

2026年6月30日

電通、地上波視聴データの活用で、広告枠単位の TVCM のブランド効果が測定できる「TVey Agent (β版)」を提供開始

— TVer ID で在京 5 局のデータを統合し、実際のテレビ視聴に基づく効果測定を実現 —

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：松本 千里、以下「当社」）は、株式会社 TVer（本社：東京都港区、代表取締役社長：大場 洋士、以下「TVer」）と連携し、実際にテレビ番組や TVCM が視聴された履歴である視聴データ^{*1}を活用した地上波 TVCM のブランド効果測定ソリューション「TVey（ティーベイ）Agent（β版）」（以下、本ソリューション）の提供を、本日より開始します。「TVey」は、“TV”と“Survey”を組み合わせた造語であり、地上波 TVCM の効果を測定する基本指標の一つにすることを目指しています。本ソリューションは、TVer が保有する「TVer リンク」^{*2}の仕組みにより蓄積された地上波視聴データを使い、実際のテレビ視聴に基づく調査・分析を可能にする日本初^{*3}の取り組みです。

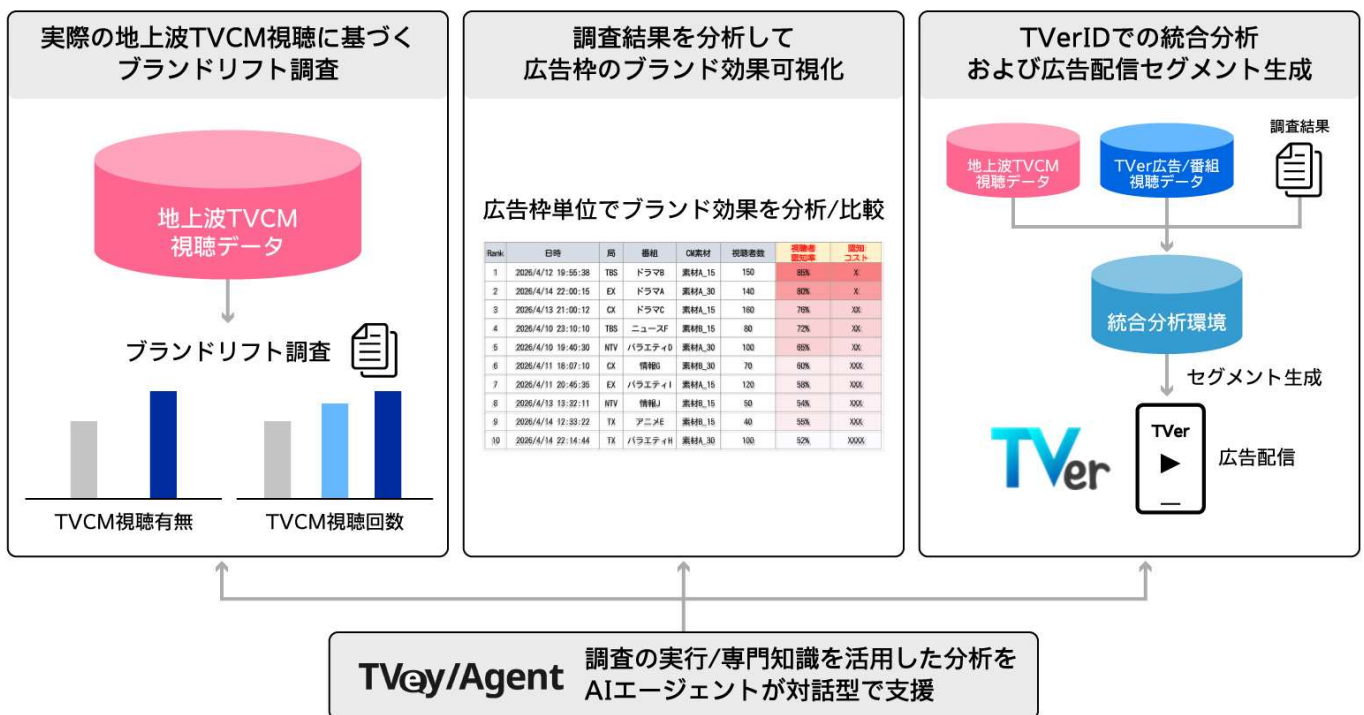
TVey/Agent

近年、コネクテッド TV や動画配信サービスの普及により、生活者の視聴行動は多様化しており、さまざまな媒体や広告枠を横断してブランド効果を評価することの重要性が高まっています。一方で、地上波 TVCM における従来の調査では、放映後の記憶を頼りにした回答が主流で、サンプル規模やコスト面から媒体や広告枠単位の効果を把握してプランニングに活用することは難しい状況にありました。

こうした課題に対し、当社は、TVer の各種サービス利用時に用いられる会員登録制の共通 ID「TVer ID」^{*4}および「TVer リンク」の仕組みに着目し、ユーザー同意のもと、TVer ID と在京 5 局の地上波視聴データを蓄積・管理している TVer リンクとの連携により、地上波 TVCM の接触有無の判定を行えるようにしました。これにより、視聴者・非視聴者のそれぞれに対するブランドリフト調査や比較分析が可能になります。番組や広告枠ごとのブランド認知や好意への寄与が可視化でき、従来は把握が難しかった広告枠ごとの価値や特性を明らかにできるため、分析結果を次回のメディアプランニングや出稿配分の見直しに活用することが可能です。この分析プロセスは、メディアプランニングに関する専門知識を学習した AI エージェントとの対話で実行できるので、より広い利用者に活用いただけるようになります。

さらに、本ソリューションは、地上波 TVCM の実視聴データに加え、TVer 広告や TVer 番組の視聴データ、調査結果を TVer ID で統合した分析の提供を予定しています。テレビ、コネクテッド TV、スマートフォン、PC といった異なる媒体やデバイスを横断したブランド効果を同一の基準で比較できるため、インプレッションの価値をより正確に評価できるようになります。これらの分析結果を基にした広告配信セグメントの生成も今後提供していく予定です。本ソリューションは、dentsu Japan が推進する「AI For Growth 3.0」における "Measurement AI" 領域の取り組みの一環として提供するものであり、今後、dentsu Japan の「AI For Growth Marketing Suite」※6の「Media Flow」※7との連携も進めていきます。

「TVey Agent (β 版)」サービス概要



今後も当社は、独自のデータや業務知見を活用したメディア関連の AI ソリューション群をプランニング、バイイング、メジャメントそれぞれの領域で構築し、クライアントの mROI※5 の効率化と事業成長に貢献していきます。

※1 テレビ番組や TVCM が、いつ・どのテレビで視聴されたかを記録したデータ。

※2 インターネットに接続したコネクテッド TV と、TVer が提供する会員 ID (TVer ID) を、視聴者自身がテレビ画面に表示される二次元コードをスマートフォンなどで読み取り、TVer ID でログインすることで連携する仕組み。同一のテレビを家族など複数人で視聴した場合でも、視聴データは当該テレビに連携された TVer ID 単位で蓄積される。当社は TVer および在京 5 局 (日本テレビ・テレビ朝日・TBS テレビ・テレビ東京・フジテレビ) と協議の上、視聴データを調査・分析・広告配信に活用しています。

※3 当社調べ。2026 年 6 月時点。TVer ID と連携した放送局の地上波視聴データを活用し、ブランド効果を測定するサービスに

おいて。

- ※4 TVer ID の登録は無料で、氏名などの個人を特定する情報を広告主や第三者に提供するものではありません。本取り組みでは、TVer ID を、地上波視聴データや調査回答を同一の利用者として連携する識別子として用いており、個人を特定する目的で利用するものではありません。TVer ID およびこれに連携された視聴データの取得・管理は、視聴者の同意のもとでTVerが行っており、当社はTVer および在京5局と協議の上、視聴データを調査・分析・広告配信の目的に限って活用しています。
- ※5 マーケティング投資対効果。広告・メディア施策などのマーケティング活動に対する成果を評価する指標。
- ※6 AI For Growth Marketing Suite とは、当社グループの長年の実践知を組み込んだ複数の「専門 AI ツール」と、AI エージェントプラットフォーム、データ統合・分析基盤によって構成される「統合 AI プロダクトシリーズ」。
- ※7 多様なデータを活用し、専門性の高いワークフローを繋いでメディアプランニングを AI エージェントが支援する電通独自ツール。



国内電通グループは“人間の知 (=Intelligence)”と“AI の知”の掛け合わせによって、顧客や社会の成長に貢献していく独自の AI 戦略「AI For Growth」を推進しています。

AI For Growth については、以下ウェブページをご確認ください。

https://www.dentsu.co.jp/labo/ai_for_growth/index.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、山中、内田、竜野

Email : koho@dentsu.co.jp