



各位

2026年3月4日
CRAVIA 株式会社
代表取締役社長藤原宏樹

AKB48 公式アプリゲーム「どっぼーん！ひとりじめ！」5周年ライブ連動 TikTok 広告運用業務の受託及び成果のご報告

CRAVIA 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：藤原宏樹、以下「当社」）は、2026年2月18日（水）に KT Zepp Yokohama にて開催された AKB48 公式アプリゲーム「どっぼーん！ひとりじめ！」5周年記念ライブにおいて、出演メンバー選抜に連動するゲーム内イベントのプロモーション施策として 2025 年 8 月 31 日～9 月 30 日の期間、TikTok 広告運用業務を担当いたしましたので、下記のとおりご報告いたします。

なお、本件が当社の連結業績に与える影響は軽微であると見込んでおります。



1. 本件の概要

本ライブは、アプリゲーム内イベント「5周年特別ライブ争奪戦」において、ファンのゲーム内アクション（推しメンランキング）により出演メンバーを決定する参加型企画として実施されました。

当社は本選抜イベント期間中において、



- AKB48 メンバー出演動画の広告用編集
- TikTok 広告アカウント設計およびターゲティング戦略策定
- 広告配信運用
- 効果測定およびパフォーマンス分析

を実施し、ゲーム内イベントへの流入拡大およびエンゲージメント向上に貢献いたしました。

2. 本件ポイント

本施策は単なる広告運用ではありません。

「広告接触がリアル出演メンバー選抜に直接影響する構造」

を実装した点において、極めて戦略的な事例と位置付けております。

ファンは TikTok 上で接触したコンテンツを起点にゲームへ流入し、ゲーム内行動を通じてライブ出演メンバー決定に参加する構造となっており、

SNS 広告→ゲーム内エンゲージメント→リアルライブ出演決定→会場動員・物販→SNS 再拡散

という循環モデルが形成されました。

これは、広告を“認知施策”ではなく、リアルマネタイズ構造に組み込む設計型マーケティングへ昇華させた事例です。

3. 当社の競争優位性

本モデルは、以下の点で差別化されます。

① IP と収益構造を接続できる設計力
エンターテインメント IP の“ファン心理”を理解し、
広告を投票・ランキング・課金行動へ接続。

② データドリブン運用
TikTok 広告アカウント設計、ターゲティング、配信最適化、効果測定まで一貫通貫で実行。

③ 再現性の高いモデル
投票型アプリ、アイドル IP、アーティスト、舞台、2.5 次元、VTuber などへ横展開可能。

4. 成長ストーリー

本件は、以下の成長軸を示します。

▶ エンタメ×広告市場の拡張

ファン経済圏は拡大を続けており、ライブ・アプリ・SNS が融合する構造は今後も加速。

▶ “広告＝費用” から “広告＝収益装置” へ

広告が直接、課金・動員・物販に接続するモデルは、
従来型広告よりも高単価・高付加価値案件へ進化。

▶ スtock型受託への発展可能性

イベント単発ではなく、
IP 単位での継続運用契約への展開余地。

5. 今後の展開可能性

- ・エンターテインメント IP 向け広告受託の拡大
- ・ライブ連動型プロモーションの標準化
- ・プラットフォーム横断型（TikTok×YouTube×Meta）高度化
- ・KPI 設計型マーケティングのパッケージ化

を推進し、「ファンマーケティング領域における高収益型広告企業」
としてのポジション確立を目指します。

【本件に関するお問い合わせ】

CRAVIA 株式会社

担当：藤原

E-mail：info@cravia.jp

Tel：03-6435-7130

