シェアする ポスト いいね LINEで送る



TVer広告とは。メリットを活かした効果的な配信メニューとは

2025-02-04

TVer（ティーバー ※1）は、民放各局で放送されたさまざまなテレビ番組の見逃し配信を視聴できる国内最大級の無料動画配信サービスです。

好きなときにスマートフォンやコネクテッドTV（※2）などで動画コンテンツを楽しめることから、リアルタイムでテレビを見ない人にも広く利用されています。幅広い世代でTVerが親しまれている今、企業の広告戦略における新たな媒体として“TVer広告”が注目を集めています。

企業の広告宣伝担当者のなかには「TVer広告はどのような仕組みなのか」「広告媒体としてのメリット・デメリットは何なのか」と気になる方もいるのではないでしょうか。

この記事では、TVer広告の概要やメリット・デメリット、フジテレビを通じた配信メニュー、配信オプションについて解説します。なお、動画コンテンツの視聴端末にもなるコネクテッドTVについては、こちらの記事で解説しています。



コネクテッドTVとは。広告の出稿先として注目される理由

近年、企業の広告戦略に活用できる媒体として新たに“コネクテッドTV（CTV）”が注目されています。この記事では、コネクテッドTVの仕組みや広告の出稿先として注目される理由、広告施策での効果的な活用方法について解説します。
フジテレビ for Business

※1…TVerおよびTVerのロゴは、株式会社TVerの登録商標または商標です。

※2…インターネットに接続されたテレビのこと。

INDEX [非表示]

- 1.TVer広告とは
- 2.TVer広告のメリット
  - ①最後まで視聴される可能性が高い
  - ②広告の嫌悪感を抱かれにくい
  - ③高精度なターゲティングが可能
  - ④テレビを見ない層にリーチできる
- 3.TVer広告のデメリット
- 4.フジテレビを通じたTVer広告の配信メニュー
- 5.TVer広告の配信オプションで効果的なアプローチが可能！
  - ①配信する時間・曜日やエリアを指定できる
  - ②認知度や広告評価の調査を行える
  - ③クリッカブル配信の逆L字をオリジナルで制作できる
- 6.まとめ

1.TVer広告とは

TVer広告とは、民放公式の無料動画配信サービスとなるTVer内で配信される動画広告です。動画コンテンツの前後や合間に動画広告を配信できます。

TVerでは、民放各局が制作した約750番組以上の動画コンテンツが無料で楽しめる魅力から、幅広い世代・地域のユーザーに利用されており、メディアとしての規模も成長を続けています。

✓ TVerのメディア規模について

TVerのメディア規模	
アプリダウンロード数	7,250万（※1）
月間再生数	4.5億（※1）
認知率（15～69歳／男女）	72.5%（※2）

TVerのメディア規模が成長している要因の一つには、動画配信サービスの需要の高まりが挙げられます。近年、若者層を中心にテレビをリアルタイムで視聴する時間が減少している一方で、動画配信サービスの利用率は全世代で増加しています。

総務省の『令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』によると、TVerを含む“オンデマンド型の放送番組配信サービス”の利用率は、20～50代で40%以上に達しており、10代・60代でも35%以上となっています。

✓ 動画配信サービスの利用率

	オンデマンド型の動画共有サービス	ライブ配信型の動画共有サービス	オンデマンド型の放送番組配信サービス	オンデマンド型の動画配信サービス	有料多チャンネル放送サービス	リニア型の動画配信サービス	インターネットを利用したラジオ放送サービス	いずれも利用していない
全年代（N=1,500）	90.2%	8.2%	42.3%	59.7%	10.5%	19.0%	15.7%	6.7%
10代（N=140）	95.7%	18.6%	38.6%	71.4%	2.1%	26.4%	9.3%	3.6%
20代（N=217）	98.2%	13.4%	47.9%	81.1%	3.7%	31.8%	15.7%	0.5%
30代（N=241）	97.5%	11.2%	42.7%	67.6%	7.1%	19.9%	16.2%	1.2%
40代（N=313）	94.6%	6.7%	44.7%	59.1%	9.9%	17.3%	18.5%	3.5%
50代（N=319）	87.8%	4.1%	43.3%	54.5%	13.5%	14.1%	19.7%	7.2%
60代（N=270）	72.2%	2.6%	35.2%	36.3%	20.4%	11.9%	10.7%	21.1%

画像引用元：総務省『令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』

このように多くのユーザーを持つメディアで配信できるTVer広告は、効率的に多くのリーチを獲得できる広告媒体として活用が期待されています。

※1…2024年3月時点

※2…2024年1月時点（株式会社マクロミル調べ）

2.TVer広告のメリット

TVer広告がリーチの獲得に有効とされる理由には、通常のテレビCMとインターネット広告が持つ強みを取り入れられることが挙げられます。

①最後まで視聴される可能性が高い

TVer広告は、最後まで視聴されやすいメリットがあります。TVer広告には、広告動画の視聴をスキップする機能がないほか、ユーザー自身が見たい番組を能動的に視聴するメディアといえるため、画面を注視してしっかりと広告を見てもらえる可能性が高くなります。これにより、広告の認知率を高められる効果が期待できます。

✓ TVer広告の完全視聴率

秒数	視聴完了率
15秒	96%
30秒	95.2%
60秒	93.4%

※TVer広告公式サイトを基に作成

②広告の嫌悪感を抱かれにくい

TVer広告では、テレビCMと同じような形式で広告を配信できます。番組中の区切りのよいタイミングで広告が流れるため、テレビを見ているときのように自然な視聴につながりやすく、広告に対する嫌悪感も抱かれにくいと考えられます。

TVer広告の配信枠

配信枠	配信タイミング
プレロール	動画コンテンツの再生前
ミッドロール	動画コンテンツの途中
ポストロール	動画コンテンツの終了後

③高精度なターゲティングが可能

高精度なターゲティングを行えることもTVer広告のメリットです。TVerでは、アプリケーションの利用時にアンケートを実施してユーザーの情報を取得しています。これらの属性情報を基にターゲットのセグメントを指定できるため、狙ったユーザーに対して的確なアプローチを行えます。

TVerが取得しているユーザー情報

- 年齢
- 性別
- 地域（都道府県・市区町村）
- 興味関心のあるジャンル　など

④テレビを見ない層にリーチできる

TVer広告では、普段テレビを見ない層にもリーチすることが可能です。近年、60代を除くすべての世代でインターネットの利用時間が長くなっています。TVerは、スマートフォンやタブレットのほか、インターネットに接続されたコネクテッドTVでも利用できるため、テレビCMではアプローチが難しい層にもリーチを獲得することが可能です。

出典：総務省『令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書』

3.TVer広告のデメリット

テレビCMとインターネット広告の強みを生かせるTVer広告ですが、審査が厳しく配信のハードルが高くなりやすいデメリットもあります。

TVer広告を配信するには、地上波で放送されるテレビCMのような審査に通過する必要があります。広告主の業態や広告素材の表現・表示などについてさまざまな規制が設けられているため、事前に確認しておくことが重要です。

しかし、厳しい審査を通過することは、言い換えれば広告の信頼度を高めることにも捉えられます。広告媒体としての品質が確保されているため、自社の信用を損なってしまうリスクを避けられます。

4.フジテレビを通じたTVer広告の配信メニュー

フジテレビでは、TVer広告のさまざまな配信メニューを用意しています。広告キャンペーンの内容やターゲットの属性に合わせて選択できることが特徴です。

TVer広告の配信メニュー

配信メニュー	概要	想定ターゲット
1.ランダムパッケージ	リーチの最大化を狙ってフジテレビの全配信番組を対象に配信	すべての世代・性別
2.ドラマパッケージ	月9・火9・水10・木曜劇場・土ドラ、過去人気作品などを中心に配信	若年層の女性
3.バラエティパッケー	フジテレビの人気バラエティを中心に配信	男性・若年層
4.アニメパッケージ	子どもがいる家庭の共視聴を狙ってアニメ番組で配信	Teen層・Child層の親
5.お好み配信パッケージ	1番組の指定や複数の番組を組み合わせたカスタマイズ配信	広告主のニーズに合わせて設定
6.性別・年齢別ターゲティング	アンケートデータの性別・年齢に基づいた配信（全配信番組が対象）	Teen・F1・F2・F3・M1・M2・M3
7.TVerアフィニティ	TVerアンケートで取得した17ジャンルの興味関心データに基づいた配信	ジャンル別の興味関心度高いユーザー

8.DMPターゲティング	ユーザー属性や興味関心、購買行動、ライフステージに基づいたターゲティング配信	設定したセグメントに属するユーザー
9.クリッカブル	画面上のタップで指定のサイトに誘導する広告商品	ー
10.リアルタイム配信・追っかけ再生	地上波放送と同時または追っかけ再生中の番組を視聴するユーザーへの配信	ー

5.TVer広告の配信オプションで効果的なアプローチが可能！

フジテレビを通じたTVer広告では、効果的なアプローチに役立つ配信オプションをご利用いただけます。

①配信する時間・曜日やエリアを指定できる

TVerの動画コンテンツ内で広告を配信する時間・曜日やエリアを指定して、柔軟に広告キャンペーンを実施することが可能です。

☑ 時間・曜日やエリアを指定したTVer広告の活用例

- 店舗を出店する都道府県で新規オープンに関する情報を発信する
- 地元企業が本社を構える都道府県でサービス内容をPRする
- 金曜日に週末のセールに関する情報を配信する　など

②認知度や広告評価の調査を行える

TVer広告の配信後に、モニターパネルに対するアンケートを実施して、広告との接触によってどのような効果につながったのか検証する“ブランドリフト調査（※）”をご依頼いただけます。

広告の接触者・非接触者において、認知度・好意・購入意欲などの変化を比較することにより、施策の改善につなげられます。

※ブランドリフト調査の依頼には一定の出稿条件がございます。

③クリッカブル配信の逆L字をオリジナルで制作できる

クリッカブル配信において、広告画面上に表示する逆L字のデザインを自由に制作（※）することが可能です。社名や商品ロゴを設置したり、背景の色・デザインを変えたりすることで、ほかの広告との差別化を図れます。

☑ 逆L字のデザイン制作を行えるプラン

1. 規定のデザインパターンから色・デザインを選択する
2. 完全にオリジナルのデザインを制作する

※逆L字部分のデザインには一定の出稿条件がございます。

6.まとめ

この記事では、TVer広告について以下の内容を解説しました。

- TVer広告の概要
- TVer広告のメリット・デメリット
- フジテレビを通じたTVer広告の配信メニュー
- フジテレビのTVer広告で活用できる配信オプション

TVer広告は、ユーザーになじみのあるテレビCMと、詳細なターゲティングが可能なインターネット広告が持つ両方の強みを生かせる新たな広告媒体です。

完全視聴率が高く、テレビを普段視聴しない層にもリーチできるため、効率的に広告キャンペーンを展開することが可能です。

『フジテレビ for Business』では、地上波のテレビやTVerをはじめとするインターネット動画配信サービスでの広告出稿をサポートしています。多彩な番組のなかから、貴社の出稿目的・商材にマッチした広告運用を行えます。

詳しくは、こちらの資料をご確認ください。



『10分で分かる！ＣＭスタートガイド』

「これからテレビＣＭやインターネットＣＭをはじめてみたいけど、いったい何からやればいいかわからない・・・」そんなお悩みにお答えするため、最低限おさえておきたい基礎知識を厳選し、15ページにギュギュっと凝縮！
フジテレビ for Business