

2022年3月29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発表

～2021年のコネクテッドテレビ広告市場は前年比約3.4倍の344億円、  
2025年は1,695億円に成長～

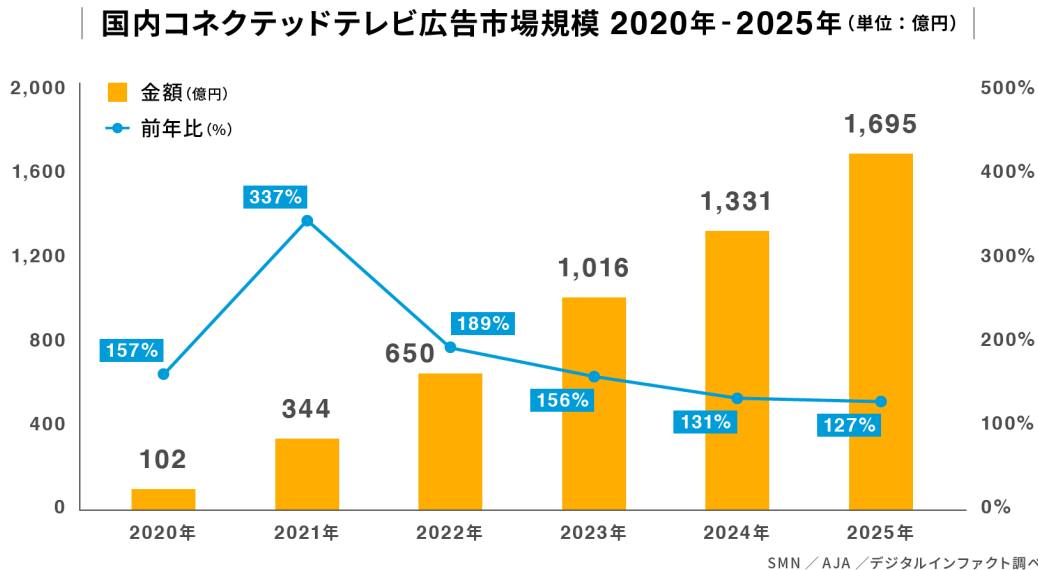
ソニーグループでマーケティングテクノロジー事業を行う SMN 株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：井宮 大輔、以下 SMN）は、株式会社サイバーエージェント（本社：東京都渋谷区、代表取締役：藤田晋）の連結子会社でアドテクノロジー事業を行う株式会社 AJA（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：野屋敷健太）、株式会社デジタルインファクト（本社：東京都文京区、代表取締役社長：野下智之）と共同で、国内におけるコネクテッドテレビ広告市場調査を実施し、2020年から2025年までの市場規模を推計・予測いたしました。

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。

コロナ禍における「巣ごもり消費」の影響を受け、動画配信サービスのコネクテッドテレビによる視聴者数と視聴時間は大きく増加し、2020年頃よりその可能性に注目が集まり、現在、その効果検証や有効的な活用方法の実証が進められています。

本調査では、2020年から2025年までを対象に国内コネクテッドテレビ広告市場の推計・予測を行いました。

### ■ 調査結果



2020年から2021年にかけて動画配信サービスのコネクテッドテレビ視聴が拡大したことで、大手動画配信サイトにおけるコネクテッドテレビ広告の配信量が急増し、PC向けの広告配信量を上回る水準に達しています。この流れを受けて、2021年は広告事業者や媒体社によるコネクテッドテレビ広告や関連サービスの積極的な提案が進み、広告主の中でコネクテッドテレビ広告の広告効果に高い注目が集まり

ました。その結果、大手動画配信サイトでは広告主によるコネクテッドテレビ広告への出稿が急増いたしました。

コネクテッドテレビ広告は、その高い視認性や、リビングルームにおける複数ユーザー視聴など、これまでのインターネット広告にはない新たな付加価値を持つ広告商品として期待されています。

2021年のコネクテッドテレビ広告市場は344億円、前年比337%と推測されますが、将来的に精度の高いターゲティング手法や効果計測の手法が確立し、コネクテッドテレビ広告が持つ新たな付加価値が実証されれば、今後も中期的に高い水準の成長を継続することが予想されます。

その結果コネクテッドテレビ広告市場は、2023年に1,000億円を突破し、2025年には1,695億円に達することが予想されます。

(\*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。

## ■ 調査概要

調査主体：SMN 株式会社、株式会社 AJA

調査時期：2022年1月から2022年2月

調査方法：調査主体ならびに調査機関が保有するデータ、ならびに動画広告市場関係者、動画配信サービス事業者へのヒアリング、公開情報の収集

調査対象：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

※本リリースに含まれる調査結果を転載・ご利用いただく場合は、必ず「出典：SMN/AJA/デジタルインファクト」と明記ください。

## ■ 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」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 広報担当：堀越

TEL: 080-7893-2951 / E-Mail [pr@so-netmedia.jp](mailto:pr@so-netmedia.jp)