

2021年9月13日

**ADK マーケティング・ソリューションズ、
独自のテレビ CM 到達状況予測システム「TV-Navi® Advance」を運用開始
～アドバンス・ターゲット*1 への効率的なテレビ CM 出稿を支援～**

株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ(本社:東京都港区、代表取締役社長 植野伸一、以下「ADK MS」)はこのたび、テレビ番組・スポット CM キャンペーンの到達状況(リーチ・フリークエンシー)*2 を予測するシステム「TV-Navi®」の機能を強化し、「TV-Navi® Advance」として新たに運用を開始しました。

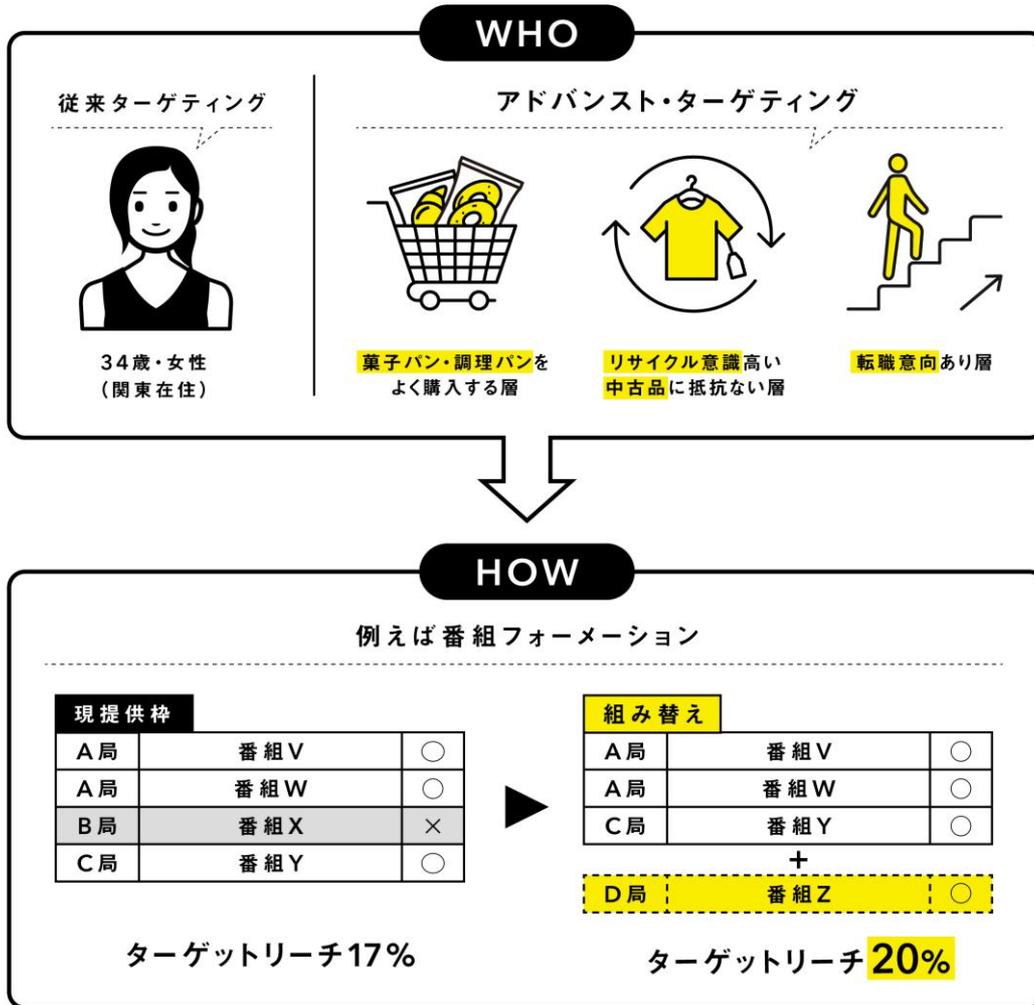
近年、消費者の生活行動は複雑化を極め、マスメディアの位置付けも変化を続けており、その中で広告主企業のメディア投資効率に対する意識はますます高まっています。テレビ CM においても、従来のプランニングの主流である性年代別ターゲットのリーチ・フリークエンシーを把握するだけに留まらず、商品・サービスの見込み客をより精緻に規定し、キャンペーンを設計することが求められています。

今回新たに運用を開始した TV-Navi® Advance では、ADK MS が実施する大規模生活者調査「ADK 生活者総合調査」*3 のデータ及び、株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長 檜垣 歩、以下「インテージ」)が保有する生活者ログデータ「i-SSP®」*4 及び「SCI®」*5 を採用し、これまでの性年代別ターゲットに加えて、意識・価値観・購入履歴などに基づくアドバンス・ターゲットを定義できるようになりました。

それに伴い、アドバンス・ターゲットの個別番組・時間帯における視聴状況分析だけでなく、テレビ CM キャンペーン全体におけるリーチ・フリークエンシーの予測についても提供が可能になりました。

アドバンス・ターゲットでのシミュレーション機能により、商品・サービスと親和性の高い見込み客を想定した上で、「リーチが最も高まる提供番組の組み合わせは?」「同じ予算で最もリーチを獲得できるスポット投下 GRP の局配分は?」「番組 CM とスポット CM を統合したキャンペーン全体のリーチ・フリークエンシーを効率化するには?」といったプランニング上の課題を評価でき、マーケティング目標に沿ったテレビ CM の費用対効果向上に貢献します。

■アドバンスト・ターゲットでの CM 到達状況シミュレーション イメージ図



ADKグループは、「顧客を資本と考える顧客体験創造会社」を事業ビジョンに掲げ、デジタルトランスフォーメーション(DX)の急速な進展に伴うマーケティング・ニーズに応えるため、デジタル&データドリブン系を専門領域とする事業ブランド「ADK CONNECT」を立ち上げました。「ADK CONNECT」は体系化した複数のコアソリューションを提唱しており、そのうちの一つ、「メディアインベストマネジメント」では、メディア投資対効果を最大化するための統合的なプランニング・運用を行っております。

このたび TV-Navi® Advance の運用開始により、そのソリューション力が一層強化されることとなります。今後も、広告主企業のニーズと市場環境の変化に対応した様々なソリューションを提供し、広告主企業のビジネス成果の最大化に貢献してまいります。

*1 アドバンスト・ターゲット

生活者の意識・価値観・購入履歴などを元に定義されるターゲット。年齢・性別などから定義されるデモグラフィックターゲットと比べ、商品・サービスの実際のユーザーに近いターゲット像を描き出すことができる。

*2 リーチ・フリークエンシー

リーチは到達率を表す指標。ターゲット全体のうち、広告に接触した人の割合を%で示す。フリークエンシーは到達頻度を表す指標。広告に少なくとも1回以上接触した人の、平均接触回数を示す。

*3 ADK 生活者総合調査

ADK MS が毎年関東・関西エリア 13,000 名規模を対象に実施している、ADK オリジナルの大規模生活者調査。意識・価値観、消費行動、メディア接触などの多岐にわたる項目を、同一のサンプルに聴取したシングルソースデータとなっており、生活者を多面的に分析することが可能。

*4 i-SSP®(インテージシングルソースパネル)

インテージが提供する、国内最大規模のクロスメディアシングルソースパネル。

同一個人から、1)PC、モバイル、TVなどのメディア接触ログ 2)属性／意識・実態のアンケート回答 3)消費財の購買履歴ログを収集しており、クロスメディア環境下での「情報接触」と「消費行動(購買・意識)」の関係性を捉えることができる。

<https://www.intage.co.jp/service/platform/issp/>

*5 SCI®(全国消費者パネル調査)

インテージが全国15歳～79歳の男女52,500人の消費者から継続的に収集している日々の買い物データ。誰が・いつ・どこで・何をいくついくらで購入したのかが分かり、消費者の顔を詳細に捉え、消費者を起点としたブランドマーケティングや店頭マーケティングに活用可能。

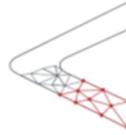
<https://www.intage.co.jp/service/platform/sci/>

<ADK マーケティング・ソリューションズについて>

ADK MS は、クライアント企業のあらゆる課題に向き合い、コミュニケーションを中心としたマーケティング領域における総合的なソリューションを提供しています。新たに編成した事業ブランド「ADK CONNECT」においては、デジタル&データドリブン・マーケティングを専門領域とし、ADK グループ内の多彩なスペシャリストが連携しあい、ソリューションをご提案いたします。

- ・ADK MS ウェブサイト <https://www.adkms.jp/>
- ・「ADK CONNECT」について <https://www.adkms.jp/adk-connect/>
- ・「ADK CONNECT」の「メディアインベストマネジメント」ソリューションについて
<https://www.adkms.jp/adk-connect/media-investment-management/>

ADK
CONNECT



本件に関するお問い合わせは下記までお願いします。

株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ
統合チャネル戦略センター データソリューションユニット データインフラ開発グループ
山崎/平田/藤森

事業計画本部 事業戦略室 MSPR グループ
齋藤/吉江
e-mail : mspr@adk.jp

株式会社 ADK ホールディングス
社長室 広報グループ
平尾/丸山
e-mail : adkpr@adk.jp