テレビCM

テレビの圧倒的な影響力で幅広い世代へアプローチ

**フジテレビ for Businessをご利用いただくことで、
「めざましテレビ」「FNN Live News」をはじめとするニュース・情報番組から、
「ホンマでっか!?TV」「木曜劇場」などのバラエティ、ドラマ番組まで、
フジテレビの多彩な番組でテレビＣＭを放送できます。**

貴社サービスの特性や、広告費のご予算に合わせた最適なプランをご提案いたします。

テレビCMの主なメニュー

01 ネットタイムCM　02 ローカルタイムCM　03 スポットCM　04 Smart Ad Sales



01
日本全国へ一斉に届く
ネットタイムCM

日本全国のフジテレビ系列局で30秒のCMを放送する、テレビCMの中で最も大規模な広告メニューです。
長期間にわたり番組内で毎週CMを放送することで、単純接触効果による貴社名やサービス名の認知度アップと、好意や好印象への発展が期待できます。



02
首都圏を狙い撃ち
ローカルタイムCM

CMの放送エリアを首都圏に絞り、特定の番組内で30秒CMを放送するプランです。
ネットタイムCMよりも安価ながら、関東1都6県約4,100万人（※）に向けて効率的なアプローチができます。

※東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県、栃木県、群馬県を合わせた人口にビデオリサーチ調査「自家用テレビ所有率」を掛け合わせた推計人数



03
スピーディーに認知を拡大
スポットCM



ネットタイムCMやローカルタイムCMのような長期間ではなく、ご予算に合わせた短期間でのテレビCMプランです。
期間限定のキャンペーン告知や、新発売商品の認知度アップ、イベント集客を目的とした事前告知などに最適です。



04

初めてのテレビCMに
Smart Ad Sales

従来のような一定期間での契約ではなく、15秒のCM枠を1本から、約15万円〜という安価でテレビCMを放送できる新たな方式です。
初めてのテレビCMに、少額予算でのトライアルとしてご利用いただくことができます。

Smart Ad Sales専用サイトをチェック!!

メニュー一覧	ネットタイムCM	ローカルタイムCM	スポットCM	Smart Ad Sales
放送エリア	全国エリア ※FNN28局放送エリア	首都圏エリア ※関東1都6県	首都圏エリア ※関東1都6県	首都圏エリア ※関東1都6県
契約期間	6ヶ月間	6ヶ月間	1週間〜1ヶ月間	1日〜1ヶ月間
放送本数	30秒×26本 ※6ヶ月間26週で週１本放送した場合	30秒×26本 ※6ヶ月間26週で週１本放送した場合	15秒×10本〜400本 ※出稿金額・放送期間・ゾーンによって異なります	15秒×1本〜 ※CM枠によって異なります
販売単位	番組ごと	番組ごと	合計視聴率（PRP）	CM枠ごと
ご予算事例	**4,000万円〜3億円** ※番組によって異なります	**1,300万円〜4,000万円** ※番組によって異なります	**300万円〜2億円** ※出稿金額・放送期間・ゾーンによって異なります	**15万円〜** ※CM枠によって異なります

テレビCMの8つのメリット



圧倒的なリーチパワー

日本人の1日におけるメディア接触時間はテレビが最も長く（※1）、全国視聴率10%の番組でCMを1回放送した場合、約1,200万人にリーチできます。
また商品購買の情報源としてもテレビがもっとも重宝（※2）されており、テレビCMはビジネスの成長に欠かせないメディアとなっています。

※1「ビデオリサーチMCR調査2020年」より
※2「ビデオリサーチConnect/ex調査(ACR/ex追加調査枠) 2020年」より



優れたコストパフォーマンス

15秒CMにおける視聴者1人のリーチコストは約0.4円（※）と、同じ動画広告の中でも圧倒的に優れたコストパフォーマンスが特徴です。

※「土曜プレミアム」1本単価500万円÷2（15秒換算）÷約616万人（2022年 期間平均視聴人数）＝約0.4円



高い広告受容性

テレビならではの大画面に、地上デジタルテレビ放送のクリアな映像と音声で貴社サービスをPRできます。
また、視聴者にストレスを与えないよう配慮されたテレビCMのフォーマットが、高い広告受容性を生み出しています。



幅広い世代へアプローチ

老若男女、幅広い層から支持されるフジテレビならではのバラエティ豊かな番組でCM枠をご用意。
消費活動の中心となる現役世代はもちろん、将来の顧客になるキッズ・Z世代、シニア層まで、全国民を対象としたプロモーションを叶えます。



コミュニティ内でのバイラル効果

親子や夫婦など、ファミリーで視聴されるテレビは家庭内のバイラル効果を生みやすいことが特徴です（※）。
また学校や職場などのコミュニティ内でも、テレビの話題はコミュニケーションのきっかけとなる機会が多く、テレビCMによって貴社のサービスや商品が話題にのぼることで、高いバイラル効果が期待できます。

※43%の世帯が家族と一緒に視聴（19時～23時民放番組、ビデオリサーチ調べ（関東地区）、2020年年間平均）



厳しい審査による安全な広告メディア

テレビは、公共の電波による影響力の高い広告媒体であるため、放送法や、日本民間放送連盟による放送基準に準拠した厳格な審査のもとで放送されています。
そのため、貴社のサービスや商品のイメージを損なわない安全なCM枠で訴求できるというメリットがあります。



貴社の信頼度アップに貢献

厳しい考査基準をクリアできない企業は、テレビCMを放送することができません。
そのため、テレビCMが放映されていることが優良企業である証となり、信頼性の高いブランドイメージの獲得へとつながります。



インナーマーケティングに効果を発揮

テレビCMは、貴社の従業員やそのご家族、取引先の皆様もご覧になります。
その結果、貴社内のモチベーションが高まったり、商談が成立するきっかけになったりと、インナーマーケティングへの波及効果が期待できます。