

\*\*\*\*\*

## 地域視聴者のリアル行動データを活用した

### テレビ×サイネージ×オンライン広告の実証実験を実施

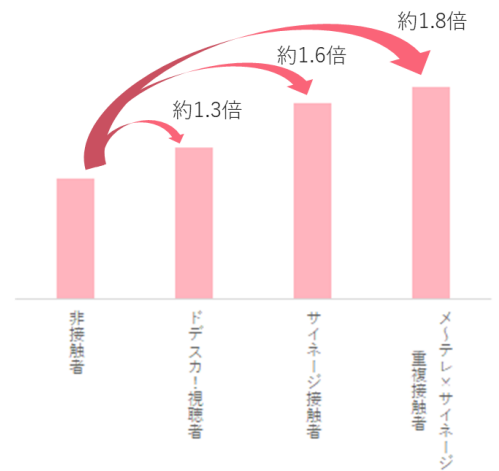
～テレビ、サイネージ接触者をターゲティングすることで約 1.8 倍の広告効果を確認～

\*\*\*\*\*

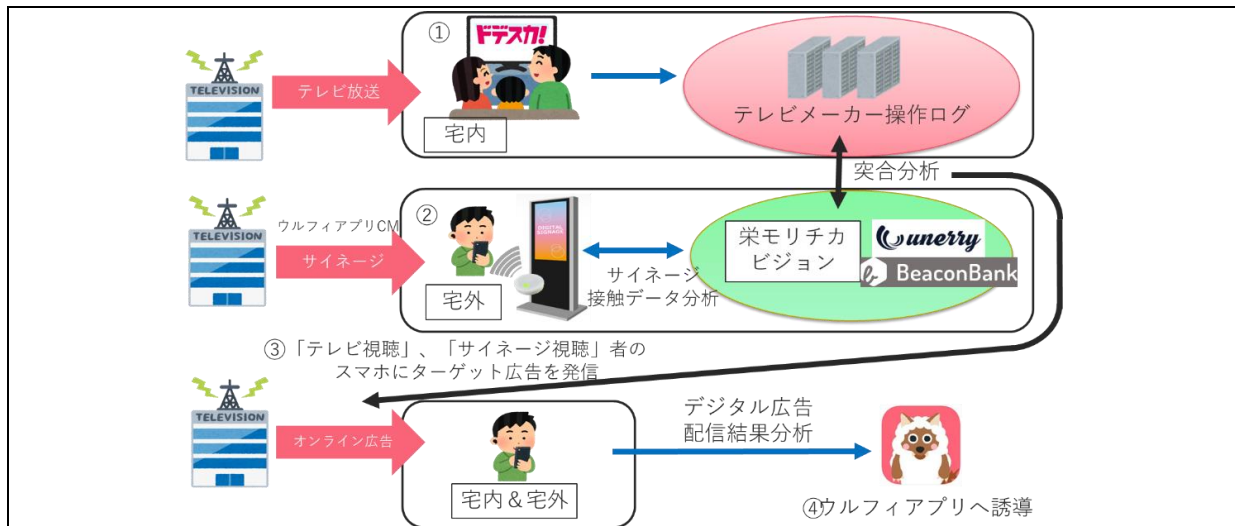
メ〜テレ（名古屋テレビ放送株式会社）は、株式会社 unerry と株式会社電通の協力を得て、リアル行動データを活用し自社テレビ番組とデジタルサイネージの接触者を分析するとともに、そのデータを掛け合わせてターゲティングしたオンライン広告を配信する実証実験を行いました。その結果、テレビ視聴かつ、デジタルサイネージ接触者をターゲティングすることで、非接触者と比べて約 1.8 倍の広告効果を確認致しました。

今回の実証実験により確認された実用可能性を基に、今後、メ〜テレでは自社で展開するデジタルサイネージやウルフアプリでのリアル行動データの活用、テレビ視聴やイベントなどを含む複数の媒体の接触データを組み合わせた展開など、視聴者にとってはより楽しく利便性が高いコンテンツ発信、広告主にとってはより効果の高い広告展開に向けてさらに取り組んでいきます。

広告配信ターゲット別 オンライン広告CTR（クリック率）



#### <実証実験の概要>



- ① テレビメーカー操作ログを分析し、「ドデスク!」「メ〜テレ」視聴状況を把握。  
\*電通 STADIA の仕組みを利用
- ② メ〜テレ運営のデジタルサイネージ「モリチカビジョン」での CM 配信と同時に、センサーを設置し、unerry 運営の「Beacon Bank」によりサイネージ接触データを把握。
- ③ テレビ視聴データ（①）とサイネージ接触（②）を紐づけ、パーソナルターゲティングによるデジタル広告（ウルフアプリインストール広告）を配信。
- ④ ③による広告効果を評価対象とし実証実験の結果を検証。

**●メ〜テレ デジタルサイネージについて**

[https://www.nagoyatv.com/nagoyatv\\_vision/](https://www.nagoyatv.com/nagoyatv_vision/)

栄地下街「モリチカビジョン」、地下街セントラルパーク「Central Vision」、Hisaya-odori Park 内の大型サイネージ「Hisaya Central Vision」を展開。

今回の実証実験により詳細な接触データの把握が可能となった。

**●ウルフアプリについて**

[https://www.nagoyatv.com/app\\_nbn/](https://www.nagoyatv.com/app_nbn/)

メ〜テレが「つながるアプリ」をコンセプトに展開する公式アプリ「ウルフアプリ」。東海地方のニュースやお天気情報のほか、番組コーナーへの参加、プレゼント応募などの機能が無料で利用可能。

今回、BeaconBank の仕組みを導入し位置情報を利用したデータ分析、コンテンツ発信が可能となった。

**●Beacon Bank について**

株式会社 unerry が展開するリアル行動データプラットフォーム。約 120 のスマートフォンアプリに位置情報技術を提供しており、これらのアプリユーザー延べ約 1.1 億 ID、月間 300 億件超（2022 年 5 月末時点）の人流ビッグデータを蓄積している。屋外は GPS で、屋内・地下などは全国約 210 万個のビーコンで網羅的かつ高精度に人流を捉える。データを AI で解析し、OMO マーケティングの支援及びスマートシティの実現に向けた事業等への活用が可能。

**●STADIA について**

電通が提供する、テレビの実視聴ログに基づくデジタル広告配信・効果検証の統合マーケティングプラットフォーム。2022 年 6 月時点で約 970 万台のテレビの視聴ログデータを有しています。