dentsu
tokyo/osaka/nagoya

NEWS RELEASE

株式会社 電通
105-7001　東京都港区東新橋1-8-1
koho@dentsu.co.jp
https://www.dentsu.co.jp/

2026年11月6日

電通、スポーツ協賛における看板広告・ロゴの マーケティング効果を可視化する新ソリューションを開発

－ 看板広告・ロゴ露出とテレビ視聴データを連携し、企業の認知・好感度などへの影響を分析 －

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、スポーツ中継映像内の看板広告・ロゴの露出をAIで分析する、スポーツスポンサーシップ価値測定プラットフォーム「Relo Metrics」※1（運営企業：GumGum, Inc.）と連携し、スポーツ中継において、企業の看板広告・ロゴ接触者のマーケティング効果を可視化する効果測定ソリューションを開発し、提供を開始します。当社の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」※2が連携するさまざまなマーケティングKPIと、Relo MetricsのAIを活用した看板広告・ロゴの露出分析の知見を組み合わせることで、「広告を見たのはどのような人なのか」や「企業に対する認知・好感度・事業理解への影響」などのKPIを可視化でき、企業のスポーツマーケティング活動における投資判断や施策改善を支援します。

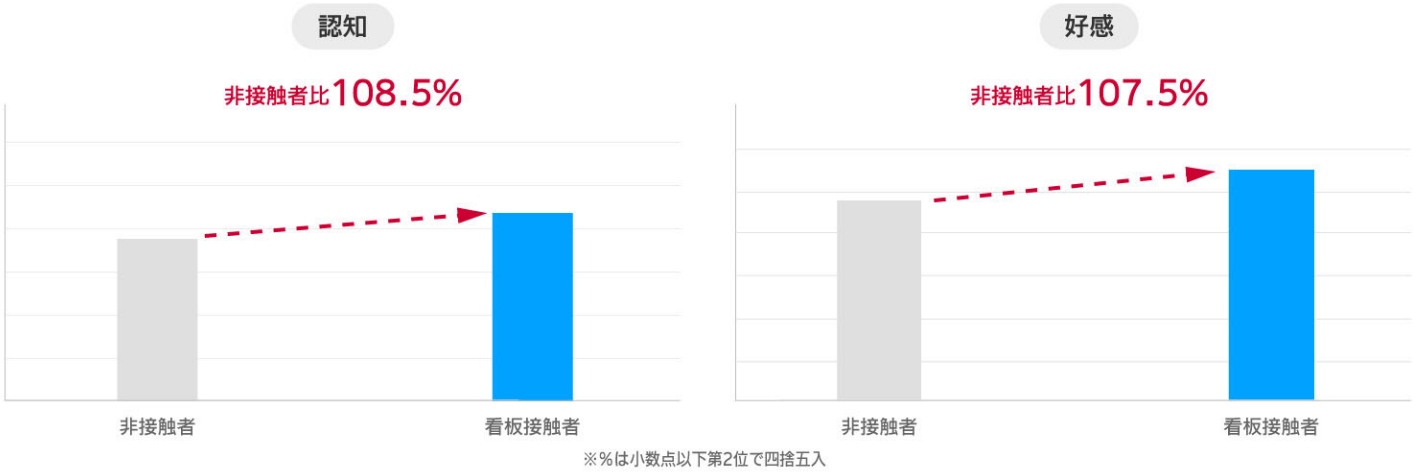
企業にとってスポーツ協賛は、競技やチームを通じて生活者との接点をつくるマーケティング活動の一つです。近年、企業によるスポーツ協賛が活発になっている一方で、スポーツ中継で映る看板広告やユニホーム・道具などに掲載されるロゴなどは、露出量や広告換算価値を中心に評価されることが多く、実際の広告接触者や、その広告と企業の認知・好感度をはじめとするKPIの関係性の可視化が課題でした。

本ソリューション提供にあたり、スポーツ中継における看板広告・ロゴの接触効果を定量評価するため、株式会社JERA（以下「JERA」）がタイトルパートナーとして特別協賛しているプロ野球セントラル・リーグ公式戦のうち、2026年3月27日～4月28日に放送された試合中継8試合について、以下の手法で実証分析を実施しました。今回は、KPIをブランド評価と設定しました。（ウェブ調査：2026年4月29日～5月1日実施）

① Relo Metricsが中継映像の各フレームからJERAの看板広告・ロゴ露出を検出し、露出時刻を特定
② 露出タイムスタンプデータとSTADIA360のテレビ視聴データを連携し、JERAの看板広告・ロゴ接触者をID単位で抽出
③ アンケート調査IDとSTADIA360 IDを統合し、スポーツ中継における看板広告・ロゴの接触者・非接触者※3の企業認知、好感などを比較
④ バックネット看板、ヘルメットロゴ、インタビューボードなどの掲出フォーマット別に分析
⑤ テレビCM接触データも組み合わせ、「看板のみ」「CMのみ」「重複接触」「非接触」の4群で統合リーチとブランド評価を分析

看板広告の接触者/非接触者のマーケティングKPI別リフト

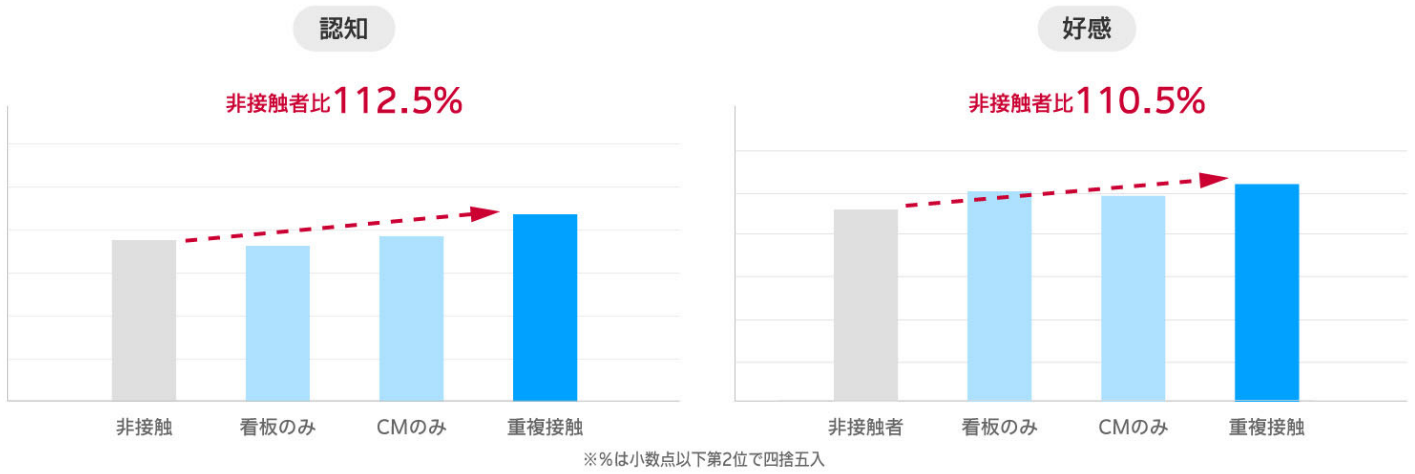
認知・好感において非接触者比約108%と 看板広告接触者の明確なリフトを確認。看板広告の高い効果が見られた。



看板広告の接触者の企業認知は、非接触者比108.5%、好感が非接触者比107.5%となり、看板広告の高い効果が見られました。

看板広告/テレビCMの出稿による重複効果

看板広告とテレビCMを出稿した場合、認知・好感において非接触者比約110%と明確なリフトを確認



看板広告とテレビCMの重複接触者は、企業認知が非接触者比112.5%、好感は非接触者比110.5%となり、看板広告とテレビCMを組み合わせることで、より高い効果が得られることが確認できました。

本ソリューションは、看板広告やロゴの露出量や広告換算価値の算出にとどまらず、①看板広告接触者の抽出、②認知・好感などのブランド評価、③テレビCMとの重複接触効果、④掲出フォーマット別の違いまで同一設計で分

析し、スポーツ中継における看板広告を「どれだけ露出したか」だけでなく、「誰が接触し、認知・好感などのKPIとどのような関係があるか」という観点から多角的に検証できるのが特長です。

当社は今後も、スポーツ協賛におけるメディア露出と生活者の企業・ブランドに対する意識との関係を多面的に分析し、企業のスポーツマーケティング活動における施策の評価や改善を支援していきます。

※1　https://relometrics.com/

※2　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

※3　対象中継を視聴していても看板広告・ロゴに接触していない視聴者を含む。

以上

---

dentsu Japan（国内電通グループ）は独自に定めた「スポーツビジネスに関するガイドライン」において、公正な事業活動の推進と業務遂行を通じて、スポーツに関連する事業の健全な発展とより良い社会づくりに貢献することを規定しています。
https://www.dentsu.co.jp/sustainability/sports_business.html

【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、内田、永野
Email：koho@dentsu.co.jp