

2020年9月10日

テレビスポット広告枠購入の新技术「Effective Spot Planning」を提供開始 － 視聴率データを含むビッグデータを活用し、広告主の KPI を向上 －

株式会社電通（本社：東京都港区、社長 五十嵐 博）は、テレビ視聴データやサイト来訪データなど、さまざまなマーケティングデータを活用したテレビスポット広告枠の購入手法「Effective Spot Planning」（エフェクティブ・スポットプランニング）を開発し、サービス提供を開始しました。広告主のマーケティングターゲットを可視化し、ターゲットの視聴時間帯を特定。広告効果の獲得効率を事前に確認して広告枠の購入を行うことで、より効果的なテレビスポット枠の活用が可能となります。



昨今、テレビ視聴を評価するマーケティングデータの整備・拡充が進み、従来の「性・年代」別の視聴率データだけでなく、「趣味嗜好・関心・特性」といったより細かな視聴者区分の視聴率データを匿名取得・分析し、広告効果の高い放送時間帯（有効ゾーン）を可視化することが可能となりました。しかし、詳細な分析が可能となった一方で、現在のテレビスポット取引は既存の出稿時間帯パッケージの組み合わせが大半なため、さまざまなデータを活用した有効ゾーンの可視化はできても、それらを実際にテレビスポット枠の購入につなげることは難しい、という課題がありました。

今回開発した「Effective Spot Planning」は、テレビスポット広告枠購入のゾーン（時間帯）設定において、獲得が期待されるターゲット視聴量や広告効果を推定するロジックを活用します（※特許取得済：特許第 6619116 号）。また、スポット広告枠の出稿を有効ゾーンに絞った際の購入コストをあらかじめ把握することで、獲得が期待されるターゲット視聴量や広告効果の獲得効率を事前に確認し、従来のゾーンと比較・検討できるようになります。広告主の KPI を高めるこの新しい広告枠の購入手法を通して、当社は、“人” 基点でのテレビプランニング

「People Driven TV Planning」におけるテレビ広告枠ターゲット層の視聴の多寡を可視化した「People Driven TV Heatmap」の活用を進めてまいります。

<Effective Spot Planning 提案フロー>

①有効ゾーン設定

ヒートマップデータを用いて有効ゾーン (=Effective Spot Planning ゾーン =以降、ESP ゾーン) を設定。

②取得広告効果量の推定

取引指標 (GRP等) の曜日別 × 時間帯別の取得分布を推定し、これらと①のデータを用いて計算を行うことで、ESPゾーン、従来ゾーンにおいて取得が見込まれる広告効果量 (※TRP量等) を推定。

③獲得効率の比較

ESPゾーンを含む複数ゾーンの見積りを放送局へ依頼。見積りコストを加味した広告効果 (②) の獲得効率をプランニング段階で比較することが可能となります。

| 日 | 時 | 分 | 秒 | 分 | 秒 | 分 | 秒 |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
| 17時台 | 25.1 | 24.0 | 25.0 | 24.0 | 24.5 | 18.4 | 8.2 |
| 18時台 | 83.6 | 82.4 | 84.0 | 82.3 | 81.8 | 54.5 | 36.1 |
| 19時台 | 100.9 | 99.2 | 97.2 | 100.1 | 96.9 | 61.1 | 56.1 |
| 20時台 | 111.7 | 110.9 | 109.0 | 109.9 | 105.4 | 82.4 | 76.9 |
| 21時台 | 99.0 | 101.0 | 96.0 | 100.9 | 102.2 | 56.0 | 66.6 |
| 22時台 | 83.0 | 83.0 | 85.1 | 84.7 | 85.1 | 35.4 | 32.5 |
| 23時台 | 74.5 | 76.7 | 82.4 | 80.9 | 76.4 | 48.3 | 44.1 |
| 24時台 | 98.8 | 96.7 | 99.9 | 100.0 | 102.4 | 57.8 | 66.5 |
| 25時台 | 81.0 | 81.9 | 88.4 | 84.7 | 82.0 | 51.9 | 66.4 |
| 26時台 | 66.2 | 69.2 | 67.9 | 72.4 | 74.2 | 58.1 | 67.4 |
| 27時台 | 61.9 | 66.4 | 64.0 | 66.3 | 66.1 | 57.4 | 75.9 |
| 28時台 | 67.8 | 70.9 | 69.8 | 72.8 | 69.2 | 53.9 | 71.2 |
| 29時台 | 73.2 | 76.7 | 74.7 | 76.9 | 74.9 | 66.6 | 71.0 |
| 30時台 | 81.9 | 83.9 | 89.0 | 82.9 | 86.0 | 78.6 | 80.1 |
| 31時台 | 93.0 | 94.2 | 98.1 | 102.9 | 92.4 | 96.9 | 86.6 |
| 32時台 | 81.9 | 86.9 | 77.3 | 87.9 | 85.9 | 75.9 | 106.6 |
| 33時台 | 76.3 | 80.9 | 83.2 | 76.9 | 82.7 | 85.1 | 91.2 |
| 34時台 | 78.9 | 79.2 | 89.4 | 89.4 | 86.3 | 76.1 | 74.2 |
| 35時台 | 71.9 | 71.9 | 70.9 | 72.1 | 74.9 | 74.9 | 82.7 |
| 36時台 | 84.9 | 86.7 | 83.9 | 83.9 | 103.5 | 66.5 | 53.2 |
| 37時台 | 85.9 | 89.9 | 84.9 | 88.5 | 89.9 | 48.1 | 37.9 |
| 38時台 | 113.1 | 104.1 | 100.0 | 99.9 | 124.9 | 38.3 | 28.1 |
| 39時台 | 47.1 | 45.4 | 41.7 | 41.9 | 51.8 | 38.2 | 26.9 |
| 40時台 | 43.9 | 43.9 | 42.3 | 43.3 | 44.9 | 24.9 | 19.0 |

ESPゾーン 従来ゾーン

獲得効率 ESPゾーン > 従来ゾーン

※これまでのプランニングにおいては、上記②のステップがなかったため、正式発注前の③獲得効率の比較を行うことが難しく、ヒートマップデータの活用が限定的でした。今回のEffective Spot Planningの提案スキームは、上記②、③のステップを踏むことで、見積りコストを加味した上での、様々なヒートマップデータを活用した効果的なゾーン設定を可能にします。

なお、「Effective Spot Planning」に活用するデータは、曜日・時間帯別にターゲット層の視聴の多寡を可視化したヒートマップ形式のデータであれば、視聴率以外の、視聴質データ^{※1}や購買データ、サイト来訪データを活用することも可能であり、さまざまなクライアントニーズに対応することができます。また、テレビの実視聴ログに基づく広告配信・効果検証の統合マーケティングプラットフォーム「STADIA^{※2}」(スタジア)のデータとも連携することでより高度なPDCAが可能になります。

電通は今後もさまざまなマーケティングデータを活用し、広告主のニーズに対応した"人"基点でのテレビプランニングのソリューションを開発・提供してまいります。

<People Driven TV Planning 提案のフレーム>

People Driven TV Planning 構造図

クライアントのマーケティングターゲットを可視化


People Profiler

膨大なマーケティングの定量データから、ターゲットに特徴的な意識や行動について統計的に有意な(顕著な)項目のみをピックアップし可視化。その“人”についてのインサイトを幅広い視野で把握するためのデータ処理ツール。



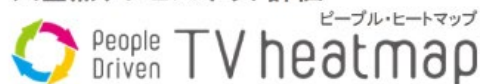
人基点テレビタイム評価



性年齢区分視聴率でのターゲット到達を類推するのではなく、マーケティングターゲットその“人”自身が視聴している番組が明らかにいっば“お客さま視聴率”。



人基点テレビスポット評価



放送局・曜日・時間帯ごとの枠取引に使用される視聴率データとの比較でマーケティングターゲットその“人”自身の視聴率をもっとも効率的に獲得できる枠の特定をする。

Supported by



※1 主に、視聴者がテレビを注視している割合などを計測した指標。

※2 STADIA は、テレビをはじめとする“オフライン”メディアと、スマートフォンやPC上の“オンライン”メディアのデータを統合し、より効果的なマーケティングを実現させるオンオフ統合ソリューションです。2020年9月時点で約640万台のテレビの視聴ログデータと、約1,200万台のモバイル広告IDや約1.3億件のCookie IDのオーディエンスデータ規模を有しています。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 事業広報部

陳、山田

Email : 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

スポット業務推進部 福岡、水口

テレビ市場開発部 岸本、荒川、秋野

Email : info.esp@dentsu.co.jp