

2022年10月3日

コネクテッドTVにおいて、テレビの実視聴データを用いた  
ターゲティング配信・分析サービスの提供を開始  
— Premium Viewインストリーム動画広告でのオンオフ統合マーケティングを実現 —

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：樽谷 典洋、以下「電通」）は、株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、代表取締役社長：川上 宗一、以下「電通デジタル」）、株式会社CARTA HOLDINGSのグループ会社である株式会社CARTA COMMUNICATIONS（本社：東京都中央区、代表取締役社長：目黒 拓、以下「CCI」）と共同で、コネクテッドTV（インターネット回線に接続されたテレビ端末）において、厳選した質の高いメディアと優良コンテンツを配信対象とするインストリーム運用型広告サービス「Premium Viewインストリーム動画広告（以下「Premium View」）※1」でのターゲティング配信および各デバイス間の重複までを加味した統合リーチや地上波番組視聴傾向の分析を可能にするサービスの提供を開始します。本サービスは、テレビの実視聴データを用いたオンライン・オフラインの統合マーケティング基盤「STADIA※2」を活用したものです。

<本サービスの概念図>



近年、大画面視聴に適したストリーミング動画配信サービスの利用拡大に伴い、動画の視聴形態は多様化し、従来のパソコンやモバイル端末に加え、テレビデバイスでの視聴が増加しています。その中でも、コネクテッドTVによる動画視聴が今後さらに定着していくと予測されています。また、これにより、地上波CMと同様のデバイス環境で視聴できるコネクテッドTVにおける動画広告への企業マーケティングニーズは既に高まっており、今後ますます拡大していくことが予想されます。

Premium Viewは、STADIAを活用した今回の実装により、以下2点の機能を可能にしました。

### ① コネクテッドTVでの、テレビの実視聴データに基づくターゲティング広告配信

地上波テレビ番組の視聴傾向や地上波テレビCMの接触頻度などの実視聴データをもとに、ユーザー特徴に合わせた配信セグメントを作成し、コネクテッドTVでのターゲティング広告配信を行います。

これまでのコネクテッドTV広告配信は、性別、年代、興味関心などの項目でのみターゲティングできていましたが、今回新たに、ユーザーの同意許諾を得たSTADIAのデータとコネクテッドTVデータを連携させたことで、地上波テレビ番組／CMの実視聴データに基づくターゲティング配信が可能になりました。

例えば、地上波テレビCMへの接触が少ないユーザーに対して、コネクテッドTVでの動画配信サービス視聴時に広告を配信します。これにより、同じテレビデバイスで視聴された地上波テレビCMのインクリメンタルリーチ<sup>※3</sup>を獲得できるなど、より高精度かつ効率的な広告配信が可能になります。

テレビ視聴量やエリア／放送局、番組カテゴリ、番組視聴回数など、STADIAがもつ配信セグメント化されたデータを活用することで、Premium Viewでターゲットの視聴傾向に適したコネクテッドTVへの広告配信を実現すると共に、オンライン・オフラインを統合するリーチ獲得から配信設計までを一気通貫で支援するサービス体制を整備しました。

#### <配信セグメント例>

##### CM関連

・接触/非接触 ・素材別接触/非接触 ・接触回数 ・接触エリア

##### テレビ視聴時間量

・ハイビューワー(テレビ高頻度視聴者) ・ミドルビューワー(テレビ中頻度視聴者)  
・ライトビューワー(テレビ低頻度視聴者)

##### エリア/放送局

・関東/関西/中部 ・ローカルエリア ・各放送局 etc

##### 番組カテゴリ

・報道 ・音楽 ・スポーツ etc

##### その他

・番組視聴回数 ・番組内トピック/キーワード指定 etc

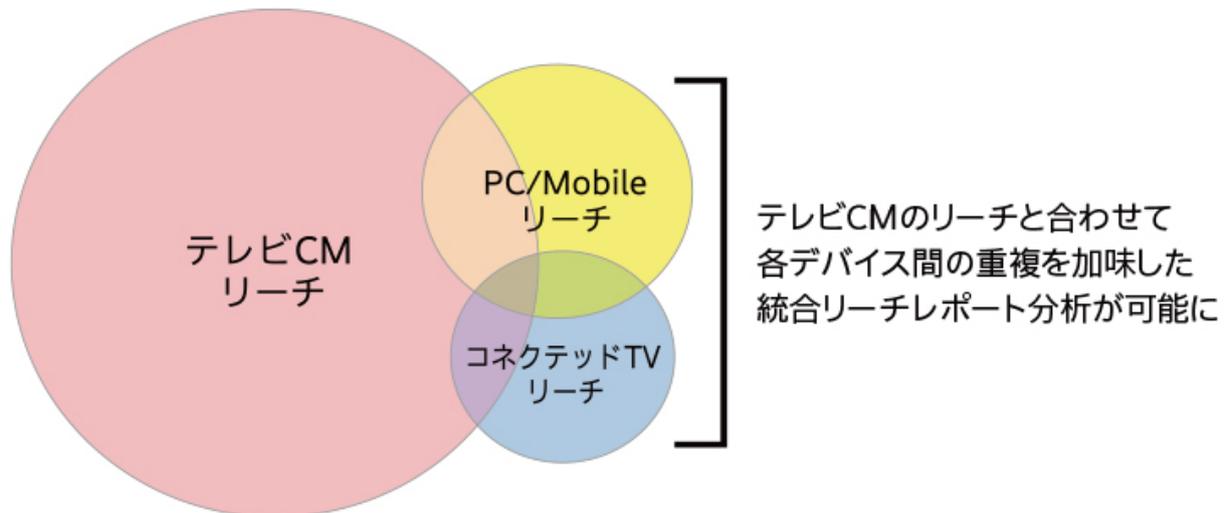
※主要部分のみ抜粋

## ② STADIAを活用したオンライン・オフラインを統合したリーチや番組視聴傾向の分析

地上波テレビCMの実視聴データを活用したコネクテッドTVへのターゲティング広告配信だけでなく、配信後の分析も可能になりました。具体的には、地上波テレビCM視聴者に対して、コネクテッドTVでの広告接触におけるインクリメンタルリーチの獲得状況や、パソコンやモバイル端末への広告配信を含む各デバイス間での重複接触者のリーチ分析などが可能になります。また、コネクテッドTVで広告を見た視聴者について、番組やジャンルを含む地上波テレビ番組の視聴傾向も分析することができます。

これにより、コネクテッドTVを筆頭とした各デバイス間の重複も加味した統合リーチの分析や、地上波番組視聴傾向の分析も可能になっています。

<各デバイス間の重複まで加味した統合リーチの分析イメージ>



電通、電通デジタル、CCIは、今後も「Premium View」でオンライン・オフラインを統合したマーケティングの効果を最大化する商品・サービスの開発を積極的に推進することで、広告主のマーケティング活動に貢献してまいります。

※1 電通、電通デジタル、CCIの国内電通グループ3社が提供する、プレミアムなメディアとコンテンツのみを配信対象とする運用型インストリーム動画広告（各動画サービスで再生される動画内広告）サービスのこと。Premium Viewインストリーム動画広告の配信先コンテンツは、①有力な媒体社によって管理された動画コンテンツであること（ユーザー投稿型の動画ではないこと）、②適法であること（違法なアップロード動画ではなく、著作権・肖像権などの処理がなされていること）、の2つの条件を満たすものに限定される。

※2 電通が提供する、ユーザーの同意許諾を得たテレビメーカー由来の視聴データに基づくデジタル広告配信・効果検証が可能な統合マーケティングプラットフォーム。2022年9月時点で約1100万台のデータを有する。

※3 Aというリーチ数に対するBというリーチ数の純増分。ここでは、テレビCM接触者数に対する、デジタル動画広告接触者数の純増リーチを指す。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報オフィス 広報部

松島、陳、中島

ソリューションクリエイションセンター 育成・広報・ナレッジ推進部

鈴木、山田

Email : [koho@dentsu.co.jp](mailto:koho@dentsu.co.jp)

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 ラジオテレビビジネスプロデュース局 動画業務推進部

Email : [premiumview-dentsurt@group.dentsu.co.jp](mailto:premiumview-dentsurt@group.dentsu.co.jp)