

2025年2月25日

電通、「メディアコンテンツ エンゲージメントスコア」を機能強化 熱中度と購買検討プロセスとの関係性を分析

— 調査対象にデジタルメディアを追加し、マーケティング課題により統合的に対応 —

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」）は、メディアコンテンツ（メディアが提供する情報や体験）が生活者に与える心理的影響を指標化する「メディアコンテンツ エンゲージメントスコア（商標出願中）」の機能を強化し、メディアコンテンツへの「熱中度」の高さと、購買検討プロセスの関係性を分析できるようにしました。また、対象メディアにデジタルメディアを追加し、当社独自の調査においてビデオリサーチの生活者データベース「ACR/ex」※と連携したクロス集計が可能になったことにより、複数のメディアコンテンツのスコア化や、マーケティング課題により統合的に対応していけるようになりました。

商品・ブランドの「認知」拡大や「理解」促進を目的に行われる広告・マーケティング活動では、「リーチ（到達率）」での「量的な評価」が重視されがちで、「好意」「共感」「信頼」の獲得といった「質的な評価」を行うための指標が不足していました。このため、コンテンツごとのメディア親和性を加味した明確な指標がないという課題がありました。当社はこうした課題に対応するため、2023年12月に「メディアコンテンツ エンゲージメントスコア」を開発し、「どのメディアで、どのようなコミュニケーションが、どのくらい生活者の心に届いたか」という「質的な評価」を可能にし、企業の広告・マーケティング活動のプランニングに活用してきました。

今回の機能強化に向けては、まず東京50km圏の4800人を対象としたインターネット調査（調査期間：2024年7月5日～7月21日）を実施し、デジタルメディアを含む6メディアにおける生活者のメディアコンテンツへの「熱中度」「習慣度」「信頼度」「広告記憶度」を測定。その結果を「メディアコンテンツ エンゲージメントスコア」に反映することで、主に以下3点の機能強化を実現しました。

1. メディアコンテンツへの「熱中度」と購買検討プロセスの関係性の分析

メディアコンテンツと各メディアにおける親和性を「熱中度」と「広告記憶度」の関係性から導出。その結果を基に、購買行動につながりやすい「熱中度」の高いユーザーの分布をスコア化し、分析することを可能に。

2. 調査対象にデジタルメディアを追加

テレビ・ラジオ・新聞・雑誌・OOH（交通・屋外）にデジタルメディアを加え、調査対象が6メディアへと拡大。

3. ビデオリサーチの生活者データベース「ACR/ex」との連携による分析範囲の拡張

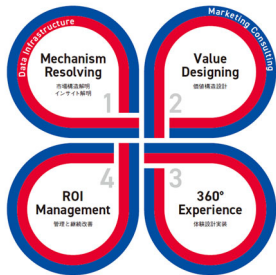
「ACR/ex」との連携で調査結果の詳細分析が可能になり、より広域なマーケティング課題への対応が可能に。

これらにより、「リーチ（到達率）」に加え、各メディアの特徴や「熱中度」をはじめとするユーザーと各メディアの心理的关系性を踏まえたプランニングが可能になります。

＜「熱中度」と「購買検討プロセス」の関係性＞

Category	観る / 読む / 聴く / 見る	観ない / 読まない / 聴かない / 観ない	GAP
テレビで、地上波放送を熱中/やや熱中して	~100%	~37.7%	62.3pt
デジタルメディアを熱中/やや熱中して	~100%	~67.2%	32.8pt
音声メディアを熱中/やや熱中して	~50%	~14.8%	35.2pt
新聞を熱中/やや熱中して	~100%	~4.6%	95.4pt
雑誌を熱中/やや熱中して	~100%	~41.4%	58.6pt
電車内広告を熱中/やや熱中して	~100%	~57.3%	42.7pt

- ・対象エリア：東京50km圏
- ・対象者条件：12～69歳
- ・サンプル数：4800
- ・調査手法：インターネット調査
- ・調査期間：2024年7月5日～7月21日
- ・調査機関：株式会社ビデオリサーチ



「メディアコンテンツ エンゲージメントスコア」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「Mechanism Resolving（市場構造説明、インサイト解明）」「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>

※ 株式会社ビデオリサーチが提供する生活者の実態を多角的・客観的に捉えることが可能なシングルソースデータ。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部

河南、蕤山

Email : koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 メディア・コンテンツ・トランスフォーメーション室

朴、高橋、幸田、増田

Email : opes68@dentsu.co.jp