

A person is working at a desk. In the foreground, a laptop keyboard is visible. To the left, a tablet is propped up. In the center, a person's hands are writing on a notebook with a red pen. The notebook contains a diagram with various boxes and lines. Another hand is visible on the right, holding a yellow pen. The background is a plain wall.

TVer広告のご紹介

株式会社ITコミュニケーションズ

IT Communications

<https://www.it-comm.co.jp/>

TVer広告とは

「TVer」は、**民放テレビ局がひとつ**になった新しいプラットフォーム
各局の好きな番組、**約500番組以上**のコンテンツを**すべて無料**でSD・PC・CTVに配信

NEW!

アプリダウンロード数/

5,000万

(2022年7月時点)

民放公式テレビ配信サービス

TVer



番組放送終了から
約7日間見放題!

※番組終了から配信までは、
時間がかかることがあります

NEW!

再生数(TVer単体)/

2億5300万

(2022年3月時点・株式会社TVer調べ)

MUB(TVer 単体)/

1,850万

(2022年1月時点・株式会社ビデオリサーチ調べ)

NEW!

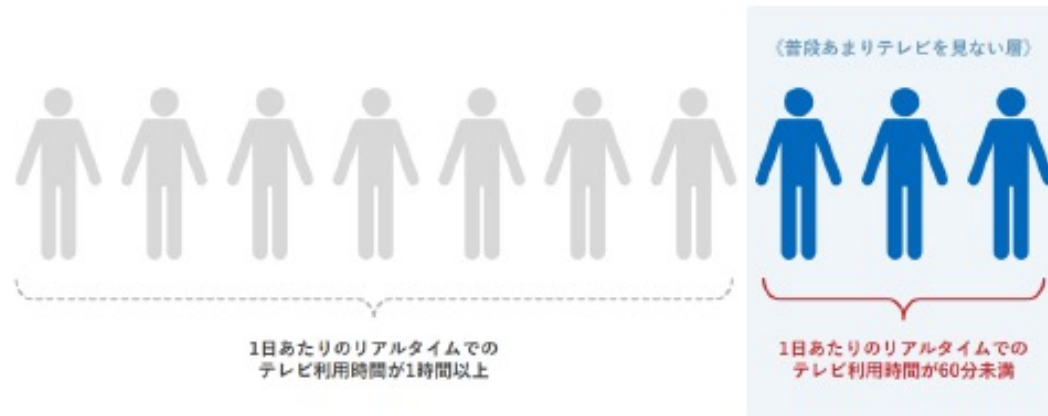
認知率(15~69歳/男女)/

66.6%

(2022年7月時点・株式会社マクロミル調べ)

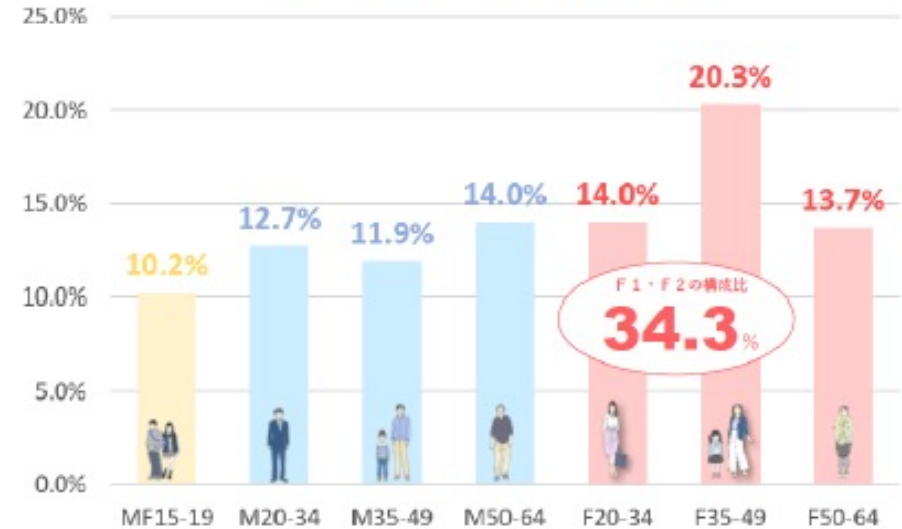
テレビとの比較：普段テレビをあまり見ない層にもリーチ

TVerユーザーの10人に3人は、普段あまりテレビを見ないローテレ層への訴求



TVerユーザーの10人に3人は
普段あまりテレビを見ない層

2021年1-3月 デモグラ別UB構成比

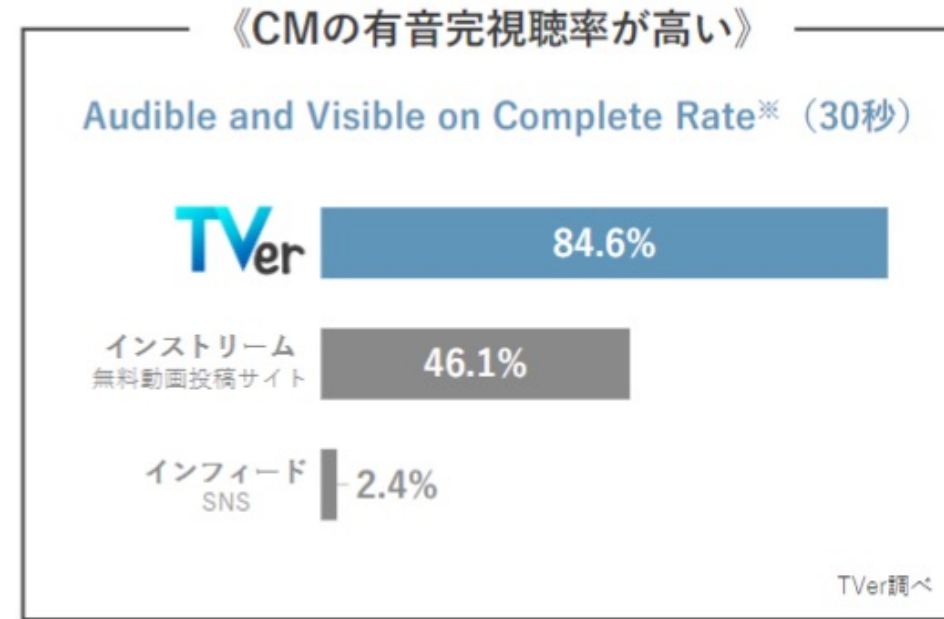
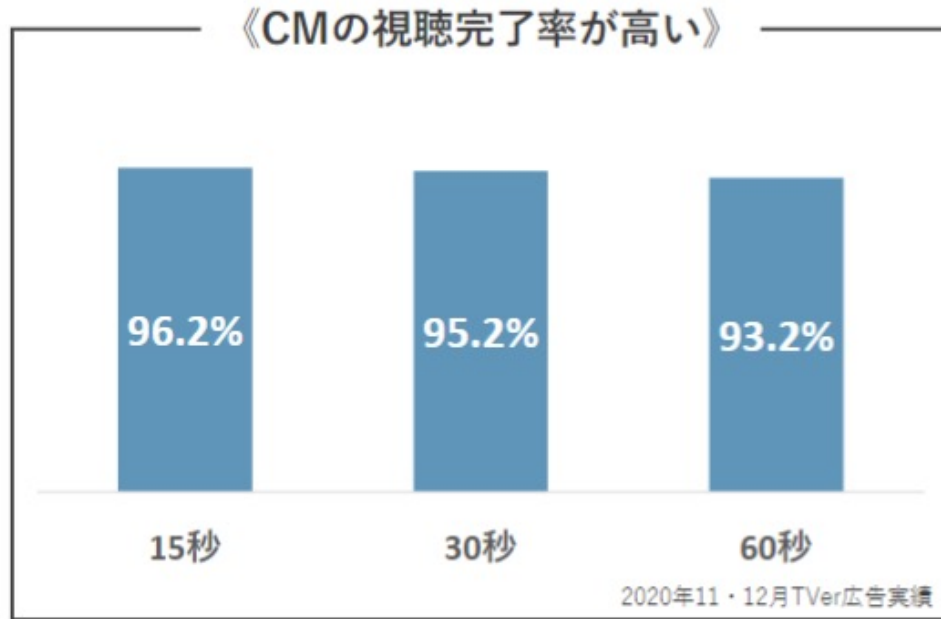


TVer 利用者構成比

TVerはテレビに比べて、若年層の利用者の構成割合が高く、テレビでは獲得しにくい層にもアプローチすることが可能です。かつターゲティングも行えるため、狙った層のみに広告出稿をすることができます。

また、TVerの利用者のうち約30%は普段あまりテレビを見ない層であり、テレビ出稿では補うことができない人にまでリーチできることも強みです。

完全視聴率の高さ



例えば、15秒のCMを出稿する際、YouTubeなどでは完全視聴率が約3割とされているのに対してTVerでは完全視聴率が9割を超えるという結果がでており、訴求したい内容を余すところなくユーザーに届けることが可能です。

完全視聴率が高い理由として、スキップ機能がないことや、CMを挿入するフォーマットがTVと同様のため、違和感なく広告が受け入れられていることが挙げられます。

Tver独自のターゲティング機能

《属性データ》

生年月日
198804

性別
☒ 男性
 ☐ 女性
 ☐ その他
 ☐ 回答しない

郵便番号
105-0004

※郵便番号を入力したくと、お住まいの地域の番組表が設定されます。

生年月日
198804

性別
☒ 男性
 ☐ 女性
 ☐ その他
 ☐ 回答しない

郵便番号
105-0004

※郵便番号を入力したくと、お住まいの地域の番組表が設定されます。

アンケートで聴取する「生年月」「性別」「郵便番号」を活用

正解率

93.7%

※VR調べ（±1歳差含む）
N=11,915



ユーザーが**実登録**をしている性別、年齢データを広告配信に利用
類推を含まない、**高精度なデモグラターゲティング**を実現

《コンテンツデータ》



番組	選択項目
ジャンル	ドラマ / バラエティ / アニメ / 報道・ドキュメンタリー / スポーツ / その他

放送局のコンテンツを
ジャンル別に横断した広告配信可能です

《TVerアフィニティ》



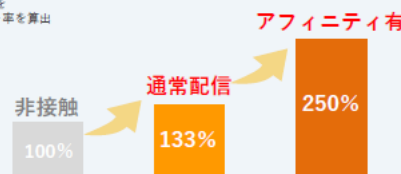
カテゴリー一覧				
ビジネス・経済	自動車	テクノロジー・ガジェット	ゲーム	ラグジュアリー
ショッピング・ファッション	ヘルスケア	美容	教育・子育て	旅行
映画	金融・ファイナンス	スポーツ・フィットネス	料理・グルメ	ペット
アート・芸術・音楽	環境・SDGs			

TVerの1stPartyDataを中心とする17個の「**興味関心データ**」を活用したターゲティング配信を可能にします

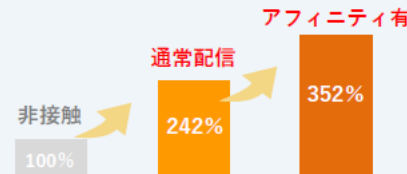
過去事例

非接触者のスコアを100%としてリフト率を算出

【サービス認知】



【広告認知】





- 国内最大のPublic DMP
- 月間4.7億以上のユニークブラウザデータ保有

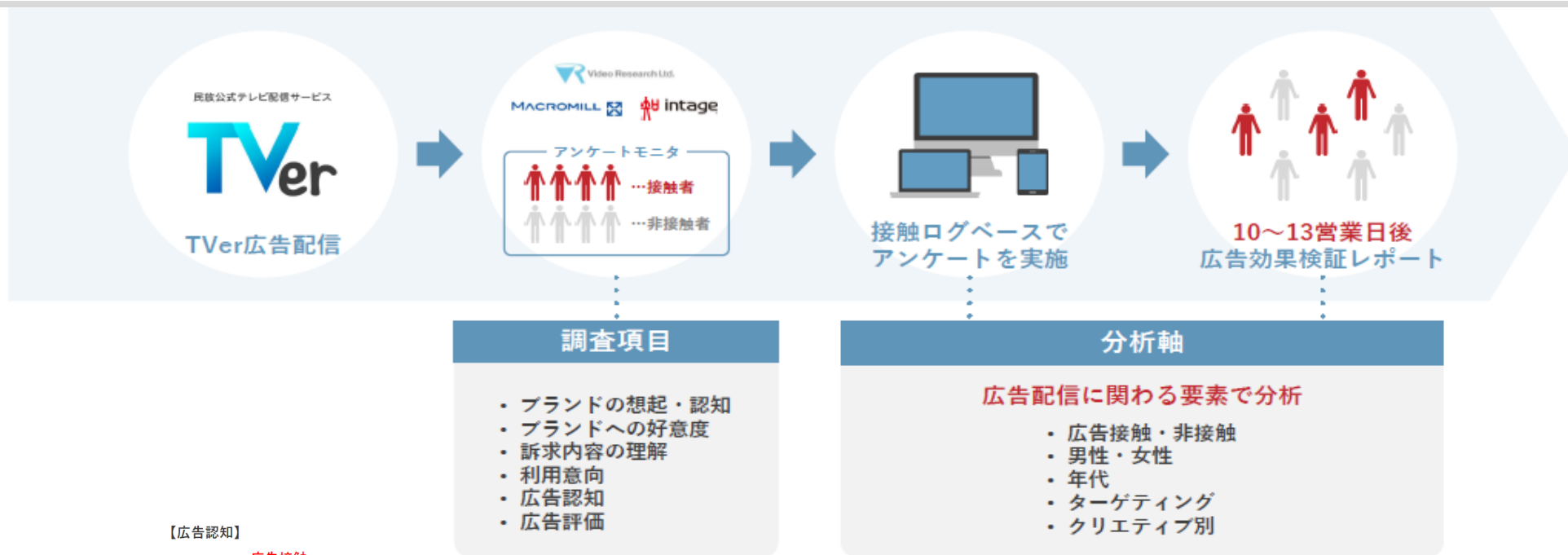
項目	詳細
キーワード	任意のキーワードを指定して配信可能
未婚既婚	未婚
	既婚
職業	公務員
	経営者・役員
	会社員(事務系)
	会社員(技術系)
	会社員(その他)
	自営業
	自由業
	専業主婦
	パート・アルバイト
	学生
年収	200万円未満
	200～400万円未満
	400～600万円未満
	600～800万円未満
	800～1000万円未満
	1000～1200万円未満
	1200～1500万円未満
	1500～2000万円未満
	2000万円以上
子供有無	子供有り
	子供無し

項目	詳細	
趣味趣向	旅行・レジャー	恋愛・結婚
	映画・観劇	ビジネス
	ライブ・イベント	語学
	スポーツ観戦	生涯学習
	外食・グルメ	家事・料理
	TV・番組・有名人	健康・医療
	デザイン	資産運用
	PC・家電	貯蓄
	AV/CD・DVD	子育て
	インターネット	住宅・土地
	雑貨・インテリア	介護・福祉
	お茶・コーヒー・紅茶	本・雑誌
	お菓子・食品	日本酒・焼酎
	ファッション	ビール類・チューハイ
	ダンス	ワイン・ウイスキー・洋酒
	通販・オンラインショッピング	花・園芸・ガーデニング
	ゲーム	ペット
	習い事(趣味)	癒し・ストレスフリー
	美容	手芸・工芸
	コスメ	日曜大工・DIY
	アート	エコロジー
	音楽	ギャンブル
	クルマ・バイク	
	自分でするスポーツ	
	アニメ・漫画	

※広告の配信費用と選択する項目数により追加費用に変動ございますので、ご興味がある方は弊社営業担当までご連絡ください。

様々なDSPと接続しており、DMPでのターゲティングが可能
属性や興味関心に加えキーワード設定等のカスタマイズができます。

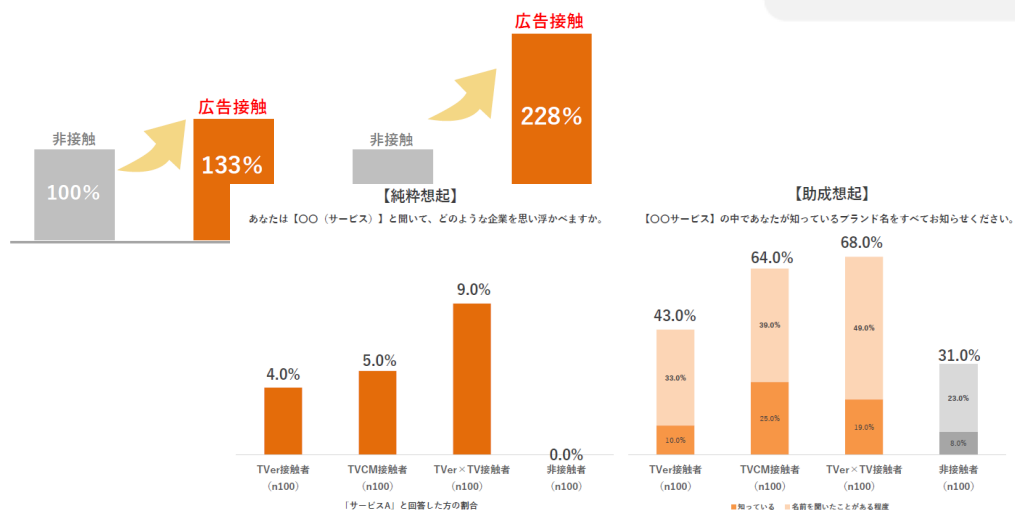
オプション | ブランドリフト調査



レポート例

【サービス認知】

【広告認知】



※300万円以上の配信には無償で調査いたします。

TVer広告で配信したブランドに関するアンケートを実施します。広告IDを利用し広告接触者と非接触者のデータを抽出、企業・商品に関する認知度や購買意欲が向上しているかなど広告効果を可視化します。

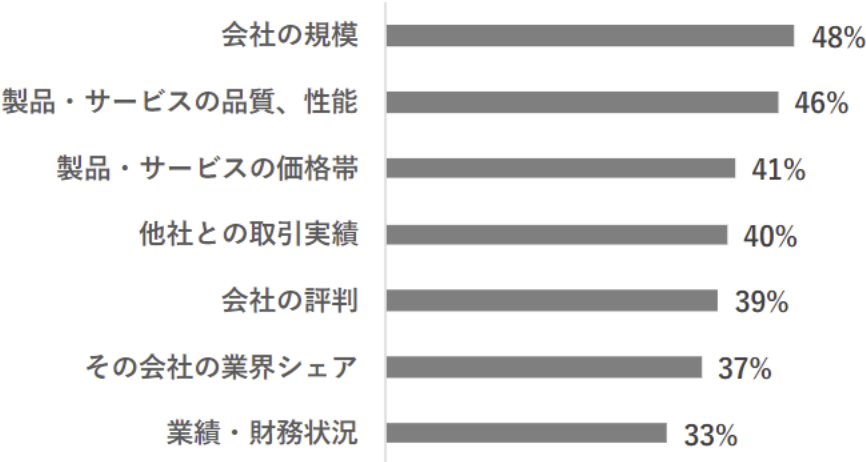
調査結果をもとに次回の出稿を設計し、常に貴社にとって最適な広告効果に合わせて改善提案をします。

BtoBブランディングの重要性

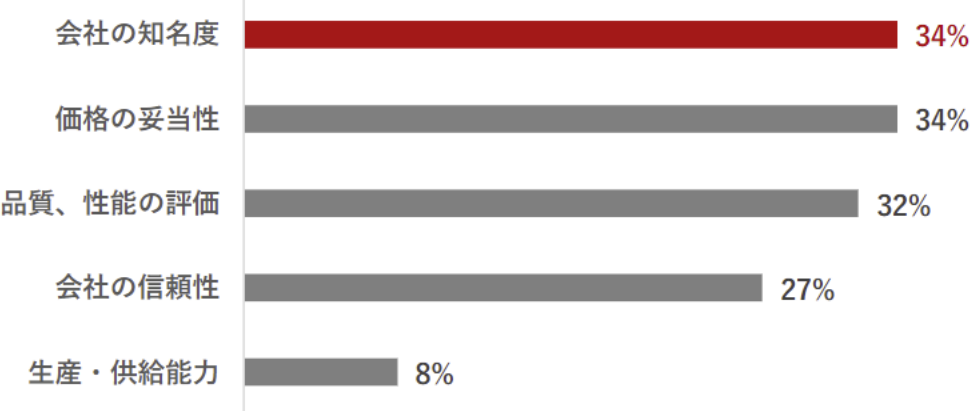
企業ブランディングの必要性

新規取引の際は「会社の知名度」が最重要視されている。

新規引合い会社と合う前に調べたいこと



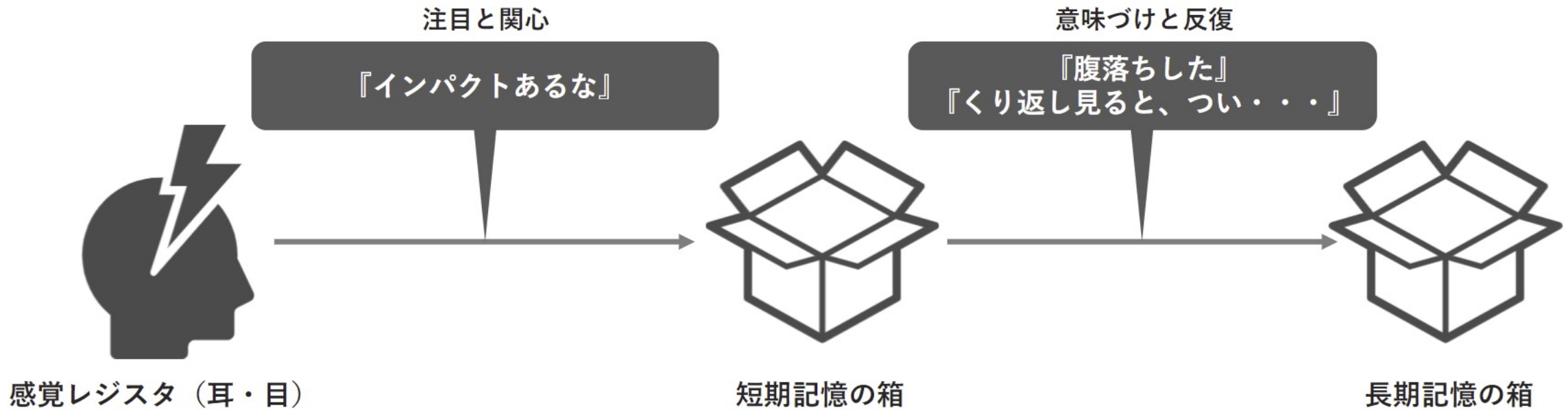
新規取引先の社内申請の却下理由



日経リサーチ/BtoB企業の購買プロセス調査（2020年5月）

BtoBの製品・サービスの導入において、検討に関わる人やサービスを知られていることが必要です。
上記調査にもございますようにビジネスの新規取引を社内で進めるにあたり、商品・サービスの評価よりも、
会社の知名度が上位にあります。
「知られていない」というのは単に新規ビジネスが生まれただけでなく、生まれにくくもしています。

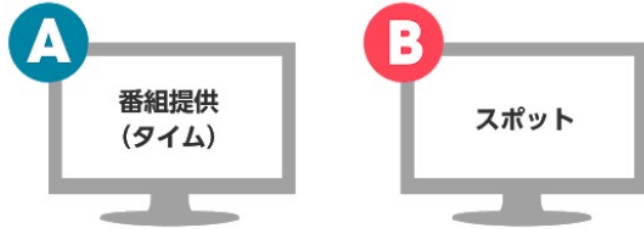
企業ブランディングのカギ



ブランディングにおいて重要なことは、インパクトのあるブランド情報に、反復接触させ、顧客自身に関係ある情報として腹落ちさせることです。
Web広告とブランディングを重ねあわせ、特定のターゲット層に直接・繰り返しアプローチし企業認知を図りましょう。

TVer広告を活用したブランディング

【TV】CM単価が高く、出稿ハードルが高い



タイム提供・・・数百万～数千万

スポット・・・数百万～数億円

【TVer】最低出稿金額100万～出稿が可能

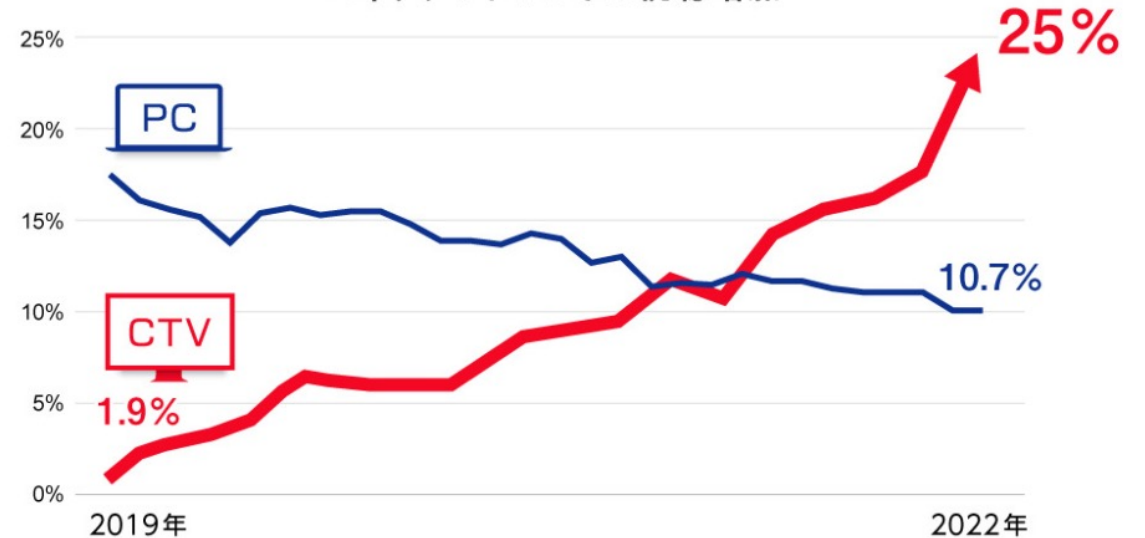
※配信メニューによっては50万～の場合もございます



少額予算でも出稿が可能で
出稿ハードルが非常に低い

TVerの視聴デバイスシェア

コネクテッドTVでの視聴増加



出典:TVer

ブランディングの手法としてTVCMが挙げられますが、TVerならTV出稿よりも安価にTV番組コンテンツへ出稿が可能です。また、年々コネクテッドTVを利用する人が増えているため、TVの大画面で広告を流すことで、リーチ拡大と視認性向上が期待できます。さらに、TVer広告なら、年齢や性別、エリアを絞り込めることで、興味関心の高い層に広告を配信、ブランディングを実施することができます。

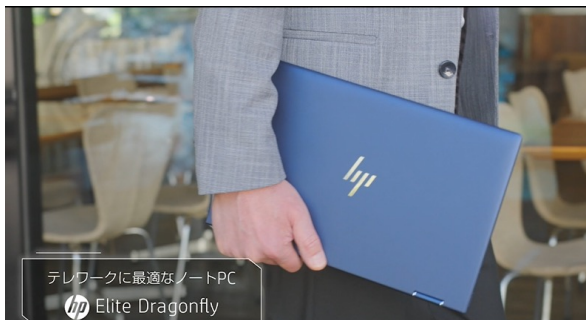
動画制作事例

動画制作



弊社では15秒～60秒のCM形式で、商品紹介、サービス紹介、会社紹介、採用など、目的と利用シーンに合わせた様々なプロモーション映像制作を企画作成から当日のディレクションまで一貫してご支援させていただきます。

製品訴求形式



企業紹介形式



アニメーション形式



Tver広告 | 配信・料金形態

配信可能秒数	6秒～60秒の間で任意設定が可能 ※配信秒数によってプレロールに配信されない場合がございます
クリエイティブ本数	5本まで
掲載期間	1週間以上任意 ※原則平日開始、平日終了推奨となります
配信メディア	TVer
配信デバイス	SD・PC・CTV (※お問合せください)
掲載仕様	ローテーション掲載 / クリックプルオプション (ご相談ください) SD / PC / CTVの番組内CM枠 (プレ / ミッド / ポスト) ※掲載箇所指定不可
外部計測	Google Campaign Manager / インテージ / マクロミル / ビデオリサーチ / 楽天リサーチ など ※SDKツールの計測アプリ設定は不可 (詳細は実施前に担当営業にお問い合わせください)



- ・3rdPartyタグに関して弊社判断で、非アクティブ処理を行う場合がございます。
- ・すべての取引データは株式会社ビデオリサーチの広告計測タグによるデータ取得 (再生数、UB数、視聴属性) を行い、弊社が閲覧致します。
- ・配信方法によっては、民放テレビ局各自社サイトやシンジケーションサイトに配信される可能性があります。

	①CPM課金 (固定単価形式)	②CPCV課金 (オークション形式)
課金タイミング	表示開始のタイミング	完全視聴のタイミング
単価	CPM固定単価	オークションにより変動
メリット	固定単価で分かりやすい CPCV (オークション) より優先買付けされる	最後まで動画視聴したユーザーのみ課金される オークション形式での市況に応じた単価変動
デメリット	市況に応じた単価が反映されない 広告の途中離脱ユーザーにも課金される	CPM形式より買付け優先度が下がる オークション形式の為、消化リスクがある

TVer広告 | 審査・Deal IDの発行について



※業態・素材の両考査が通過した放送局より順次配信となります。

※放送局による考査、広告在庫状況等により広告が掲出されない場合がございます。

※上記スケジュール（配信日程）は想定であり、お問い合わせ状況により前後する場合がございます。

お問い合わせ先

IT Communications

株式会社ITコミュニケーションズ(日本経済広告社グループ)

〒101-0054

東京都千代田区神田錦町3-20

錦町トラッドスクエア 7F

TEL：03-5282-8081

【お問い合わせ】 reiya.ichinohe@it-comm.co.jp

直通：080-3575-8085