



2024年9月4日

TV AaaS Lab 研究レポート「テレビ CM 初出稿広告主分析 2010-2024」
—テレビ出稿のスマートスタート化が加速、スタートアップ企業の出稿も活況に—

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：矢嶋弘毅）の研究開発コミュニティ「TV AaaS Lab（テレビアースラボ）」はこの度、「テレビ CM 初出稿広告主分析 2010-2024」を実施しました。関東・関西・名古屋いずれかのエリアでテレビ CM に初出稿を行った企業の過去 14 年間分のデータを分析した結果から、主なファインディングスをご紹介します。

<主なファインディングス>

「テレビCM初出稿広告主分析2010-2024」主なファインディングス

TV AaaS Lab

博報堂DYメディアパートナーズ内の研究開発コミュニティ「TV AaaS Lab（テレビアースラボ）」が「テレビCM初出稿広告主分析2010-2024」を実施した結果をご紹介します

1. テレビCM初出稿広告主はピーク時からは微減したものの、高水準で安定
2. 初年度総出稿量は全体・1社あたりでともに減少傾向、「スマートスタート化」が加速
3. 法人向けサービス業ではテレビCM出稿が定着しやすい傾向に
4. スタートアップ企業数は過去5年間平均と比較し約2倍に増加、特に小規模出稿は3倍以上に

© 2024 | HAKUHODO DY media partners Inc. All Rights Reserved. | CONFIDENTIAL

<ファインディングス詳細>

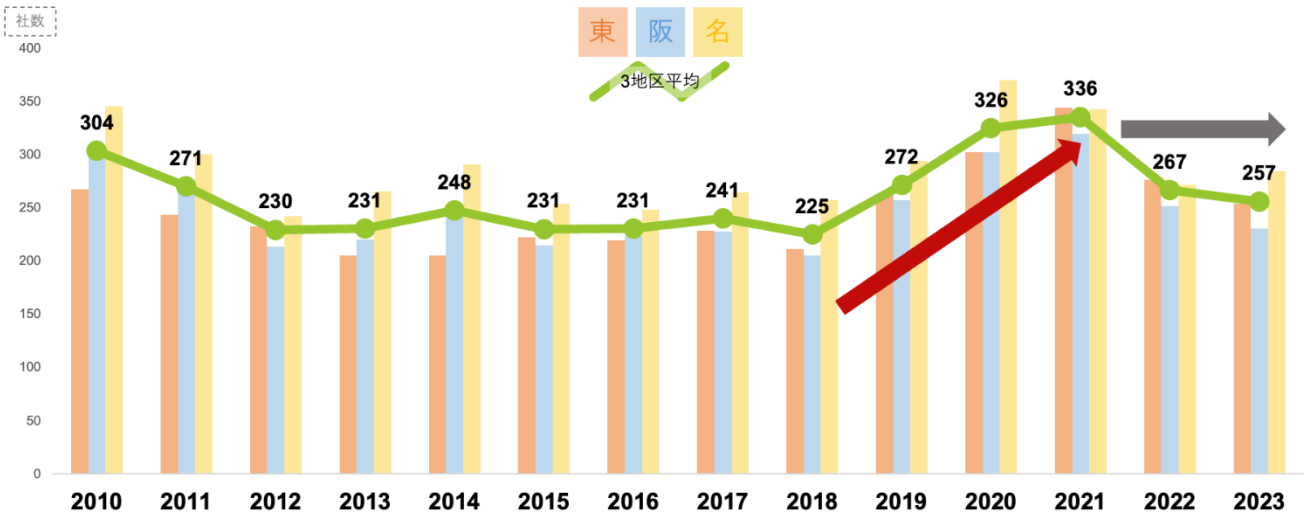
1. テレビ CM 初出稿広告主はピーク時からは微減したものの、高水準で安定

テレビ CM 初出稿広告主数は 2018 年度から増加傾向で、2021 年度にはコロナ禍で成長を遂げた DX 関連企業の出稿などの影響で最高値を記録。直近 2 年は減少に転じているものの、過去 14 年間の中では比較的高い水準で推移。広告会社や放送局がテレビ CM 初出稿のサポート体制を整えている効果もあり、高い水準になっていると考えられる。

テレビCM初出稿広告主数の推移（2010-2023年度）

TV AaaS Lab

テレビCM初出稿広告主はピーク時から微減したものの、高水準で安定



※エリア毎カウントのため、重複あり

データソース：株式会社ビデオリサーチ テレビ広告統計（2010-2023年度）

© 2024 | HAKUHODO DY media partners Inc. All Rights Reserved. | CONFIDENTIAL

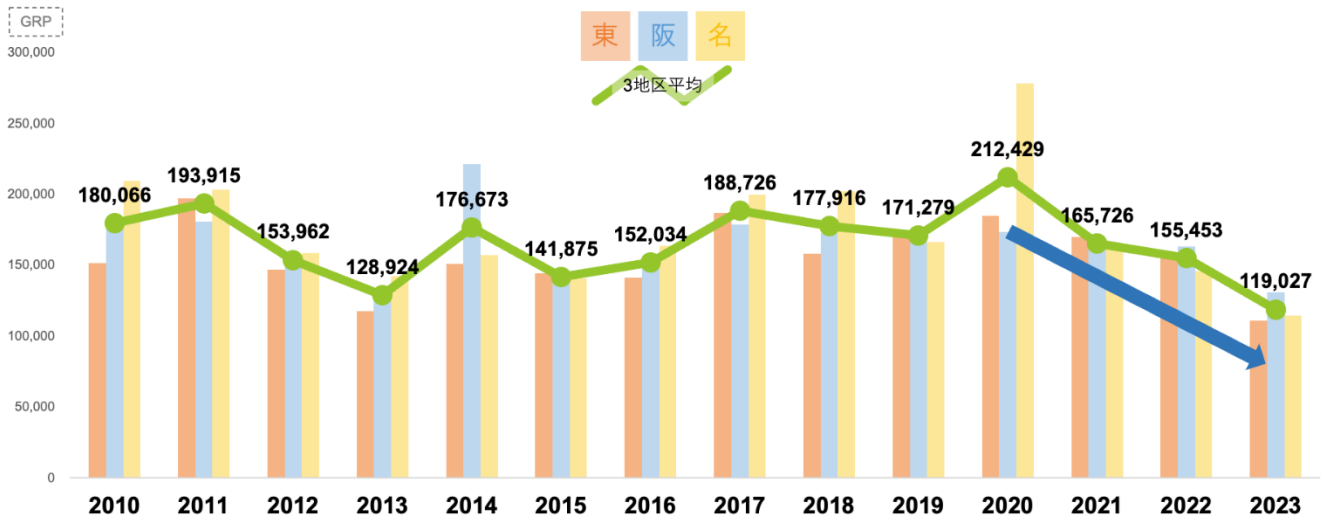
2. 初年度総出稿量は全体・1社あたりでともに減少傾向、「スモールスタート化」が加速

テレビCM初出稿広告主全体での初年度出稿量はコロナ禍の影響を受けた2020年度を最高値に、2021年度以降は減少傾向。それに伴い1社あたりの出稿規模も減少傾向に。少額からテレビ出稿可能なサービスを広告会社や放送局が積極的に展開している影響などもあり、テレビCM初出稿のハードルが下がっていると同時に、「スモールスタート化」が加速していることが窺える。

テレビCM初出稿広告主の初年度総出稿量*推移（2010-2023年度）

TV AaaS Lab

新規広告主全体の出稿量は減少傾向

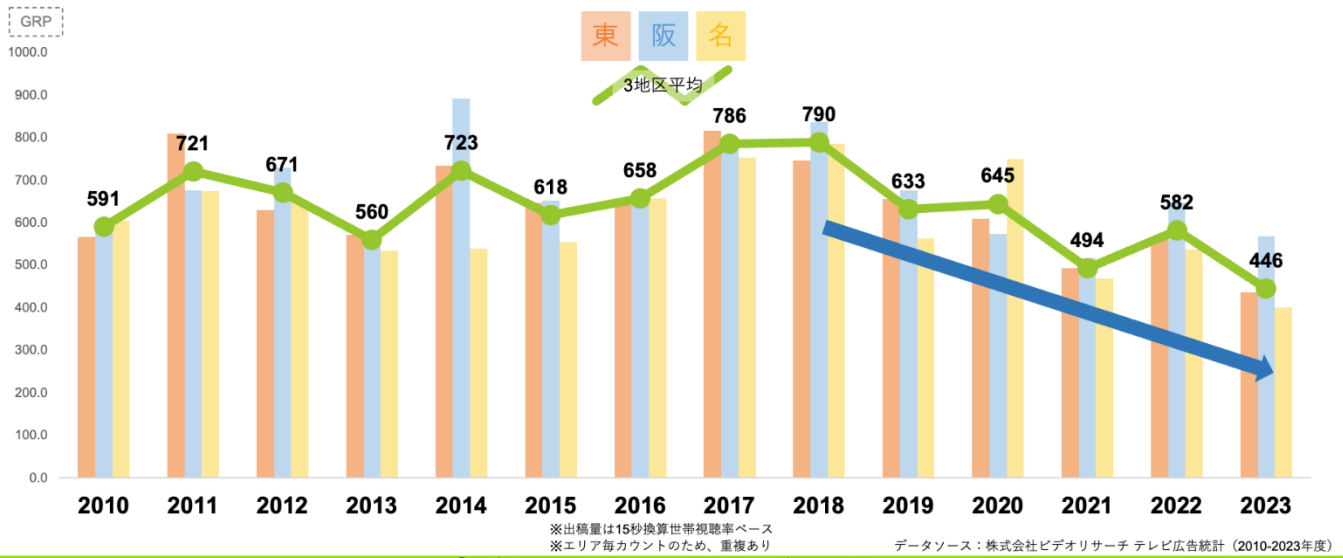


※出稿量は15秒換算世帯視聴率ベース
※エリア毎カウントのため、重複あり

データソース：株式会社ビデオリサーチ テレビ広告統計（2010-2023年度）

© 2024 | HAKUHODO DY media partners Inc. All Rights Reserved. | CONFIDENTIAL

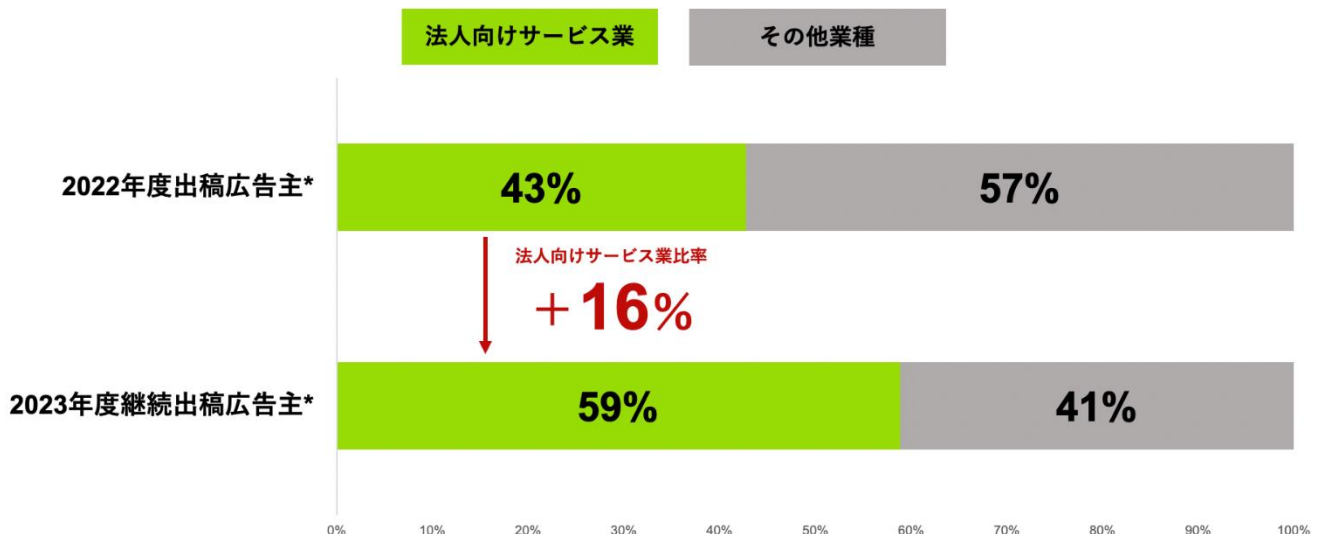
1社あたりの出稿量も減少傾向で、テレビCM初出稿の「スモールスタート化」が加速



3. 法人向けサービス業ではテレビCM出稿が定着しやすい傾向に

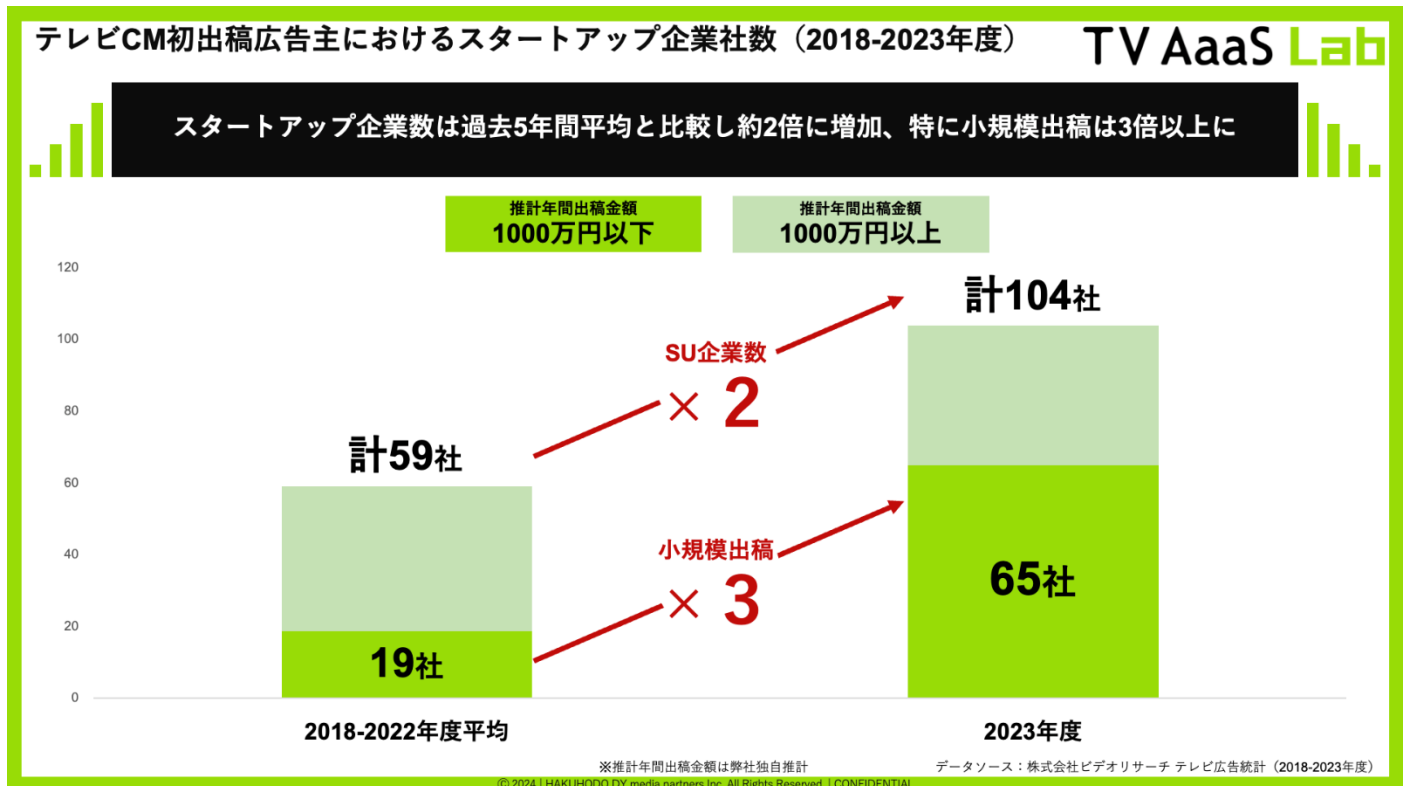
2022年度に東京・大阪・名古屋エリア全てで初出稿した広告主と、2023年度にも継続出稿した広告主の業種割合を比較した結果、法人向けサービス業の占める割合が16%増加。ブランド認知や企業の信頼性向上などを主な出稿目的とする法人向けサービス業において、テレビCM出稿が定着しやすいことが窺える。

法人向けサービス業ではテレビCM出稿が定着しやすい傾向に



4. スタートアップ企業数は過去5年間平均と比較し約2倍に増加、特に小規模出稿は3倍以上に

テレビCM初出稿広告主におけるスタートアップ企業数は2023年度と過去5年間の平均を比較して約2倍に増加。推計年間出稿金額が1000万円以上の企業数はほぼ横ばいとなっているのに対し、1000万円以下の小規模な出稿企業が3倍以上に大幅増加。運用型で数百万円単位での出稿を行う企業や特定の番組や時間帯に数十万円単位で出稿を行う企業が増加していることが要因と考えられる。



<テレビCM初出稿パターンについて>

テレビCM出稿には、大きく分けて3つの始め方が存在。初回から大規模な出稿を行う「スタートダッシュ型」、エリアや出稿量を運用して最適化する「PDCA型」、そして視聴者層や番組ジャンルを絞って出稿する「ターゲット型」に分類される。今回の分析では、テレビCM初出稿広告主全体での出稿量と、一社あたりの平均出稿量の減少が見られ、スモールスタート化の傾向を確認できた。特に、スタートアップ企業では6割以上の企業が小規模出稿していることも明らかとなりPDCA型やターゲット型での出稿が増加していることも推察できる。

テレビCM出稿には、大きく分けて3つの始め方が存在
特にスタートアップ企業では、PDCA型・ターゲット型でのスモールスタートが増加傾向



スタートダッシュ型

広い認知・リーチを目的に
初回から大規模出稿を実施



PDCA型

KPIに応じて出稿量やエリア等
を運用し、最適化を実施



ターゲット型

特定の視聴者層や番組ジャンル
などに絞って効果的に出稿

© 2024 | HAKUHODO DY media partners Inc. All Rights Reserved. | CONFIDENTIAL

<AaaS for startup について>

AaaS for startup

博報堂 D Y メディアパートナーズでは、広告メディアビジネスのデジタルトランスフォーメーションを果たす次世代型モデル「AaaS」(※1)を提唱し、運用型テレビ広告をはじめとする幅広い KPI を起点としたメディア施策の PDCA サービスの提供や、「AaaS for startup」の提供を通じたスタートアップ企業支援の強化など、広告主の広告効果最適化を通して事業成長に貢献する取り組みを行っております。

AaaS for startup では、スタートアップ企業に特化したテレビ CM 初出稿の分析結果や、はじめてのテレビ出稿を支援するプランもご提供しております。お気軽にお問い合わせください。

スタートアップ特化型ソリューション AaaS for startup について詳しくは[こちら](#)

<TV AaaS Lab について>

TV AaaS Lab

TV AaaS Lab は「テレビビジネスの未来を共創する」というステートメントを掲げ、放送局やテレビに関わる、あらゆるステークホルダーと共に、テレビ全体のビジネスアップデートによる価値の最大化を目指す研究開発コミュニティです。

今回、テレビ CM 初出稿広告主の傾向を掴み、今後のテレビビジネスの価値向上に活かしていくことを目的とし TV AaaS Lab で独自分析を行いました。

引き続きあらゆるステークホルダーと共に研究開発を行っていくことで、テレビビジネスの価値最大化を目指して活動してまいります。

<分析概要>

データソース：株式会社ビデオリサーチ テレビ広告統計

分析対象期間：2010年4月～2024年3月

分析対象社数：約7000社（※2）

テレビCM初出稿広告主の定義：関東・関西・名古屋いずれかのエリアでテレビCMに初出稿を行った企業

スタートアップ企業の定義：設立10年以内かつ既存テレビ広告主と資本関係のない企業

（※1）広告業界で長らく続いてきた「広告枠の取引」によるビジネス（いわゆる「予約型」）から「広告効果の最大化」によるビジネス（いわゆる「運用型」）への転換を見据えた、博報堂D Yメディアパートナーズが提唱する広告メディアビジネスのデジタルトランスフォーメーションを果たす次世代型モデル。<AaaS®は博報堂D Yメディアパートナーズの登録商標>

（※2）名称変更等を行った企業は除く。

【本件に関するお問い合わせ】

博報堂D Yメディアパートナーズ 広報室 三矢、戸田

Mail : mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp