

テレビ東京

7ch



Program
Guide



©TV TOKYO Corporation All rights reserved.

テレビ東京系列の放送エリアは、**4178万世帯**、 全国世帯数の**69.9%**をカバーしています。

テレビ東京のネットワークは、テレビ北海道・テレビ愛知・テレビ大阪・テレビせとうち・TVQ九州放送を合わせた6局。効率のよい媒体特性と多彩な番組編成により、御社のセールスプロモーションを強力にサポートします。



放送エリアカバー率

※中継局の増設などで、年々カバーエリアは拡大しています。

テレビ北海道
北海道 青森県
エリア内世帯数計
280.2 (万)

テレビ大阪
大阪府 京都府 兵庫県
奈良県 徳島県
エリア内世帯数計
797.1 (万)

テレビせとうち
岡山県 徳島県 香川県
エリア内世帯数計
132.2 (万)

テレビ東京
東京都 茨城県 栃木県
群馬県 埼玉県 千葉県
神奈川県 山梨県 静岡県
エリア内世帯数計
2144.1 (万)

TVQ九州放送
福岡県 山口県 佐賀県
長崎県 熊本県 大分県
エリア内世帯数計
341.6 (万)

テレビ愛知
愛知県 長野県 岐阜県 静岡県 三重県
エリア内世帯数計
482.8 (万)

テレビ東京の視聴率**1%**あたり
関東地区**40万5500人**
が視聴しています
※他民放局と同様のエリアをカバーしております。
※視聴率は個人全体(A・L・L)視聴率

[関東地区の4歳以上テレビ所有人口(2022年10月ビデオリサーチ調べ)をもとに推計]

※住民基本台帳(総務省作成、2022年1月1日時点)の世帯数をベースに、民放テレビ局エリア調査(日本アドバタイザーズ協会)2008年版のカバレッジ数値を使用し、各局のエリア世帯数を算出。尚、TVhのカバレッジは同社調べ。

テレビ東京会社概要

株式会社テレビ東京(TV TOKYO Corporation)	
本社	106-8007 東京都港区六本木3-2-1 六本木グランドタワー TEL 03-6632-7777(代表)
関西支社	530-0004 大阪市北区堂島浜1-4-16 アクア堂島NBFタワー西館 TEL 06-6341-5512 / FAX 06-6341-0512
名古屋支社	460-8787 名古屋市中区栄4-16-33 日経名古屋支社ビル4階 TEL 052-262-2712 / FAX 052-262-2912
海外支局	ニューヨーク・ワシントン・ロンドン・モスクワ・ソウル・北京・上海
代表者	代表取締役社長 石川 一郎
資本金	89億1,095万7,000円
開局	1964年4月12日
チャンネル	デジタル 7チャンネル(JOTX-DTV)
売上高	1,033億6,100万円(2021年3月期)
従業員数	768名(2022年3月31日現在) ※テレビ東京グループ内の出向者を含む

TXNネットワーク各社概要

株式会社テレビ東京(TX)	テレビ大阪株式会社(TVO)
開局 1964年4月12日	開局 1982年3月1日
所在地 106-8007 東京都港区六本木3-2-1 六本木グランドタワー	所在地 540-8519 大阪市中央区 大手前1-2-18
電話番号 03-6632-7777	電話番号 06-6947-7777
URL https://www.tv-tokyo.co.jp	URL https://www.tv-osaka.co.jp
テレビ愛知株式会社(TVA)	テレビせとうち株式会社(TSC)
開局 1983年9月1日	開局 1985年10月1日
所在地 460-8325 名古屋市中区 大須2-4-8	所在地 700-8677 岡山市北区 柳町2-1-1
電話番号 052-203-0250	電話番号 086-803-7000
URL https://www.tv-aichi.co.jp	URL https://www.webtsc.com
株式会社テレビ北海道(TVh)	株式会社TVQ九州放送
開局 1989年10月1日	開局 1991年4月1日
所在地 060-8517 札幌市中央区 大通東6-12-4	所在地 812-8570 福岡市博多区 住吉2-3-1
電話番号 011-232-1117	電話番号 092-262-0077
URL https://www.tv-hokkaido.co.jp	URL https://www.tvq.co.jp

テレビ東京ならではの多彩な番組

ユニークな番組が多いことから、CM展開において様々な視聴者層への深い浸透力が期待できます。

経済に敏感な視聴層が多い **経済** 番組が豊富

- ・ワールドビジネスサテライト
- ・Newsモーニングサテライト
- ・ゆうがたサテライト
- ・昼サテ など

知的好奇心の強い視聴者層に人気 **文化・ドキュメンタリー**

- ・ガイアの夜明け
- ・カンプリア宮殿
- ・新美の巨人たち など

幅広い層に支持されています **健全なバラエティ** が盛り沢山

- ・YOUは何しに日本へ?
- ・開運!なんでも鑑定団
- ・所さんの学校では教えてくれないそこんトコロ!
- ・出没!アド街ック天国
- ・なぜそこ? など

学生・若い社会人も視聴 **若年層向け** コンテンツも充実

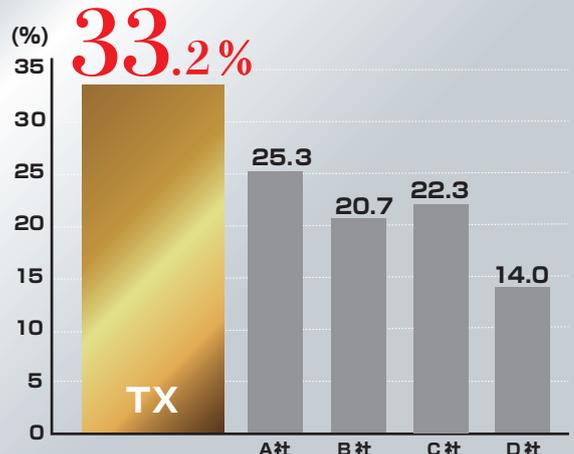
- ・モヤモヤさまぁ〜ず2
- ・ソレダメ!
- ・ありえへん∞世界
- ・出川哲朗の充電させてもらえませんか?
- ・ドラマ24 など

子供がいる主婦層も視聴 **アニメ番組** も圧倒的

- ・ポケットモンスター
- ・SPY×FAMILY
- ・バズドラ など

テレビ東京の番組は **高い評価** を受けています。

テレビ東京は『今後の制作番組に期待できると思うテレビ局はありますか?』という調査で、在京民放5局の中もっとも多く期待できるテレビ局としてのポイントを得ました。



【インターネットによるアンケート調査】
 ■ 調査時期/2021年2月12日～14日 ■ 調査地域/1都3県 ■ 調査対象/15～79才男女 2,884名 自社調べ

MAIN PROGRAM

毎日が発見の連続。
テレビ東京の誇る多種多様な人気番組



YOUは何しに日本へ?

空港で勝手にお出迎えて直撃取材を敢行!!
時には、空港を飛び出して、客船の港、イベント会場でもYOUに直撃インタビュー! するとそこは…面白外国人の宝庫だった!



家、ついて行ってイイですか?

深夜、急に訪れる片づけられていない素のお宅は、その人の人生ドラマが散りばめられた宝箱です。そして誰しもが、一見フツーでも、ぜんぜんフツーじゃない人生ドラマを持っている! そんな素敵な市井の方々の人生譚を覗いていきます。



ポケットモンスター

23年4月、アニメ「ポケットモンスター」は新シリーズへ。
たくさんのポケモン達と共に、2人の主人公、少女・リコと少年・ロイの新たな夢と冒険の物語が始まります。

©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon



所さんの学校では教えてくれないそこんトコロ!

「開かずの金庫を開けろ!!」
「驚きの遠距離通勤 なぜそんなに遠くから通っているんですか?」など人気企画が盛りだくさん! 視聴者の興味をくすぐる情報バラエティです。



出川哲朗の充電させてもらえませんか?

充電させてもらえませんか?と旅先の心優しき人をお願いしながら電動バイクで旅をする人情すがり旅! 老若男女から絶大の人気を誇る出川哲朗が個性あふれるゲストと共に電動バイクで旅します。



出沒! アド街ック天国

街を徹底的に紹介する地域密着系都市型エンターテインメント!
お馴染みの街から「えっ、こんな街あったの?」という意外な街まで、あらゆる街に出沒する情報バラエティ番組です。



日曜ビッグバラエティ

様々な池の問題を扱ってきた「緊急SOS!池の水ぜんぶ抜く大作戦」や数多くの歌うマスターを輩出してきた「THEカラオケ★バトル」などこれまでの良質な番組に加え、新番組をどんどん開発していきます!



モヤモヤさまあ〜ず2

普段は決して行かないようなモヤモヤした地域を街歩きの達人さまあ〜ずがスッキリ晴らす!
「何もない街で何かを見つける」全く新しい形の街歩きバラエティー。

UNIQUE PROGRAM

テレビ東京ならではの企画力を生かした個性豊かなイチオシ番組

シナぷしゅ synapusyu



シナぷしゅ

民放初の、0～2歳児向け番組。個性豊かな歌やアニメーションが満載！赤ちゃんの世界が「ぷしゅっ」と広がり、パパママの肩の力が「ぷしゅ～」と抜ける、そんな番組です。

昼めし旅

あなたのご飯見せて下さい

昼めし旅～あなたのご飯見せてください～

ニッポンの「リアルなご飯」にスポットをあて、「あなたのご飯見せて下さい」を合い言葉に「昼めし旅」を敢行！その土地ならではののお昼ご飯や人気店、魅力的なご飯をご紹介します。



午後のエンターテインメント

あの人気作品をもう一度！優雅な昼下がりにぴったりの海外映画はいかが？不朽の名作から、話題作、意外とハマるニッチな作品まで勢ぞろい！お昼は「午後エンタ」から目が離せない！！



あちこちオーダー

オーダー春日が大将となり店をオープン！常連客の若林、そして今注目の有名人をゲストに迎え、本音トークを展開！盛り上がること間違いなしの、ぶっちゃけトーク番組！



ゴッドタン

悪ふざけの最高峰「ゴッドタン」。その時面白かった企画をやり続ける「お笑い番組」です。芸人の本気の悪ふざけは、一見の価値あり！



有吉いいeeeeee!～そうだ！今からお前んちでゲームしない？～

ゲーム愛の強さでは誰にも負けない「芸能界随一のゲーマー」有吉弘行が、本気でゲーム！毎回、芸人、アイドルから、芸能界の重鎮まで「ゲーム好き」そんな芸能人の家へ行き、話題の「eスポーツ」に挑戦する。



乃木坂工事中

只今、大躍進中の乃木坂46にもっともっと勢いをつけてもらうためにメンバーの新たな一面や魅力を引き出すさまざまな企画にチャレンジ！！



そこ曲がったら、櫻坂？

櫻坂46が櫻坂46へ改名！番組名も新たにありとあらゆるジャンルに挑戦！庄巻のパフォーマンス、成長し続けるメンバーの勇姿をお見逃しなく！



日向坂で会いましょう

「ハッピーオーラ」を武器に、見ている人たちを笑顔に変えるハッピー全開のバラエティ番組！苦難を乗り越え成長していく姿を追いかけます！！

ビジネスに効く!経済・ニュース番組



Newsモーニングサテライト

『Newsモーニングサテライト(モーサテ)』は、きょうが始まる経済ニュースです。ビジネスパーソンや投資家、そして世界経済の今とこれからを知りたいすべての方にお届けします。



WBS(ワールドビジネスサテライト)

『WBS』は、30年以上にわたり、バブル崩壊やリーマンショック、東日本大震災、そして新型コロナウイルスと、激動の時代を「経済」という独自の切り口で報じ続けてきました。視聴者の皆様がこの時代の波を的確に捉え、「仕事と生活につながる経済ニュース」をお伝えします。



カンブリア宮殿

カンブリア紀…地球で起きた生命の大爆発。次なる進化を求めて生物が一齐に誕生した。あれから5億5000万年…平成の時代に起きた経済の大変革。そんな「カンブリア紀の経済人」を迎える大人のためのトーク・ライブ・ショー。



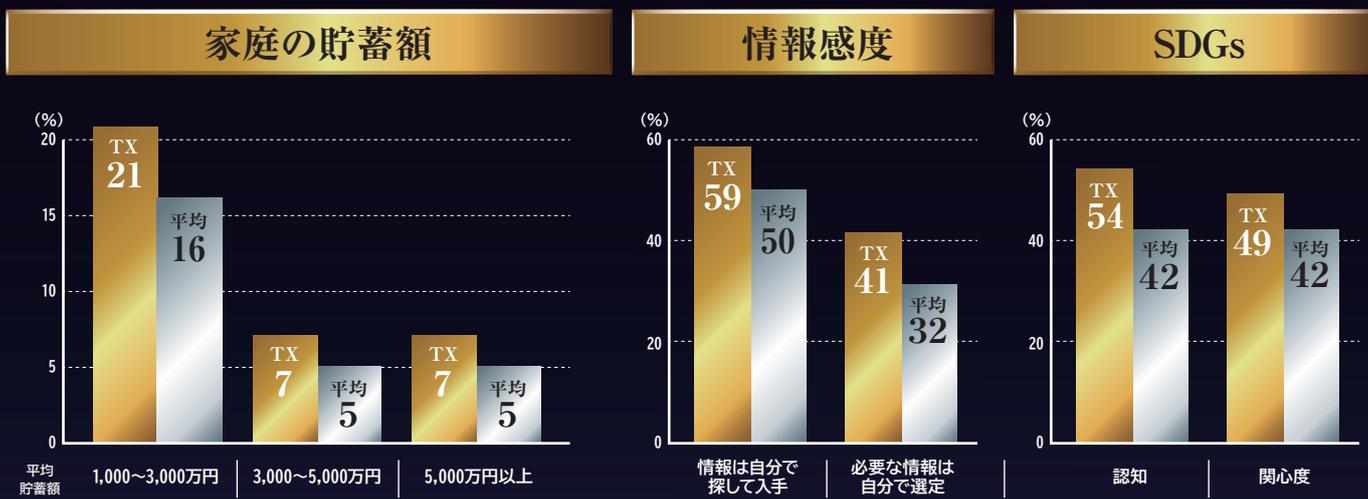
ガイアの夜明け

『ガイアの夜明け』は経済ドキュメンタリー番組です。経済の現場で奮闘している人たちを通して、様々な経済ニュースの裏側に迫っていきます。

TX経済番組の視聴者プロフィール

管理職が多く、家庭の貯蓄額も高いです。金融リテラシーが高く、情報収集・選定力にも自信があります。(SDGs認知・関心度も高い)

- ✓ 家庭の貯蓄額は「5,000万円以上」が7%、平均貯蓄額も1621万円と全体平均と比べて**圧倒的に高い**。
- ✓ 家庭内で大きな買い物をする際の「**最終的な購入決定者**」であるという人が多く、**情報収集意欲が高い**。
- ✓ 経済情報には敏感で金融商品に詳しく**投資や資産形成に積極的**。



※スイッチメディア調べ

※視聴者の定義：2021年4月クールに「WBS」「ガイア」「カンブリア」を一定回数以上視聴した方。

テレビ東京の視聴者プロフィール

『視聴質』が高く、CMのターゲットとしては理想的。個人全体の全日でNo1!
他局と比較して最も専念視聴度が高い!

2021年度 個人視聴質比較 全日 (6-26)

属性/局	TX	A社	B社	C社	D社	5局平均
All	0.84	0.70	0.73	0.74	0.69	0.72
C	0.43	0.43	0.23	0.28	0.41	0.35
T	0.19	0.41	0.19	0.26	0.30	0.29
M1	0.30	0.43	0.28	0.31	0.36	0.35
M2	0.65	0.56	0.46	0.55	0.60	0.55
M3	1.32	0.74	1.18	1.07	0.83	0.97
F1	0.33	0.67	0.29	0.42	0.42	0.46
F2	0.58	0.77	0.51	0.69	0.75	0.68
F3	1.41	1.05	1.30	1.18	1.05	1.16

※REVISIO調べ

視聴質：関東1000世帯で実施されている視聴の質調査。2016年4月から9月における、民放、NHK計7局の番組・CM中の平均値を1.00として指標化。値が高いほど、テレビの前の滞在度や注視度が高いことを示す。

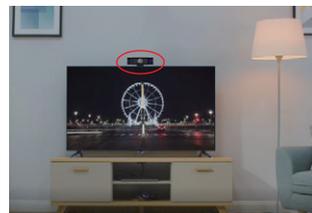
[免責事項]

- 本資料はREVISIO株式会社が取得したデータに関する参考資料です。
- 本資料に記載のデータ、図、表、その他全ての情報は本資料発行時点のもので、REVISIO株式会社は本資料中の記載内容が完全であること、最新であること、正確であること、網羅的であることその他のいかなる表明・保証も行いません。
- 本資料の著作権は、すべてREVISIO株式会社に帰属します。本資料及びその記載内容の複製、転載、改変、第三者への提供、サービスの利用検討以外の目的での利用を禁じます。
- 本資料及びその記載内容の利用に関連して生じたあらゆる損害等についてREVISIO株式会社は一切の責任を負いかねます。

REVISIO 指標について

■ REVISIO株式会社

2015年3月 MIT発テクノロジーベンチャーとして日米同時に設立
一般視聴者宅(関東2000世帯)に人体認識技術を組み込んだ調査機器を導入し、
「リアルな視聴態勢データ」を取得

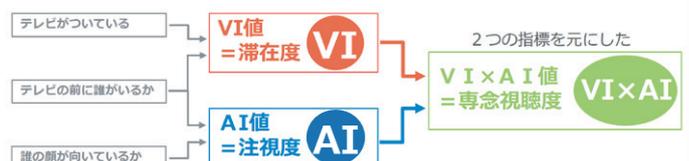


【データ取得イメージ】



【家庭内への設置イメージ】

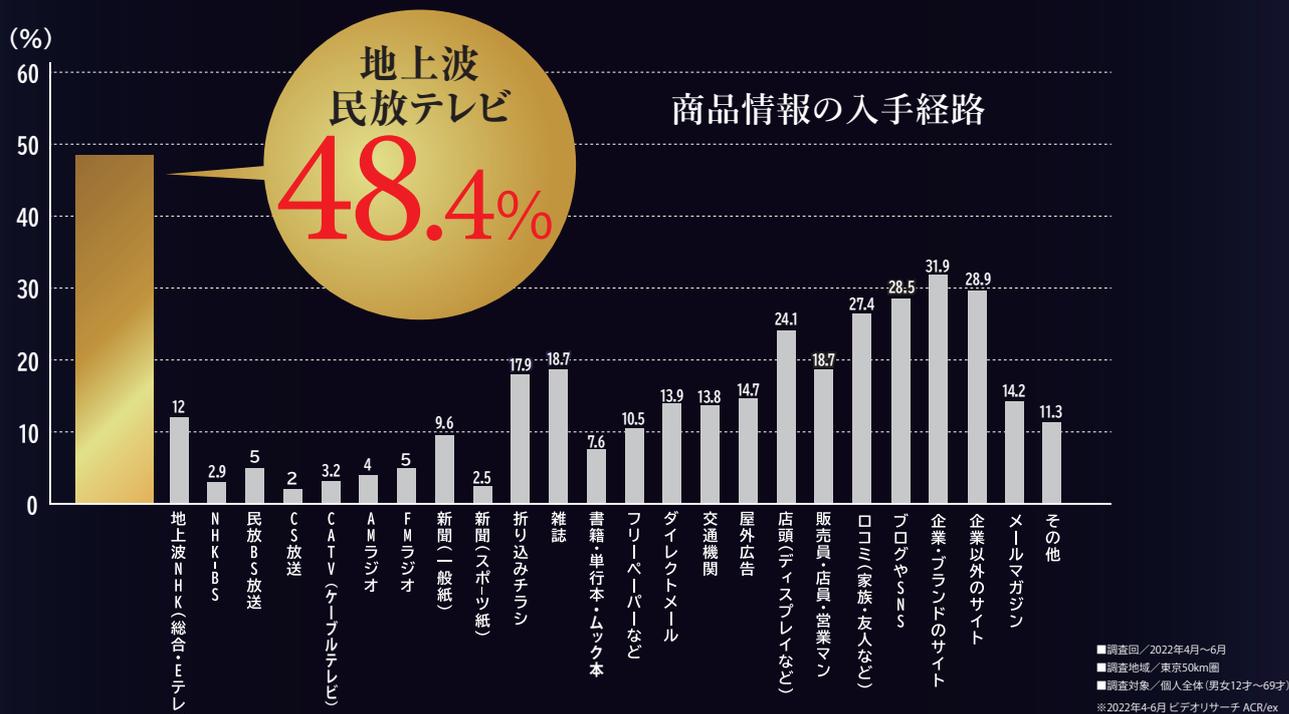
■ テレビの視聴「質」データを2つの指標に集約



テレビCMのメリット

テレビを見て商品情報を知る人が多い!

2020年国民生活時間調査によると、テレビの1日あたりの平均視聴時間は3時間を超え、インターネットの利用時間を大幅に上回っています。また、商品情報をテレビ媒体から入手している方の割合も高く、テレビは最も親しまれているメディアであるといえます。



[テレビCMのセールス形態]

スポットCM

キャンペーン期間や広告予算に合わせ、番組間のCMゾーンにランダムにCMを流すことができます。

詳しくは
10ページを
ご覧ください

提供表示	なし
秒数	15秒
期間	希望の期間
地区	ローカル(関東地区)※1
メリット	柔軟性 (放送時間帯・期間・予算) 集中投下が可能
広告展開	商品・企業・キャンペーン告知

※1 テレビ東京の放送エリアは6ページを参照

タイムCM

個別の番組を提供することです。
(レギュラー番組・単発の特別番組の提供)

詳しくは
9ページを
ご覧ください

提供表示	あり
秒数	30秒
期間	6ヶ月
地区	ローカル(6局ネット)※2
メリット	番組ごとの視聴者層を 的確につかめる。 特定層へ繰り返しの到達が可能
広告展開	ブランドイメージの醸成

※2 テレビ東京のネット局・・・テレビ北海道・テレビ愛知・テレビ大阪・テレビせとうち・TVQ九州放送(全6局)

テレビCMは、形態によって様々な商品情報や企業イメージを伝える事ができます。

タイムCMとは 企業のブランド価値を高める広告。(番組提供CM)の事です。

番組提供CMは、番組を提供する広告主がその番組の中に挿入するCMのこと。
番組とともに企業や商品に共感を覚えてほしいという会社に最適です。

タイムCMの概要

〔契約期間〕

民放では番組の編成が変わる**1月、4月、7月、10月**からの3ヶ月間を「**1クール**」と呼びます。
タイムはこの期間を基準に、**4月と10月**から**2クール**(6ヶ月・26週)単位で購入するのが原則です。

30秒	30秒のCM枠に加え、番組開始時・終了時に提供テロップを表示できます。最も一般的なタイムCMです。	<例> 番組開始時 「この番組は〇〇商事がお送りします」
60秒	60秒のCM枠に加え、番組開始時・終了時の提供テロップ表示の際、社名を読み上げます。聴覚的にも記憶に残りやすいというメリットがあります。	番組終了時 「この番組は〇〇商事がお送りしました」
90秒	90秒のCM枠に加え、番組開始時・終了時の提供テロップ表示の際、社名にキャッチコピーを付けて読み上げます。より記憶に残る(=販促につながる)効果が期待できます。	番組開始時 「この番組は受験生の味方、〇〇ゼミナールがお送りします」 番組終了時 「この番組は受験生の味方、〇〇ゼミナールがお送りしました」

番組提供エリアによってCMの種類もさまざま!

1. ネット番組

系列を通じた全国ネット番組に提供。提供表示とCMが全国に流れます。

ネットタイムレギュラー番組

テレビ東京系の6局ネットで、毎週同じ曜日・時間に放送される番組。



「YOUは何しに日本へ?」「出没!アド街ック天国」「モヤモヤさまぁ〜ず2」など

ネットタイムベルトレギュラー番組

テレビ東京系の6局ネットで、月～金曜日など週を通じて同じ時間帯に放送される番組。



「Newsモーニングサテライト」「昼サテ」「ゆうがたサテライト」など

2. ローカル番組

テレビ東京のエリア内のみで、提供表示とCMが流れます。

ローカルタイムレギュラー番組

テレビ東京で、毎週同じ曜日・時間に放送される番組。



「ありえへん∞世界」「土曜スペシャル」「開運!なんでも鑑定団」など

ローカルタイムベルトレギュラー番組

テレビ東京のエリア内のみで、月～金曜日など週を通じて同じ時間帯に放送される番組。



「Mナビ」「昼めし旅」「午後のロードショー」「ドラマブレイク」など

3. その他の番組

特別番組

ある日・ある時間帯に特別枠を作り放送される番組のこと。
放送ジャンル(スポーツ、ドラマ、ドキュメンタリーなど)も放送エリア(テレビ東京単独 or 6局ネット)も様々。



「隅田川花火大会」「やりすぎ都市伝説」「テレ東音楽祭」など

ミニ番組

毎週、同じ曜日、時間に放送される本編尺3分程度の番組。提供は1社単独。



●番組名: 夢遺産 ~リーダーの夢の先~
●放送時期: 2017年10月~放送中
●放送時間帯: 毎週月曜日 22:54~23:00

スポット料金の決まり方

1 > 出稿金額

スポットCMの放送料金(単価・パーコスト)は、

2 > 放送時間

の3点によって決まります。

3 > 放送時間帯

※左記3点から企業ごとに料金見積もり(単価・パーコスト)をお出します。

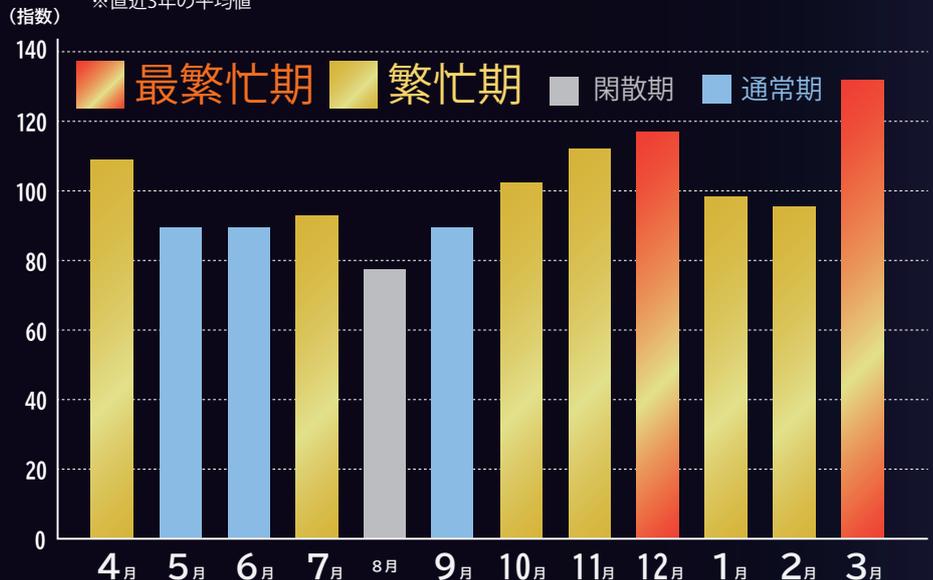
6~7月、11月~12月のボーナス商戦期、3月の年度末などの繁忙期は、広告需要が高くCM枠が混みあう時期ですので料金が高くなります。

また、視聴者の在宅率が高い時間帯や子供向け番組の前後のみに放送する場合などは、料金が高くなる傾向があります。逆に言うと、広告需要の少ない時期(例えば8月)に、放送時間帯の制限などつけずにCMを放送するような場合には最も安くCMを流すことができます。

年間通じて商品の売上に変化のない商品であれば、こうした閑散期にCMを放送することが最も効率的な広告展開といえます。

< 東京エリアの月平均売上額=100とした場合の月別売り上げ指数 >

※直近3年の平均値



スポットCMを購入する際、2通りの購入方法があります。

スポットCMの販売指標

1本単価

1本単価とは、15秒CMを1回放送する 値段のことです。1本単価を基準にする際には、CMの放送本数によって総予算が決まります。放送される回数を重視する場合には、1本単価での購入が適していると言えます。

式

$$\begin{aligned} & \text{1本単価} \times \text{総本数} \\ & \parallel \\ & \text{発注金額} \end{aligned}$$

例

$$\begin{aligned} & 500,000 \text{ 円} \times 10 \text{ 本} \\ & \parallel \\ & 5,000,000 \text{ 円} \end{aligned}$$

パーコスト

パーコストとは、視聴率1%(*新指標)あたりの値段のことです。パーコストでスポットを購入する際には、累積の視聴率(*GRP)をどのくらい購入するかで総予算が確定します。CMを述べ何人が視聴したかを重視する場合には、パーコストでの購入が適していると言えます。

式

$$\begin{aligned} & \text{パーコスト (P/C)} \times \text{総GRP} \\ & \parallel \\ & \text{発注金額} \end{aligned}$$

例

$$\begin{aligned} & \text{P/C } 150,000 \text{ 円} \times 100 \text{ GRP} \\ & \parallel \\ & 15,000,000 \text{ 円} \end{aligned}$$

※新指標:「個人全体(ALL)P+C7」

在京5局は、2018年4月からスポット取引指標を新指標に移行しました。視聴率を従来の世帯視聴率から個人全体("ALL"と表記)視聴率へ変更し、さらに、タイムシフト視聴率のうちCM枠部分のみを集計したCM枠平均視聴率を導入しています。番組平均視聴率を「P」、タイムシフト7日間のCM枠平均視聴率を「C7」とし、「ALL(P+C7)」で表します。

※GRP(累積の視聴率)

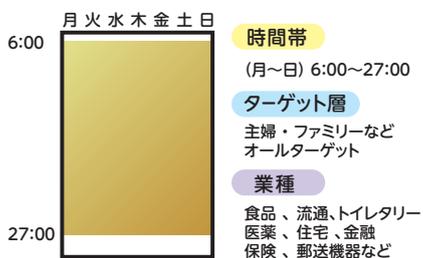
放送するスポットCMの視聴率(%)の総合計を「GRP(グロス・レーティング・ポイント)」と呼びます。また、GRPは「延べ到達率」とも呼ばれ、広告到達の大きな指標として用いられます。

【例】視聴率10%+視聴率5%=15GRP

スポットCMの取り方

商品のターゲットの特性や予算に応じた様々な取り方(放送時間帯)があります。

全日



時間帯

(月～日) 6:00～27:00

ターゲット層

主婦・ファミリーなど
オールターゲット

業種

食品、流通、トイレタリー
医薬、住宅、金融
保険、郵送機器など

料金： **安い**

事例 某食品メーカー

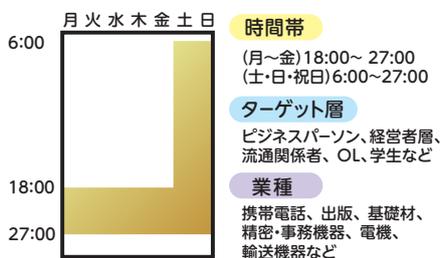
目的 販売促進のために、
特保商品の告知CMを展開

ターゲット 健康意識の高い主婦

効果

- ★商品売上げが拡大。
- ★紙媒体の広告展開以上にスーパーなどの流通の棚取りに効果があった。
- ★取引先企業などからCM展開の話題があがる。

逆L



時間帯

(月～金) 18:00～27:00
(土・日・祝日) 6:00～27:00

ターゲット層

ビジネスパーソン、経営者層、
流通関係者、OL、学生など

業種

携帯電話、出版、基礎材、
精密・事務機器、電機、
輸送機器など

料金： **高い**

事例 某メーカー

目的 一営業支援、企業ブランディングの
ために、企業CMを展開

ターゲット ビジネスパーソン、経営者など

効果

- ★商品に関する問い合わせが増え、売上が増えた。
- ★商品だけでなく、企業への理解が深まり商談がスムーズになった。
- ★営業のアポがとりやすくなった。
- ★社内および関係取引先の士気が高まった。

深夜取り



時間帯

(月～日) 23:00～28:00

ターゲット層

ビジネスパーソン、
流通関係者、関係者、学生など

業種

映画、音楽など

料金： やや **高い**

事例 某エンジニアリング会社

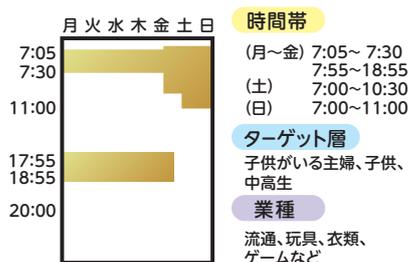
目的 新卒採用強化のために、
企業CMを展開

ターゲット 学生

効果

- ★展開期間中、ホームページアクセス数が倍増。
- ★会社説明会で、CMを見て応募した学生が数多くいた。
- ★CMに対する問い合わせが増えた。
- ★取引先企業などからCM展開の話題があがる。
- ★翌年もスポットCMを展開した結果、学生のエントリー数が増加。

子供取り



時間帯

(月～金) 7:05～7:30
7:55～18:55
(土) 7:00～10:30
(日) 7:00～11:00

ターゲット層

子供がいる主婦、子供、
中高生

業種

流通、玩具、衣類、
ゲームなど

料金： **高い**

事例 某流通会社

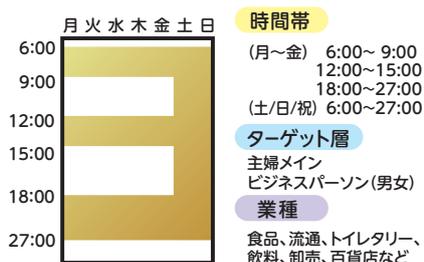
目的 新サービス告知のために、
商品CMを展開

ターゲット 子供がいる主婦

効果

- ★チャイルド、女性層の認知度が向上し、2006年度(11月度～10月度)の流通業界のCM好感度調査で初めてトップ10入(497社中)。
- ★ターゲットとする子供がいる主婦の認知度が向上したため、営業支援効果があった。
- ★宅配希望をする主婦が増え売上げも増加。

ヨの字



時間帯

(月～金) 6:00～9:00
12:00～15:00
18:00～27:00
(土/日/祝) 6:00～27:00

ターゲット層

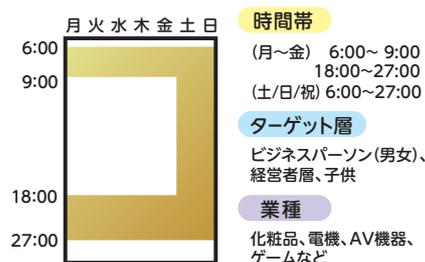
主婦メイン
ビジネスパーソン(男女)

業種

食品、流通、トイレタリー、
飲料、卸売、百貨店など

料金： やや **安い**

コの字



時間帯

(月～金) 6:00～9:00
18:00～27:00
(土/日/祝) 6:00～27:00

ターゲット層

ビジネスパーソン(男女)、
経営者層、子供

業種

化粧品、電機、AV機器、
ゲームなど

料金： やや **高い**

ここに紹介した取り方をベースに、ニーズに合わせて
様々な放送時間の設定が可能です。

テレビ東京ならではの取り方

経済のみ取りパッケージ

テレビ東京の強みである経済・ニュース番組の「Newsモーニングサテライト」「ワールドビジネスサテライト」から、「ガイアの夜明け」「カンブリア宮殿」「60秒で学べるNews」などに特化したパッケージです。
富裕層やビジネスマン層に対して効率的にリーチが可能です。

	月	火	水	木	金	土	日
05:00							
06:00	News モーニングサテライト 						
09:00	Mナビ						
11:00	昼サテ 						
16:00	ゆうがたサテライト 						
17:00						TXNニュース	
21:00			60秒で学べるNews 				
22:00	ワールドビジネスサテライト 			ガイアの夜明け 			
23:00			カンブリア宮殿 	ワールドビジネスサテライト 			
24:00						TXNニュース	

テレビ東京の「経済番組」視聴者は、家族の貯蓄額も高く、金融リテラシーが高い傾向があり、情報収集・選定力にも長けているため理想的な視聴者層です。

■視聴者の基本属性

性別は男性がやや多く、有識者が半数近くを占め、男女ともに既婚者が多い。

■視聴者の役職

役員・部長クラスがやや多く、一般社員が少ない。

■視聴者の家族構成

「二世帯世帯」が半数近くを占めるが、「夫婦のみの世帯」も多い。家族の貯蓄額の平均は1621万円と高い。

■視聴者は情報収集能力が高い

情報は自分で探して入手する傾向にある。「ニュース・報道」「旅・紀行」番組を好み、「日本経済新聞」「ビジネス誌」等の閲読率が高い。

■視聴者の趣味嗜好

経済情報には敏感で金融商品に詳しく、投資や資産形成に積極的。レジャー面では旅行好きで、車や飛行機も好む。

視聴者プロフィールに基づき、ターゲットに即した出稿金額、放送期間、放送時間帯など最適な“のみ取り”限定パッケージのプランをご提案します。

PROGRAM

視聴者全てに体験やモノの新たな魅力をお届けします。



お仕事search! それってグッジョブ

全国のグッジョブな現場を訪れ、話題の新商品やサービス、世間を驚かせた発明などを取材。おもわず『グッジョブ』と言いたくなる、誕生・開発秘話を調査。グッジョブな方々のインサイドストーリーに迫ります。



モノイズム

カタログやCMでは語り尽くせない商品や企業の魅力を貴社の担当者様のインタビューを中心に、美しい映像と共にお届けする120秒の番組。

Smart Ad Sales(SAS)

SASとは

テレビへのニーズが変革する流れを受け、CMを選択する機会を増やし、広告主、広告会社の皆様に広くご活用いただけますよう、単価セールスを導入いたしました。

1枠／15秒から買える、新しいテレビCM枠の買い方で、CM放送該当月の2か月前の第1営業日からおよそ5週間販売する期間限定の単価セールスです。

ネットで15秒1本から好きなCM 枠をご購入いただけます。

最適なCM枠のご提案をさせていただきますので、お気軽にご相談ください。

<テレビ東京SAS HP>



URL <https://sales.tv-tokyo.co.jp/tvtokyo/sas>

<枠ファインダ>



URL <https://wakufinder.tv/login>

*CM 放送には審査が必要です。SAS で販売していない CM 枠もございます。

スポンサー&パートナーポータルサイト

2022年4月に開設したポータルサイト。タイム・スポット・SAS・TVerに加えてコンシェルジュも一つにまとめ、大変みやすく、おもとめやすくなりました！ぜひご覧ください。

URL <https://sales.tv-tokyo.co.jp/>

お問い合わせ先

些細なことでも、なんでもお気軽にお尋ねください！ お問い合わせは txsales_portal@tv-tokyo.co.jp

もしくはスポンサー&パートナーポータル「[お問い合わせ](#)」まで

広告付き無料動画配信

TVer / ネットもテレ東

TVer/ネットもテレ東は、放送見逃し配信を中心とした広告付き無料配信サービスです。

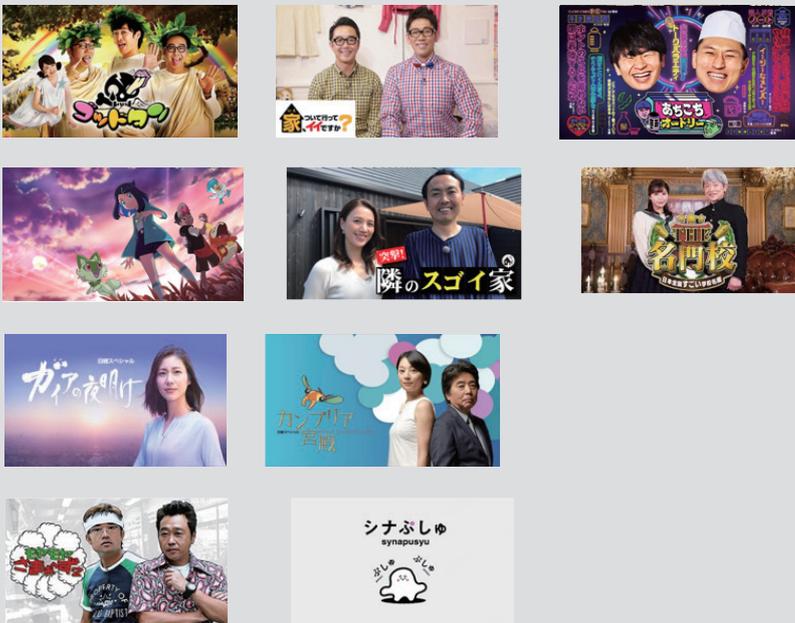
テレビ東京では、話題のドラマ、人気のバラエティ、テレ東ならではの
経済番組など、番組数・エピソード数、民放トップクラスで約190番組/月を配信しています。
配信先としては、Tver、ネットもテレ東と2つのプラットフォーム配信でリーチの拡大が見込めます。



TVer 配信は左記プラットフォームで展開

主要な配信番組 2023年4月クール

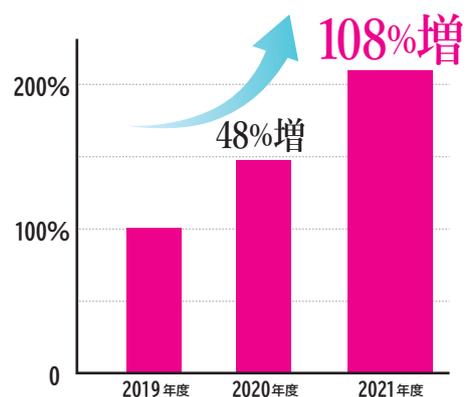
掲載の番組は2023年1月段階のもので、今後変更になる可能性があります。



ご出稿広告主

自動車メーカー、食品、飲料、通信などBtoC企業から、
機械メーカー、システム会社などのBtoB企業まで、
多種多様な広告主が出稿しています。

広告主社数/推移



TVer とは

在京民放各局が個別で提供していた見逃し配信サービスのポータルサイトとして2015年10月にオープンしました。2016年10月より関西局のMBS、ABCが、2017年3月にはytvが、2018年3月にはKTVが、2019年4月にはTVOが参入しました。アプリダウンロード数は**5,300万**ダウンロードを突破(2022年10月時点)、月間の動画再生数は**2億5,000万回**を突破(2022年10月)、MUBは**2,300万**を突破(2022年10月)しています。



「TVer/ネットもテレ東」インストリーム広告商品概要

CMポジションは、プリロール、ミッドロール、ポストロールの3種類となり、CMチャンスは番組毎に異なります。



CM視聴完了率 **93.4%**

CM完全再生率=CM視聴に入ってから最後までCMを視聴したユーザーの割合。

「TVer/ネットもテレ東」ユーザー構成

ネットもテレ東は、比較的男女世代バランスよくユーザー構成がされています。パッケージごとにユーザー構成が変わるため、ニーズに合わせた出稿ができます。



「TVer/ネットもテレ東」はデータ活用にも注力

楽天データを活用することで番組毎の興味関心含有率も確認することが可能です！

ゲーム関心層が多い番組 ランキング		高年収&投資関心層が多い番組 ランキング	
1位	有吉いieeeee! そうだ!今からお前んちでゲームしない?	1位	日経スペシャル SDGsが変えるミライ~小谷真生子の地球大調査~
2位	東京パソコンクラブ~プログラミング女子のゼロからゲーム作り~	2位	THE名門校 日本全国すごい学校名鑑
3位	ポケモンとどこいく!?	3位	WBS(ワールドビジネスサテライト)
4位	じゃないとオーダー	4位	日経モープレアFT
5位	ポケットモンスター	5位	ゴルフ侍、見参!

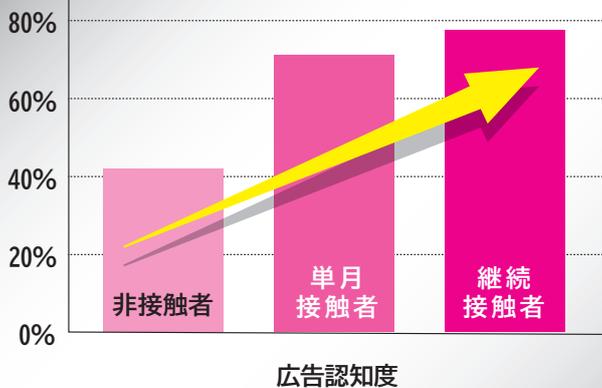
※4月クール楽天オーディエンスデータを使用
 楽天オーディエンスデータ:約850(*1)の商品やサービスの「利用状況や利用意向」および「購買状況や購買意向」のアンケートデータ
 *1 健康、金融、飲料、コスメ美容、ゲーム、保険、ファッション、居住地などを含む

一定料金以上のご出稿の場合、無料でブランドリフト調査の付帯が可能、効果測定ができます。

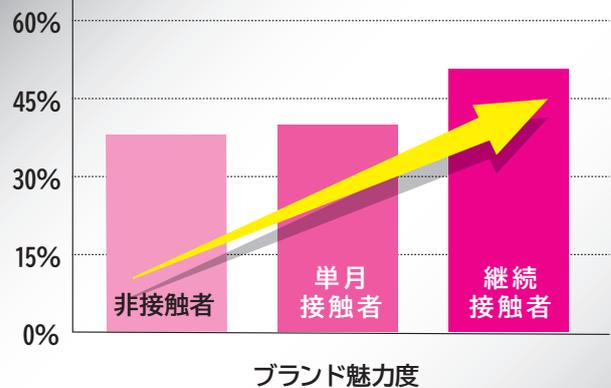
高い広告効果

継続出稿によるブランドリフトや効果的な課題抽出。
非接触者/単月接触者/継続接触者比較

広告認知度 **86%** リフトアップ



ブランド魅力度 **40%** リフトアップ



クロスメディア

TVerセールス × YouTubeテレ東公式チャンネル

経済番組やシナぷしゅなどの一部番組で可能!

配信プラットフォーム	経済番組パッケージ	番組パッケージ
	<p>チャンネル登録者数:167万人 ※2022年12月時点</p>	<p>チャンネル登録者数:30万人 ※2022年12月時点</p>

セールス仕様、及び対象番組については、担当までお問い合わせください。

お問い合わせ先

商品・パッケージ数、多数ご用意!

その他、ご要望に合わせた提案をさせていただきます。
お問い合わせいただき次第、セールスシートをお送り致します。

是非お気軽にお問い合わせ下さい。

Email: txsales_portal@tv-tokyo.co.jp