



FACT

BOOK

2025

Contents

01 TVerとは

サービスについて

p.3 TVerのサービスを知る

TVerをもっと知る

p.4 数字で見るTVerのポテンシャル

p.7 視聴体験を向上させるTVerの機能

市場とTVerの強み

p.9 ユーザーニーズと市場変動

コンテンツの強み

p.10 数字で見るTVerのコンテンツ

p.11 幅広いTVerのコンテンツラインナップ

p.13 ABCテレビ『M-1グランプリ』× TVer

02 TVerの広告

p.15 TVer広告の強み

p.16 TVer広告の独自性と
ユーザー行動との親和性

p.17 躍進する広告事業

03 企業情報

p.19 会社概要

p.20 TVerの歩み

p.22 お問い合わせ

01

TVerとは

サービスについて

TVerをもっと知る

市場とTVerの強み

コンテンツの強み

TVerのサービスを知る

テレビ番組をいつでも無料で楽しむ、 民放公式の動画配信プラットフォーム

「TVer」は、全系列分のテレビコンテンツを無料で配信する民放公式テレビ配信サービスです。常時800番組以上の見逃し配信や地上波放送のリアルタイム配信（地上波同時配信：p.7参照）など、安心・安全なコンテンツをいつでも完全無料で提供しています。

Purpose TVerサービス開始当初に 掲げた目的

1. 若い世代を中心に、だれでも、いつでも、どこでも視聴可能とする
2. 民放公式のサービスを広げることで、違法動画配信の対策につなげる
3. テレビコンテンツへの接触ポイントを増加させる
4. 放送基準に準拠した、安心・安全なコンテンツの提供
5. 新たな広告市場の開拓
6. テレビコンテンツの動画配信における技術／トラフィック（CM入稿・番組）の標準化

特徴 1

多様なライフスタイル への対応

TVerの対応デバイスは、パソコン、スマートフォン、タブレット、接続TV。民放各局のテレビコンテンツを、期間限定・完全無料で視聴できます。常時800番組以上の見逃し配信の他、地上波放送のリアルタイム配信、TVerオリジナルコンテンツも提供。多様化するライフスタイルに合わせて、いつでもどこでもテレビコンテンツをお楽しみいただけるよう、「テレビの開放」をミッションに掲げてサービスを開発・提供しています。

特徴 2

新たなマーケット の拡大

TVerは、完全無料でテレビコンテンツを配信するサービスです。ドラマ、バラエティ、アニメ、スポーツ、ニュースなどさまざまなジャンルのテレビコンテンツによる動画広告市場の拡大を目指します。また、サブスクリプションサービスが多い動画配信サービス市場において、唯一無二のポジションを確立しています。

特徴 3

安心・安全な コンテンツ

TVerは、民放各局が放送基準に準拠して制作したコンテンツを配信する安心・安全なサービスを無料で提供しています。だれでも、いつでも、どこでも同じようにテレビコンテンツを楽しめる環境をつくり、広がるエンタメ格差への対抗も目指します。

「TVer」サービス 名称の由来

TPOを選ばず
TVを楽しむ人々
を増やしていく
= “TVer”



TVerはテレビでも楽しめる！現在は12のメーカーから、TVerボタンが搭載されたテレビ・ストリーミングデバイスが販売されています。



2025年4月、TVerのアプリダウンロード数が8,500万を突破しました。直近5カ月で500万増加しています。

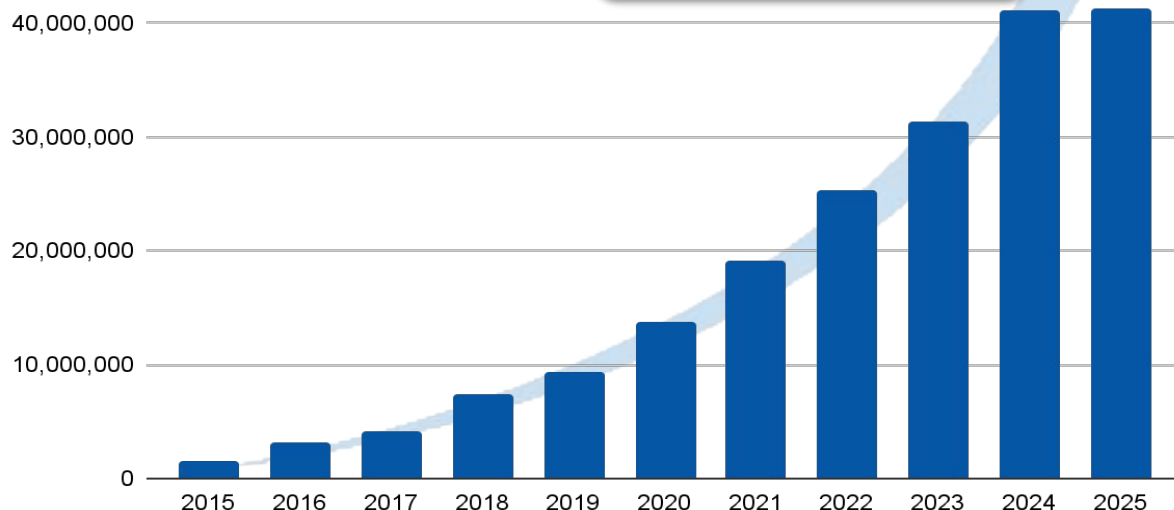
数字で見るTVerのポテンシャル

4,120万MUB^{※1}を突破！ 最高記録を更新し続ける「数字」

サービス開始から9年、コンテンツ拡充や機能強化を続けてきたこともあり、ユーザー数は右肩上がり成長。テレビコンテンツの魅力を届ける取り組みの効果は、数字として表れています。

TVer MUBの伸長^{※2}

4,120万



月間ユーザー数

4,120万MUB^{※2}

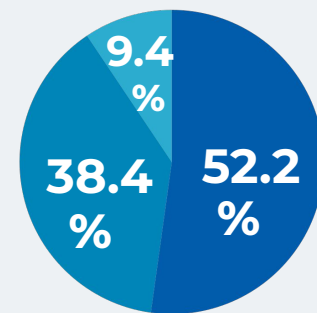
月間動画再生数

4.96億再生^{※3}

累計アプリダウンロード数

8,500万
ダウンロード^{※4}

スマートフォン・タブレットアプリ、コネクテッドTVを合わせた累計のアプリダウンロード数は、8,500万ダウンロードを超えています。

利用デバイス^{※6}

- スマートフォン・タブレット
- コネクテッドTV
- パソコン

2015年のサービス開始以来、TVerはユーザー数・再生数を着実に伸長させてきました。2025年1月の月間ユーザー数は、過去最高記録を更新。前年同月比約117%増^{※5}と、大幅に伸長しています。利用デバイスごとの動画再生数の割合^{※7}は、スマートフォン・タブレットが半数以上。一方、インターネットに接続された「コネクテッドTV」の動画再生数の割合は、バラエティやスポーツを中心に増加傾向にあります。

※1：マンスリーユニークブラウザ：Monthly Unique Browser

※2：2025年1月1日～1月31日における、TVer単体でのユニークブラウザ数

※3：2024年12月1日～12月31日における、TVer単体のVOD・リアルタイム配信・追っかけ再生およびSP LIVEを合計した全デバイスでの動画再生数（TVer DATA MARKETING調べ）

※4：2025年4月時点

※5：2024年1月1日～1月31日における、TVer単体でのユニークブラウザ数との比較

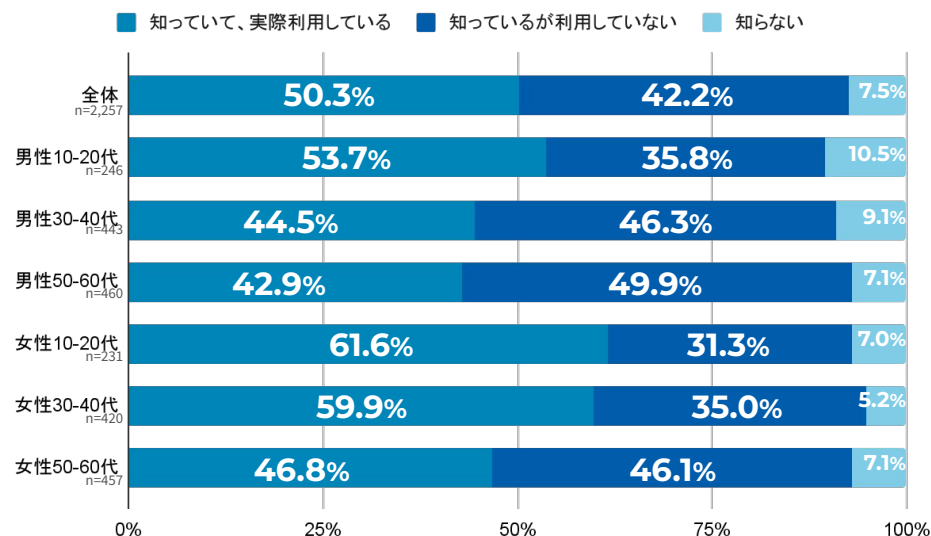
※6：2025年1月1日～3月31日における、TVer単体の見逃し配信でのデバイスごとの動画再生数の割合（TVer DATA MARKETING調べ）

幅広い層のユーザーが、それぞれの生活スタイルに合わせて利用

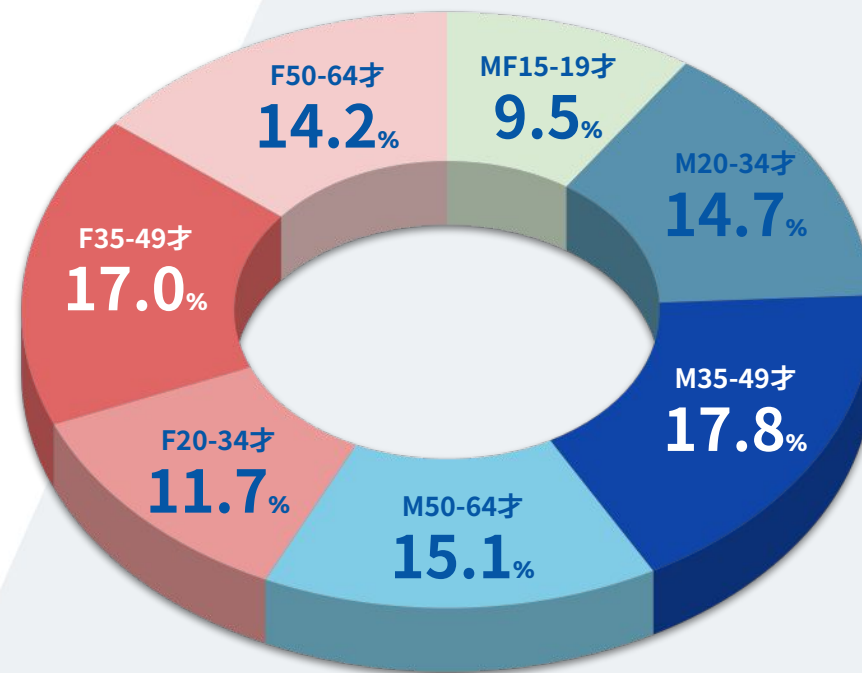
TVerは、スマートフォン・タブレット・パソコン・接続TVといったさまざまなデバイスで、好きなコンテンツを楽しめるプラットフォーム。年代・居住地域によらず、テレビコンテンツをお楽しみいただいています。

認知・利用率※1

Q.あなたは民放公式テレビ配信サービスの「TVer」(ティーバー)を、ご存知ですか／利用していますか？



利用者属性※2

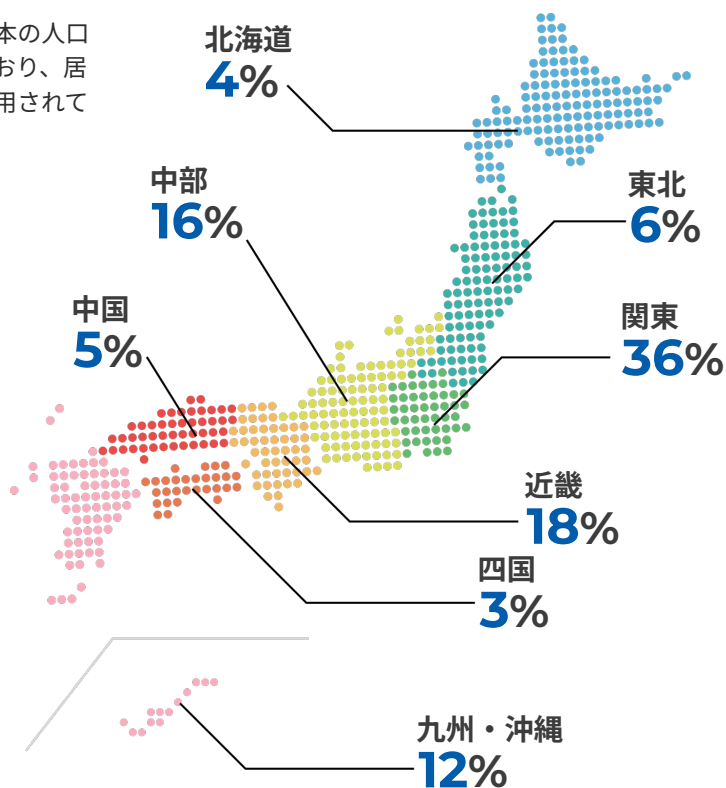


幅広い層のユーザーが、それぞれの生活スタイルに合わせて利用

TVerは、スマートフォン・タブレット・パソコン・接続TVといったさまざまなデバイスで、好きなコンテンツを楽しめるプラットフォーム。年代・居住地域によらず、テレビコンテンツをお楽しみいただいています。

利用地域※1

地域別の利用人数は、日本の人口動態に近い形で分布しており、居住地や年齢に関わらず利用されています。



都道府県別 1人あたりの再生時間の平均※2

1位	宮崎県	55.1時間
2位	福井県	48.3時間
3位	沖縄県	47.2時間
4位	鳥取県	46.5時間
5位	高知県	46.1時間
6位	大分県	45.7時間
7位	愛媛県	45.3時間
8位	青森県	44.8時間
9位	秋田県	44.6時間
10位	山口県	44.1時間

都道府県別に1人あたりの平均再生時間をみると、宮崎県が55.1時間と最多に。クロスネット局のある県では、居住地域の放送では見られない番組もTVerでお楽しみいただいている様子がうかがえます。

44位	東京都	37.1時間
44位	千葉県	37.1時間
46位	神奈川県	36.9時間
47位	茨城県	34.4時間

詳しくはこちら



※1：集計期間：2025年1月1日～3月31日

※3：集計期間：2024年1月1日～2024年10月31日（TVer DATA MARKETING調べ）、1ユニークブラウザを1人とする

多彩な機能により、快適な視聴体験を提供

ユーザーが求める多様な利用シーンに対応すべく、「見逃し配信」や「ライブ配信」のほか、TVerはさまざまな機能を備えています。

ライブ

リアルタイム配信



地上波放送のリアルタイム視聴が可能※1)。番組冒頭から視聴できる「最初からみる（追っかけ再生）」※2)や、スマートフォン・タブレットでは番組の配信開始をお知らせする「視聴予約」機能も搭載。

Special Live

地上波放送されないコンテンツなど※5)を「Special Live」として配信。コンテンツをより深く楽しめるライブ配信を提供します。

24時間ニュースライブ

24時間のニュースライブコンテンツを配信。最新ニュースを24時間いつでもチェックできます。

便利な機能

マイページ



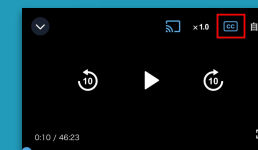
登録した番組やタレントの最新エピソードが自動で更新される「お気に入り」機能や、「あとでみる」機能で追加したエピソードを視聴可能です。

デバイス間連携



TVer ID（次頁参照）に登録することで、利用の複数端末（PC・SD・TV）を跨いで、視聴状況やマイページの内容を同期することができます。

字幕表示機能／解説放送版



音声の字幕を表示できる「字幕表示機能」、映像に関する情報をナレーションにて補完解説する「解説放送版」を、一部の番組にて提供しています。

その他、人気のコンテンツが分かる「ランキング」、黒背景によって目の負担を軽減させることで視認性を高める「ダークモード」など、より快適な視聴体験の提供を目指して随時機能を拡充しています。

新機能「TVer ID」で、新たな視聴・広告体験へ

2022年4月から、ログイン機能「TVer ID」の提供が始まりました。異なるデバイス間のデータ連携をはじめ、ユーザーおよび広告主へのサービスが強化されています。

複数のデバイスを 連携し、視聴情報を共有

「TVer ID」はTVerが提供するID機能です。ユーザーがアカウントを作成することで、「お気に入り」「あとでみる」「続きから再生」のデータが、複数のデバイス間で連携されます。この機能により、視聴中のコンテンツの再生終了位置、番組リストなどを、どのデバイスでも共有できるようになります。

また、「TVer ID」にログインすると、リアルタイム配信やSpecial Liveコンテンツを視聴する際に、配信開始後でも番組冒頭から視聴できる「追っかけ再生」機能が使用可能になります。

さらに、インターネットに接続されたテレビで放送局が提供するデータ放送上で、「TVer ID」の会員情報を連携させること（TVerリンク）ができます。この「TVerリンク」では、民放5局とTVerの共同キャンペーンや各局・各番組の企画に参加することで、テレビデバイスで簡単にプレゼントへ応募したり、ポイントを貯めたりすることができます。



外部B2C事業者とのサービス連携を
視野に入れ、1st Party Dataを拡充

ユーザーデータを集約し 広告展開を最適化

「TVer ID」では、デバイスを横断した広告効果の検証などを行うことができます。

また現在、ユーザーと広告主の双方にメリットのある広告体験とコンテンツ体験を目指し、コンテンツ視聴データやインタレストデータを当社の1st Party Dataとして管理・拡充しています。今後は「TVer ID」による外部のB2Cサービス事業者とのサービス連携や、テレビ放送とのデータ連携なども試みながら、テレビコンテンツを起点とした新たなサービスを開発していく予定です。

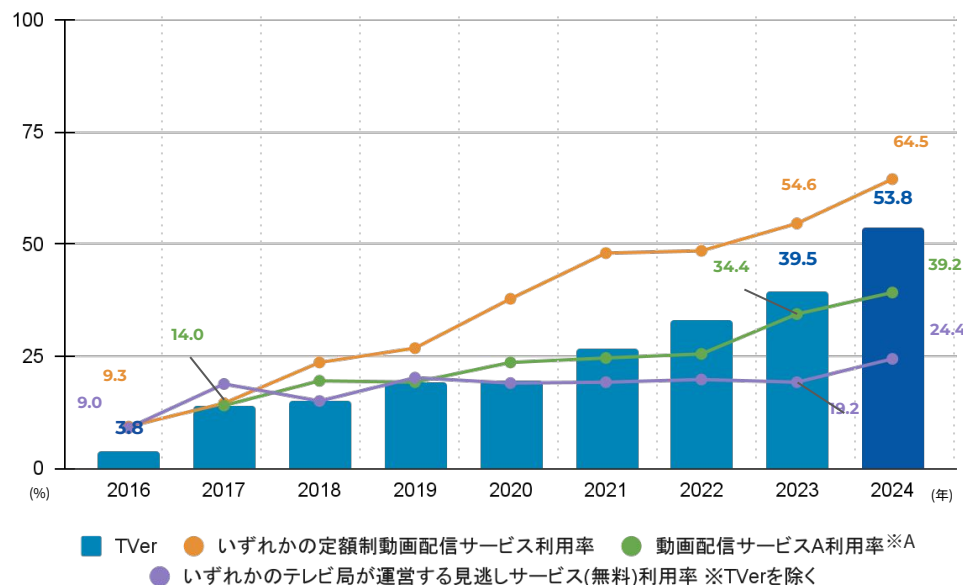
今後の展望として、「TVer ID」を利用することでテレビ放送とのデータ連携を模索し、従来にはないサービスを、ユーザーや広告主の皆さまに提供していくことを目指します。

“見逃し視聴”や“再視聴”、**隙間時間**のニーズを獲得し、大幅にシェアを拡大

TVerの主な利用シーンは、番組の見逃し視聴や再視聴。時間帯は夜を中心に、隙間時間を楽しむツールとして活用されています。

TVerはこうしたニーズにフォーカスをあてたサービス面の強化により、利用率を伸長させてきました。

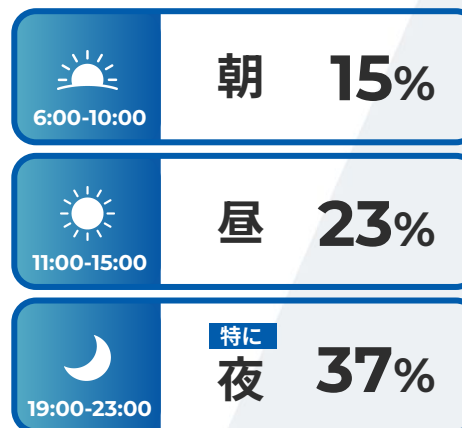
動画配信サービス利用率の時系列推移※1



TVerの利用率は2020年以降急激に伸長していることが分かります。その利用シーンは、地上波放送の見逃し視聴や再視聴が中心となっています。

時間帯別の動画再生数割合は夜の時間帯が最も高くなっており、就寝までの時間など、隙間時間での利用傾向が見受けられます。

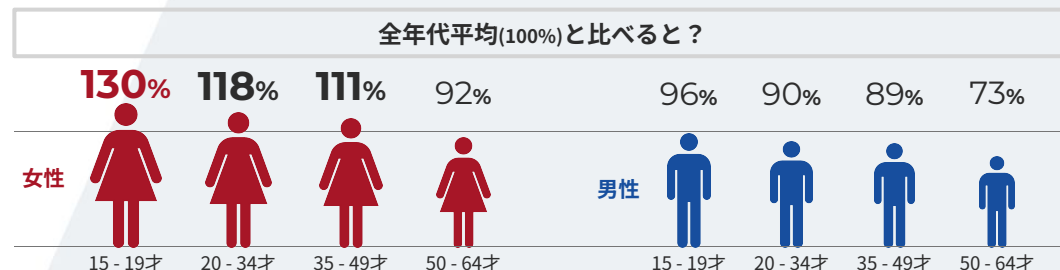
TVerの利用時間帯※2



TVerの利用シーン※3

- 1位 普段見ている番組を見逃してしまったとき
- 2位 一部しか見られなかった番組を見逃してしまったとき
- 3位 リアルタイムで見た番組をもう一度見たいと思ったとき
- 4位 ひまな時間ができたとき
- 5位 番組の録画を忘れたり失敗したとき

性年代別 倍速再生利用率の比較※4



※1：博報堂D Yメディアパートナーズメディア環境研究所「メディア定点調査2024」

(※A：動画配信サービスAは2017年から聴取)

※2：2025年1月1日～3月31日における、TVer単体の1時間ごとの動画再生数の割合 (TVer社調べ)

※3：2024年1月時点・マクロミル調べ (TVer視聴経験者ベース。【設問】「あなたがTVerで動画を見るのは、どのようなときが多いですか。次の中からあてはまるものをいくつでもお知らせください」)

※4：2024年1月1日～10月31日における、TVerの倍速再生利用率について全世代平均を100%とした場合の性年代別の比較 (TVer社調べ)

数字で見るTVerのコンテンツ

幅広い放送局との連携・
豊富なコンテンツ提供により、
多くの視聴者を獲得

コンテンツの配信力

配信放送局
110局以上 ※1

1クールの配信番組
3,700番組以上 ※2

常時月**800番組**
以上を配信 ※3

TVerのコンテンツは、全国のローカル局やBS（衛星放送）局を含む110以上の放送局より配信されています。配信番組数は3か月間で2,600以上のペースでラインナップ。現在放送中の番組だけでなく、30年以上前の番組も配信しており、人気のアーカイブ作品も楽しめます。また2019年からは、NHKのインターネット活用実施基準の範囲内で、NHKコンテンツも5～10番組程度配信しています。

コンテンツ再生数歴代最高記録

2022年10月27日に放送された木曜劇場『silent』（フジテレビ）第4話においては、配信開始後8日間で**582万再生**を記録。TVerで配信された全番組の単一エピソードとしては最高記録となっています。ドラマの第1話における配信開始後8日間再生数最高記録は月9ドラマ『海のはじまり』（フジテレビ）の**462万再生**で、それまでの最高記録であった『silent』から**1年8か月ぶりの記録更新**となりました。バラエティ番組では2024年12月18日に放送された『水曜日のダウンタウン』（TBSテレビ）が歴代最高記録を更新しています。

全番組 **1位**

silent 第4話
582万再生 ※4

ドラマ第1話 **1位**

海のはじまり
462万再生 ※5

バラエティ **1位**

水曜日のダウンタウン
429万再生 ※6

※1：2025年1月1日～3月31日における、TVerで番組を配信する放送局数
※2：2025年1月1日～3月31日における、配信番組数
※3：2024年6月時点のレギュラー番組配信数

※4：2022年10月28日～11月4日における、TVerでの見逃し配信再生数（TVer DATA MARKETING調べ）
※5：2024年7月1日～7月8日における、TVerでの見逃し配信再生数（TVer DATA MARKETING調べ）
※6：2024年12月18日～12月25日における、TVerでの見逃し配信再生数（TVer DATA MARKETING調べ）

話題作から往年の名作まで、“見たい”にいつでもアクセス

TVerでは、ドラマやバラエティだけでなくアニメ、スポーツ、報道・ドキュメンタリーなど、さまざまなジャンルの番組を3か月間で3,700番組以上配信中（※1）。放送中の番組はもちろん、30年以上前のコンテンツも配信しており、人気のアーカイブ作品もお楽しみいただけます。

ドラマ

2022年10月から第1～3話を最終回まで常設配信する取り組みを開始しています。ヒット作品を後から知るユーザーを取り込むことができるこの手法は、多くのドラマで実施しています。

バラエティ

人気のレギュラー番組はもちろん、一夜限りの特別番組など豊富なラインナップを配信中。また、地上波放送番組のTVerオリジナルエピソードも数多く配信しており、地上波放送に付加価値を持たせることで、TVerならではの視聴体験を提供しています。

アニメ

現在放送中の新作アニメから『ワンピース』『ドラえもん』『ちびまる子ちゃん』『名探偵コナン』など国民的人気アニメまで、幅広く配信しています。

ローカル

2023年9月から全国のローカル局やBS局が直接TVerにコンテンツを配信できる取り組みを開始したこともあり、東京や大阪以外の放送局のコンテンツ配信が増加。放送地域のユーザーの見逃し視聴だけでなく、地上波放送のない地域のユーザーからも多くご覧いただいています。



スポーツやニュースの配信に加え、オリジナルコンテンツも

報道・情報番組

報道・情報コンテンツでは『報道ステーション』『WBS（ワールドビジネスサテライト）』をリアルタイム配信。『ZIP!』『めざましテレビ』など、コーナーごとの見逃し配信も実施しています。その日のニュースや旬なテーマ、生活に関する解説コーナー、トピック単位でのピックアップコンテンツなど、豊富なコンテンツを提供しています。

スポーツ

TVerではスポーツ領域にも注力。主要な国際大会やプロ野球日本シリーズ、箱根駅伝、ニューイヤー駅伝、全国高校サッカー選手権大会など、多くのスポーツライブコンテンツを配信しています。

パリ2024オリンピック™では、ほぼ全競技のライブ配信を実施、総再生数1億1,000万を突破しました（※2）。

TVerオリジナルコンテンツ

2022年、TVer初の完全オリジナル番組『最強の時間割 ～若者に本気で伝えたい授業～』を配信。以来、民放5局横断企画『潜入捜査官 松下洸平』や『寝めゴロ試合』『おっちゃんキッチン』など、オリジナル番組もラインナップしています（※1）。



※1：各番組は現在配信を終了しています。

※2：2024年7月24日～8月12日における、TVerおよびYahoo!オリンピック特設ページでのVOD・ライブ配信・追っかけ再生を合計した全デバイスでの動画再生数（TVer DATA MARKETING調べ）

『M-1グランプリ』× TVer

TVerでは、地上波放送と連動した独占配信コンテンツや独自企画など、立体的な取り組みも行っています。ABCテレビ『M-1グランプリ』では、地上波では放送しきれない舞台裏も含めてコンテンツ化し、大会を盛り上げています。

TVerでしか見られない オリジナルコンテンツも配信

TVerでは『M-1グランプリ』と連動し、決勝進出者発表会見や敗者復活戦事前番組などを、Special Liveで独占ライブ配信。また、準決勝への特別出場枠となる「ワイルドカード」の投票をTVer内で実施するなど、『M-1グランプリ』を余すことなくお楽しみいただけるコンテンツを配信しています。

「ワイルドカード」とは

「ワイルドカード」は、惜しくも準々決勝で敗退した出場者のうち、1組だけが準決勝に駒を進めることができる“特別出場枠”（※1）。TVerでは2023年からスタートしました（※2）。準々決勝で敗退した全組のネタ動画をTVerで配信し、M-1公式HPの投票サイトにて視聴者による投票（※3）を実施。獲得票数1位の組が「ワイルドカード」として、準決勝に再び咲きを果たします。史上最多となる10,330組がエントリーした『M-1グランプリ2024』では、ロングコートダディが選出されました。

『M-1グランプリ2024』のTVer配信ラインナップ

☆はTVerでの配信内容

2024年11月23日

準決勝進出者発表

☆TVerにて発表

2024年11月26日～12月1日

「ワイルドカード」投票期間
（準々決勝ネタ動画配信）

☆TVer独自企画

2024年12月5日

決勝進出者発表会見 Special Live

☆TVer独占ライブ配信

2024年12月7日～9日

『M-1レジェンドヒストリー』
（かまいたち、ダイアン、銀シャリが
M-1への思いを語るコンテンツ）

☆TVer先行配信

2024年12月15日

M-1事前特番

『M-1グランプリ20回記念 俺たちだって面白い！ 1万組のエントリー物語』

☆見逃し配信

2024年12月22日

『まもなくM-1グランプリ2024 敗者復活戦会場から徹底考察&生リポート』

☆TVer独占配信

『M-1グランプリ2024敗者復活戦』 ☆リアルタイム配信

『M-1グランプリ2024（決勝戦）』 ☆リアルタイム配信

『M-1打ち上げ by -196 〜どかーんと一発打ち上げよう！』 Special Live

『M-1グランプリ2024 優勝者記者会見』 ☆TVer先行配信

2024年12月24日

『M-1グランプリ2024決勝戦直後！ファイナリスト最速密着インタビュー』

☆見逃し配信

2024年12月29日

『M-1グランプリ2024アナザーストーリー』

（ファイナリストたちの漫才に向き合う姿に密着したドキュメンタリー）

☆見逃し配信

※1：「ワイルドカード」で選ばれた組が準決勝で敗退した場合、敗者復活戦には出られません。

※2：2022年まではGYAO!での配信を実施。

※3：投票は期間中1回限り有効です。投票時に入力された電話番号宛てにSMS（ショートメッセージ）が送付され、SMS内に表示されたURLをクリックすると投票が完了します。

02

TVerの広告

TVer広告の強み

TVer広告の独自性とユーザー行動との親和性

躍進する広告事業

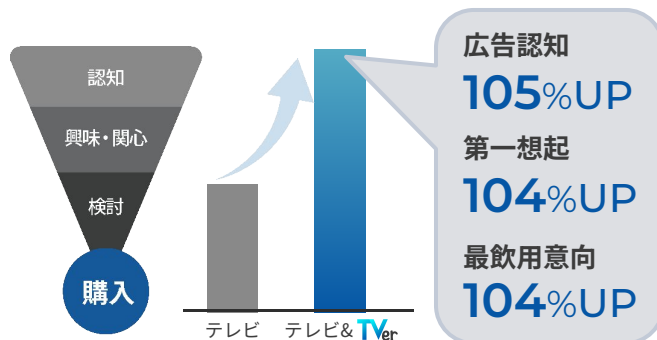
広告認知から継続購買まで、ユーザーの消費行動にアプローチ

「自分が見たいコンテンツ」を見るために利用されることの多いTVerは、ユーザーがコンテンツを注視する視聴スタイルが特徴です。専念視聴・視聴完了率も高いため、広告の内容を最大限伝え、消費行動へとつなげる効果的なコミュニケーションを提供できます。

特徴1 テレビ広告との重複効果

TVer広告を出稿する際、地上波テレビCMと重複接触することで、単体で接触するよりも高い広告効果を期待できます。

テレビとTVerの重複接触効果

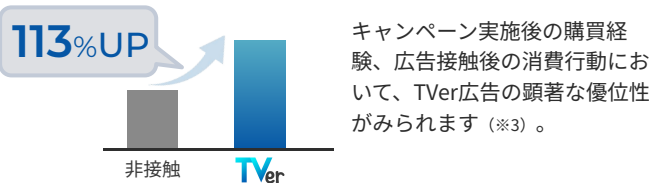


某飲料メーカーの広告（※1）では、広告認知、第一想起、最飲用意向（※2）の各ファネルにおいて、テレビ広告とTVer広告の重複によるプラスの効果を確認しています。

特徴2 消費行動喚起

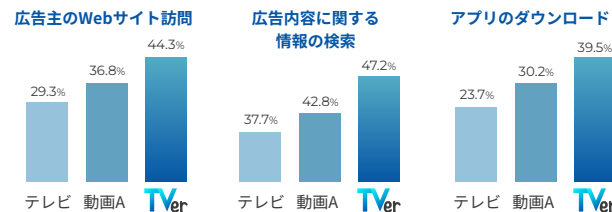
TVerユーザーは広告受容性が高く、広告主のWebサイト訪問や広告内容に関する情報検索、アプリダウンロードなど、ダイレクト効果を期待できます。

キャンペーン実施直後の購買経験※3



キャンペーン実施後の購買経験、広告接触後の消費行動において、TVer広告の顕著な優位性がみられます（※3）。

地上波/動画A/TVer利用者の 広告接触後の消費行動※4



特徴3 継続購買効果

専念視聴で注視率の高いTVer広告は、内容が記憶に定着しやすいのもメリット。キャンペーン実施1か月後も、広告認知・第一想起のリフトアップが継続しており、継続購買効果を期待できます。

TVerの継続購買効果※5



Point

安心・安全な運用

TVerで流れる広告は、権利処理済かつJIAA（一般社団法人日本インタラクティブ広告協会）のブランドセーフティ基準を満たした、安心・安全なコンテンツにのみ配信されます。

※1：飲料メーカーA社事例 2023年8月インテージ調査 CP期間約3週間 出稿量TV800GRP、TVer425wimp

※2：広告認知…該当商品の動画広告について、確かに見た・見たような気がする」と回答／
第一想起…飲料と思いつく商品の中で、一番に対象商品を回答／
最飲用意向…今後最も飲用したいブランドで、対象商品を回答

※3：飲料メーカーA社事例 2023年8月インテージ調査

※4：地上波/動画A/TVer利用者の広告接触後の消費行動 2023年8月インテージ調査

※5：飲料メーカーA社事例 2023年8月インテージ調査 CP期間約3週間 出稿量TV800GRP、TVer425wimp

高い広告視聴完了率と豊富なターゲティングデータで、 最適な広告運用を実現

届けたいターゲットに最後まで広告を見てもらうことができるTVer広告。豊富なターゲティングデータで、質の高い広告効果を実現することができます。

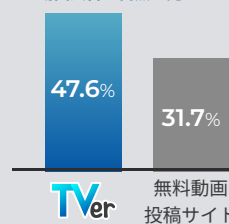
ユニークポイント1

高い広告視聴完了率

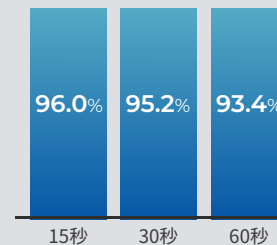
TVer広告の広告視聴完了率は9割を超えています。テレビCMと同じタイミングで広告が挿入されるため、広告の違和感や嫌悪感が低いことも特徴です。

ユーザーアンケートに
おける高い広告評価※1

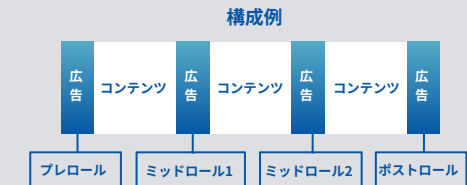
動画広告を自然に見られる



広告視聴完了率



広告枠の構成



ユニークポイント2

豊富なターゲティングデータ

ユーザーから直接取得する1st Party Dataと、TVer独自のターゲティングデータを保有しており、データドリブンな広告配信が可能です。

属性、興味関心、番組カテゴリなどに加え、テレビ視聴傾向、世帯年収、子ども有などのターゲティングデータも保有しています。

属性

ユーザー自身が登録する性別、年齢、郵便番号のデータを、広告配信に活用。1st Party Dataでのデモグラフィーターゲティングが可能です。



興味関心

「ビジネス・経済」「旅行」「美容」などアンケートから取得した17個の「興味関心データ」を活用した、ターゲティング配信が可能です。



コンテンツデータ

全放送局のコンテンツを横断したジャンルごとの配信が可能です。詳細は右記二次元コードから、TVer広告公式サイトをご覧ください。



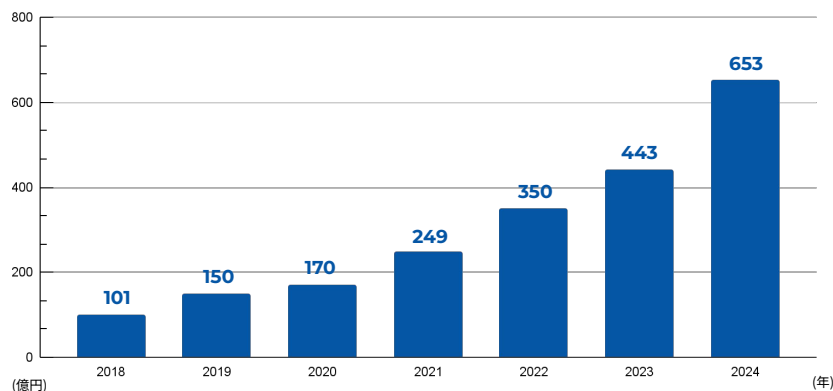
売上・取引先実績は拡大中

コネクテッドTVの利用拡大を追い風に、インターネット動画広告の需要が拡大。オンライン広告プラットフォームが多様化する中で、TVerは着実にパートナー企業への価値提供を強化してきました。

コネクテッドTVとともに 拡大するインターネット広告市場

日本の総広告費は、2024年通年で7兆6,730億円（※1）。コロナ禍が影響した2020年頃を除くと、全体として拡大傾向にあります。特に、デジタル化を背景にインターネット広告費は増加傾向にあり、2024年には3兆6,517億円と過去最高を更新。またコネクテッドTVの利用拡大に伴う動画広告需要の高まりなどを背景に、**テレビメディア関連動画広告費は653億円（前年比147.4%）へと成長しています。**

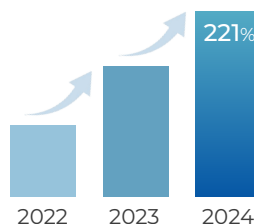
日本のテレビメディア関連動画広告費の推移※1



多様な企業が広告を出稿し、TVer広告は年々躍進中

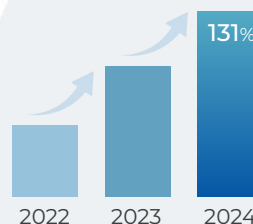
売上

YoY: **221%**



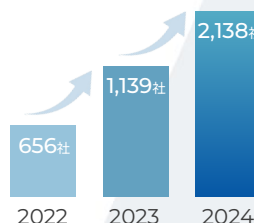
キャンペーン数

YoY: **131%**



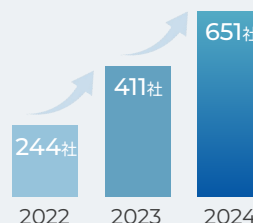
広告主様数

YoY: **187%**



広告会社様数

YoY: **158%**



広告売上、キャンペーンなど、TVerの広告事業は年々成長しています。ご利用いただく広告主様・広告会社様の数も年々増加しています。

- ・ハウスメーカー
- ・カーディーラー
- ・官公庁
- ・学校法人 など

03

企業情報

[会社概要](#)[TVerの歩み](#)[お問い合わせ](#)

“ テレビを開放して、もっとワクワクする未来を TVerと新しい世界を、一緒に。 ”

いつでも、どこでもエンターテインメントや情報を得られるようになった今だからこそ、
私たちTVerはテレビをアップデートし、「場所」や「時間」から“開放”することで、
コンテンツを身近に、自由を楽しむ機会を提供します。
ドラマやバラエティを見て笑ったり、涙を流したり、
時には皆さまにとって必要な情報を必要なときに届けることで、
“ワクワク”する毎日を届けたいと思います。

皆さまと一緒に新しい世界を進んでいけると信じて、私たちは取り組んでいきます。

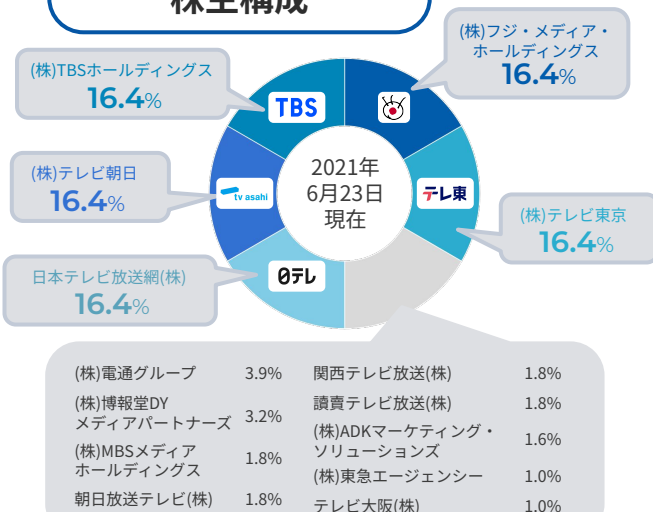
Vision 見たいもの、見たことないもの、それTVerで

Value 我々は“挑戦者”である
我々は“仲間”である
我々は“プロフェッショナル”である

会社概要

会社名	株式会社TVer
所在地	〒105-0004 東京都港区新橋2-19-10 新橋マリビル6F
設立日	2006年4月3日
資本金	1億円（資本準備金54億5250万円）
代表取締役社長	若生 伸子
常務取締役	蛭川 新治郎 武居 康仁
取締役	薄井 大郎 瓜生 健
執行役員	奥江 幸代 村山 亮太 穂坂 怜 蒲地 潤一朗 末永 丈士 宮島 大輔 古田 和俊 齊藤 靖史
監査役 (非常勤)	長谷川 洋 広瀬 尚人
関連会社	株式会社TVer Technologies 株式会社TVer DATA MARKETING

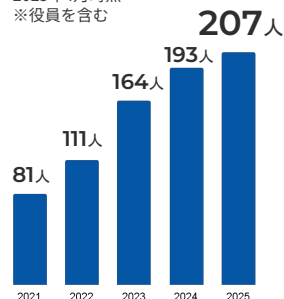
株主構成



社員構成

社員数（※）推移

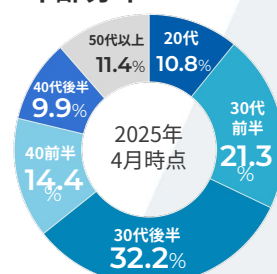
2025年4月時点
※役員を含む



男女比 2025年4月時点



年齢分布



2015年のサービス開始以来、アップデートを続けるTVer

「TVer」は2015年にサービスを開始しました。社会やテクノロジー、ユーザーのライフスタイルの変化に合わせて機能やコンテンツのアップデートを重ね、着実に成長を遂げています。

2006～2019年

2006年

4月

3日：株式会社TVerの前身である株式会社プレゼントキャストが、大手広告会社4社、在京民放キー局5局を株主として「放送と通信の連携」の実現を目指し設立

12月

無料動画配信ポータル「DOGATCH」を正式オープン

2010年

2月

インターネットオリンピック映像配信サイト『gorin.jp』にてバンクーバー2010オリンピック™（冬季）コンテンツを配信

2014年

2月

インターネットオリンピック映像配信サイト『gorin.jp』にてソチ2014オリンピック™（冬季）コンテンツを配信

2016年

8月

インターネットオリンピック映像配信サイト『gorin.jp』にてリオデジャネイロ2016オリンピック™（夏季）コンテンツを配信

2018年

2月

インターネットオリンピック映像配信サイト『gorin.jp』にて平昌2018オリンピック™（冬季）コンテンツを配信

3月

「DOGATCH」を「テレビドガッチ」に名称変更。テレビ番組の情報や、スポーツコンテンツの動画配信、有料番組動画配信サービスなどを提供

8月

北京2008オリンピック™（夏季）にて日本初のインターネットオリンピック映像配信サイト『gorin.jp』開設。株式会社プレゼントキャストとしてサイトの制作・運営を受託

2008年

7月

インターネットオリンピック映像配信サイト『gorin.jp』にてロンドン2012オリンピック™（夏季）コンテンツを配信

2012年

10月26日

TVer

53番組・7コーナー、計60コンテンツの配信を開始

民放公式テレビ配信サービス「TVer」サービス開始。

2015年

8月

TVerサービスのリニューアル（「ホーム画面」を新設、「マイリスト」「レコメンド」「さがす」「シェア」機能の強化、WEBサイトリニューアル）

配信番組数が常時150番組に

12月

映像メディア業界情報サイト『Screens』正式ローンチ

2017年

4月

TVerサービスのコネクテッドTV対応開始

7月

累計アプリダウンロード数2,000万突破

2019年

2022年

2024年

2020年

2020～2024年

3月

月間ユーザー数1,000万MUB突破

7月

1日：「株式会社TVer」へ社名変更
月間動画再生数1億突破

12月

運用型広告プラットフォーム
「TVer広告」提供開始

2月

インターネットオリンピック映像配
信サイト『gorin.jp』にて北京2022
オリンピック™（冬季）コンテンツを
配信

4月

「TVer ID」機能提供開始

TVer ID

TVerサービスの大幅リニューアル
（UI※リニューアル、ログイン機能の
追加、マイページの登場、「あとで
みる」「いいね」機能の登場）
※：ユーザーインターフェース民放5系列のリアルタイム配信開始
配信番組数が常時500番組以上に

7月

累計アプリダウンロード数5,000万突破

10月

TVerで、プロ野球史上初となる日本シリーズ全試合リアルタイム配信

月間ユーザー数2,300万MUB突破

ドラマの第1～第3話を最終回まで常設配信する取り組みを開始

11月

『silent』第4話、
TVer歴代最高となる配信開始後8日間で
582万再生突破

12月

TVer初のオリジナル番組
『最強の時間割～若者に本気で伝えたい授業～』
配信開始
※現在は配信終了しています。

1月

月間ユーザー数3,500万MUB、月間
動画再生数4億、累計アプリダウン
ロード数7,000万突破

3月

TVer初のデイリースポーツライブ配信
番組『すばると！on TVer』配信開始

6月

「カテゴリ機能」追加

配信番組数が常時800番組以上に

10月

民放3局（日本テレビ・TBSテレビ・フジテレ
ビ）協力の「24時間ニュースライブ」無料配信
開始カレンダーシェアアプリ「TimeTree」で
「TVerカレンダー」提供開始

累計アプリダウンロード数8,000万突破

3月

「TVerアワード」設立

4月

TVer広告において、コネ
クテッドTV対応の本格展
開スタート

6月

在阪民放キー局5社へ第三者割
当増資を実施

7月

インターネットオリンピック
映像配信サイト『gorin.jp』に
て東京2020オリンピック™
（夏季）コンテンツを配信

1月

TVerオリジナル番組
『寝めゴロ試合』配信開始
※現在は配信終了しています。

4月

Amazon Fire TVシリーズのリモコン
に「TVer」ボタンを初搭載

7月

コネクテッドTVにおける「連続再
生」機能ローンチ

8月

『水曜日のダウンタウン』が
TVer初となる累計再生数1億突破月間ユーザー数3,000万MUB、
月間動画再生数3.9億、
コネクテッドTVにおける月間動画再生数1億を突
破

9月

TVer初のオリジナルドラマ
『潜入捜査官 松下洸平』
配信開始
※現在は配信終了しています。
ローカル局の在阪民放キー局を通さない
直接参画の取り組みを開始

10月

TVerリンク「5局まとめて設定」運用開始

11月

TVerオリジナル番組『最強の時間割』シーズン2
配信開始

7月

ビデオリサーチ社と合併会社
「株式会社TVer DATA MARKETING」
設立パリ2024オリンピック™（夏季）を
TVer単独で初、ほぼ全競技無料配信月間ユーザー数4,000万MUB、月間動
画再生数4.8億、コネクテッドTVにお
ける月間動画再生数1.5億突破

8月

月間ユーザー数4,100万MUB、月間動
画再生数4.9億突破

9月

TVerオリジナル番組
『おっちゃんキッチン』配信開始
※現在は配信終了しています。

11月

TVer独占配信のスポーツ番組
『好プレー珍プレーニュース すばると！on TVer』
『マンデーフットボール』
配信開始

12月

『水曜日のダウンタウン』がTVer初となる累計再生数
2億突破。さらに、バラエティ番組における歴代最高と
なる配信開始後8日間で429万再生突破

2023年

2021年

TVerを支えるキーパーソンが、取材に対応します

常務取締役 事業統括

蜷川 新治郎

Ninagawa Shinjiro

事業戦略

広告戦略

TVerの事業戦略およびサービス企画開発の責任者。テレビ東京グループのインターネット事業、システム企画開発、配信事業を中心にコンテンツ戦略を10年ほど担当。PPJなどの共同プロジェクトの立ち上げに参加。株式会社TVerに出向し、2020年より現職。



取締役サービス事業本部長

薄井 大郎

Usui Taro

TVerサービスの全体戦略

2006年、株式会社TBSテレビ入社。営業局でのテレビ広告営業、報道局での取材記者などを経験したのち、2020年より編成局編成課長。2022年より株式会社TVerに出向し、2023年より現職。



執行役員 コーポレート本部長

奥江 幸代

Okue Yukiyo

コーポレート部門

2006年5月、TVerの前身となる株式会社プレゼントキャストへ入社。当時はサイト制作や開発を担当し、オリンピックの動画配信や、2015年の民放公式テレビ配信サービス「TVer」の立ち上げに従事。2022年、人財戦略本部長に就任。2024年より現職。



執行役員CTO兼 CDO

(株式会社PLAY取締役CTO兼任)

宮島 大輔 Miyajima Daisuke

プラットフォーム戦略

技術開発戦略

2011年、株式会社PLAYの前身となる株式会社ロジックロジック入社、2012年取締役に就任。2019年、PLAY発足にあたり、取締役COOに就任、2024年より取締役CTO（現任）。大手放送局のOTT動画配信プラットフォームにおけるシステム構築設計、プロダクト開発、ビジネス戦略など事業全般を統括。2024年より株式会社TVerにてCTO兼COO補佐に就任、2025年4月より現職。



広告事業本部 本部長 兼

カスタマーサクセス第1部 部長

増村 信也 Masumura Shinya

広告セールス

2002年、株式会社全国朝日放送（現テレビ朝日）に入社。データ放送やWEB担当をした後、営業局ネット営業部にてタイムセールスに従事。その後、ビジネス部門でAbemaTVへの番組業務などを経験後、営業局（現セールスプロモーション局）に戻り、スポットセールスを経て、TVerセールスの統括を担当。2025年より株式会社TVerに出向し現職。



お問い合わせ
メールアドレス

株式会社TVer 広報担当

tver-contact@tver.co.jp