

2021年3月10日

視聴データを活用した運用型テレビ広告サービス
「CONNECTED VIEW」をBSフジと共同開発
ー 放送後のターゲット視聴数に基づく課金取引の本格トライアルを開始 ー

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：五十嵐 博）と株式会社ビーエスフジ（本社：東京都港区、社長：亀山 千広、以下「BSフジ」）は、マーケティングターゲットの視聴数に基づき料金取引を行う、運用型のテレビ広告サービス「CONNECTED VIEW（コネクテッドビュー）」を共同開発しました。視聴データの分析や運用を行うためのシステム開発を行い、2019年6月からはBSフジの一部番組でトライアルを実施。実用化に向けた課題抽出と精度向上を目的に、本年3月からは対象番組を拡大し本格的な試験運用を行います。

「CONNECTED VIEW」は、インターネット接続されたテレビ機器から視聴に関するデータを取得する「テレビ局視聴データ」を活用します。放送局のマネジメント下において、人を起点にしたマーケティングのデータ基盤「People Driven DMP®※」のデータを用いて視聴データを分析。「性・年代」別だけでなく、「趣味嗜好・関心・特性」といったより細かな視聴者区分データを匿名取得し、可視化します。これを基に、広告主のマーケティングターゲットの視聴状況を把握することで、ターゲットの視聴数に応じて料金をCM放送後に課金する仕組みです。

<視聴データの分析と運用に関するイメージ図>



「CONNECTED VIEW」では、出稿プランニング時と放送後のターゲット視聴者数をダッシュボードで可視化し、広告主の出稿計画を番組単位で把握できるため、計画と実績の差をタイムリーに共有・報告することができます。また、株式会社電通デジタル、株式会社サイバー・コミュニケーションズと連携し、厳選した質の高い媒体と優良コンテンツのみを配信対象とする

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」を有する「Premium View シリーズ」とともに、広告主に対してサービスを統合的に提案していく予定です。

電通はこれまで、テレビ広告取り扱いの実績と知見を生かした広告メニューの開発及びそのサポートに取り組んでまいりました。本トライアルにおいても運用の実効性、精度の向上を行い、サービスの実用化と利用拡大を目指すとともに、今後も多様化する広告主のニーズに合ったマーケティング活動で企業を支援していきます。

※ 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。

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

ラジオテレビ局 BS メディア統括部・BS メディア部 奥平

Email : connected-view@dentsu.co.jp