

2021年10月5日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社

## CCCマーケティング、「関西・中京エリアのTVCM 枠」販売を開始 ～関東キー局に続き、計15局が対象に！TVCMのプランニング・バイイング・検証までワンストップ～

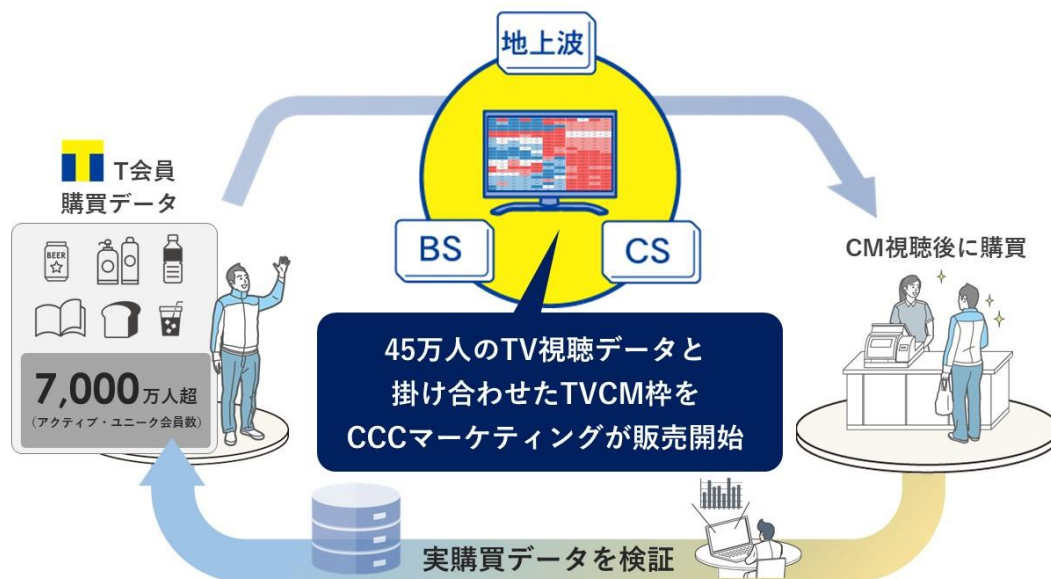
ユニークデータ<sup>※1</sup>をもとにマーケティング・ソリューション事業を展開する CCC マーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦）は、このたび、全国の広告主や広告会社のみなさまに向けて、7,000万人を超えるT会員の購買データと日本全国約46万人のテレビ視聴データを連携したマーケティングデータ<sup>※2</sup>で、プランニング・バイイング・検証が一気通貫で叶う「TVCMの循環型マーケティング」を、2021年7月に開始した関東エリアのキー5局に続き、2021年10月より、関西エリアの準キー5局と中京エリアの広域5局の販売を開始いたしましたことを、お知らせいたします。



CCCマーケティングはこれまで、全国の広告主や広告会社のみなさまに向けて、マーケティングデータを元に、課題分析からターゲット設定、デジタル広告や郵送型DMなどのプロモーション媒体におけるメディアプランニング、効果検証に至るまで一気通貫したマーケティングサポートを行ってまいりました。2020年には関東・関西・中京エリアのTV視聴データと購買データを連携したマーケティングデータを基に、マーケティングターゲットへの効果が最適な番組の組み合わせを比較・発見できるTVCM出稿分析ツール「MKW Program Optimizer<sup>※3</sup>」の提供や、2021年には関東エリアの民放キー5局のTVCM枠の販売を開始し、100社を超える企業のみなさまからお問合せをいただいております。

このたび、全国の広告主や広告会社のみなさまのご要望を受け、関西エリアの準キー5局と中京エリアの基幹5局においてもTVCM枠の販売を開始いたします。ローカルタイムに加え、SAS（Smart Ad Sales）<sup>※4</sup>で販売されるTVCM枠にユニークデータを連携することで、デモグラフィックではできなかった詳細なマーケティングターゲットに対するリーチ、一人当たりFQ（フリクエンシー）、リーチ効率（CPM）、imp（インプレッション）単価など多様なKPIを基にした組み合わせ枠の設計が可能です。これにより、最適な枠へ最適な量を出稿するプランニング・バイイング・効果検証が一気通貫で叶う「循環型のTVCMマーケティング」が実現いたします。

加えて、ニューノーマル時代における生活者の行動の変化により、デジタル広告などの併用がより求められる昨今、CCC マーケティングが展開する各種ソリューションメディアと連携<sup>※5</sup>することで、さらなる投資対効果を期待できるクロスメディアのマーケティングプランニングも可能です。CCC マーケティングが有するデータを基に、「デジタル広告や TVCM 接触者が自社ブランド商品を実際に店舗で購買したかどうか」という購買効果をシングル ID で可視化できる本サービスは、CCC マーケティングオリジナルの循環型マーケティングです。



CCC マーケティングは、「ユニークデータを解決力に。」をキーメッセージに掲げ、生活者からお預かりした大切に多種多様なデータをもとに、テクノロジーと対話力と提案力で、さまざまな企業のみなさまの課題を解決するカンパニーを目指してまいります。

## 【「循環型の TVCM マーケティング」の概要】

### ① 出稿プランニング

- ・可能なセグメント： 購買経験者を始め、1歳刻みからの性別年代、その他基本的なデモグラフィック（子持ち、自動車保有、世帯年収等）など広告主目線のセグメント設定が可能
- ・評価指標： リーチ率、リーチ人口、FQ、imp 単価など
- ・クロスメディア評価： CCC マーケティングが展開する各種ソリューションメディアと、上記セグメントや評価指標で連携が可能 (<https://biz.cccmk.co.jp/services>)

### ② バイイング（販売代理）

- ・対象エリアおよび TV 局：
  - 追加局：関西民放 5 局（読売テレビ、朝日放送テレビ、毎日放送、テレビ大阪、関西テレビ放送）、中京民放 5 局（中京テレビ放送、名古屋テレビ放送、CBC テレビ、テレビ愛知、東海テレビ放送）、
  - 既存局：関東民放 5 局（日本テレビ放送網、テレビ朝日、TBS テレビ、テレビ東京、フジテレビジョン）

### ③ 効果検証

- ・購買行動の検証： 7,000 万人を超える T 会員の購買データとテレビ視聴データがシングル ID で繋がる大規模なデータベースを用いて、マーケティングターゲットにおける TVCM 放映後の購買行動を検証
- ※その他、さまざまなご要望に沿ったメニュー提供も行っています。

※1 ユニークデータとは、7000 万以上のシングル ID、年間 50 億件以上の購買トランザクション、20 万店舗のネットワークで扱われる 60 億種類の商品データ、数千項目からなる顧客 DNA のペルソナデータ、オフライン・オンライン上の移動・行動データやメディア接触データ、また CCCMK グループオリジナルのエンハンスデータなどを指します。

※2 個人を識別できないように統計加工処理を行った 2021 年 9 月末現在の数字です。

※3 関東・関西・中京エリアの 46 万人の TV 視聴データと購買データが連携したマーケティングデータを活用し、様々なマーケティングターゲットへの効果が最適な番組組み合わせを比較・発見できる分析ツールです。

([https://www.ccc.co.jp/news/2020/20201110\\_001965.html](https://www.ccc.co.jp/news/2020/20201110_001965.html))

※4 従来の番組提供（タイム）や GRP 購入（スポット）と異なり、「15 秒 CM を 1 本単位」で購入できる新たなバイイング手法です。

※5 各メディアとのデータ連携に際しては、各メディアのポリシーにも準拠した上で加工を行い、広告配信に必要な範囲においてのみデータ連携を行います。

※お客様のプライバシーに配慮をしたうえで取り組みを行っております。お客様情報のお取り扱いに関する詳細はこちら ([https://www.ccc.co.jp/customer\\_management/](https://www.ccc.co.jp/customer_management/)) をご覧ください。

---

本件に関するお問い合わせ：

【報道関係者からのお問い合わせ】  
CCCマーケティング株式会社 広報：中川  
TEL：03-6800-4464

【営業に関するお問い合わせ】  
CCCマーケティング株式会社  
メディアエージェンシーユニット  
MAIL：mediaagency@ccc.co.jp