

報道関係各位

2022年8月22日
株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ
読賣テレビ放送株式会社
中京テレビ放送株式会社
株式会社福岡放送
広島テレビ放送株式会社

**TVCM 連動型データ放送によるダイレクト CV・効果検証施策
「O2O2O ダイレクト」を4地区11府県にて実施
～テレビデータとデジタルデータの活用でテレビ効果の見える化を実現～**

博報堂D Yメディアパートナーズ(本社:東京都港区、以下博報堂D Yメディアパートナーズ)、読賣テレビ放送株式会社(本社:大阪市中央区、以下Y T V)、中京テレビ放送株式会社(本社:愛知県名古屋市、以下C T V)、株式会社福岡放送(本社:福岡県福岡市、以下F B S)、広島テレビ放送株式会社(本社:広島県広島市、以下H T V)は、テレビCMに連動したデータ放送にあわせて2次元コードを活用し、広告主のキャンペーンサイトへ視聴者をダイレクトに誘引、広告効果を検証する施策「O2O2O ダイレクト」を4地区11府県で実施いたします。

テレビCMからデジタルへと視聴者を誘引する広告施策は従来にもあったものの、コンバージョン達成の効率化は課題となっていました。また、特定のエリアでの広告施策をエリアを拡げ複数の放送局で実施し、さらに広告効果を検証する際にはハードルがありました。

本件ではテレビ受像機に登録されている郵便番号によってデータ放送の内容を出しわけ、テレビCMを起点とした視聴データとWEBアクセスログ、広告主が保有するDMPとの連動を可能とし、コンバージョン分析、ユーザプロファイル分析、ジオマーケティングなど、一連の効果検証、それに基づいたマーケティング施策を精度高く実施することができます。

2021年8月にC T Vで名古屋エリアにて実施したPOCでは、デジタル広告と比較してターゲット層に合致した効率的なサイト誘引が成果として認められました。

今回の施策はC T Vに加え、Y T V、F B S、H T Vと連携し、放送エリアを拡大し4地区11府県で本格的に実施するものです。第一弾として、積水ハウス株式会社での実施を予定しています。

博報堂DYメディアパートナーズが推進し放送局はテレビCMに連動したデータ放送の運用と放送を行います。効果検証は、ジオマーケティングについては、技研商事インターナショナル株式会社、デジタルマーケティングは株式会社アクアリングが行います。

<施策のフロー>

- ・60秒のオリジナルCMにて広告主の商品・サービスを紹介
- ・CM中に自動表示されるデータ放送にて、テレビに登録された郵便番号を基にエリアターゲティングを行い、視聴エリアによって異なる情報を表示。
- ・データ放送に表示される二次元コードから広告主のキャンペーンサイトへと誘引。エリアターゲティングにより視聴者の該当エリアにダイレクトに遷移することが可能。



<効果検証の詳細>

① コンバージョン分析

本施策において、テレビ視聴、データ放送でのアクション、HPへの来訪・予約、モデルルームへの来場に至る一連の視聴者行動を、視聴データ・WEBアクセスログを活用して解析する。

② ユーザプロフィール分析

デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社が提供するデータ・マネジメント・プラットフォーム「AudienceOne®」を使用して、今回アクションにつながった視聴者のプロフィールを分析する。

③ ジオマーケティング

テレビに登録された郵便番号を視聴データにて取得し、能動的な反応をした視聴者のエリア分布を測定。技研商事インターナショナルが保有する、エリアセグメンテーションデータ「c-japan® (シージャパン)」と掛け合わせることで、ターゲット詳細、コンバージョンを計測する。

下記は前回分析結果



視聴エリア分布※技研商事インターナショナル GIS (地図情報システム) MarketAnalyzer™による分析イメージ

コード	ネーミング	QRコード表示 (A)	データ放送表示 (B)	QRコード表示率 (C=A÷B)	リフト値 (D=E÷F)	コード	ネーミング	QRコード表示 (A)	データ放送表示 (B)	QRコード表示率 (C=A÷B)	リフト値 (D=E÷F)
A1	都心のセブ	(E) 0	2	0.00%	0.000	G1	やりくり上手なニューファミリー	(E) 46	3677	1.25%	0.969
A2	都心のファミリー	(E) 2	190	1.05%	0.815	G2	育ち盛りのニューファミリー	(E) 153	9808	1.56%	1.209
A3	都心の単身層	(E) 10	1151	0.87%	0.673	G3	工場勤めのニューファミリー	(E) 719	54617	1.32%	1.020
B1	マンション住まいのファミリー	(E) 7	554	1.26%	0.979	G4	マイホーム予備軍	(E) 188	11439	1.64%	1.273
B2	住みやすい都会住宅街	(E) 26	2379	1.09%	0.847	G5	子育て真っ盛り	(E) 106	5741	1.85%	1.430
B3	交通の便がよい住宅街	(E) 65	5886	1.10%	0.856	H1	近郊の工場勤め	(E) 844	64390	1.31%	1.015
C1	独身貴族	(E) 64	5088	1.26%	0.974	H2	工場勤めのファミリー	(E) 401	29807	1.35%	1.042
C2	社宅住まい	(E) 108	10121	1.07%	0.827	H3	地方の工業地域	(E) 77	5716	1.35%	1.044
C3	学生街	(E) 35	5956	0.59%	0.455	H4	歴史ある工業地域	(E) 207	17175	1.21%	0.934
D1	若年期世代のいるファミリー	(E) 134	10054	1.33%	1.033	H5	工場勤めのシニア層	(E) 86	4906	1.75%	1.358
D2	都市近郊のシニア層	(E) 13	1468	0.89%	0.686	H6	工場勤めの若者	(E) 58	4612	1.26%	0.974
D3	一戸建てファミリー	(E) 136	12870	1.06%	0.819	I1	懐かしやかな大家族	(E) 27	2306	1.17%	0.907
E1	都市の公営住宅住まい	(E) 170	12886	1.32%	1.022	I2	田舎の大家族	(E) 95	6655	1.43%	1.106
E2	地方の公営住宅住まい	(E) 47	3261	1.44%	1.117	J1	医療福祉就業者	(E) 13	852	1.53%	1.182
F1	郊外型家族	(E) 119	10349	1.15%	0.891	J2	エネルギーインフラ系就業者	(E) 135	11082	1.22%	0.944
F2	旧市街	(E) 24	2806	0.86%	0.663	J3	開発インフラ系就業者	(E) 24	1851	1.30%	1.004
F3	成熟ファミリー	(E) 51	3893	1.31%	1.015	K1	大家族農村	(E) 21	2038	1.03%	0.798
F4	年々ぐらし夫婦	(E) 44	4171	1.05%	0.817	K2	農村高齢夫婦	(E) 2	39	5.13%	3.973
						合計(F)		4257	329796	1.29%	1.000

c-japan®セグメント別のターゲットリフト (数値)

※今回使用するデータは、個人を特定するものではありません。

またデータ解析は、あくまで広告効果を検証するための集計値を算出するものであり、これにより個人を特定できる情報が使用・公開されることはありません。

放送局が取得する視聴者データの第三者提供は実施しません。

<本件に関するお問い合わせ>

■株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ

広報室 彭（ペン）・山崎

TEL： 03-6441-9347 MAIL：mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp