

TVCM 連動型データ放送によるダイレクト CV・効果検証施策 「O2O2O ダイレクト」のジオマーケティング検証を支援 ～CM 視聴エリアの居住者特性を分析できるデータ「c-japan®」で、TVCM の効果測定を鮮明に～

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：小島 智海、以下当社）は、株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（本社：東京都港区）、讀賣テレビ放送株式会社（本社：大阪府中央区）、中京テレビ放送株式会社（本社：愛知県名古屋市）、株式会社福岡放送（本社：福岡県福岡市）、広島テレビ放送株式会社（本社：広島県広島市）の5社で実施するテレビCMに連動したデータ放送にあわせて、2次元コードを活用し広告主のキャンペーンサイトへ視聴者をダイレクトに誘引、広告効果を検証する施策「O2O2O ダイレクト」において、当社のエリアセグメンテーションデータ「c-japan®」とエリアマーケティングGIS（地図情報システム）「MarketAnalyzer™」を用いたジオマーケティング効果検証を実施いたします。

なお、「O2O2O ダイレクト」施策実施後の効果検証については、後日公表予定です。当社は、様々なデータの複合的な分析・活用を推進し、今後も幅広い企業のエリアマーケティングを支援してまいります。

■ TVCM の CV 効果を可視化するジオマーケティング分析について

TV に登録された郵便番号を視聴データにて取得し、広告に対し能動的な反応（QRコード表示等）をした視聴者のエリア分布を測定。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®（シージャパン）」を活用し、ターゲットの詳細、コンバージョンを計測します。

様々なデータを地図上に表示し集計・分析できる当社GIS（地図情報システム）「MarketAnalyzer™ 5」を使うことで、広告に反応があったエリアを可視化し、そのエリアにどのような層が多く住むか、またどのくらいの効果が見込めたかといった効果検証データをビジュアルで分かりやすく把握できます。

<「O2O2O ダイレクト」施策のフロー>

- * 60秒のオリジナルCMにて広告主の商品・サービスを紹介
- * CM中に自動表示されるデータ放送にて、TVに登録された郵便番号を基にエリアターゲティングを行い、視聴エリアによって異なる情報を表示。
- * データ放送に表示される二次元コードから広告主のキャンペーンサイトへと誘引。エリアターゲティングにより視聴者の該当エリアにダイレクトに遷移することが可能。



＜分析イメージ＞ ※以前実施した分析のイメージです



視聴エリア分布 ※当社 GIS (地図情報システム) MarketAnalyzer™5 による分析イメージ

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	マイホーム準備中	(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	交通の便がよい住宅街	(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	慎ましやかな大家族	(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	年金ぐらし夫婦	(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

c-japan®セグメント別のターゲットリフト (数値)

※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。放送局が取得する視聴者データの第三者提供は実施しません。

■ 利用データおよびシステムについて

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® (シージャパン)



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/職業等や年収/地価等を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。さらに、車種別自動車登録台数や業態別のチェーン店情報等を用いて、ターゲットに合わせたセグメント毎の様々な指標を生成できます。

