
	ファイルフォーマット	JPEG（拡張子：.jpg） GIF（拡張子：gif）	<ul style="list-style-type: none">・透過使用不可、左記のファイル形式以外は不可となります。
	アニメーション	アニメーション不可	-

[illegible]

ターゲティング

ターゲティング	セグメント
ノントargeting	—
デモグラフィックターゲティング ※1	性別（男女）
	年齢（16～79歳、1歳刻み）
	居住地（都道府県）
アフィニティカテゴリ	興味や行動データなど（詳細は こちら「全3ページ」 ） デモグラフィックターゲティングとの掛け合わせ可。
リターゲティング	有効期間 ：1～90日間で設定可能 ※iOSユーザーの場合は最大30日間有効となるが、端末のOSバージョンに依存。 配信対象 ：URL指定（前方一致/部分一致） ※リターゲティングセグメント1つあたり、最大5つのURLまでOR条件にて設定可能。 タグ発行数：1広告アカウントにつき1発行
カスタムセグメント	アフィニティカテゴリとの組み合わせなど、案件に応じてオーダーメイドで作成するセグメント。詳しくはお問い合わせください。
自動最適化	選択したキャンペーンの目的に沿うように、 広告主サイトの往訪履歴や独自ロジックを元に広告に反応しやすいユーザーへ最適化して配信。

※1 パフォーマンス広告 Performance Networkの一般メディア面配信の場合、デモグラフィックターゲティング指定を頂いた場合でも、
拡張配信により指定したユーザー以外にも配信される場合がございます。
ノントargetingの場合はデモグラフィックターゲティング指定はできません。

※パフォーマンス広告では、キャンペーンで選択する「キャンペーン種別」「取引形式」「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の一般メディア面で配信を実施する際の推奨ターゲティング設定は、「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。

※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。

各メニューにあわせたターゲティング手法をご用意しています。

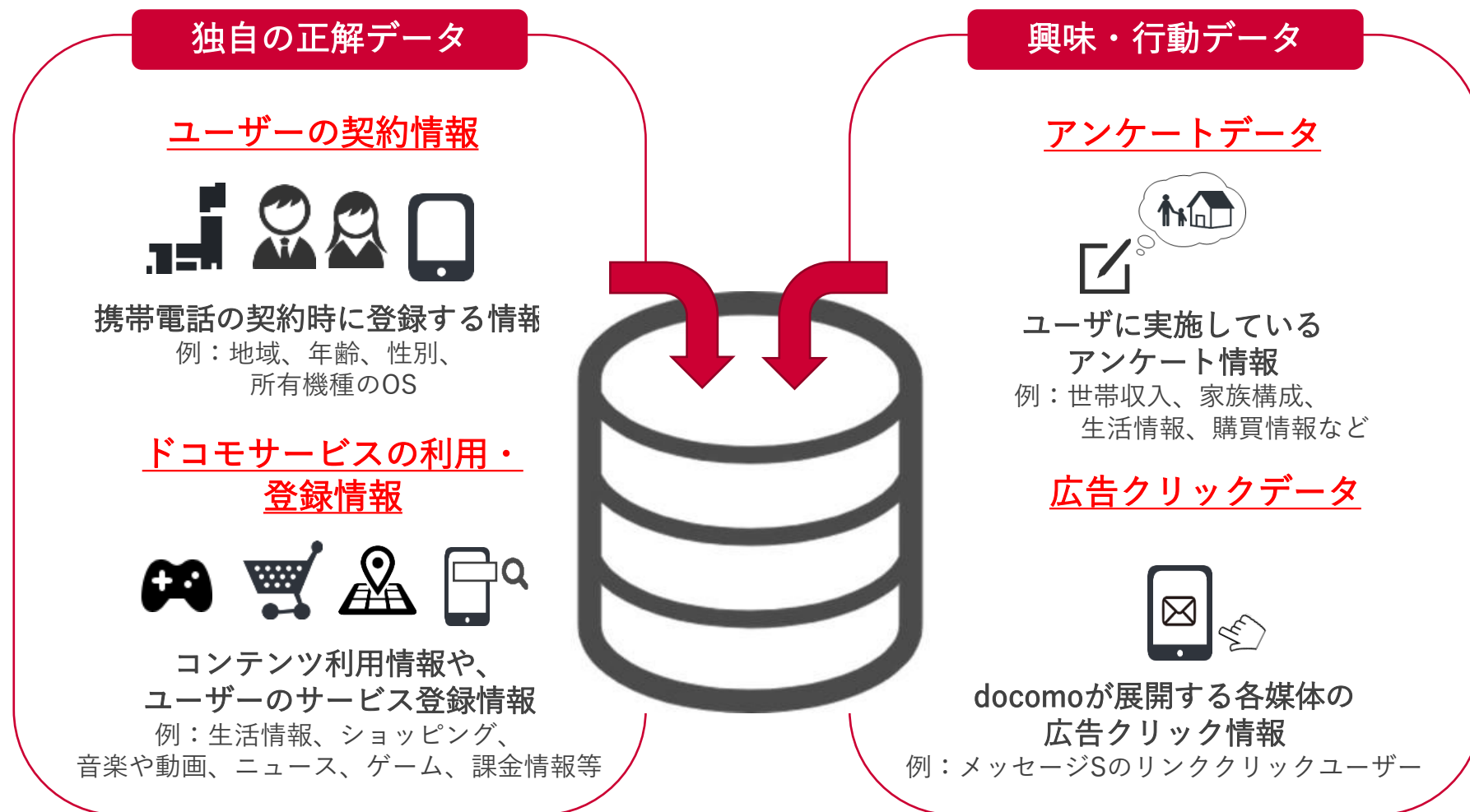
	ノン ターゲティング	デモグラフィック ターゲティング	アフィニティ カテゴリ	リターゲティング	カスタム セグメント	自動最適化
パフォーマンス広告 (Performance Network) ※1	○	△ ※2	○	○	○	○
パフォーマンス広告 (コネパス広告 オープンオークション)	×	△ ※2	○	○	○	○
パフォーマンス広告 (コネパス広告 プレースメント指定)	○	△ ※2	○	○	○	○
メール広告 (メッセージ S)	○	○	○	○ ※3	○	—

※1 パフォーマンス広告では、キャンペーンで選択する「キャンペーン種別」「取引形式」「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。

※2 各種ターゲティングとの掛け合わせが可能です。
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についてはデモグラフィックターゲティング指定を頂いた場合でも、拡張配信により指定したユーザー以外にも配信される場合がございます。
ノンターゲティングの場合はデモグラフィックターゲティングの指定はできません。

※3 メール広告のリターゲティングはCPC課金のみとなります。


ドコモ保有の独自データと、ユーザー行動や興味をセグメントとしてカテゴリ化。
興味関心の高いユーザー層に向けて配信可能です。



※カテゴリによっては類推拡張しているセグメントも含まれます

大カテゴリ	小カテゴリ
人材	人材
自動車・バイク	免許を保有している NEW!
	自動車で長距離移動している NEW!
	新車興味層 NEW!
	自動車
	バイク
	電気自動車 NEW!
	高級車 NEW!
	中古車 NEW!
	自動車・バイク売却
子供の年齢	3歳以下
	幼稚園/保育園
	小学生
	中学生
	高校生
ファッション	ファッション
	ブランド好き
ペット	ペット
	犬・猫好き
コンピュータ・電子機器	生活家電
	情報機器（スマホ/パソコン等）
	カメラ好き NEW!
旅行	国内旅行
	海外旅行
	家族旅行
	地方旅行（北海道・沖縄）
	豪華旅行
観光・行楽	観光地・施設
	ライブイベント
	アウトドアファン

大カテゴリ	小カテゴリ
スポーツ	野球 NEW!
	サッカー NEW!
	ランニング NEW!
	ゴルフ
	定期的な運動
	運動不足
	健康意識
ゲーム	ゲーム
ショッピング	エコ重視者層 NEW!
	口コミ重視層
	オンラインショッピング利用者層
	ドラッグストア/スーパー
ポイント	百貨店
	ライト（dポイントの利用状況）
	ミドル（dポイントの利用状況）
	ヘビー（dポイントの利用状況）
エンタメ	ポイント興味層（dポイント以外も含む）
	占い
	マンガ
	動画（アニメ/映画）
	男性アイドル好き
	女性アイドル好き
	テレビ好き（国内・海外ドラマ）
	テレビ好き（アニメ）
	映画好き（アニメ）

大カテゴリ	小カテゴリ
課金	ライト
	ミドル
	ヘビー
教育	受験
	自己研鑽（スキルアップ・資格）
金融	消費者ローン
	退職金/年金
	住宅ローン
	教育資金
	クレジットカード
	貯蓄/投資
	キャッシュレス決済利用者層
娯楽	ギャンブル
	懸賞 
職業	会社役員/管理職
	派遣/契約社員
	パート/アルバイト
	専業主婦/専業主夫
	ビジネスパーソン（会社員/公務員/団体職員）
	医者
	看護師
	薬剤師
	保育士
	エンジニア
ライフステージ	既婚
	未婚
	介護
	妊娠・出産
	結婚・恋愛
	アクティブシニア

大カテゴリ	小カテゴリ
美容	化粧品
	健康
	美容
	ヘアケア
	ボディケア
世帯年収	400万円未満
	400-700万円
	700-1,000万円
	1,000万円以上
個人年収	300万円未満
	300~500万円
	500~800万円
	800万円以上
保険	保険に加入している
不動産	不動産売却
	持ち家
	賃貸
	リフォーム
	土地活用
ビジネス	ビジネス
	ビジネスプロフェッショナル
	タクシー利用者層
	出張が多い
グルメ・飲食	外食
	デリバリー
	自炊

docomo Ad Networkの 掲載にあたって



※1 パフォーマンス広告の場合はキャンペーン種別別月額予算の登録も配信に必要なになります。

※2 一部メールでの対応の場合がございますので、詳しくはご担当代理店またはD2Cの担当窓口までご確認ください。

広告アカウント管理

- 原則として1広告アカウント内において1商材のみ管理が可能となります。
- 広告アカウント開設後、企業業態商材審査で承認されたものと異なる商材を原稿審査でのリンク先として入稿することはできません。
- 1つの商材に対して、同一の代理店で複数の広告アカウントを開設することはできません。

審査対象

- 下記を審査対象とします。
 - ・ 広告アカウント開設に伴う企業業態商材審査におけるURL
 - ・ 広告掲載前の原稿審査におけるクリエイティブ（バナー、URLなど）、広告主アイコン画像
- リンク先には下記項目を明示していただくようお願いします。
 - ・ 商材の所有者情報、問い合わせ先
 - ・ プライバシーポリシー（ユーザーの個人情報を取得する場合）
- 企業業態商材審査に加えて掲載面ごとの掲載基準による審査回答となります。

1. 宗教、思想（布教活動に関わる内容）
2. 成人向けコンテンツ
3. ユーザーの性的興奮を助長する商材の販売、デジタルコンテンツの配信 ※1
4. たばこ、喫煙を促進する広告、科学的に実証されていない禁煙グッズ、サービス等
5. 出会い系サイト/マッチングアプリ（弊社が個別に掲載可と判断する一部のサービスを除く）
6. あんまマッサージ・指圧・針・灸・接骨院等の医業類似行為、またそれらの行為を行う特定機関への誘引を促す内容のサイト
7. 治験の斡旋、募集
8. 国内未承認の医薬品・医薬部外品・医療機器の通信販売 ※1
9. 保証人代行サービス
10. 海外不動産取引
11. 探偵事務所、興信所、各種工作行為
12. サイト内に海外くじ等の政府から認可されていないコンテンツが含まれるギャンブルサイト
13. 商品先物取引等、投機性が高い金融商品 ※1
14. 海外留学、ワーキングホリデーの斡旋
15. 連鎖販売取引
16. 情報商材
17. 広告表示を唯一の目的とするサイト
18. 独自性のあるコンテンツを有さないサイト
19. 動物駆除、動物実験に関連した商品、サービス ※1
20. 動物のネット上における生体販売
21. プライバシーを侵害するような商品、サービス
22. 関連諸法規等に違反している商品、サービス
23. ユーザートラブルが懸念される商品、サービス
24. 個人が運営する商品、サービス
25. NTTドコモのビジネス上競合にあたりと判断される企業、サイト
26. その他、弊社が掲載不可と判断したもの

※1…業種やサービスを取り扱っているサイトに関しては、サイト内に掲載可能なコンテンツが存在する場合、広告アカウント開設が可能となる場合があります。
ただし、上記の内容に関する広告訴求はできませんので予めご了承ください。

※…上記は各配信面の掲載基準の全てを明記したものではありません。掲載実績の有無や当掲載ガイドラインの準拠如何に関わらず弊社が不適切と判断した場合には掲載をお断りすることがございます。また、掲載ガイドラインに準拠していない場合であっても、弊社判断により掲載を認める場合がございます。

下記表現を含む広告表現は掲載をお断りします

- 過度な性的表現や公序良俗、社会規範に反する表現
- 名誉棄損、誹謗中傷する表現
- 景品表示法、医薬品医療機器法（旧薬事法）、特定商取引法など関連諸法規に違反する表現
- 著作権や肖像権など他者の知的財産権を侵害する表現
- 他者のプライバシーを侵害する表現
- クリエイティブの訴求内容とリンク先のサービス内容が異なる広告表現
- クリエイティブ内に業種や広告主名もしくはサービスが明記されていない
- クリエイティブ内に連絡先を表記（サイトURL、電話番号、住所、QRコードなど）
- インフィード広告テキスト箇所における記号を用いた絵文字の使用
- インフィード広告テキスト箇所における記号の連続使用（新作登場♪♪、今だけ無料！！！など）
- その他、当社が不適切と判断した広告表現

■ 予算について

● アカウント月額予算

広告主アカウントの1カ月(1日～末日)当たりの予算です。当月中に予算変更がない場合、翌月も同額予算が適用されます。またメニュー別予算の合計額はアカウント月額予算を超過する設定はできません。

● メニュー別予算

1ヶ月(1日～末日)当たりのメニュー別予算です。メニュー別月予算を超過した広告掲載料は、請求の対象外といたします。

● キャンペーン種別別予算 (※パフォーマンス広告のみ)

1ヶ月(1日～末日)当たりのキャンペーン種別別予算です。

請求金額はメニューで設定された値を上限値とし、キャンペーン種別で設定された月額予算は、配信時の上限値としてのみ使用します。

● 日予算

1日(0:00～23:59)当たりの予算です。日予算は設定金額を超過する場合があります。

■ お支払について

● 広告掲載料は、ご利用金額に応じて、広告掲載月の翌月に月単位でお支払いただきます。

● 請求金額は、請求書をもって確定となります。管理画面上の「消化金額」は速報値であり、確定値ではありませんのでご注意ください。

● 月を跨いで広告掲載を継続される場合も、月末締め、月単位でのお支払となります。

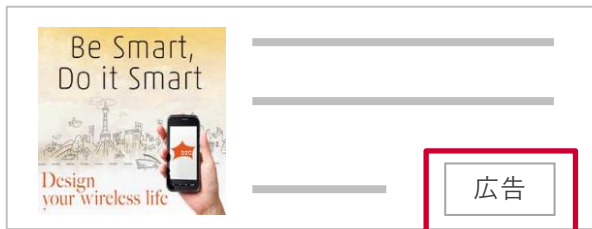
■ ご注意事項

- メール広告：管理画面で設定・更新した内容は、2日後に反映となりますのでご注意ください。
- パフォーマンス広告：管理画面でキャンペーン/広告グループ/広告のいずれかを一時停止してから広告配信停止まで、数分ほどかかる場合があります。
- キャンペーン終了日に該当するもしくは、キャンペーン/広告グループ/広告いずれかの一時停止により広告掲載が停止した当日中は、広告掲載料が発生いたします。
※メール広告の場合は、キャンペーン掲載期間内かつキャンペーンステータス有効の場合、配信翌日以降に発生したクリックも請求対象内となります。
ただし、キャンペーン掲載期間外またはキャンペーンステータス一時停止/アーカイブ中に発生した消化金額は請求対象外となります。
また、アカウント単位で月間impが0impの場合と月額予算を超えて発生した消化金額は請求対象外となります。
- 異議申し立てがある場合は、所定の営業日までに所定の宛先にご連絡ください。
ご連絡のない場合は、送付した金額で確定とさせていただきます。

ユーザへのオプトアウト導線を明確化させるため、docomo Ad Networkはインフォメーションアイコン（iマーク）の表示を必須としています。

表示イメージ

インフィード広告



ディスプレイ広告（表示サイズ：縦15px 横17px）



「広告(PRなど）」をタップすると広告説明ページ（各オプトアウトへのリンク先記載）に遷移



※一部、インフォメーションアイコンの表示されないメディアもございます。

※メッセージSにおいては、インフォメーションアイコンの代わりに「メッセージS受信設定」ページへの遷移を表示します。

docomo Ad Network 利用規約

利用者は、株式会社D2C(以下「D2C」という)が運営する「D2C広告プラットフォーム」を利用し、広告掲載、広告効果計測、ウェブサイト分析等の各種サービスを利用するに際し、以下の通りD2C広告プラットフォーム利用規約(以下「本規約」という)に同意し、各条項を遵守するものとする。

第1章 (基本となる条項)

第1条(本規約の目的)

本規約は、利用者(第3条第3項参照)が本システム(第3条第2項参照)を利用し、D2Cが取り扱う広告表示スペースへの広告掲載、広告効果計測、ウェブサイト分析等の各種サービスを利用する際の基本的合意事項と諸条件とを明らかにし、D2Cと利用者との間の業務が円滑に執り行えるようにすることを目的とする。

第2条(本規約の運用)

1. 本規約は、利用者が本サービスを利用するに際し、利用者とD2Cとの間の一切の關係に適用されるものとする。
2. 利用者は、本サービスの利用に際し、本規約に同意することが必要であり、本サービスの利用を開始した場合、本規約に同意しているものとみなす。
3. 本規約の各条の見出しは便宜上のものであり、本規約の解釈に影響を及ぼさないものとする。
4. 本規約と本サービスの利用に関連して個別に締結する契約の内容が異なる場合は、個別の契約の規定が本規約に優先して適用されるものとする。
5. 利用者が本サービスの一部の機能を利用する場合、該当内容において、本契約が適用されるものとする。
6. D2Cは、本規約を随時変更することができるものとする。変更後の本規約は、利用者の管理画面への掲載、もしくは電子メールによる送信、その他D2Cが適当と認める方法により利用者に通知し、通知後は、変更後の本規約により本サービスの利用を提供するものとする。なお、本規約の変更後、利用者が本サービスを利用した場合、利用者は変更後の本規約の内容について承諾したものとみなす。

第3条(定義)

本サービスにおいて使用される用語の意味は、以下の通りとする。

1. 「本サービス」とは、D2Cが運営・提供する広告取引管理、広告配信サービスおよび広告効果計測、ウェブサイト分析その他の付加サービス等を含む、「D2C広告プラットフォーム」が提供するサービスのことをいう。本サービスの一部は、株式会社NTTドコモ（以下「ドコモ」という）からの業務委託によりD2Cが運営・提供する。
2. 「本システム」とは、D2Cが本サービスの利用者に対して提供する、広告掲載の条件設定、管理、確認を行う目的にのみD2Cが用意する、広告掲載、管理用インターフェース、プログラム(効果測定用タグ、ウェブビーコンなどを含むが、これに限らない)のことをいう。
3. 「利用者」とは、本規約に同意し、本サービスを利用する者をいう。
4. 「運用型広告」とは、アドエクスチェンジ、Demand Side Platform、Supply Side Platform等により提供されるインターネット広告、アドネットワーク型広告、検索連動型広告等を含む、膨大なデータを処理するアドテクノロジーを活用したプラットフォームにより、掲載先や入札単価などを変動させながら、広告の最適化を自動的に若しくは即時的に支援するような手法を用い、配信媒体社や広告配信事業者等(以下両者を併せて「配信媒体社等」という)からの請求額に基づき広告料金を確定させる広告をいう。なお、枠売り広告のほか、タイアップ広告、アフィリエイト広告等は、運用型広告に含まない。
5. 「広告料金」とは、本サービスにおいてD2Cが利用者に対して行った広告掲載の対価をいう。
6. 「予算」とは、運用型広告の掲載に関して、事前に個別契約で定める広告掲載料金等の上限をいい、実際の広告掲載料金等に到達することを保証するものではない。
7. 「広告掲載箇所」とは、D2C自らまたは第三者によって運営される、ウェブサイト、アプリケーションおよびこれらに類似したサービス上に設けられた広告表示のスペースをいう。
8. 「ユーザー」とは、携帯電話などの端末機器を使用し、インターネット、その他の通信手段を通じて広告掲載箇所が設けられたウェブサイト、アプリケーション等のサービスを利用する者をいう。
9. 「クリック数」とは、ユーザーが広告をクリックした回数をいい、D2Cが指定するサーバによって算出されるものとする。

10. 「クリック単価」とは、1クリックあたりの単価をいう。
11. 「IMP数」とは、ユーザーに広告が表示された回数をいい、D2Cが指定するサーバによって算出されるものとする。
12. 「CPM数」とは、1000回あたりの広告表示回数をいう。
13. 「CPM単価」とは、1000回あたりの広告表示回数単価をいう。
14. 「入札」とは、D2Cの定める各広告主の広告の掲載位置およびクリックが発生した際の課金額を決定することをいう。
15. 「ID」とは、本件システムの利用に必要なIDおよびパスワード等であり、D2C及びD2Cが指定する利用者が個人に発行する。
16. 「アカウントグループ」とは、利用者からの依頼を受けD2Cが開設するカテゴリーであり、利用者の取引先の広告主(商材)を一括管理し、広告配信設定、レポート・請求の閲覧等を行うことができる。
17. 「広告主アカウント」とは、利用者からの依頼を受けD2Cが開設するアカウントであり、アカウントグループ内で管理される広告主(商材)ごとに設置され広告掲載の管理等を行うために必要となる。

第4条(利用登録等)

1. 利用者は、本システムの利用に先立って本システムの利用登録を行うものとする。利用登録については、D2C指定の手順に則り、登録するものとする。D2Cは利用登録の申請を受け、利用者にIDを付与しアカウントグループを設置する。
2. 利用者は、登録事項に変更があった場合、D2Cが指定する手順に従い、速やかに変更手続を行うものとする。
3. 利用者は、D2Cから、登録事項の確認、証明のための資料の提出を求められた場合にはD2Cが定める期間内にこれに応じるものとする。

第5条(IDの付与)

1. D2CからIDの付与権限を得た利用者は、自己の従業員及び取引先へIDを付与できるものとする。この際、利用者は取引先に本規約を遵守させることを保証し、D2Cが何等かの損害を被った場合、当該利用者はD2Cに対して、当該取引先と連帯して損害賠償責任を負うものとする。
2. IDを付与した利用者は、付与したIDの付与先、利用範囲等(以下ID付与状況という)を自己の責で把握し、D2Cからの要請があった場合には、ID付与状況を報告しなければならない。

第6条(本サービスの利用条件)

1. 利用者は、自己の判断と責任において本サービスを利用することを確認する。
2. 利用者は、本サービスでの広告掲載、広告効果計測、ウェブサイト分析等に関わる個別の広告(以下「本件広告」という)および本件広告からのリンク先、効果計測用タグを設置したウェブサイト（以下「タグ設置サイト」という）に関し、一切の責任を負担するものとし、次に定める事項を保証するものとする。
 - (1)本件広告の内容(見出し、説明文およびデザイン含み、以下同様とする)およびリンク先内容が第三者(第7条に定める「提携先」を含み、以下同様とする)の著作権、商標権、産業財産権、パブリシティ権、プライバシー権、その他一切の権利を侵害していないこと、および第三者の権利のすべてにつき権利処理が完了していること
 - (2)本件広告の内容およびリンク先内容が薬機法およびその関連法規、不当景品類および不当表示防止法、その他一切の関連法令に抵触していないこと
 - (3)本件広告の内容やリンク先内容が利用者によって適切に管理されており、D2Cが広告掲載を行うにあたり支障が生じないこと
 - (4)本件広告の内容およびリンク先、タグ設置サイトの内容が正確かつ最新の記載であり、かつユーザーに混乱を生じさせたり、コンピュータウイルスや虚偽の内容を含んだり、相互に無関係な内容となっていたりしないこと
 - (5)本件広告の見出し、説明文およびデザイン等が、当該広告またはリンク先の内容、目的、テーマと明確かつ直接的な関連性があること
 - (6)本件広告のリンク先がデッドリンクになっていないこと
 - (7)本件広告、リンク先、タグ設置サイトの内容が公序良俗に反し、またはD2Cや第三者を誹謗中傷する内容、名誉を毀損する内容を含まないこと

- (8)前各号のほか、本件広告の内容、形式またはリンク先内容がD2Cの定める「D2C広告プラットフォーム利用規約」、広告審査基準またはこれらに付帯する規則、ガイドライン、運用方針等(総称して以下「掲載ガイドライン等」という)に抵触していないこと
3. 利用者は、広告掲載箇所の一部または全部のスペースに第三者が運営する広告商品が掲載される可能性があることを了承するものとする。
4. 第三者からD2Cに対し、本件広告またはリンク先内容に起因して損害を被ったという請求がなされた場合は、利用者は、自社の責任および負担において解決するものとする。ただし、当該損害がD2Cの責に帰すべき事由に起因する場合はこの限りではない
5. 利用者は、本サービスからの遷移先たる広告主のサイトにおいて、一般利用者の個人情報(「個人情報」とは、広告表示スペースに掲載された広告を通じて利用者が直接・間接を問わず取得した、第三者(個人および法人)の名称・住所・電話番号・電子メールアドレス、性別・年齢・生年月日・職業・クレジットカード番号・各種会員番号・各種パスワードをはじめとする、第三者の属性に関する一切の情報をいう)を収集する場合、これに対する不正アクセス、盗聴、データの改ざん等を防止するために必要な技術的措置(SSL通信・サーバの要塞化等)を講じるものとする。
6. 利用者は、本サービスに関連してユーザーまたはその他関連する第三者からの何らかの問い合わせまたは苦情等があった場合は、掲載終了後であっても、その対応を行うものとする。なお、利用者は当該対応についてD2Cに対し、何ら損害を与えないことを保証し、万が一、D2Cが損害を被った場合には、当該損害について賠償するものとする。

第7条(掲載停止)

D2Cは、本件広告の掲載が開始された後においても、利用者が本規約第6条第2項各号に規定する保証義務、その他本規約に違反し、または広告内容やリンク先内容が不適切であるとD2CもしくはD2Cに広告の掲載場所を提供する提携先(以下「提携先」という)が判断した場合、利用者に対して債務不履行責任、損害賠償責任等の一切の法的責任を負うことなく当該本件広告の掲載を直ちに停止、中断、終了させることができるものとする。なお、この場合、利用者は、既に発生した広告料金の支払を免れるものではない。

第8条(サービスの停止)

本サービスの提供にあたって、D2Cが中断または中止もしくはサービス内容を変更する必要があると判断した場合、D2Cは利用者への通知を要することなく本サービス提供を中断または中止もしくは変更することができるものとし、D2Cがかかる事由に対し何等責任を負わないことを承諾する。

第9条(D2Cの責任の制限)

1. D2Cは、次に定める事項について、何ら保証するものではなく、一切の責任を負わないものとする。
- (1)本件広告やリンク先に関して、提携先、D2Cのウェブサイト、アプリケーションのユーザー、リンク先のユーザーまたはD2Cの代理店などを含む一切の第三者が行う一切の行為(その方法や意図、その他事由の如何を問わず本件広告やリンク先への不正なクリック、閲覧、アクセスなどを含む)
- (2)本件広告およびリンク先に関する内容の正確性や違法性、およびを表示する端末機器やブラウザへの対応などの技術的側面の正確性(D2Cの指示によるか否かを問わず、各種プログラムの導入、効果測定タグの貼付など、変更、加工、調整された場合を含む)
- (3)D2Cから利用者への一切の提供物、貸与物(D2Cから利用者へ提供された指示、アドバイス、提案、予測、その他の一切の情報を含む)およびこれらを利用した結果
- (4)本件広告が掲載されるD2Cおよび提携先のウェブサイトまたはアプリケーションに関し、その内容の正確性や違法性(本件広告との関連性などを含む)、掲載場所、品質、その他一切の事項(D2Cまたは提携先のウェブサイトやアプリケーションによっては、利用者が入稿した本件広告の内容の一部が表示されない場合がある)
- (5)本件広告がD2Cまたは提携先のウェブサイトやアプリケーションに掲載されること、および特定のウェブサイトやアプリケーション、特定の掲載場所、特定の順位にて掲載されること(D2Cまたは提携先による広告配信テストによって、本件広告の掲載に影響を与えた場合を含む)
- (6)本件広告に関してD2Cから提供されるIMP数・クリック数・クリック単価などの全ての数値、本件広告の効果、広告のマッチング機能(行動ターゲティングや地域ターゲティングなどを含む)の精度および予算管理機能の精度

2. D2Cは本件広告の掲載にあたって連続した期間で広告が掲載されることを保証するものではないものとする。
3. 理由の如何を問わずD2Cが利用者に対し債務不履行責任、損害賠償責任を負った場合には、当該賠償の範囲は、直接的かつ通常の損害に限定されるものとし、逸失利益や営業機会の損失などを含む、特別の事情による損害については、D2Cは、事前にその損害が発生するおそれがある旨通知されていたか否かにかかわらず、その責を負わないものとする。なお、D2Cによる賠償額の総額は、その請求時より過去6ヶ月間に、該当する本件広告に基づき利用者がD2Cに対して実際に支払った広告料金を上限とする。
4. 本件広告の広告料金の予算管理機能については、実際に発生する広告料金が予算金額を超過する場合があります、当該超過金額についても支払義務を有すること、およびD2Cが予算管理に対し何ら責任を負わないことを、利用者は予め承諾するものとする。なお、ユーザーによる閲覧数およびクリック数は予測が困難であり、管理画面に表示される予算消化予定日と実際の予算消化日には差異が生じる可能性があること、およびCPM単価、クリック単価を高額に設定しているような場合、本件広告の掲載の一時的な増加によって、設定された予算金額を超過する可能性が高くなることを、利用者は予め承知するものとする。
5. 利用者は、D2Cが本件広告の掲載の決定方法として、D2C独自のアルゴリズムによって掲載を決定する方式を採用しており、入札金額のみによって掲載が決定されるとは限らないことを予め承諾し、D2Cに掲載や決定方法等について何ら異議を申し立てず、また何ら責任を問えないものとする。なお、D2Cは、当該掲載決定方式の内容について一切開示せず、利用者からの問い合わせに対して回答する義務を負わないものとする。
6. 利用者は、本件広告の掲載条件の設定(掲載の開始および停止の設定を含む)、変更、追加について、D2Cの広告掲載システムに直ちに反映されるものではないこと、および当該反映までは従前の掲載条件がなお有効であることを予め承するものとする。
7. D2Cは、利用者への事前の通知または承諾を要することなく、広告掲載箇所について追加または削除するなどの変更、および既に広告掲載のある広告掲載箇所においても掲出位置、意匠または掲出方法等の変更を行うことができる。D2Cは、これら変更によって生じたクリックについても利用者の承諾を得ることなく課金および請求する権利を有するものとする。
8. 前項の各事由が生じた場合といえども、適切に配信された広告掲載については、D2Cにその費用を請求する権利がそのまま留保されるものとする。

第10条(数値・時刻の根拠)

本サービスにおいて、本システムが算出したCPM数、クリック数、IMP数などの数値と時刻(以下「数値等」という。)が利用者または第三者が指定するサーバが算出した数値等と相違が生じた場合には、本システムが算出した数値等が正当であるものとし、利用者はそれを予め承諾するものとする。

第11条(データの収集)

1. D2Cが本サービスの提供により収集した全てのデータ、情報(本件広告の配信情報、配信ログ情報、クッキー情報、計測タグにより取得した情報等を含み、以下「本件データ」という)に関する一切の権利は、D2Cおよび本サービスの事業主体であるドコモに帰属するものとし、D2Cおよびドコモは、各々の裁量により、利用者および第三者に対して、本件データの集計結果を提供できるものとする。
2. 利用者は、本件データの集計結果を自己の広告効果を分析する目的の範囲で使用するものとする。なお、利用者は、当該集計結果をD2Cおよびドコモの秘密情報として適切に取り扱うものとする。
3. 利用者は、ユーザーの利用状況を測定するために、自らのリンク先などに、D2CまたはD2Cが指定する第三者より提供されたウェブビーコンなどのコードを埋め込む場合、利用者の費用と責任において、当該リンク先を訪れるユーザーに対し、以下の事項を表明するものとする(利用者のプライバシーポリシーへの記載を含む)。
- (1)利用者のリンク先にD2CまたはD2Cが指定する第三者のウェブビーコンが設置されること
- (2)D2Cは利用者個人情報を提供しないこと(統計資料にて提供されること)

第12条(本システムの利用)

1. 利用者は、本システムを、第3条第2項に記載した目的の範囲を超えて利用してはならない。
2. 本システムの利用にあたって必要な機器、通信手段等は利用者の責任において用意する。利用者はそれらが本システムの各種機器・機能を妨害、破壊、制限する恐れがないよう適切に管理することとする。
3. 本システムの利用に必要なIDの管理は、利用者が善良な管理者として自己の責任において適切に管理及び利用するものとし、万が一、IDを紛失、漏洩した場合には直ちにD2Cに報告するものとする。IDを紛失、漏洩したことにより生じた損害については、全て利用者の負担とする。
4. 本システムの利用は、利用者自らの責任において行うものとする。利用によって生じた一切の損害および逸失利益について、D2Cは一切の賠償責任を負わない。
5. 利用者は本システムの利用にあたり、本システムの各種機器・機能を妨害、破壊、制限するような行為を行ってはならない。
6. D2Cは、利用者のIDが、登録されたものと一致することを、所定の方法により確認した場合、当該利用者を真正な利用者とみなし、それが盗用、不正使用その他の事情が生じた場合であっても、一切の責任を負わないものとする。
7. D2Cは、広告主アカウントについて、広告配信設定が更新され、かつ売上計上された最後の日から起算して1年の経過を以て休眠アカウントとみなし、事前の通知なくこれを削除できるものとする。なお、削除後のデータの回復および利用者に生じた損害について、D2Cは一切の責任を負わないものとする。

第13条(利用者の権限・責任)

1. 利用者は、本システムの利用に際し、次の各号に定める権限を有するものとする。なお、当該権限の範囲は、自己の契約する取引先(広告会社または広告主)に関するものに限るものとする。
 - (1)広告配信設定
 - (2)レポートおよび請求の閲覧
2. 利用者は、原則、自己の契約する取引先(広告会社または広告主)に対し、アカウントグループ及び広告主アカウントを使用させることができないものとする。ただし、D2Cが認めた場合にはこの限りでない。また、D2Cが認めた場合であっても、利用者は自己の責任で、取引先に使用させるものとする。この際、利用者は取引先に本規約を遵守させることを保証し、D2Cが何等かの損害を被った場合、当該利用者はD2Cに対して、当該取引先と連帯して損害賠償責任を負うものとする。

第14条(通知・連絡方法)

D2Cからの利用者に対する本サービスに関する通知・連絡その他の通知は、原則として管理画面を通してなされるものとする。ただし、契約会社は、必要に応じてD2Cから契約会社に対し、契約会社が登録した電子メールアドレス宛または住所、電話番号になされることを了承するものとする。

第15条(利用者の不承諾等)

- D2Cは、次の各号のいずれか一の事由が認められると判断した場合、事前の通知なしに、利用者に対し本システムの全部または一部の利用停止、IDの取り消し、その他D2Cが必要と判断する措置を講じることができるものとし、利用者はこれに対して一切異議を申し立てないものとする。なお、利用者はこれにより損害または不利益を被ったとしても、D2Cに対して賠償請求その他一切の請求を行わないものとする。
- (1)本規約に違反した場合契約
 - (2)利用者への連絡が困難である場合、またはD2Cからの照会、資料提出等の要請に対して速やかに対処しないとき
 - (3)その他、本システムを利用することをD2Cが不適切と判断したとき

第16条(本システムの中断・停止)

1. D2Cは、次の各号のいずれか一に該当する場合、事前に利用者に通知することなく、本システムの提供を中断・停止できるものとする。
 - (1)システムの保守・点検を実施する場合

(2)本サービス用設備等に障害が発生した場合

(3)第三者の故意、過失による不具合に対策を講じる必要がある場合

(4)伝送路設備・伝送交換設備・付帯設備を設置し、利用者の用に供する電気通信事業者が、電気通信役務の提供を停止することにより、D2Cが本サービスの提供を行うことが困難になった場合

(5)停電、通信回線の事故、天災、火災、騒乱等の不可抗力により、本サービスを提供できない場合

2. 前項に基づく本システムの中断・停止により、看過し得ない支障が生じたとD2Cが判断した場合、本システムを復旧する対策を講じることができるものとする。

3. D2Cは、前二項の措置に関連して、利用者に損害または不利益が生じたとしても、一切責任を負わないものとする。

第17条(本システムの変更)

D2Cは、本システムの内容、仕様について、利用者に対する事前の通知なく、本システムを変更することができるものとする。

第18条(守秘義務)

利用者は、本サービスの利用、本件広告の掲載あるいは広告取引に関して知り得たD2Cの秘密情報を第三者に提供、開示、漏洩し、また広告取引以外の目的に保存、使用してはならないものとする。ただし、利用者は、自社で取り扱った広告の掲載実績に関するデータに関して、効果を報告する目的に限り、広告の掲載実績に関するデータを広告主に開示することができるものとする。

第19条(個人情報の取り扱い)

D2Cは、本サービスから知り得た個人情報を、D2Cの定めるプライバシーポリシー(<http://www.D2C.co.jp/policy/>)に基づき、適正に管理し使用する。

第20条(禁止事項等)

1. 利用者は、本サービスの利用にあたり、以下の各号の何れかに該当する行為を行ってはならないものとする。利用者がこれらの行為を行ったとD2Cが判断した場合、D2Cは、当該利用者に対する事前の通知なしに、当該利用者による本サービスの全部または一部の利用停止、IDまたはアカウント取り消し、その他D2Cが必要と判断する措置を講じることができるものとする。
 - (1)本規約等に違反する行為
 - (2)真に入札する意思がないにも関わらず、入札を行う行為
 - (3)他の利用者、第三者またはD2Cの財産、名譽、信用、プライバシーもしくは著作権、パブリシティ権、商標権その他の権利を侵害する行為、侵害を助長する行為またはそれらのおそれのある行為
 - (4)本サービスおよび本システムの利用に関連して知り得たD2Cまたは他の利用者の秘密に属すべき情報を開示、公開する行為
 - (5)本システムを利用して他の利用者または第三者を他のWebサイトに誘導する行為
 - (6)ツール等を使用して、本システムに対して高負荷を与える行為またはそれに準ずる行為
 - (7)前各号の他、D2Cが不適切と判断した行為
2. 前項の措置を講じたことにより、利用者に損害または不利益が生じたとしても、D2Cは責任を負わないものとする。

第21条(反社会的勢力の排除)

1. 利用者は、現在及び将来にわたり自己が暴力団、暴力団員、暴力団員でなくなった ときから5年を経過しない者、暴力団準構成員、暴力団関係企業、総会屋等、社会運動標ぼうゴロ又は特殊知能暴力団、その他これらに準ずる者(以下「暴力団等」という)ではないこと、暴力団等の支配・影響を受けていないこと、暴力団等を利用しないこと、暴力団等を名乗るなどして相手方の名誉・信用を毀損し若しくは業務の妨害を行い、又は不当要求行為をなさないこと、及び自己の主要な出資者又は役職員が暴力団等の構成員ではないこと、並びに暴力団等の排除に関して各都道府県が制定する条例を遵守することを表明し、保証する。
2. D2Cは、利用者が前項に定める表明保証義務に違反した場合、何ら催告することなしに直ちに本契約を解除し、あわせてこれにより被った損害の賠償を請求することができるものとする。
3. 利用者は、前項の規定により本契約を解除されたことを理由として、D2Cに対し損害賠償請求することができない。

第22条(権利義務の譲渡禁止)

利用者は、別途D2Cが書面により許諾する場合を除き、本規約に基づく権利またはD2Cに対して負う義務の全部または一部を第三者に譲渡し、承継させ、または担保に供してはならない。

第23条 (広告の品質確保)

1. D2Cは健全性への取り組み（アドフraud）として、一般社団法人日本インタラクティブ広告協会（以下「JIAA」という）が定める「広告トラフィックの品質確保に関するガイドライン」に従い、以下に該当する無効なトラフィックをアドフraudとして定義し、配信先の検証や監視を通じてこのようなトラフィックを可能な限り排除する努力をする。

【無効なトラフィック】とは、

- ① 広告配信の品質の観点で広告の成果の測定値に含めるべきではないトラフィック。
- ② 検索エンジンのクローラーのようなプログラムによる悪意のないトラフィックと、作為的にインプレッションやクリックを発生させる悪意のある不正なトラフィックがある。

2. D2Cは安全性への取り組み（ブランドセーフティ）として、JIAA「広告掲載不適切コンテンツカテゴリ」に従い、以下に該当する掲載先を不適切であると判断し、本サービスの利用者のブランドを保護する。また、広告の掲載先を適宜精査し不適切であると判断された場合は、該当する掲載先を排除する。なお、不適切な掲載先に広告が表示されたと利用者が判断した場合、利用者からの通知を受け次第、該当する掲載先への配信を差し止める措置を取る手段を用意する。

- ① 犯罪を肯定したり、美化するなどして犯罪を助長しているもの
- ② 売春や児童ポルノなどの猥褻行為や違法な性表現に関するもの
- ③ 生命の死や暴力表現などの醜悪、残虐な表現で不快感を与えるもの
- ④ 詐欺行為や悪徳商法などの消費者等を騙すもの
- ⑤ ヘイトスピーチなどの差別や人権侵害をしているもの
- ⑥ 偽ブランド品の販売や海賊版サイトなどの商標権や著作権を侵害するもの
- ⑦ 危険ドラッグなどの違法薬物の販売やそれらを肯定するもの
- ⑧ その他違法、不当な内容または社会通念上好ましくない内容が含まれているもの

第24条(法令の遵守)

利用者は、法令を遵守するものとする。利用者は、本件広告の掲載にあたり、公序良俗、その他法令、官公庁の公表するガイドライン、業界団体の自主規制、慣習(以下「法令等」という)を遵守するものとし、法令等違反が原因でD2Cに損害が生じた場合、これを賠償すると共に、D2Cに警察等から要請があった場合、捜査に協力するものとする。

第25条(準拠法および合意管轄裁判所)

本規約の成立、効力、履行および解釈については日本法を準拠法とし、本規約に関する訴訟については、東京地方裁判所をもって第一審の専属的な合意管轄裁判所とする。

2021年 10月 1日	制定
2022年 3月 1日	改定
2022年 12月21日	改定
2024年 6月 3日	改定
2024年 11月 6日	改定

配信先メディア情報

dメニューについて

「dメニュー^(※1)」は圧倒的なリーチ力を誇るスマートフォンメディアです。



※端末により画面内での表示が異なります。
※Android向けの画面イメージとなります。

特長 1 圧倒的なリーチ力

dメニューは月間総PV数約33.2億PV^(※2)/月間5,055万MAU^(※3)とスマートフォンユーザーへの圧倒的なリーチ力を誇ります。

※2…2025年8月の総PV数 ※3…2025年8月時点の月間MAU
◆データ提供元「NTTドコモ」

特長 2 NTTドコモが運営するメディアとしての安心・信頼感

NTTドコモが運営する総合ポータルメディアだから、広告に安心・信頼感をプラスできます。ユーザー調査^(※4)でも、「運営会社(NTTドコモ)が信頼できる」との評価を受けており、ブランドセーフティの観点からも広告主様に安心してご出稿して頂けるメディアです。

※4…D2C「ドコモユーザープロフィール調査」(2025年1-2月実施/調査機関:マクロミル)

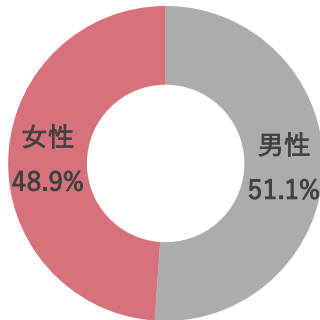
特長 3 精度の高いターゲティング機能

NTTドコモのキャリア契約者情報に基づいた精度の高いターゲティングが可能です。

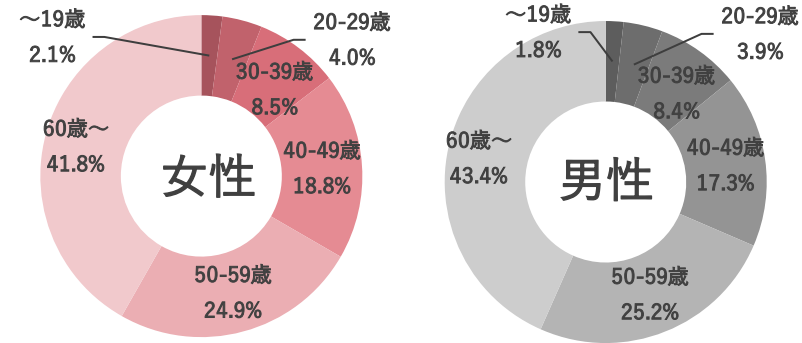
注) 一部対象外の商品がございます。

※1…dメニューとは以下のメディアの総称になります。
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ニュースアプリ、dmenuスポーツアプリ

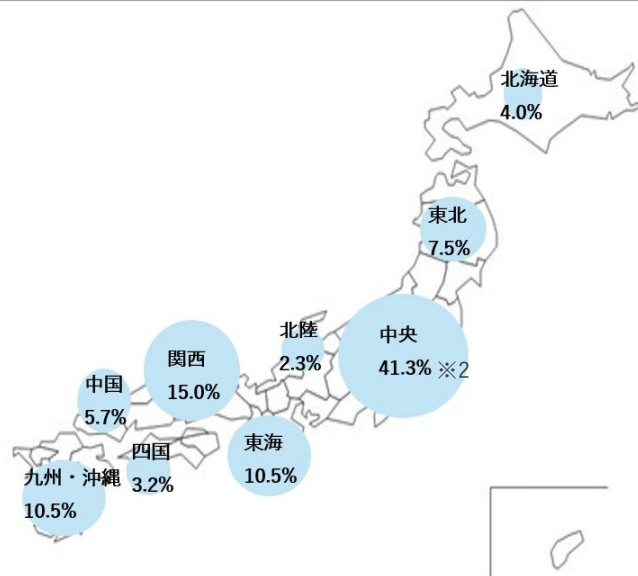
性別※1



年齢※1

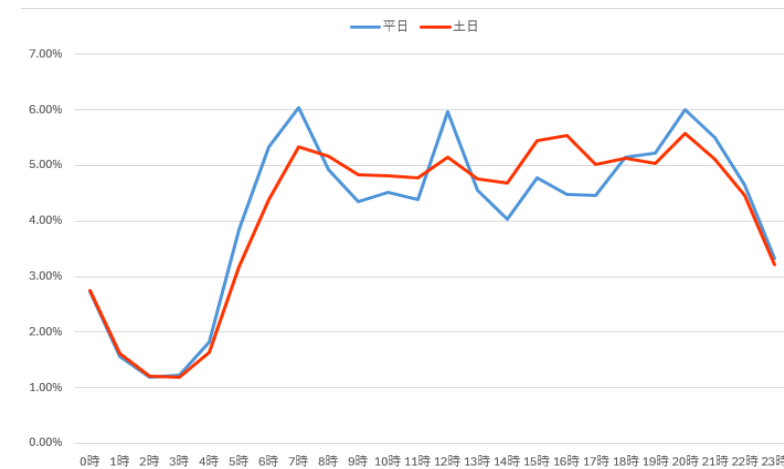


地域別※1



時間帯別アクセス率※3

「※アクセス全体を100%とした場合」



※1 2025年8月時点のUU比率。データ提供元「NTTドコモ」

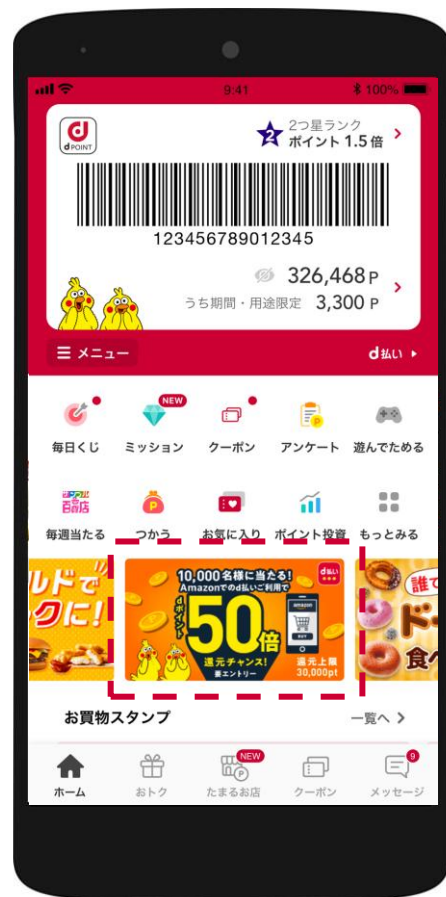
※2 中央には、関東地方の1都6県および新潟県・山梨県・長野県を含みます。

※3 2025年8月時点のPV比率。データ提供元「NTTドコモ」

dポイントクラブについて

入会金・年会費無料の
お得なポイントプログラム利用ユーザーのためのポータルサイト・アプリ。

広告配信イメージ



DAU 812万人 ※1

Web

316万人

アプリ

496万人

MAU 6,663万人 ※2

Web

4,849万人

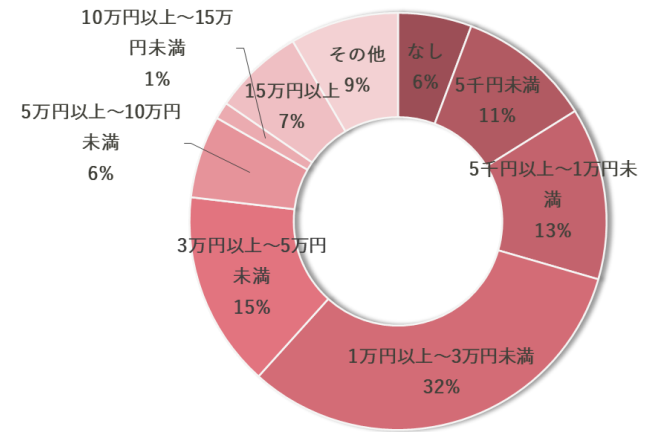
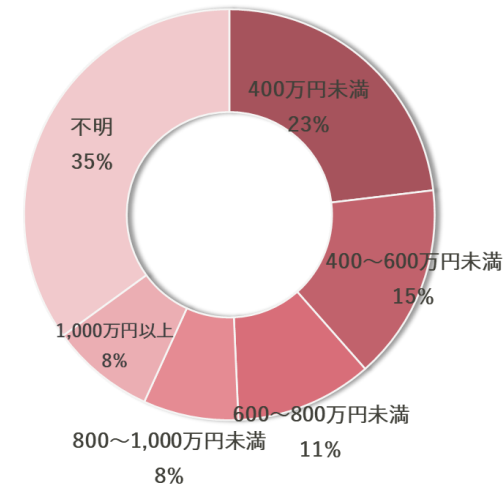
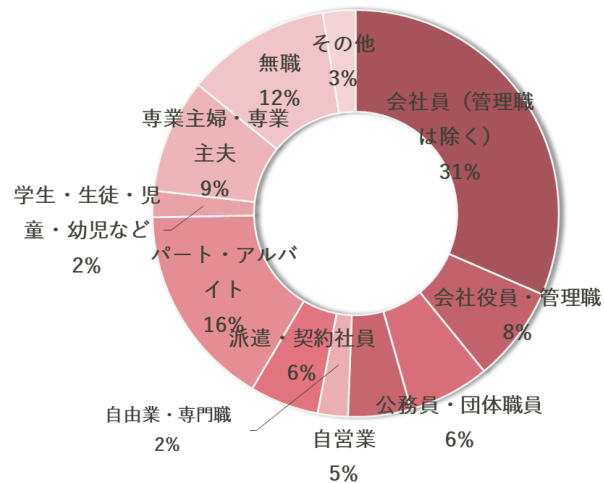
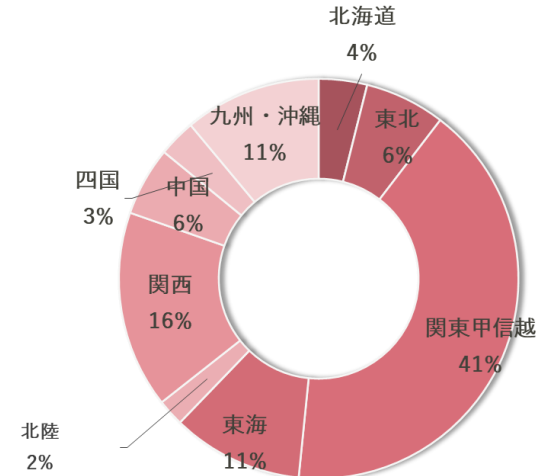
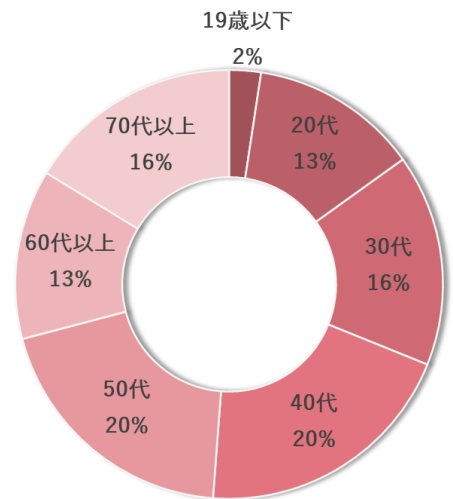
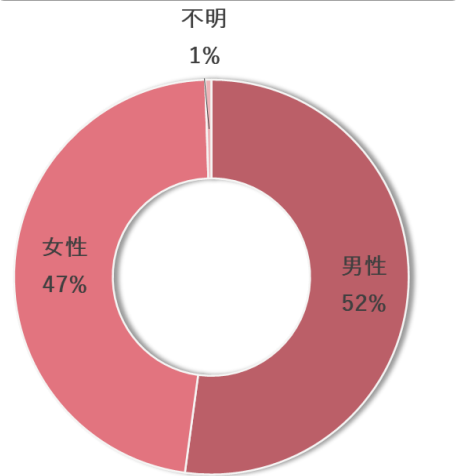
アプリ

1,814万人

※1 2025年7月時点の平均。データ提供元「NTTドコモ」

※2 2025年7月時点：データ提供元「NTTドコモ」

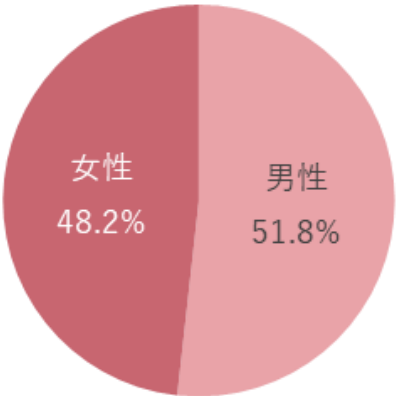
※端末により画面内での表示が異なります。
※iPhone向けの画面イメージとなります。



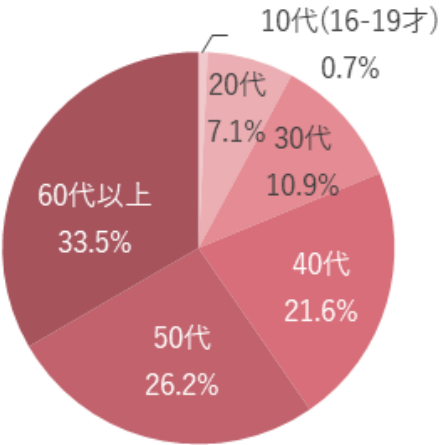
※1 dポイントクラブメディア訪問者情報を一定数サンプリング分析した割合を表示：2025年7月時点 データ提供元「NTTドコモ」

メッセージS[®]について

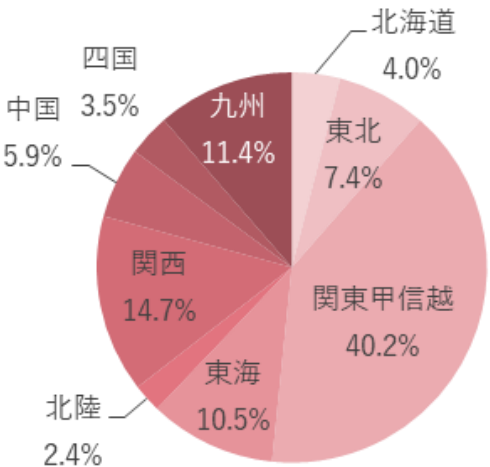
性別



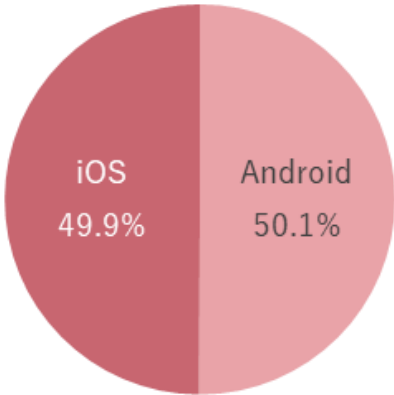
年齢



地域

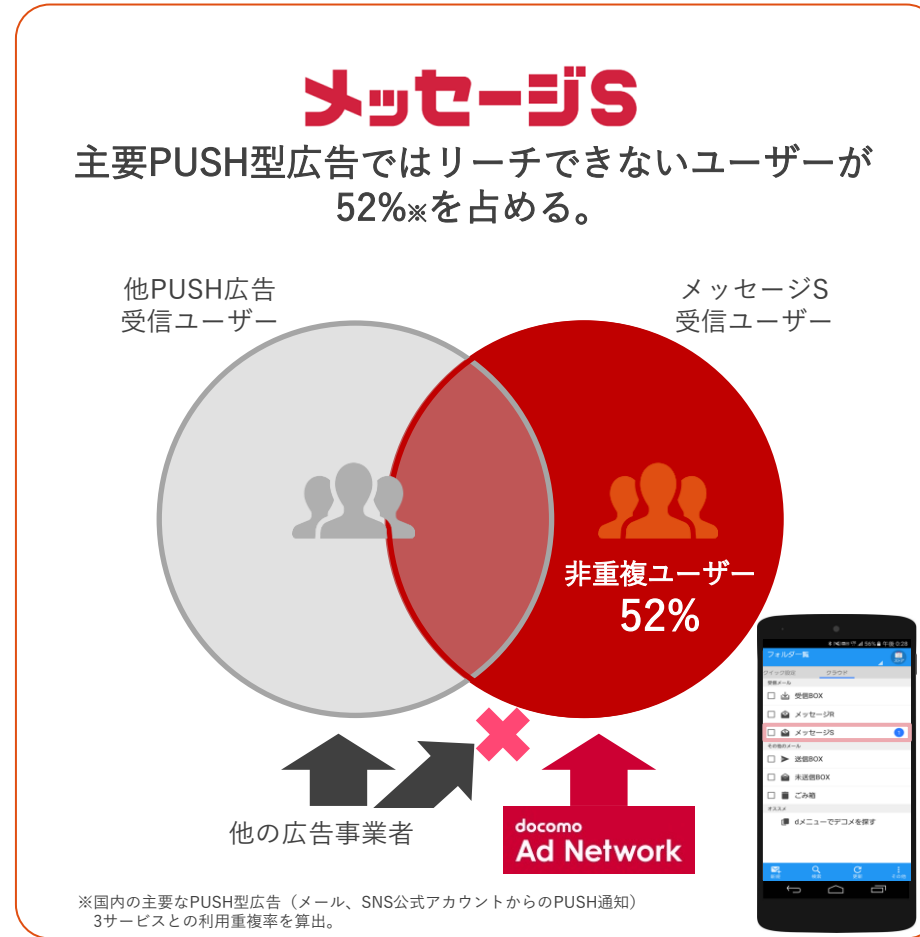


OS別構成比



※データ提供元「NTTドコモ」
※2024年4月時点

同ジャンルの他媒体の広告ではリーチできないユーザーが多数
docomoADNW独自層へのアプローチが可能です。

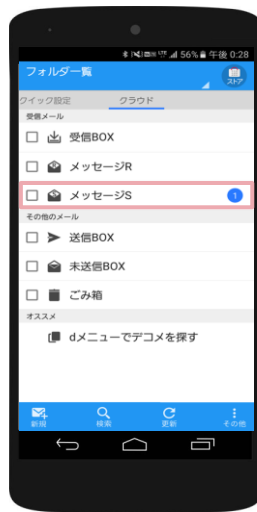


※出典：D2C「ドコモユーザープロフィール調査」（2025年1-2月実施／メッセージSユーザー n=1,703）

アドネットワークとして国内で初めて※1キャリアメール型広告配信に対応。
専用フォルダに配信されるため「開封率・再読率」が高いメディアで
受信者の多くは購買意欲が高く、情報収集にも積極的な傾向。

開封率：49.4%／再読率：41.4%※2

メッセージS受信者の開封率は約5割
1度配信されるとユーザーの手もとに残り
再読も期待できるメディア



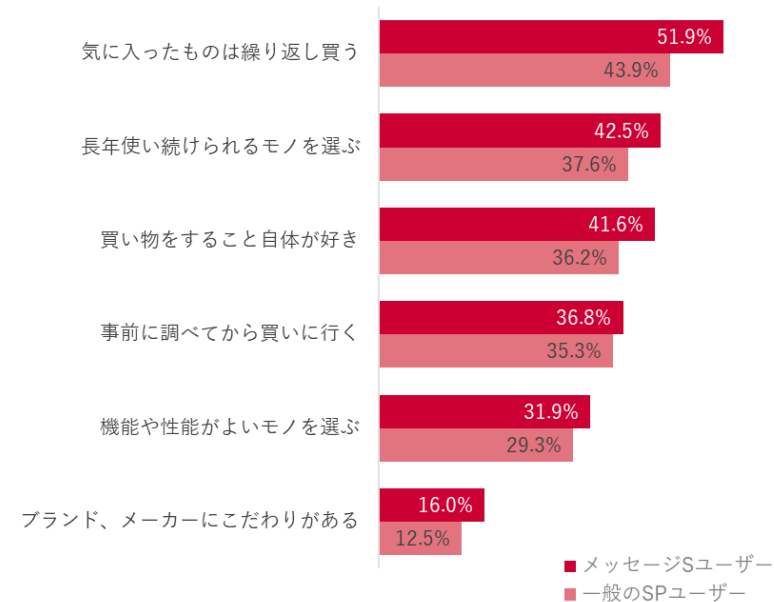
【メッセージS再読シチュエーション】
Q.あなたは一度確認したメッセージSを、時間が経ってから再度見たことがありますか？

- ・お店で買い物をしている際に
- ・ECサイトで買い物をしている際に
- ・商品の購入申し込みや資料請求を検討する際
- ・テレビCMや屋外広告などの広告を見て
- ・ダイレクトメールや折り込みチラシを見て
- ・インターネット上のWeb広告を見て

⇒「記憶に残っていたメッセージSを再度見たことがある」41.4%

買物の仕方・考え方※3

購買意欲が高く情報収集にも積極的
ブランドや機能性にこだわりのある



※1 日本国内の「Webサイト」「アプリ」へ配信可能なアドネットワーク広告配信サービスにおいて（2017年2月時点 D2C調べ）

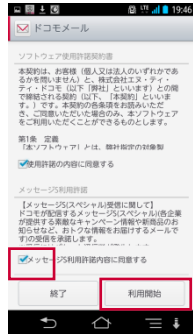
※2 出典：D2C「ドコモユーザープロフィール調査」（2025年1-2月実施／開封率：メッセージS受信者 n=2,082／再読率：メッセージSユーザー n=457）

開封率/再読率は「ドコモユーザープロフィール調査」での調査結果であり、広告配信結果としての開封数/再読数の計測はできません。

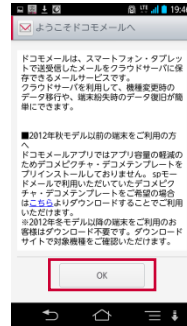
※3 出典：D2C「ドコモユーザープロフィール調査」（2025年1-2月実施／メッセージSユーザー n=457）

初期設定手順<ドコモメール インストール時・アップデート時>

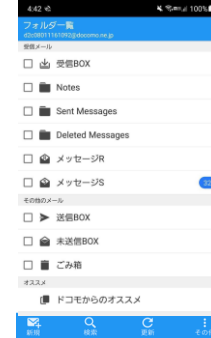
- ドコモメールを利用開始した際に表示される画面でメッセージS（スペシャル）の受信許諾を行います。



①「メッセージS（スペシャル）受信に関して」の「承諾する」にチェックが入った状態で、「利用開始」ボタンを押す。
※初期値は「承諾する」にチェックが入っています。



②ドコモメールウェルカムページの「OK」ボタンを押す。
内容はドコモメールのバージョンごとに变化します。



③この画面が表示されたら配信設定完了です。
※正常に登録が出来なかった場合、通知バーに次のようなメッセージが表示されますので、下記の設定変更方法を参考の上、「メッセージS設定」を確認・設定してください。

初期設定手順<ドコモメール インストール時・アップデート時>

- メッセージS（スペシャル）の配信設定を変更する場合は「メッセージS配信設定」から行います。

①「dメニュー」内の「お客様サポート」を選択。 ②「メール設定」を選択。



③「メッセージS設定」を選択。



④spモードパスワードを入力し、「設定」を選択。



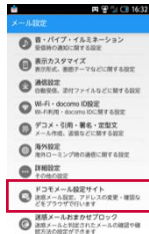
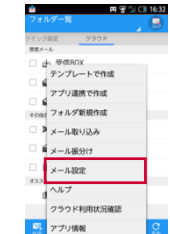
⑤「受信する」をチェックし、「設定」を選択。
※解除する場合は「受信しない」を選択。



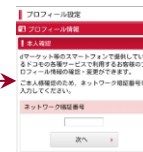
⑥ この画面が表示されたら配信設定完了です。



①「ドコモメール」内の「メール設定」を選択。 ②「ドコモメール設定サイト」を選択。



「プロフィール情報の変更/確認」はネットワーク暗証番号を入力し、行ってください。



※画面はイメージです。実際の画面とは異なる場合があります。

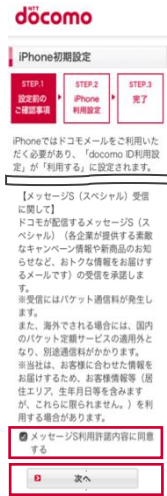
初期設定手順<iPhone初期設定時>

●iPhone初期設定を行う際に表示される画面でメッセージS（スペシャル）の受信許諾を行います。

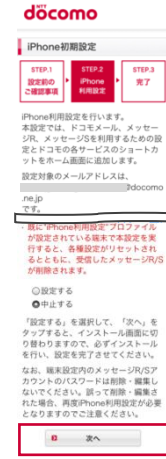
①「dメニュー」内の「お客様サポート」を選択。



②「お客様サポート」内の「プロファイル設定」から「iPhone初期設定」ボタンを押す。



③「メッセージS（スペシャル）受信に関して」の「承諾する」にチェックが入った状態で、「次へ」ボタンを押す。
※初期値は「承諾する」にチェックが入っています。



④iPhone利用設定確認ページで内容を確認し、「次へ」ボタンを押す。

⑤iPhone利用設定プロファイルのインストールページで、「インストール」ボタンを押す。



⑥この画面が表示されたら配信設定完了です。



設定変更方法

●メッセージS（スペシャル）の配信設定を変更する場合は「メッセージS配信設定」から行います。

①「dメニュー」内の「お客様サポート」を選択。



②「メール設定」を選択。



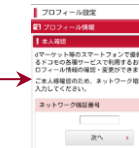
③「メッセージS設定」を選択。



④spモードパスワードを入力し、「設定」を選択。



「プロフィール情報の変更/確認」はネットワーク暗証番号を入力し、行ってください。



⑤「受信する」をチェックし、「設定」を選択。
※解除する場合は「受信しない」を選択。



⑥ この画面が表示されたら配信設定完了です。



※「spモード」「メッセージS（スペシャル）」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。
※TM and © 2014 Apple Inc. All rights reserved.
※Apple、Appleのロゴ、iPad、iPhone、iTunes、Macintosh、Safariは、
米国および他の国々で登録されたApple Inc.の商標または登録商標です。
※iPhoneの商標は、アイホン株式会社のライセンスにもとづき使用されています。
※App Store™、AppleCare™、iCloud™は、Apple Inc.のサービスマークです。
※IOSは、Ciscoの米国およびその他の国における商標または登録商標であり、ライセンスに基づき使用されています。
※「Android」「Google Play」は、Google Inc.の商標または登録商標です。
※画面はイメージです。実際の画面とは異なる場合があります。

※「メッセージR/S」のプロファイルがインストールされていない場合、上記設定を行ってもメッセージSは受信されません。配信設定を行ってもメッセージSが配信されない場合は、「お客様サポート」内の「プロファイル設定」から「メッセージR/S利用設定」ページをご参照ください。

my daizについて

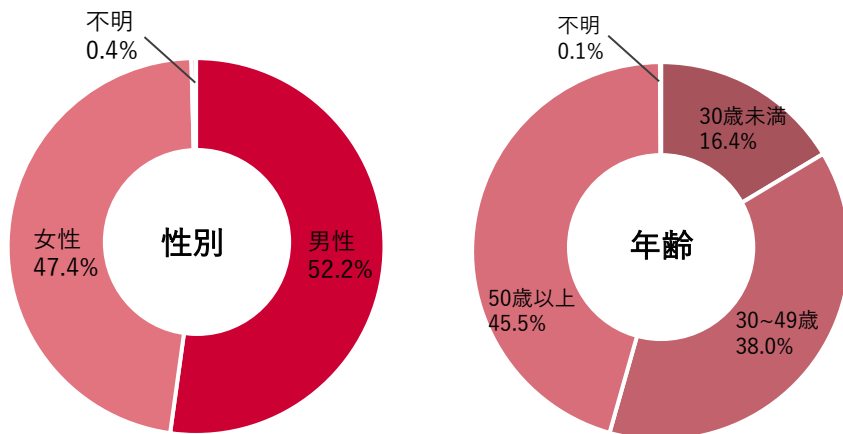
my
daiz

端末の位置情報や登録したスケジュールなど、さまざまな情報をもとにお客様に合わせた幅広い情報提供を行うドコモが提供するエージェントサービス。

■メディアデータ※1

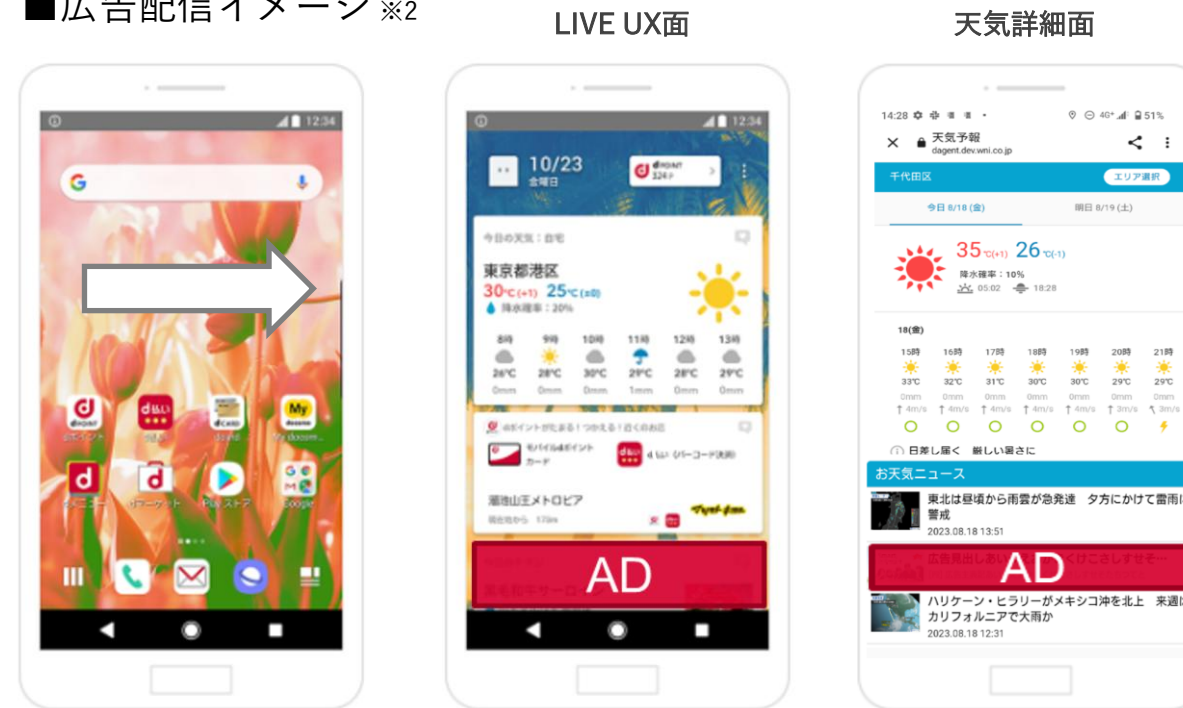
DAU 約226万人

MAU 約526万人



※1データ提供元「NTTドコモ」（2024年4月時点）

■広告配信イメージ※2

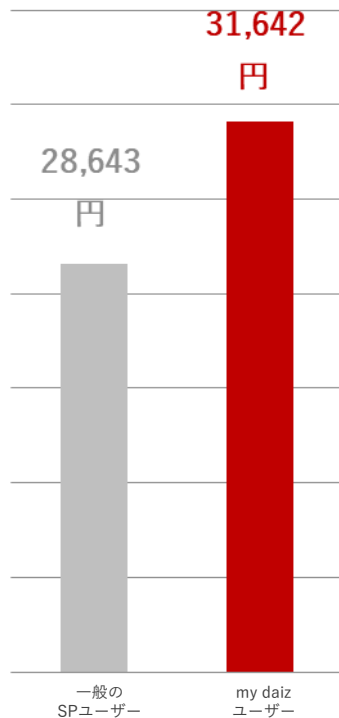


LIVE UX対応のドコモAndroidスマートフォンでホーム画面を右へスワイプしたLIVE UX面、my daizアプリ内の天気詳細面などで新たに広告配信を開始。

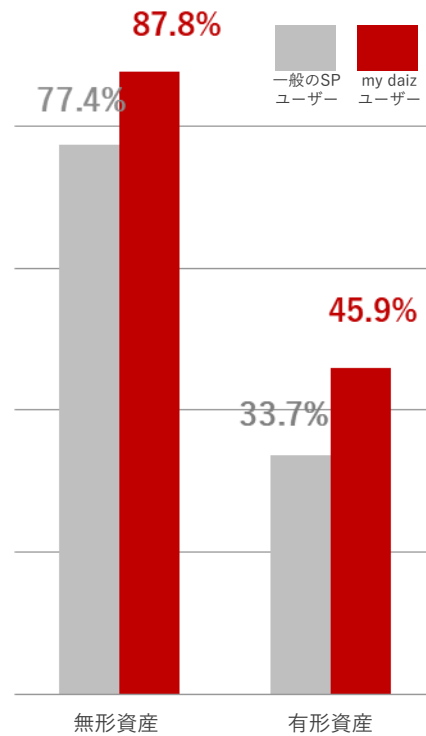
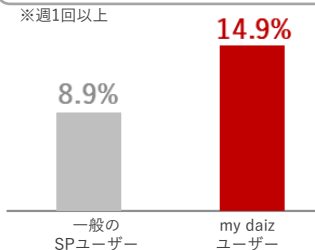
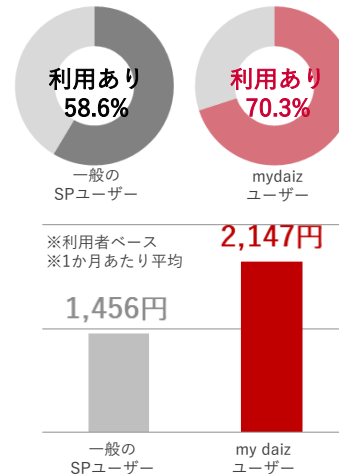
※2 画像や広告枠位置はイメージとなり変動する場合があります。
サービス詳細はNTTドコモ公式HPにてご確認ください。(https://www.docomo.ne.jp/service/mydaiz/)

my
daiz

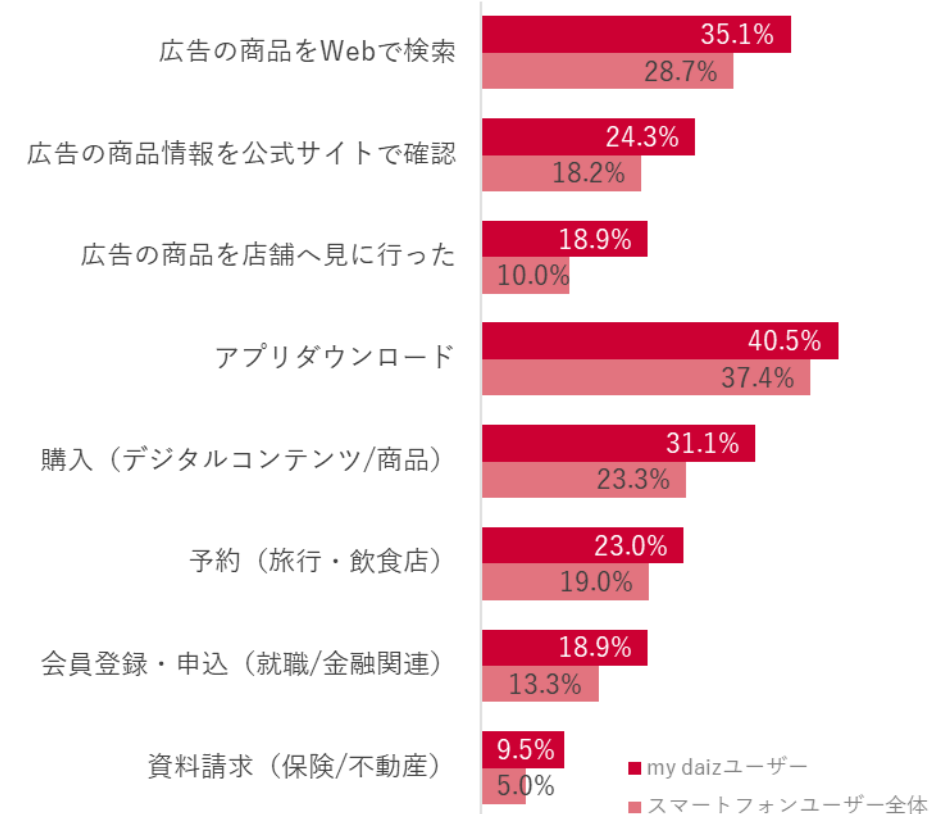
経済的に比較的余裕があり、ネットショッピングや有料コンテンツの利用も積極的。
 広告接触後の行動率も高く、広告効果が高い傾向。

自由に使える金額
(1か月あたり平均)

資産保有率

ネットショッピング
利用率有料ネットサービス
・コンテンツ広告接触後の
行動率

Q.スマートフォン上の広告や記事を見て、
 以下のような経験がありますか？



※出典：D2C「ドコモユーザープロフィール調査」(2025年1-2月実施/調査機関:マクロミル)
 (一般のSPユーザー n=5,161/my daizユーザー n=74)

dジョブ スマホワークについて

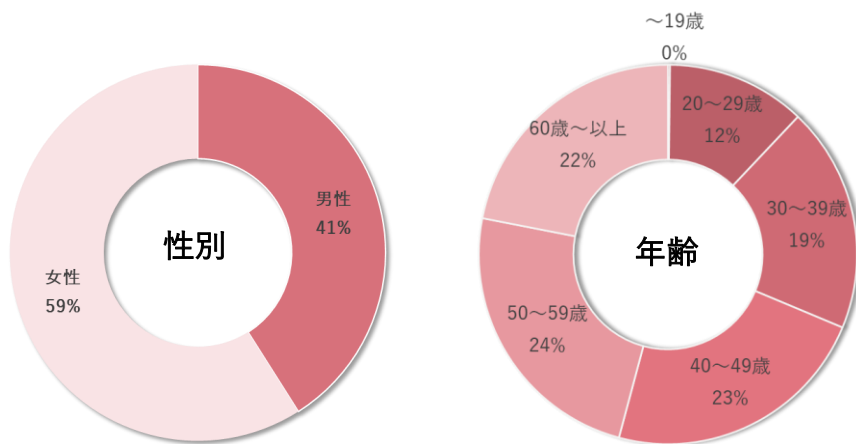


スキマ時間を、もっとカシコく。

■メディアデータ※

PV数 約2,941万PV

MAU 約179万人



※データ提供元「NTTドコモ」（2025年9月時点）

■広告配信イメージ



dヘルスケアについて



※キャプチャはイメージ図となります。
 予告なくページの構成等の変更、
 広告掲載位置の変更などを行う場合がございます。
 ※端末により画面内での表示が異なります。
 ※Android向けの画面イメージとなります。

「楽しみながら、いつのまにか“健康”に近づいている」が
 コンセプトのヘルスケアアプリです！

特長 1 健康に興味がある40代～70代の男女が約9割

健康や体型が気になりだした40代～70代がボリュームゾーン。健康に興味がある幅広いユーザーにアプローチができます。

特長 2 ドコモが運営するポータルとしての信頼感

NTTドコモが運営するヘルスケアアプリだからこそ、安心感を提供でき、広告の信頼性も高まります。ユーザー調査^(※3)でも、「運営会社(NTTドコモ)が信頼できる」との評価を受けております。

※3…D2C「ドコモユーザープロフィール調査」(2025年1-2月実施/調査機関:マクロミル)

特長 3 dポイントやクーポンをフックとした高い継続率

ダウンロード数累計1,500万以上、健康に興味のあるMAU平均180万に対し、高頻度な接触で広告効果を最大化できます。

※データ提供元「NTTドコモ」
 ※2024年3月時点

累計DL数 1,500万DL突破 (2024年3月時点)

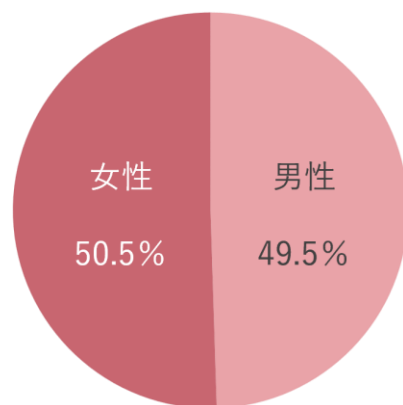
DL数



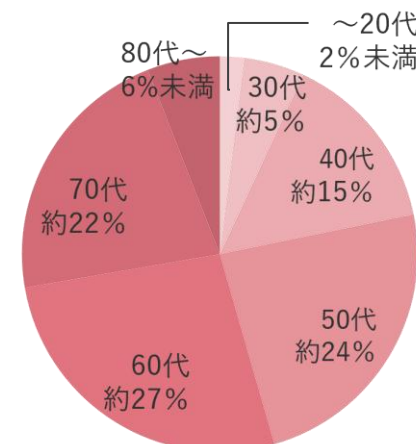
MAU



男女比率



年齢構成比



ドコモメールアプリについて



ドコモメールで
Eメール (@docomo.ne.jp) が
かんたん、快適、あんしんに

ドコモメールなら迷惑メール対策も
難しい設定なしでご利用になれます。
機種変更時のデータ移行や、
携帯紛失時のデータ復旧もかんたんです。

サービス詳細はNTTドコモ公式HPにてご確認ください。
https://www.docomo.ne.jp/service/docomo_mail/

■ 広告配信イメージ

