インターネットCM
(FOD/TVer)

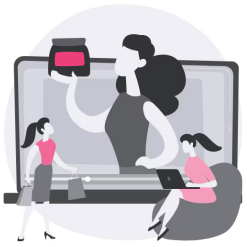
特定のターゲットへ効果的なリーチを実現

フジテレビ for Businessでは、フジテレビが運営する「FOD」、
民放公式テレビポータル「TVer」などの
インターネット動画配信サービスにCMを配信することができます。

テレビの視聴時間が少ないローテレ層に対するリーチを補完できるだけでなく、
特定の属性やエリアのみに絞ったターゲティングなど、
テレビCMよりもさらに綿密な広告アプローチを実現します。

インターネットCM(FOD/TVer)の主なメニュー

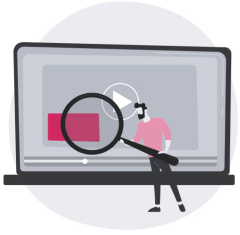
01 ドラマ限定配信 ▾ | 02 クリッカブル ▾ | 03 属性ターゲティング ▾ | 04 エリアターゲティング ▾



01

女性へ効果的にアプローチ
ドラマ限定配信

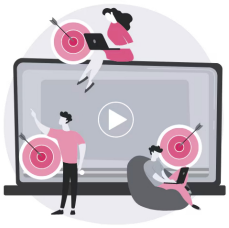
フジテレビが配信するドラマ、アニメ、バラエティの３つの番組ジャンルの中から、ドラマのみを対象にCMを配信します。
特に女性層ユーザーへのリーチが期待できるインターネットCMメニューです。



02

Webサイトへリンクできる
クリッカブル

ユーザーがCMをクリック(タップ)することで、
事前にご指定いただいたサイトに誘導できます。



03

ターゲットへピンポイントで訴求
属性ターゲティング

インターネット動画配信サービスを視聴するユーザーを属性で振り分け、特定の属性のみを対象にCMを配信できます。
性別や年齢はもちろん、結婚歴や子どもの有無、職業、所得、運転免許証や自家用車の有無などで絞り込み、ターゲットにピンポイントでアプローチできます。



04

地域限定で広告配信
エリアターゲティング

全国47都道府県のうち、特定のエリアに絞ったインターネットCM配信が可能です。
さらに、7桁の郵便番号を指定することで、より細かいターゲティングを実現します。

インターネットCM(FOD/TVer)　5つのメリット



女性ユーザーへの訴求に効果を発揮

一般的に男性ユーザーが多いといわれているVOD（ビデオ・オン・デマンド）サービスの中で、フジテレビの無料動画配信サービスは女性利用者が約65%と多く(※)、ランダム配信でも多くの女性にリーチできます！

※2022年7月1日～9月30日・属性情報取得済の男女15才～64才まで(フジテレビ調べ)



高いCM視聴完了率

動画を専念視聴するユーザーが多いことに加え、テレビ放送と同じ最適なCMフォーマットでインターネットＣＭが配信されることから、15秒CMで96.0%、30秒CMで95.2%、60秒CMでも93.4%と高いCM視聴完了率（※)を誇ります。長尺のCM映像でユーザーへ積極的に訴求できます。

※出所：TVer広告実績



自由度の高い商品設計

ドラマ、バラエティ、アニメなど、お好みの番組を指定することができます。また、性別年齢別のターゲティングに加え、視聴者の【個人・企業属性】【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も可能です。
さらに、配信デバイスの指定や配信地域の指定、地上波テレビCMと組み合わせるなど、ご要望に合わせて自由にプランをカスタマイズすることができます。



精度の高いターゲティング

属性ターゲティングやエリアターゲティングに活用しているユーザーの情報は、アンケートによりユーザーから直接収集しています。
そのため、正確性の高いターゲティング広告の配信が可能です。



充実したCM配信レポート

インプレッション数やユニークブラウザ数といった基本情報から、属性別フリークエンシー、地域別配信結果まで、インターネットCMならではの充実した配信レポートをお届けいたします。



さらに、認知度や好意度、利用（購入）意向度の変化を可視化するブランドリフト調査（※）も実施可能です。
この調査結果が、CMによるプロモーションを経て、引き続きPDCAを回していくための重要な情報源となります。

※ブランドリフト調査は、一定金額出稿時のみの実施となります。