

Adjust が「モバイル広告主のためのコネクテッドTVガイド」をリリース 広告費用が2024年末に190億米ドルに増加見込みの注目のコネクテッドTV市場 コネクテッドTVを活用したアプリ広告と成長戦略を解説！

CTVの市場規模



CTVの広告費用は2024年末に190億米ドルに増加する見込み¹



CTVへの投資が2020年に米国で40.6%増加し、90億ドルを突破²



米国の世帯が少なくとも1つのスマートTVか、インターネットに接続されたテレビを所有する割合³



広告費をリニアテレビからCTVやOTTへフトさせたマーケターの割合⁴



今年2021年に成人がCTVで毎日動画を視聴する割合。新しいタイプのテレビへの平均支出額は530ドル⁵



消費者がテレビセットでの動画視聴を好む割合。パソコンとスマートフォンはそれぞれ11%と8%と続く⁶

¹ <https://www.statista.com/statistics/1048897/connected-tv-ad-spend-usa/>

² <https://www.businessinsider.com/ctv-fast-growing-channel-in-digital-advertising-2021-5>

^{3,5} <https://www.leichtmanresearch.com/39-of-adults-watch-video-via-a-connected-tv-device-daily/>

^{4,6} 同上

グローバルに展開するB2B SaaS企業であるadjust (アジャスト) 株式会社 (本社: 独・ベルリン、代表取締役社長 兼 共同創業者: ポール H. ミュラー、日本ゼネラルマネージャー: 佐々直紀) は、コネクテッドTVを活用したアプリ広告と成長戦略に関する「[モバイル広告主のためのコネクテッドTVガイド](#)」をデジタルビジネス

ADJUST

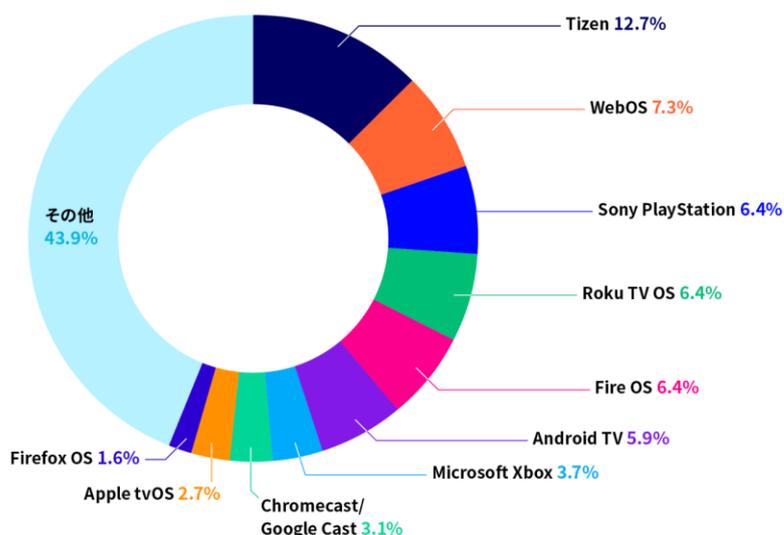
とスタートアップのためのグロースマーケティングパートナーであるDCMNと共同リリースしました。この最新ガイドでは、モバイル広告主が、世界的に普及しつつあるコネクテッドTV（以下、CTV）をマーケティングで効果的に活用するための方法、実用的なアドバイス、キャンペーン導入例をお届けします。

テレビ市場は過去10年間で大きく変化しましたが、ストリーミングサービスが成長すると、その専用デバイスを利用する世帯数（840万世帯）が世界でテレビを保有する世帯数（780万世帯）を上回るまでになりました。[米国でのCTVの広告費用は2024年末に190億米ドルに増加する見込み](#)とされています。日本でも市場の伸びは見られ、[2021年の日本国内のコネクテッドTV広告市場は前年比1.7倍の約175億円に上るという調査](#)も出ています。マーケターはこのトレンドを把握し、既存のテレビ広告と平行してCTVでもユーザーに効果的にリーチする戦略を考える必要があります。

CTVを視聴するためのデバイス

最もわかりやすいCTVデバイスは、オペレーティングシステムが事前にデバイスに搭載されており、インターネットに直接接続できるスマートTVです。世界的に広く普及しているのはSamsungのデバイスで、自社のオペレーティングシステム（Tizen）と付随する広告プラットフォームを有しています。

CTVを視聴するためのデバイス



ADJUST

上記グラフ引用元：<https://www.statista.com/statistics/1171132/global-connected-tv-devices-streaming-market-share-by-platform/>

本ガイドでは、複雑なCTVエコシステムをデバイス、プラットフォーム、アプリの3つに分けて解説し、CTV広告を購入する方法（プログラマティックバイディング、プラットフォームとの連携、パブリッシャーの利用）や、広告フォーマット例、キャンペーンを成功させるためのアプローチ法について紹介しています。キャンペーン指標を計測し、CTVでのパフォーマンスを計測する主な方法についても「直接DSPを介して実施」「サードパーティのアドサーバー」「計測プロバイダー」の3つに分けて解説している他、アドフラウドやEU一般データ保護規則（GDPR）など、マーケターが気を付けるべきポイントも説明しています。

ADJUST

ガイドの内容：

- モバイル広告主がCTVをマーケティングに活用する方法
- 複雑なCTVエコシステムの重要用語と、代表的なデバイスおよびストリーミングプラットフォームについて
- CTV広告のバイイング、ターゲティングおよび計測について
- キャンペーンを設定する方法と例

Adjust 日本ゼネラルマネージャー 佐々 直紀

テレビ市場は過去10年間で大幅に進化し、人々の視聴習慣が大きく変化しました。このように変化の大きな市場で、AdjustはマーケターがCTV広告をどのように活用すれば効果的にターゲットへリーチするかについて調査を進めてまいりました。新しい市場でマーケティングを行うにあたり、広告主が正確にデータを計測、分析することは重要です。またディスプレイ広告に比べてCTV広告のFraudには依然として不明な点も多いと言われており、不正への対策も肝要です。今後もAdjustは、マーケターがより効果的にCTVを活用できるよう、ソリューションと情報を提供して参ります。

さらに詳細な内容は、こちらからガイドをダウンロードしてご覧ください。

https://www.adjust.com/ja/resources/ebooks/connected-tv-guide-dcmn/?utm_source=PressRelease

adjust株式会社 会社概要

Adjustは、モバイルマーケティング分析プラットフォームです。アプリの持続的な成長を目指す世界中のマーケターから信頼されており、広告キャンペーンの効果測定と最適化、ユーザーデータを保護するソリューションを提供しています。Adjustに構築されたインテリジェンスとオートメーション技術、また迅速なグローバルカスタマーサポートが、世界中のアプリを強力にサポートしています。

2021年、Adjustは業界をリードするマーケティングソフトウェア企業であるAppLovinに買収されました。AppLovinは、強力かつ統合された各種ソリューションで、開発者のモバイルアプリの成長をサポートしています。Adjustの詳細は、www.adjust.com/ja をご覧ください。

公式ホームページ: <https://www.adjust.com/ja>

公式 Facebook: <https://www.facebook.com/adjustJapan/>