

## データ放送×視聴データ×エリアの居住者特性データで テレビCMの集客効果や、反響が高かった層のペルソナを可視化 ～中京テレビと行った積水ハウスCMの実証実験レポートを公開～

技研商事インターナショナル株式会社（名古屋本社：愛知県名古屋市、東京本社：東京都新宿区、代表取締役：小嶋 智海、以下当社）は、昨年実施した中京テレビ放送株式会社（本社：愛知県名古屋市代表取締役社長：丸山公夫、以下中京テレビ）が放送する積水ハウス株式会社の企画CMにおけるエリアマーケティング支援について、その分析レポートを公開いたします。

### ■ 分析概要および結果概要

本企画CMは、CMと連動して表示されるデータ放送にて、視聴場所に応じて積水ハウスのイベント「住まいの参観日」の近くのモデルルームを表示し、データ放送で表示されるQRコードより、該当エリアの住まいの参観日HPへと誘引したものです。中京テレビとの共同調査として、コンバージョンとジオマーケティングの2つの視点から広告の効果測定を行いました。

コンバージョン分析は、テレビ視聴、データ放送でのアクション、HPへの来訪・予約、モデルルームへの来場に至る一連の視聴者行動を、視聴データ・WEBアクセスログを統合して解析しました。

ジオマーケティング分析は、テレビに登録された郵便番号を視聴データにて取得し、CMの視聴、またデータ放送で能動的な行動に及んだ視聴者がどのエリアに多く分布していたかを測定。当社が保有する、家族構成、住民年齢構成、平均年収などのエリアセグメンテーションデータと掛け合わせることで、このCMがどのようなターゲットに訴求でき、Webサイト訪問やクリック等の行動につながったかを計測しました。今回、ジオマーケティング分析のレポートを一部公開いたします。

#### （ジオマーケティング分析概要）

広告施策参加（QRコード表示）傾向を、居住地特性別に評価しました。

- ・地域特性や居住者特性を36のセグメントに分けて具体的に把握できる「エリアセグメンテーションデータ（c-japan®）」を活用し、各セグメントごとに広告施策参加（QRコード表示）率を集計。
- ・セグメント別の広告施策参加率を全体参加率と対比し、セグメント別の広告施策参加効率を評価。

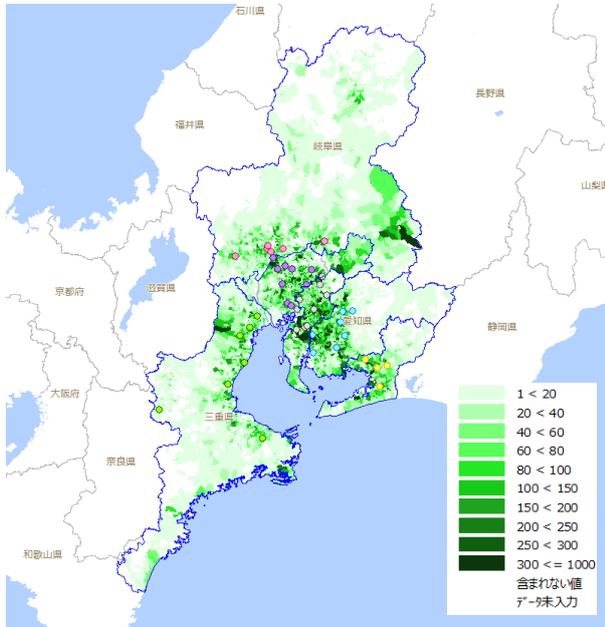
#### （結果概要）

- ▶ 広告施策の参加効率が高かったのは、【マイホーム予備群】、【子育て真っ盛り】のセグメント。  
戸建て住宅に関心が高いニューファミリー層の参加率が高い傾向が見て取れた。
- ▶ 都市部の共同住宅（マンション）住まいが多いセグメントでは、全般的に参加率が低い傾向。  
都市部のマンション住まいが多い居住セグメントは、戸建て住宅の関心が相対的に低いと思われる。

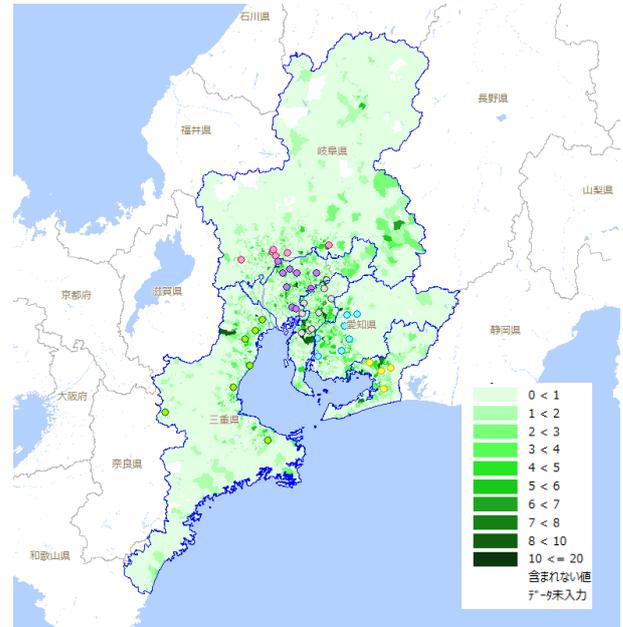
## ■ 結果の詳細

どのエリアにどのくらいデータ放送やテレビ CM に表示された QR コードが表示されたかを、当社エリアマーケティング GIS (地図情報システム)「MarketAnalyzer™ 5」を用いて、地図上に可視化しました。また、広告表示に関する集計データと、そのエリアに住む人の特性を示したエリアセグメンテーションデータ「c-japan®」を重ね、広告参加率の高かったエリアの特性を分析しました。

データ放送表示件数 (open+click) 分布  
4 回分合計 (広域)



QR コード表示件数 (open+click) 分布  
4 回分合計 (広域)



c-japan®のセグメント別広告参加効率 (リフト値) の帳票※

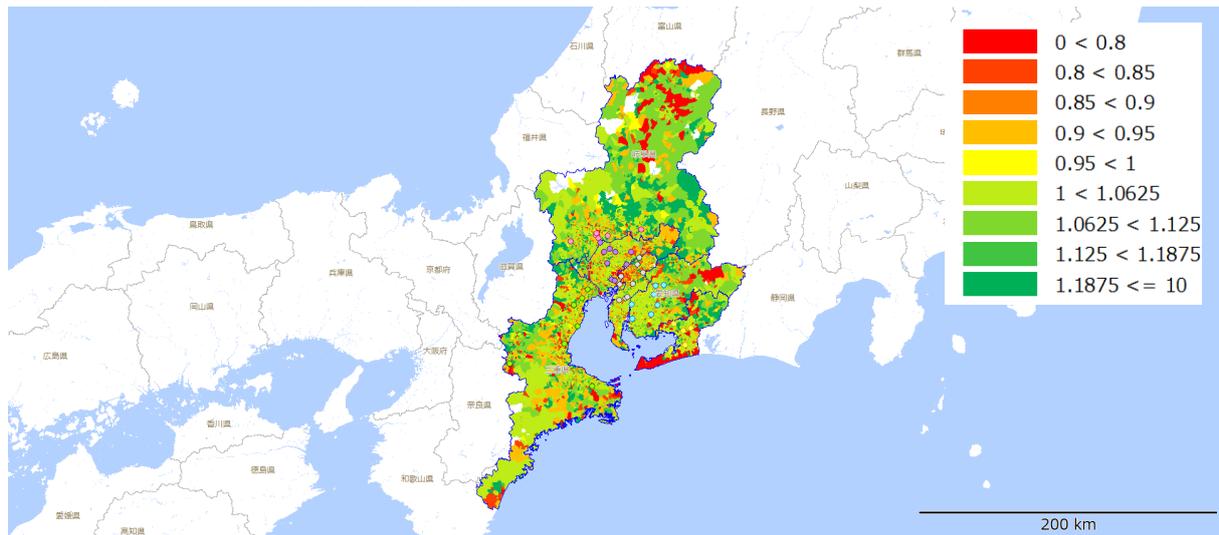
コード	ネーミング	QRコード表示 (A)	データ放送表示 (B)	QRコード表示率 (C=A÷B)	リフト値 (D=E÷F)	コード	ネーミング	QRコード表示 (A)	データ放送表示 (B)	QRコード表示率 (C=A÷B)	リフト値 (D=E÷F)
A1	都心のセレブ	(E) 0	2	0.00%	0.000	G1	やりくり上手なニューファミリー	(E) 46	3677	1.25%	0.969
A2	都心のファミリー	(E) 2	190	1.05%	0.815	G2	育ち盛りのニューファミリー	(E) 153	9808	1.56%	1.209
A3	都心の単身層	(E) 10	1151	0.87%	0.673	G3	工場勤めのニューファミリー	(E) 719	54617	1.32%	1.020
B1	マンション住まいのファミリー	(E) 7	554	1.26%	0.979	G4	マイホーム予備軍	(E) 188	11439	1.64%	1.273
B2	住みやすい都会住宅街	(E) 26	2379	1.09%	0.847	G5	子育て真っ盛り	(E) 106	5741	1.85%	1.430
B3	交通の便がいい住宅街	(E) 65	5886	1.10%	0.856	H1	近郊の工場勤め	(E) 844	64390	1.31%	1.015
C1	独身貴族	(E) 64	5088	1.26%	0.974	H2	工場勤めのファミリー	(E) 401	29807	1.35%	1.042
C2	社宅住まい	(E) 108	10121	1.07%	0.827	H3	地方の工業地域	(E) 77	5716	1.35%	1.044
C3	学生街	(E) 35	5956	0.59%	0.455	H4	歴史ある工業地域	(E) 207	17175	1.21%	0.934
D1	思春期世代のいるファミリー	(E) 134	10054	1.33%	1.033	H5	工場勤めのシニア層	(E) 86	4906	1.75%	1.358
D2	都市近郊のシニア層	(E) 13	1468	0.89%	0.686	H6	工場勤めの若者	(E) 58	4612	1.26%	0.974
D3	一戸建てファミリー	(E) 136	12870	1.06%	0.819	I1	慣まじやかな大家族	(E) 27	2306	1.17%	0.907
E1	都市の公営住宅住まい	(E) 170	12886	1.32%	1.022	I2	田舎の大家族	(E) 95	6655	1.43%	1.106
E2	地方の公営住宅住まい	(E) 47	3261	1.44%	1.117	J1	医療福祉就業者	(E) 13	852	1.53%	1.182
F1	郊外型家族	(E) 119	10349	1.15%	0.891	J2	エネルギーインフラ系就業者	(E) 135	11082	1.22%	0.944
F2	旧市街	(E) 24	2806	0.86%	0.663	J3	開発インフラ系就業者	(E) 24	1851	1.30%	1.004
F3	成熟ファミリー	(E) 51	3893	1.31%	1.015	K1	大家族農村	(E) 21	2038	1.03%	0.798
F4	年金くらし夫婦	(E) 44	4171	1.05%	0.817	K2	農村高齢夫婦	(E) 2	39	5.13%	3.973
						合計(F)		4257	329796	1.29%	1.000

※帳票は、放送日別に下記データを集計しています。

- データ放送表示 (B)
  - データ放送が表示された端末を居住セグメント別に件数を集計
- QRコード表示 (A)
  - データ放送が表示された端末のうち QRコード表示をクリックした件数を居住セグメント別に件数を集計
- QRコード表示率 (C=A÷B)
  - データ放送が表示された端末のうち QRコード表示をクリックした割合を居住セグメント別に集計
- リフト値(D=E÷F)
  - セグメント別の QRコード表示率 (E) を放送日別全体の QRコード表示率 (F) で割ったもの

\*セグメント別の表示率が全体平均と比べて何倍効率が良かったかを評価

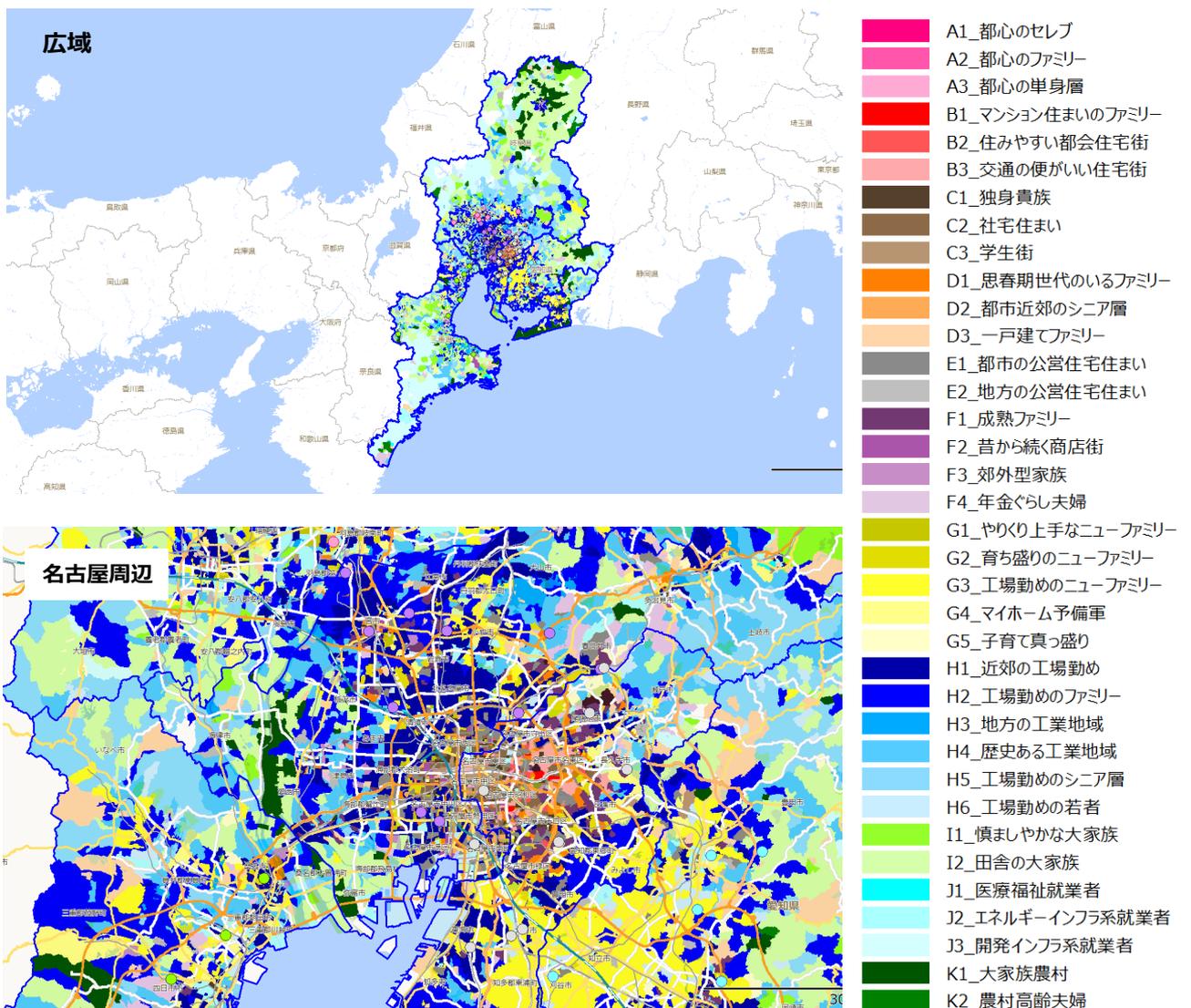
## セグメント毎の広告参加効率（リフト値）分布



都市近郊・郊外の共同住宅住まいの多い市街地で  
リフト値が高い傾向が表れている。

(参考)

該当エリアにおける各セグメントの分布



※今回使用するデータは、個人を特定するものではありません。またデータ解析は、あくまで広告効果を検証するための集計値を算出するものであり、これにより個人を特定できる情報が使用・公開されることはありません。

## ■ 利用システムとデータについて

### 探索的かつ高度な分析によりエリアの特性を知る GIS（地図情報システム）

#### MarketAnalyzer™ 5

高度で探索的な分析を可能とするエリアマーケティング・商圈分析用の GIS で、国内 2,000 社以上の導入実績があります。オンプレミス版やクラウド版など様々なラインナップを用意。エリアごとの居住者属性のセグメントを知ることができる「c-japan®」や、人口、世帯、消費、年収等の統計データを用いて、店舗商圈のマーケットボリュームやターゲット分布を瞬時に把握することができる等の特長があります。

▶詳細はこちら

<https://www.giken.co.jp/products/marketanalyzer/>

### エリアに住む人の特性を可視化するエリアセグメンテーションデータ

#### c-japan®

c-japan®は、日本全国の町丁目/郵便番号界/メッシュを、**年齢/家族構成/住宅/就業等や年収/地価**、さらに**車種別自動車登録台数、チェーン店舗の位置情報の小地域データベース**を用いて、当社独自の特許技術により 11 の中分類・36 の小分類にクラスタリング（分類）したエリアセグメンテーションデータです。



▶詳細はこちら

<https://www.giken.co.jp/products/c-japan/>

## ■ 放送について

---

<CM 放送番組および日時>

「キャッチ！」月～金 15:48～19:00

2021年8月19日、26日、30日、9月2日 計4回

「キャッチ！」番組公式 HP : <https://www.ctv.co.jp/catch/>

<放送エリア>

愛知県・岐阜県・三重県

## ■ 当社について

---

### 【事業概要】

マーケティング向けデータ分析ツールの提供・運用支援を通じ、マーケティングデータ領域のエコシステム構築を進めることで、企業のデータに立脚した事業推進をサポート

### 商圏分析、エリアマーケティング向け GIS (地図情報システム)の提供

- ・商圏分析/エリアマーケティング専用 GIS「MarketAnalyzer™ 5」
- ・GPS 位置情報データを搭載したクラウド GIS「KDDI Location Analyzer」他

### 蓄積した分析データ・ノウハウの提供

- ・データ・API・GIS エンジンの提供を通じたデータ戦略高度化の支援
- ・インスタの来訪者検知の仕組みの構築
- ・デジタル広告のセグメントの高度化

### 【会社概要】

会社名：技研商事インターナショナル株式会社

代表者：代表取締役 小島 智海

所在地：名古屋本社：愛知県名古屋市東区主税町 2-30 GSIビル

東京本社：東京都新宿区新宿 2-1-12 PMO 新宿御苑前 7F

設立：1976年1月

資本金：231,125,000円

URL：<https://www.giken.co.jp/>

### <本件に関するお問い合わせ先>

技研商事インターナショナル株式会社 東京本社

担当：マーケティング部 市川 (いちかわ)

TEL：03-5362-3955

お問い合わせフォーム <https://www.giken.co.jp/contact/>