

2026年9月15日

電通、ターゲット視聴者数に基づく地上波テレビ広告取引の実証実験を実施

ー 在阪民放3局で「CONNECTED VIEW」によるテレビ広告取引の効果を検証 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：松本 千里）は、関西のテレビ放送局3社とともに、当社が保有するテレビ個人視聴データ「COSMOS DATA」※1に基づくテレビ広告取引「CONNECTED VIEW」※2の実証実験を実施しました。「COSMOS DATA」はテレビ実視聴データを用いた統合マーケティング基盤「STADIA360」※3と独自の大規模生活者意識調査データを掛け合わせた全国約1700万人規模のテレビ個人視聴データで、約16万の項目を自由に組み合わせた任意のターゲットでのテレビ視聴計測が可能です。地上波テレビにおいて、広告主が任意に設定したターゲット視聴者数を基準とした複数局同時のテレビ広告取引は初めての取り組みとなります。

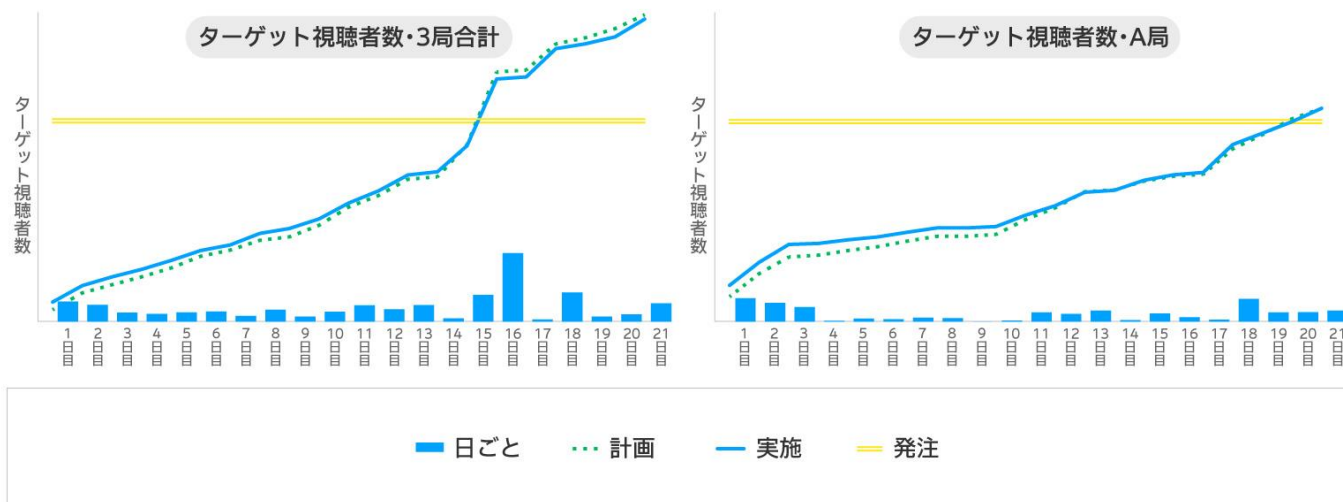
実証実験では、ターゲット視聴者数の計画との差分や進捗を確認しながらの放送局による枠運用により、発注を上回るターゲット視聴者数を獲得できたほか、プランニングとバイイング共通のデータを用いた統合分析により、サイト来訪率や指名検索によるサイト来訪率の伸びなど、広告効果を確認できました。今回の効果検証をもとに、今後のテレビ広告の取引精度向上と、より高度な広告運用環境の実現を目指します。



近年、企業のマーケティング活動において、特定のターゲットに対する実際の接触人数を基準とした広告運用へのニーズが高まっています。ところが、テレビ広告はこれまで主に視聴率を基準に取引されており、メディアプランニング、広告接触から効果検証までを一貫した指標で管理することが難しいという課題がありました。こうした背景を受け、当社は「COSMOS DATA」を基盤に、任意のターゲット視聴者数に基づく新たなテレビ広告取引の実現に取り組んできました。

今回の実証実験は、広告主同意のもと、近畿広域圏を対象に、通常のテレビスポット広告の取引と広告主が設定したターゲット視聴者数を基準にした「CONNECTED VIEW」によるテレビ広告取引を行いました。ターゲット視聴者数の計画との差分や進捗を日々確認する実運用フローの検証や、サイト来訪状況などの広告効果検証も実施しました。その結果、発注に対し3局合計で約154%のターゲット視聴者数を獲得することができました。

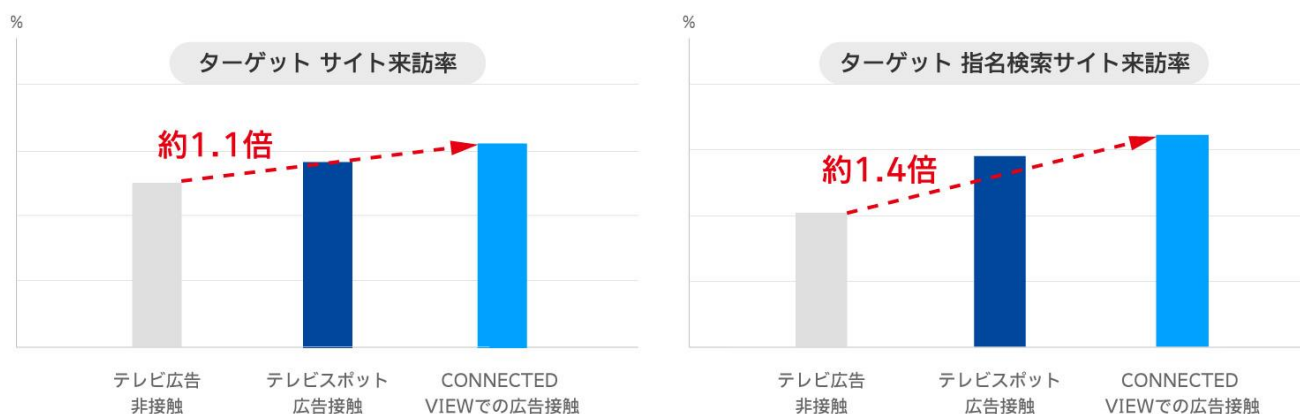
＜「CONNECTED VIEW」によるテレビ広告運用実績＞



また、広告効果検証では、テレビ広告非接触者と比較して、サイト来訪率は約1.1倍、指名検索サイト来訪率は約1.4倍となり、広告接触による行動変化が確認されました。詳細なターゲット視聴者数に基づくテレビ広告取引が、既存のスポット取引と同等かそれを上回る広告成果の獲得にも寄与する可能性が示されました。さらに、本実証実験を通じて、広告実施計画の策定、放送運用、効果測定、行動者の詳細分析までを単一データ基盤上で管理する運用モデルの有効性も確認しました。

＜テレビ広告接触者の効果検証＞

テレビ広告展開期間(2026年6月～7月)



今後も当社は、在阪民放局をはじめとした地上波民放各社、BS民放各社※4との「CONNECTED VIEW」実証実験・環境整備を通じてテレビ広告におけるデータ活用基盤を強化し、広告主・放送局との連携を深めながら、プランニングおよび運用の高度化を推進することで、テレビメディアの持続的な成長とマーケティング変革に貢献していきます。

<実証実験概要>

- ・放送局：在阪民放3局
- ・期 間：2026年6月～7月
- ・秒 数：15秒
- ・ターゲット：COSMOS DATA約16万項目の組み合わせにより、任意に設定されたターゲット

※1 2025年8月4日発表：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

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0804-010923.html>

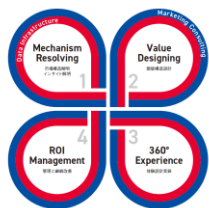
※2 2021年3月10日発表：視聴データを活用した運用型テレビ広告サービス「CONNECTED VIEW」をBSフジと共同開発

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/0310-010347.html>

※3 2025年5月7日発表：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 <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0507-010878.html>

※4 2026年9月15日現在、「CONNECTED VIEW」実証実験参加局

株式会社MBS、関西テレビ放送株式会社、朝日放送テレビ株式会社、テレビ大阪株式会社、株式会社福岡放送、株式会社テレビ西日本、九州朝日放送株式会社、株式会社TVQ九州放送、株式会社BS日テレ、株式会社ビーエスフジ、株式会社BS朝日、株式会社BSテレビ東京など



「COSMOS DATA」「CONNECTED VIEW」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（市場構造解明、インサイト解明）」「ROI Management（管理と継続改善）」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>

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、内田

【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 MCデータマーケティング1部
朴、藤原、吉村

Email : koho@dentsu.co.jp