

2021年11月2日

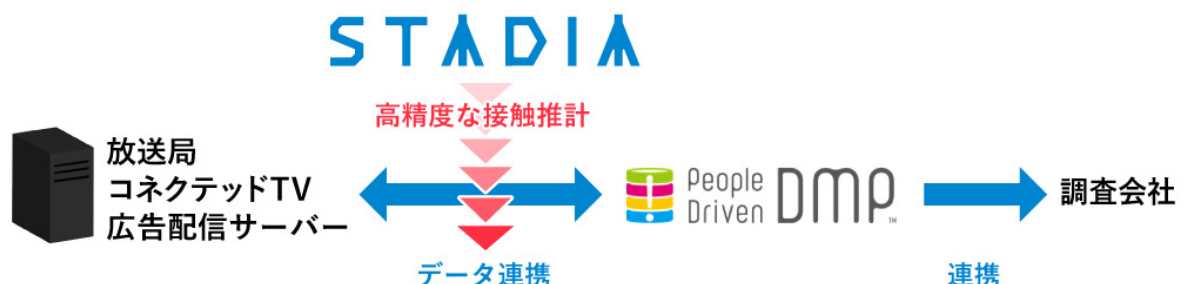
コネクテッドTVでの広告効果調査スキームをTBSテレビと共同開発

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：五十嵐 博）と株式会社TBSテレビ（本社：東京都港区、代表取締役社長：佐々木卓）は、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）で利用可能な民放公式テレビポータル「TVer（ティーバー）」のテレビアプリ※1における配信広告の接触者に対するアンケート調査を可能にする広告効果調査手法を共同開発し、11月1日より運用を開始しました。これまでは第三者調査機関による、コネクテッドTVでの広告効果の可視化やテレビ機器と視聴者との心理的関係の客観的な評価を実施することはほぼできませんでした。本調査スキームを通じ、それを明らかにすることで、クライアント企業に対してコネクテッドTVでの広告効果に基づいたPDCAの実施を可能にします。

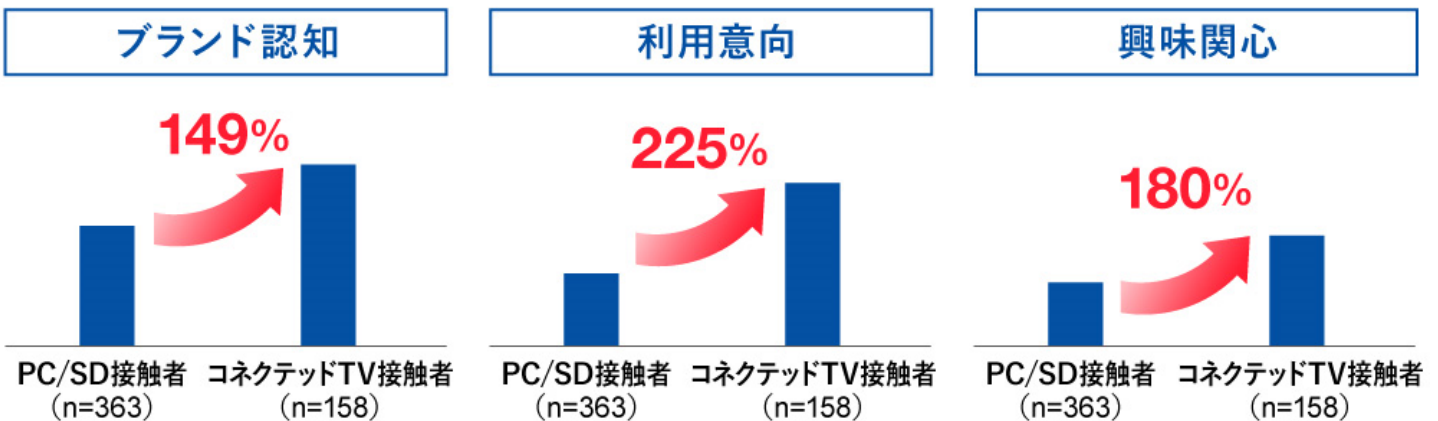
コロナ禍以降のライフスタイルの変化で、テレビ機器のインターネット接続率は50%を超え、テレビ機器で動画配信サービスを利用するという機会が急速に増えつつあります。例えば、TVerをテレビ機器で視聴するユーザーは、デバイスシェアにおいて20%を超え、既にPCのユーザー数を上回っています。動画配信サービス各社は、コネクテッドTVでの広告セールスに注力しその配信数は増加の一途をたどっています。一方、コネクテッドTVの広告調査においては、広告配信数や配信効率の確認はできても、データ計測や接触レベルでのアンケートによる広告効果の調査は技術的な問題からほぼ実施できないという大きな課題がありました。

本調査スキームは、電通グループ独自のデータ基盤である「People Driven DMP®※2と、「TVerテレビアプリ」への広告配信サーバーとを、オフラインとオンラインの統合マーケティング基盤「STADIA※3」のソリューションを用い、データ連携します。これにより可能になった高精度なコネクテッドTVでの配信広告接触推計に基づき、事前承諾した調査パネルに対しアンケート調査を行うことで、コネクテッドTVのこれまでの課題を解決できるようになりました。

<コネクテッドTV配信広告調査 概要>



本調査スキームを活用した調査では、接触者の属性やブランド評価への効果検証など、クライアント企業の目的に応じて自由に調査項目を設定することが可能です。実際に7月にTBSテレビで調査を実施した際には、コネクテッドTVで配信したTVer広告はPCやスマートデバイス（SD）で配信したTVer広告と同等の広告認知を得られたのに加え、「ブランド認知」「利用意向」「興味関心」といった態度変容において、PCやスマートデバイスの約150～225%と非常に高い広告効果も確認できました。



電通は、本調査スキームを通じコネクテッドTVの継続的な研究を行い、効果的な広告商品の開発・提供を目指します。今後もテレビ放送局をはじめとするメディア・プラットフォーマー各社、国内電通グループ各社のさまざまなソリューションとの連携を強化し、コネクテッドTVをはじめとする次世代メディアにおける各種広告の適切な広告効果評価、ソリューション開発・提供に努めてまいります。

※1：民放公式テレビポータル「TVer(ティーバー)」のテレビアプリ。TVerをはじめとして、コネクテッドTVでの視聴は動画配信サービス全体の成長をけん引。コネクテッドTVの再生回数はPCでの再生回数を抜くまでに急進。民放公式テレビポータル「TVer」(<http://tver.jp/>)は、民放各局が制作した安心・安全なコンテンツを完全無料で視聴できる民放公式の無料動画配信サービス。パソコン、スマートフォン・タブレット、テレビアプリで毎週約400番組を放送終了後に無料で視聴ができるほか、過去に放送された人気コンテンツの配信やスポーツ等のライブ配信も多数実施しています。

※2：People Driven DMP®は、PCやスマートフォン由来のオーディエンスデータと、テレビの視聴ログデータ（STADIA）、ウェブ広告接触データ、OOH広告接触データ、ラジオ聴取ログ、パネルデータ、購買データ、位置情報データなどを人（People）基点で活用することができる、People Driven Marketingのデータ基盤です。さらなる強化のために、People Driven パートナーシッププログラムを通じ、「メディア／コンテンツ」「デジタルプラットフォーム」「EC・購買」「パネル／メジャメント」「位置情報」などの各種パートナーと、データやテクノロジーの連携によるビジネス・アライアンスを推進しています。なお、People Driven DMP®では、個人情報の保護に関する法律に定める個人情報は扱っておりません。

※3：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。2021年10月時点で約850万台のテレビの視聴ログデータと、約900万台のモバイル広告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データ推進部 朴、松友

Email : connectedtv@dentsu.co.jp