

2020年10月22日

SMN 株式会社

SMN、国内コネクテッドテレビ広告市場調査を実施 ～2020年の市場規模は102億円の見通し、2024年には、 558億円規模と予測～

SMN 株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：石井 隆一、以下 SMN）は、この度、株式会社デジタルインファクト（本社：東京都文京区、代表取締役社長：野下 智之）と共同で、国内コネクテッドテレビ広告の市場動向調査を行いました。

■ 調査結果サマリー

- ・2020年の国内コネクテッドテレビ広告市場は102億円、前年比1.6倍の見通し。
- ・新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛の影響を受け、テレビ端末でのインターネット動画配信サービスの視聴需要は大幅に増加。これに伴いコネクテッドテレビ向けに配信される広告量も急増。
- ・今後もコネクテッドテレビ広告の需要は、中期的に急速に拡大することが予想され、2024年の市場規模は558億円に達すると予測。

コネクテッドテレビ広告とは、インターネット回線に接続されたテレビ端末であるコネクテッドテレビ（*1）向けに配信される動画フォーマットを中心としたデジタル広告のことです。米国ではすでに広告主から大きな需要があり、2019年時点で65.5億ドル（約6,878億円/*2）の市場規模となり、今後も大きく成長する有望な広告商品として注目が集まっています。

日本では、コネクテッドテレビの普及は近年急速に拡大し、2019年の個人利用率は13.5%（*3）に達しています。近年、テレビ端末におけるインターネット動画配信サービスの視聴者数が増加し、コネクテッドテレビ広告のユーザー接触は過去数年増加傾向にあり、普及の兆しがみられます。

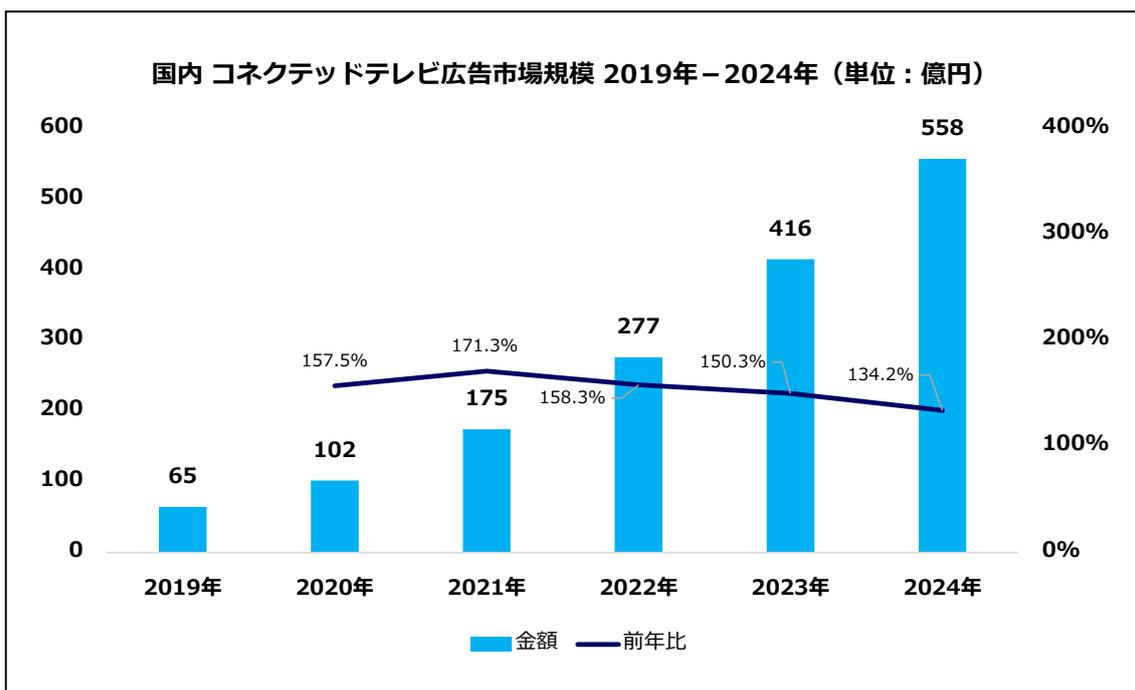
デジタルの広告技術を活用し、宅内で最も大きなスクリーンであるテレビ端末を介して、ユーザーと効果的かつ効果的なコミュニケーションを図ることができるコネクテッドテレビ広告は、広告主からの注目も高まりつつあり、動画コンテンツを配信するメディア企業や広告会社からもその商品価値の潜在性に高い注目が集まり始めています。

本調査では、広告主企業による国内ユーザーに向けて配信されるコネクテッドテレビ広告への年間支出額を「コネクテッドテレビ広告市場」と定義し、その市場規模を推計・予測しました。

調査結果は以下の通りです。

※本リリースに含まれる調査結果をご利用いただく際は、必ず「出典：SMN/デジタルインファクト調べ」と明記ください。

■ 調査結果



SMN/デジタルインファクト調べ

2020年に発生した新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛の影響を受けて、テレビ端末でのインターネット動画配信サービスの視聴需要は大幅に増加しました。これに伴いコネクテッドテレビ向けに配信される広告量も急増し、テレビ端末に配信されるデジタル広告の需要は高まりつつあります。

■ 国内コネクテッドテレビ広告市場の今後

2020年の国内コネクテッドテレビ広告市場は102億円、前年比1.6倍となることが見込まれます。動画広告におけるコネクテッドテレビ広告の比率は、今後も引き続き高い水準で増加することが予想されます。

今後も、コネクテッドテレビ視聴者数の継続的な拡大が予想されるなかで、コネクテッドテレビ広告量のさらなる増加が期待されています。

これに応じて、動画コンテンツを配信するメディア企業や広告会社は、テレビを視聴する視聴者のなかから、広告主にとって適切なターゲットをより効率的に探し当て、テレビ端末を通すことならでの、密接なコミュニケーションを図ることができ、且つその広告効果を可視化することができる魅力的なコネクテッドテレビ広告商品を開発することが予想されます。

コネクテッドテレビの普及により、ユーザーが一つのテレビ端末で、自身の趣味嗜好や関心に応じて、放送コンテンツとデジタルコンテンツを気軽に使い分けた新しい視聴行動が広く定着しつつあります。そのなかで、今後コネクテッドテレビ広告は、テレビCMの補完的な役割として、あるいはテレビCMと連動させた新しい価値をもたらす役割を担うことが期待されます。

これらを背景に、コネクテッドテレビ広告の需要は、今後中期的に急速に拡大することが予想され、2024年の市場規模は558億円に達すると予測されます。

*1 一般的に、スマートテレビ、コネクテッドデバイス・セットトップ BOX、ゲーム機などを介してインターネットに接続されている。

*2 出典：eMarketer、日本円表記は1ドル105円で換算。

*3 総務省「通信利用動向調査」

(https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/200529_1.pdf)

■ 調査概要

調査主体:SMN 株式会社

調査時期:2020年9月から2020年10月

調査方法:国内外の広告主、広告会社、動画メディア、広告配信事業者、有識者などへのヒアリング、調査主体ならびに調査機関が保有するデータ、関連企業・機関データ、公開情報の収集

調査対象:国内コネクテッドテレビ広告市場

調査機関:株式会社デジタルインファクト

■ SMN 株式会社 < <https://www.so-netmedia.jp/> >

2000年3月に設立。ソニーグループで培った技術力をベースに、マーケティングテクノロジー事業を展開しています。「技術力による、顧客のマーケティング課題の解決」を実現するため、ビッグデータ処理と人工知能のテクノロジーを連携し進化を続けています。現在、DSP「Logicad」、マーケティング AI プラットフォーム「VALIS-Cockpit」、実店舗事業者向けマーケティングプラットフォーム「Marketing Touch」のほか、テレビ視聴データ広告配信サービス「TVBridge」を新たに提供するなど、マーケティングに関する様々な課題解決を実現しています。

※記載されている会社名、団体名、商品名、サービス名は各社、各団体の商標または登録商標です。

<本件に関する問い合わせ先>

SMN 株式会社

コーポレートカルチャー&リレーション推進課 広報担当：渡部

TEL：080-1378-3157 携帯/E-Mail：pr@so-netmedia.jp