

2024年4月2日(火)

株式会社 SalesPlus

株式会社電通

株式会社 unerry

【報道関係各位】

SalesPlus と電通と unerry、テレビ CM 接触者の来店／購買を計測・分析し メディアプランニングをサポートする「TV de Sales+」の提供を開始

～小売企業の購買データと、unerry の全国 1.5 億 ID の人流データで消費者への影響をフルファネルで解析可能に～

購買近接点に強いマーケティング・ソリューションカンパニーである株式会社 SalesPlus（本社：東京都港区、代表取締役社長：関晋弥、以下、SalesPlus）と、株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野傑、以下、電通）、リアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」を運営する株式会社 unerry（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：内山英俊、以下、unerry）は、テレビ CM 接触者の来店・購買を計測・分析し、メディアプランニングをサポートする「TV de Sales+（テレビ・デ・セールスプラス）」の提供を本日より開始しました。



unerry

Sales+

dentsu
tokyo/osaka/nagoya

TV de Sales+ 提供の背景：テレビ CM の効果を定量的・定性的にわかりやすく計測

近年、消費者の購買意思決定に至るまでのメディア接触多様化を背景に、各施策の費用対効果が一層求められています。そのような中、テレビ CM は効果が大きそうではあるが、ウェブ広告や SNS に比べて定量的評価やどのような消費者が実際に購買を行ったかなどの効果計測がしづらく、予算配分や施策の改善が難しい、という課題感をもつ消費財メーカーが増えています。

そこで、unerry と SalesPlus は、電通が提供する、テレビ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（※注1）」と、unerry のリアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」が AI 推定する全国小売店の来店データ、ならびに、小売企業が提供する購買データの掛け合わせ（※注2）により、テレビ CM 接触者の店舗来訪や購買のアップリフトの計測・分析が可能な本サービスを開発し、提供を開始しました。

注1：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の検証が可能な統合マーケティングプラットフォーム。2024年3月時点で約1360万台のデータを有しています。

注2：データ連携および活用は、各サービスにおけるユーザーの許諾・法令の範囲内で行われます。

TV de Sales+ でわかる、テレビ CM の計測・分析とは

テレビ CM 接触者のうち、何%の人が来店・購買したかのフルファネルでの計測が可能です。また、小売企業の提供する購買データ（※注3）に基づき、購買につながった客層のデモグラフィック（年代・性別）やライフスタイル（単身、DINKS、DEWKS など）（※注4）が明らかになります。

さらに、該当の来店・購買が「テレビ CM 接触による新規来店・購買なのか、リピート購買なのか」「最後のテレビ CM 接触から何日後に来店・購買されたか」などの詳細分析も可能です。

加えて、テレビ CM 接触時間帯別・曜日別の来店率・購買率の計測や、放送局別の来店率・購買率の算出により、どの放送局で、どの曜日の、どの時間帯にテレビ CM を放映することが、来店・購買上最も効率がよいかを明らかにし、消費財メーカーのメディアプランニングをサポートします。

注3：小売企業により、提供する購買データで分析可能な粒度が異なる場合があります。

注4：DINKS とは、「Double Income No Kids」の略語で、子供を持たず夫婦とも職業に従事する夫婦または、その価値観を示す言葉です。DEWKS とは、「Double Employed with Kids」の略語で、結婚して子供を育てながら共働きを継続している夫婦または、その価値観を示す言葉です。

事例 < 株式会社トライアルカンパニー >

トライアルカンパニー社が放映したテレビ CM（食品カテゴリー商材、飲料カテゴリー商材）に対し、テレビ CM 接触者の来店率、購買率をさまざまな角度で計測しました。

□ テレビ CM 放映期間：

食品カテゴリー商材 CM 2023年6月16日～7月12日

飲料カテゴリー商材 CM 2023年7月17日～8月13日

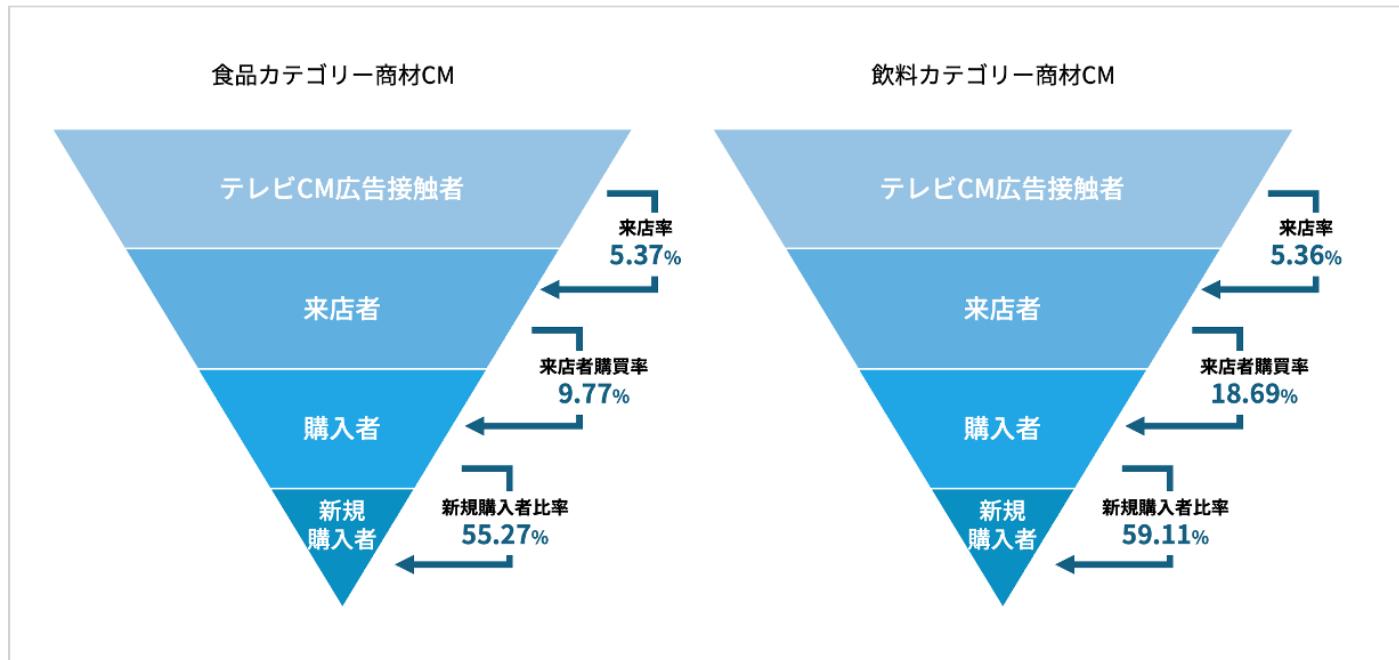
□ 来店・購買計測期間：

食品カテゴリー商材 CM 2023年6月16日～7月16日

飲料カテゴリー商材 CM 2023年7月17日～8月20日

分析①：テレビ CM 実施に伴う、来店・購買のアップリフトの計測

テレビ CM 広告への接触からの来店率、来店者購買率および新規購入者比率をフルファネルで図示。商材による傾向の違いが確認されました。



分析②：テレビ CM 接触曜日・時間帯別の来店率、放送局別の来店率

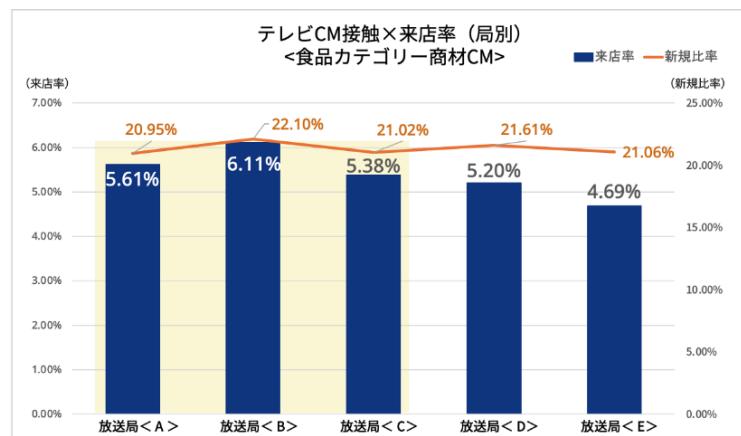
分析①とあわせ、テレビ CM に接触した曜日・時間帯別の来店率、および放送局別の来店率計測も行いました。これにより、テレビ CM 放映時間帯ごとの来店寄与度や、放送局別の来店寄与度が明らかになりました。

テレビCMの接触時間帯 × 来店率

<食品カテゴリー商材CM>

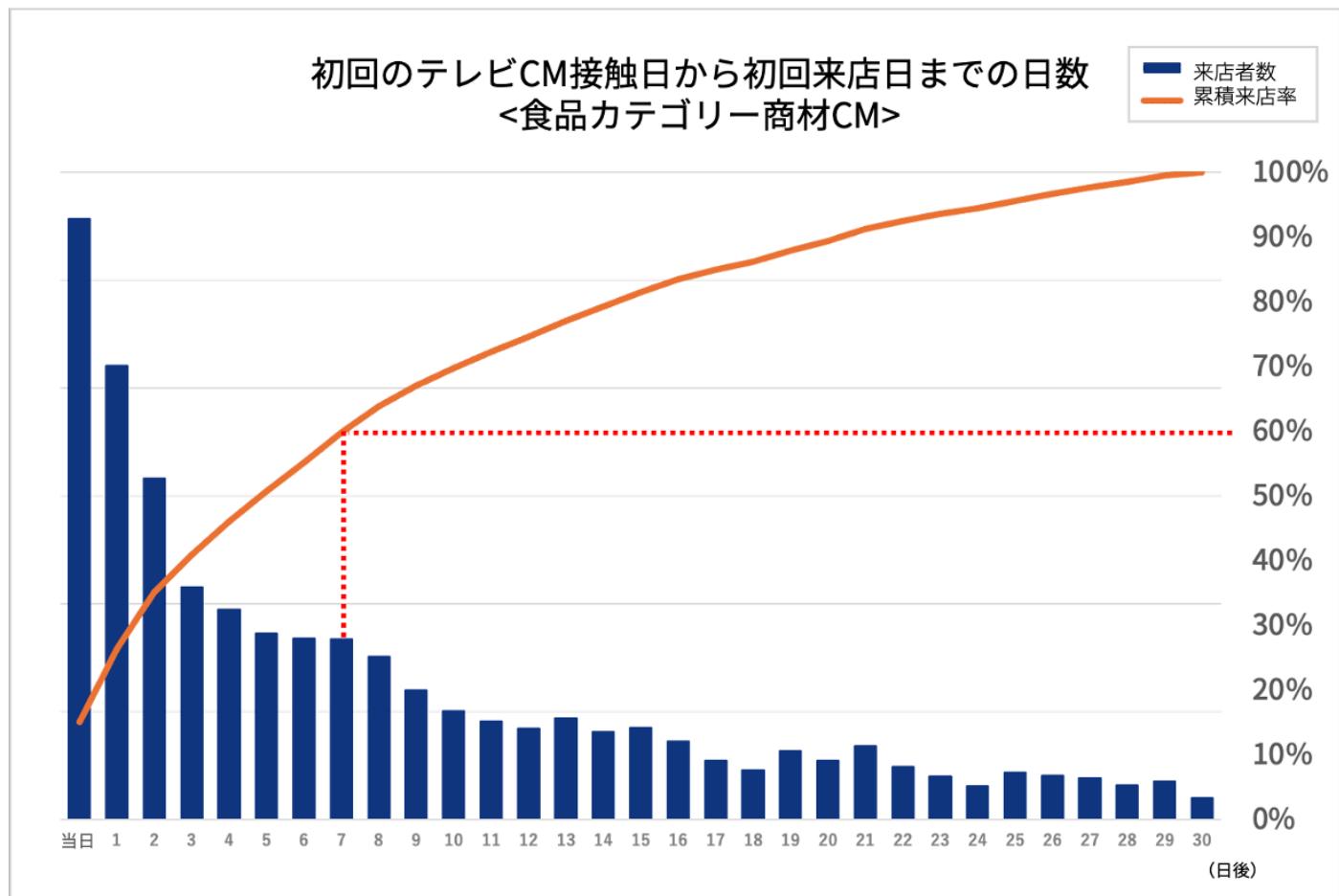
来店率	曜日							総計
	月	火	水	木	金	土	日	
6	4.64%	5.81%	5.37%	5.81%	5.47%	5.76%	5.27%	5.44%
7	5.74%	5.03%	4.57%	5.55%	6.71%		4.97%	5.43%
8	3.84%	5.63%	4.53%			4.44%		4.61%
9	5.54%	5.16%	6.49%	4.20%	6.98%	6.44%	5.62%	5.78%
10	5.13%		3.77%		6.69%		5.63%	5.30%
11	5.74%		2.71%		5.07%	6.11%	5.51%	5.03%
12		3.38%	3.46%	5.28%	4.59%	5.04%	4.82%	4.43%
13		4.12%				4.48%	3.75%	4.12%
14	5.01%			4.34%	4.25%	4.73%	3.99%	4.46%
15	3.64%	3.55%		4.24%	5.93%	5.70%	4.93%	4.67%
16		5.51%	5.82%	3.56%	4.66%	5.13%	6.46%	5.19%
17		5.45%	5.89%	5.18%			4.01%	5.13%
18	7.53%	2.24%		6.27%	5.05%	6.15%	5.93%	5.53%
19	6.39%					5.45%		5.92%
20		3.92%	4.80%			6.44%	6.97%	5.53%
21			4.71%	5.52%	6.40%	4.61%	3.94%	5.04%
22		6.22%	4.74%	4.10%	6.32%	5.47%	4.69%	5.26%
23	5.52%	5.40%		5.58%		5.22%		5.43%
24	5.90%	3.81%	4.06%	4.80%	6.35%	3.91%	6.01%	4.98%
25			3.94%					3.94%
総計	5.38%	4.61%	4.96%	5.64%	5.38%	5.16%	5.11%	

※テレビCMの放送がない時間帯は空欄となります

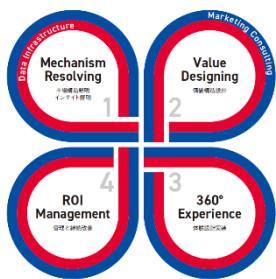


分析③：テレビ CM 接触から来店までの日数

また、初回のテレビ CM 接触から何日後に来店しているかの計測も、行いました。（テレビ CM 接触者における来店者のうち）約 60% は 7 日以内に来店していることが分かりました。



SalesPlus と電通、unerry は、「視聴」「来店」「購買」のデータ統合によるテレビから店頭までの一気通貫メディアプランニングの実現と、それによる効率的なマーケティングの実現によって、企業の成長を促進する動きを加速してまいります。



「TV de Sales +」は、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing for Growth」の 4 つのプロセスのうち「ROI Management（管理と継続改善）」に該当するサービスです。

「Marketing for Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

<お問い合わせ>

株式会社 SalesPlus

関、田中

Mail: info@salesplus.co.jp

株式会社電通コーポレートワン

プランディングオフィス 事業広報部

田中、宮田、藤田

Email: jigyokoho@dentsu.co.jp

株式会社 unerry 広報

内山、柳田

Mail: information@unerry.co.jp

*本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

*本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後、予告なしに変更されることがあります。

■株式会社 SalesPlus 会社概要

会社名：株式会社 SalesPlus (<https://salesplus.co.jp/>)

代表取締役社長：関 晋弥

本社所在地：東京都港区浜松町 1-30-5

設立：2018年4月

事業内容：マーケティングに関するコンサルティング業務、リテールメディアの運用・分析・普及、また、これらに付帯関連する一切の業務。トライアルホールディングスグループおよび国内電通グループにより設立された。購買近接でのデジタルマーケティングで、日本のマーケティングを効率的に、メーカークライアントのセールス（売り上げ）をプラスに、という思いが社名に込められている。

■株式会社電通 会社概要

会社名：株式会社電通 (<https://www.dentsu.co.jp/>)

代表取締役 社長執行役員：佐野 傑

本社所在地：東京都港区東新橋 1-8-1

設立：1901年7月

事業内容：顧客企業のマーケティング全体に対するさまざまなソリューションの提供に加え、デジタル時代の変革に応する効率的な広告開発（AX）、最適な顧客体験のデザイン（CX）、マーケティング基盤そのものの変革（DX）、顧客事業の変革（BX）を推進しており、マーケティング領域を超えて進化させた多様なケイパビリティを掛け合わせ、顧客企業と社会の持続的成長に貢献する統合ソリューションを提供している。

■株式会社 unerry 会社概要

会社名：株式会社 unerry (<https://www.unerry.co.jp/>)

代表取締役社長 CEO：内山 英俊

本社所在地：東京都港区虎ノ門 4-1-1 神谷町トラストタワー 23F (WeWork 内)

設立：2015 年 8 月

事業内容：リアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank (<https://www.beaconbank.jp/>)」を運営する 2015 年設立のデータカンパニー。GPS およびビーコン技術を活用し、スマートフォンアプリから取得する月間 800 億件超、約 3.9 億 ID (うち国内約 1.5 億 ID) の屋内外の人流ビッグデータを AI で解析。「心地よい未来を、データとつくる。」というミッションを掲げ、OMO マーケティング支援や、スマートシティの実現に向けた事業等を展開している。