

2025 年 8 月 4 日

電通、個人視聴データ搭載の放送局ダッシュボード「Rasta!」を開発

ー 全国 2000 万人規模でテレビ視聴者の詳細分析・プランニングが可能に ー

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）は、全国 2000 万人規模のテレビの個人視聴データ「COSMOS DATA（コスモス データ）」を作成し、そのデータを簡単に集計・分析できるダッシュボード「Rasta!（Resourceful Analysis System of TV Audience：ラスト）」を開発しました。本日より、電通で本格導入し、テレビ視聴者の詳細分析・プランニングへの活用を開始します。

放送局ダッシュボード

Rasta!

「Rasta!」のソースデータである「COSMOS DATA」は、当社が保有する統合マーケティング基盤「STADIA360」※1のテレビ実視聴データを基に、個人の視聴を推計し、全国各エリアの視聴状況の詳細分析を可能にする個人視聴データです。当社が独自に行った生活者意識調査のデータを掛け合わせることで、テレビ番組視聴者だけでなく、動画サービス利用者、新聞や雑誌などの購読者や商品・サービスの利用意向者などの詳細なプロファイリングが可能です。メディア環境や生活者のライフスタイルが多様化する中、「COSMOS DATA」では、大規模シングルソースデータとして生活者の意識や行動・習慣を詳細に把握・分析することができます。

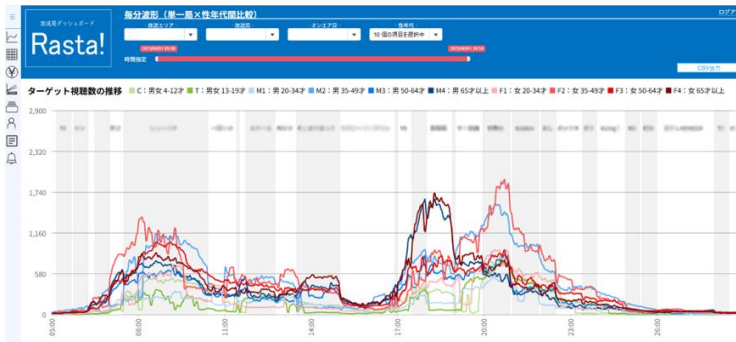
〈COSMOS DATA イメージ〉



「Rasta!」は、独自の集計技術で、膨大な「COSMOS DATA」を瞬時に集計し、高速かつ安定的な動作を実現する放送局ダッシュボードです。地上波民放 127 局、民放 BS10 局の毎分の視聴人数推移に加え、テレビ以外のメディア利用、価値観、趣味嗜好、購入・利用意向などを含む約 13 万項目のプロフィールに基づく任意ターゲットのヒートマップ分析や、「People Profiler」※2と連携したテレビ番組のプロファイリングが可能です。全国各

放送エリア（32 地区）だけでなく、BS を含むテレビ番組での視聴分析が可能で、レギュラー番組や特番はもちろん、既存のパネルデータではサンプル数不足で分析が難しい 5 分ミニ枠やローカル番組、BS 番組において、出現率が低くなる複雑なターゲット条件でも視聴分析やプロファイリングが行えるという特徴があります。

〈Rasta! 活用イメージ〉

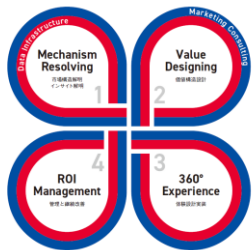


放送局ごとの毎分視聴数推移



番組視聴者の詳細プロファイリング例

当社は今後も、メディア接触に関するデータ拡充や精度向上によるソリューションの提供を通じて、クライアントとメディア双方の事業成長に貢献していきます。



「Rasta!」「COSMOS DATA」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、インサイト説明）」に該当するソリューションです。

「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>

※1 電通、テレビ実視聴データを用いた 統合マーケティング基盤「STADIA」を「STADIA360」としてアップデート（2025 年 5 月 7 日リリース）。
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0507-010878.html>

※2 "人" 基点でのプランニングでテレビ広告評価を進化（2020 年 7 月 16 日リリース）。
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2020/0716-010094.html>

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、早川、長谷川

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 MCトランスフォーメーション局 メディア・コンテンツ・データ開発部
朴、高西

Email : koho@dentsu.co.jp