

2021年7月5日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社

【TVCMのプランニング・バイイング・検証までワンストップ！】 CCCマーケティング、TVCM 枠の販売を開始

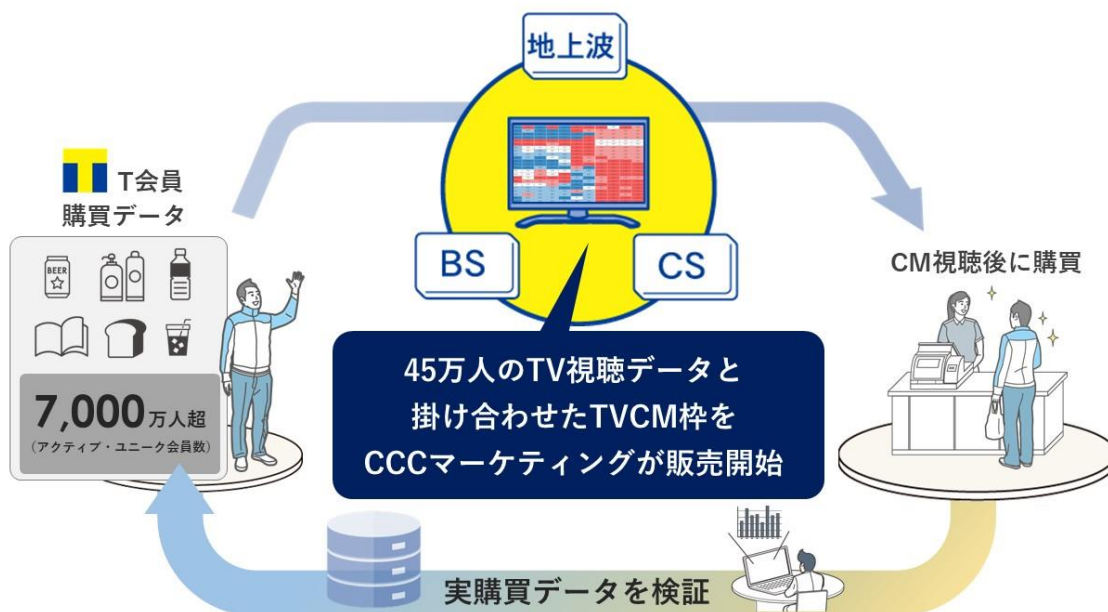
ユニークデータ^{※1}をもとにマーケティング・ソリューション事業を展開する CCC マーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦）は、全国の広告主や広告会社のみなさまに向けて、2021年7月より TVCM 枠の販売代理業を開始し、7,000万人を超える T 会員の購買データと日本全国約 45 万人のテレビ視聴データが連携したマーケティングデータ^{※2}で、プランニング・バイイング・検証が一気通貫で叶う TVCM 枠の販売を開始いたしましたことを、お知らせいたします。



CCCマーケティングはこれまで、7,000万人を超える T 会員の購買データと日本全国約 45 万人のテレビ視聴データが連携したマーケティングデータを元に、企業のみなさまの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气通貫したマーケティングサポートを提供してまいりました。TVCM の出稿においては、広告主、広告会社およびテレビ局のみなさまに向けて、効果が最適な番組の組み合わせを比較・発見できる出稿分析ツール「MKW Program Optimizer^{※3}」の提供や、ニューノーマル時代における TVCM のコミュニケーション方法を考えるオンラインセミナーを実施するなど、さまざまな企業のマーケティング活動に寄与してまいりました。

このたび、広告主や広告会社のみなさまからの幅広いご要望にお応えするべく、TVCM 枠の販売を開始したことにより、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」を提供いたします。具体的には、SAS（Smart Ad Sales）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出来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 単価など多様な KPI を基に最適な組合せ枠を設計の上、販売いたします。

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※3 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。T ポイントの購買履歴データを基に、「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」という購買効果を可視化できる本サービスは、これまでにない循環型マーケティングの誕生と考えています。



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： 関東民放 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）
※中京・関西エリアも今後拡大予定
- ・方式： SAS（Smart Ad Sales）を採用。
※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

③ 効果検証

- ・購買行動の検証： 7,000万人をこえる T 会員の購買トランザクションとテレビ視聴データがシングルソース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、300 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 5 月末現在の数字です。

※3 関東・中京・関西エリアの 25 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)

※4 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/) 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