

2023年3月1日

SMN 株式会社
株式会社読売新聞東京本社
大日本印刷株式会社

3 マス媒体の接触データを活用した広告配信プラットフォーム 「Media X」がサービス開始 ～マス接触データを使用しなかった場合と比べ、広告効果が向上～

SMN 株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：井宮 大輔、以下 SMN）、株式会社読売新聞東京本社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山口寿一、以下：読売新聞）、大日本印刷株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：北島義斉、以下：DNP）は、テレビ・新聞・出版物（雑誌等）に接するユーザーの行動データ（以下、マス接触データ）に基づく新たな広告サービス「Media X」を開始いたしました。

「Media X」はマス接触データを用いることにより、これまで以上に効果的なターゲティング広告配信を実現いたします。サービス開始に先立って実施したテスト配信の結果、マス接触データを用いて設定したセグメントでは、同データを用いないセグメントと比べ、広告のクリック率、ビュースルーサーチ率（*1）、ビュースルーコンバージョン率（*2）並びにユーザーのファネルダウン率が高くなることを確認いたしました。



■「Media X」の概要について

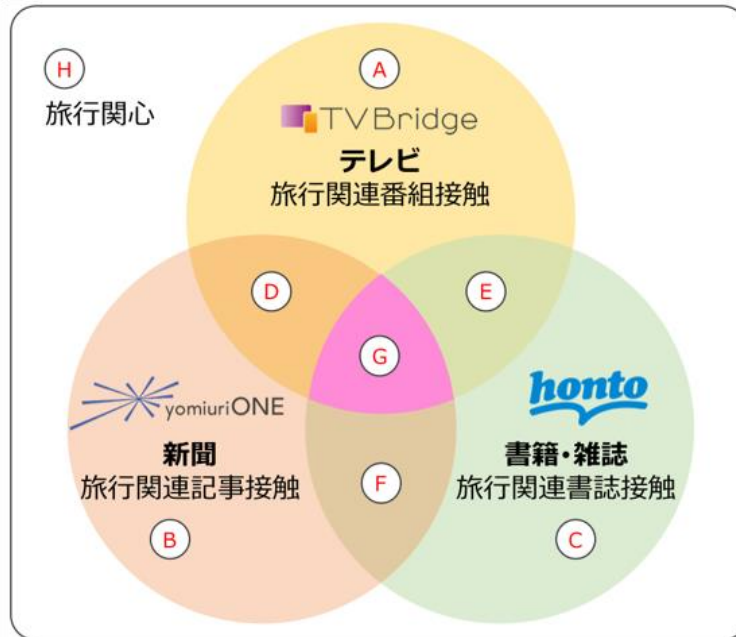
「Media X」は、読売新聞グループの新聞読者をベースとした 440 万 ID のデータ基盤「yomiuri ONE」(*3) と、会員数約 780 万人の DNP グループのハイブリッド型総合書店「honto」(*4) のアクセスデータ、SMN が活用可能なインターネット接続テレビ約 900 万台の視聴データ「Connected TV Data Bridge (以下「TVBridge」)」(*5) を連携させることで、新聞・出版物（雑誌等）・テレビの 3 種類のマスメディアを横断するデータマーケティングを実現しました。

なお、データの連携および活用に関しては、個人を特定する情報には連動させないこととし、プライバシー保護に十分に配慮しています。

■テスト配信について

今回のサービス開始に先立って実施したテスト配信では、旅行会社の広告配信キャンペーンにおいて、「yomiuri ONE」、「honto」アクセスデータ、「TVBridge」の掛け合わせパターンに応じて、A～G の 7

7つのターゲットセグメントを設定。マス接触データを使用しない興味関心ターゲティングであるセグメント H と比較して、広告配信結果がどの程度向上するか検証しました。主な結果は次のとおりです。

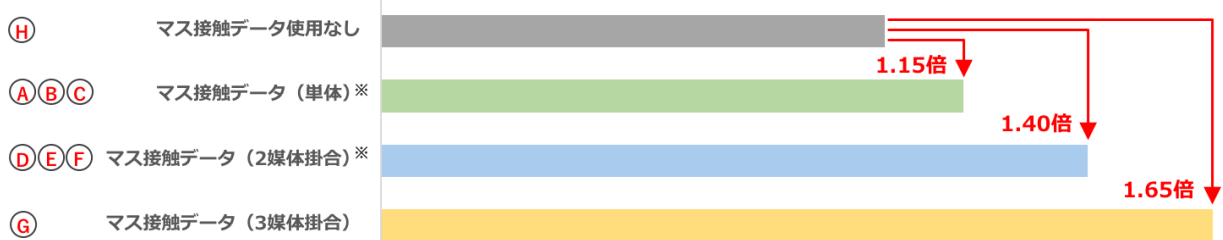


① ターゲティング精度の向上による、クリック率の増加

テスト配信の結果、マス接触データを使用しないセグメント H と比較して、7つのターゲットセグメントですべて広告のクリック率が向上しました。最もクリック率が高かったのは、3マス媒体の接触データをすべて活用したセグメント G で、セグメント H と比較して 1.65 倍になりました。また、2つのデータをかけ合わせたセグメント D、E、F においても 1.40 倍と効果が見られました。また、旅行に関する番組が多く放送されるテレビ接触データを活用したセグメント A、D、E が特に有効であるとの結果も得られました。業種や商材、もしくは広告主の達成目標によって、A～G の各セグメントを使い分けることで、最適な提案を実施することが可能になったと考えられます。

■ クリック率 比較

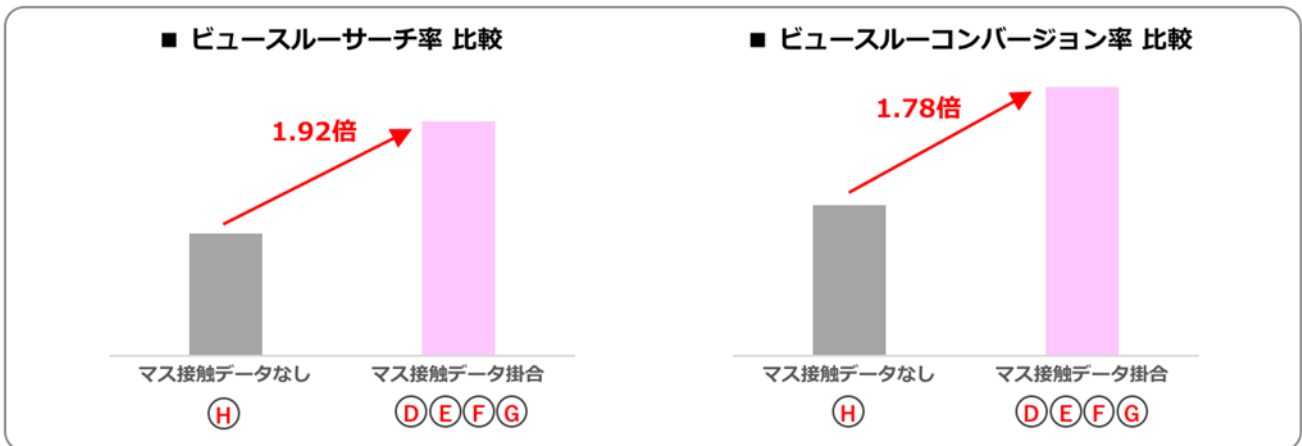
※ 該当セグメント合算CTR：合算クリック数/合算表示回数



② マス接触データの質の高さを生かし、対象者に正しくリーチして行動を喚起

直接クリックに結びつかなくても、広告そのものに効果があったことを示す間接的な指標においても、マス接触データをかけ合わせて活用したセグメント D～G の方が、使用しなかった場合 (H) に比べ、高い結果が得られました。検索行動への貢献度合いを示すビュースルー・サーチ率では 1.92 倍、購買への貢献

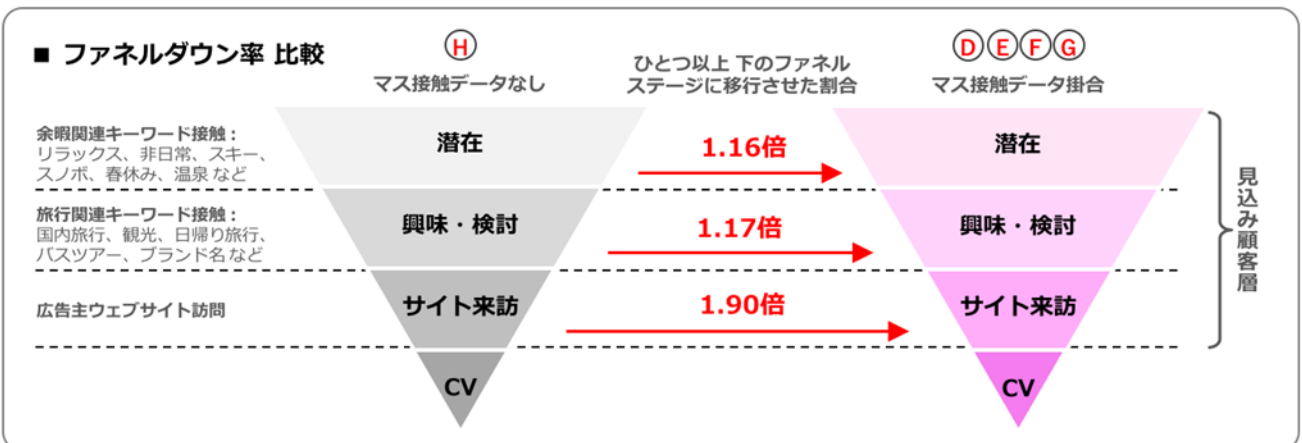
度を示すビュースルーコンバージョン率では 1.78 倍となりました。複数のマス接触データを組み合わせること、より興味関心度の高いユーザーに効率よくリーチできることを示していると考えられます。



③メディア起点のデータを活用したことで、トップ～ミッドファネルの強化に成功

生活者のマスメディアのコンテンツへの接触は、購買行動の起点となることも多いため、この接触データを活用することは、見込み顧客を育てることに繋がります。

SMN のマーケティング AI「VALIS-Cockpit」(*6) を用いて、広告配信対象者を分析したところ、潜在層より下部のステージに移行したユーザーの割合は、各購買ステージにおいて、マス接触データを掛け合わせて活用したセグメント D～G の方が、関心ターゲティングのみ (H) よりも高い結果でした。マス接触データを活用したターゲティングによって、ファネル上部の見込み顧客においても、質の高いユーザーにリーチできることを裏付ける検証結果になりました。



注) 本結果は、テスト配信による参考値です。当該広告主用のターゲットセグメントを使用していること、季節要因など配信環境は常に変動することから、必ずしも同様の結果をお約束するものではありません。

*1 ビュースルーサーチ率：配信した広告に接触したユーザーを母数とし、広告クリックではなく検索エンジン経由でランディングページに流入した割合を示したものです。

*2 ビュースルーコンバージョン率：配信した広告に接触したユーザーを母数とし、広告クリック以外の方法でランディングページに流入し、かつコンバージョンした割合を示したものです。

*3 「yomiuri ONE」 < <https://adv.yomiuri.co.jp/digital/files/yomiuriONE.pdf> > : 読売新聞東京本社が運営する「読売 ID」(会員数 330 万人)をはじめ、読売巨人軍、読売旅行の会員 ID を含めた計 440 万 ID の属性に加えて、読売新聞グループ会社が運営するサイトの閲覧属性や、第三者情報の推定属性データを蓄積したデータ基盤。

*4 「honto」 < <https://honto.jp/> > : DNP が丸善ジュンク堂書店、文教堂およびトウ・ディアクトと共同で運営するハイブリッド型総合書店。リアル書店とネット書店を連動させて「読みたい本を、読みたい時に、読みたい形で」提供する。

*5 「Connected TV Data Bridge」 < <https://tv-bridge.com/> > : 大手テレビメーカー4 社が、広告用途へ利用の同意を得てユーザーから取得している約 900 万台分のテレビ視聴データに、SMN が保有するデジタルメディアの接触データを組み合わせて、効率的な広告配信を実現するデータ活用サービス。

*6 「VALIS-Cockpit」 < <https://cockpit.valis-ai.com/about/> > : ユーザー行動データの高度な分析と可視化技術により、デジタルマーケティングの一元化・自動化を実現するマーケティング AI プラットフォーム。

■ 株式会社読売新聞東京本社 < <https://www.yomiuri.co.jp/> >

2002 年 7 月に読売新聞グループの再編により新設。読売新聞は 1874 年(明治 7 年) 11 月に創刊され、140 年以上の歴史がある全国紙です。グループ本社のもとに、東京本社と大阪、西部両本社を置き、世界最大の発行部数を誇る新聞事業をはじめ、スポーツ、エンターテインメント、文化などの各種事業を展開しています。グループ全体では新聞 3 社のほかに、読売巨人軍、中央公論新社、よみうりランドなどの企業・団体があり、多彩な事業や活動を行う「総合メディア集団」を構成しています。

■ 大日本印刷株式会社 < <https://www.dnp.co.jp/> >

DNP は、1876 年の創業以来、幅広い事業分野で多様な製品やサービスを提供する世界最大規模の総合印刷会社です。出版・商業印刷をはじめ、IC カード、マーケティング支援、包装、産業資材、電子部材まで幅広い事業を展開しています。独自の「P&I」(印刷と情報: Printing & Information) の強みを掛け合わせるとともに、社外の多くのパートナーとの連携を深めて、社会課題を解決し、人々の期待に応える「新しい価値」を創出しています。

■ SMN 株式会社 < <https://www.so-netmedia.jp/> >

2000 年 3 月に設立。ソニーグループで培った技術力をベースに、マーケティングテクノロジー事業を展開しています。「技術力による、顧客のマーケティング課題の解決」を実現するため、ビッグデータ処理と人工知能のテクノロジーを連携し進化を続けています。現在、DSP「Logicad」、マーケティング AI プラットフォーム「VALIS-Cockpit」のほか、テレビ視聴データ広告配信サービス「TVBridge」を提供するなど、マーケティングに関する様々な課題解決を実現しています。

※記載されている会社名、団体名、商品名、サービス名は各社、各団体の商標または登録商標です。

■ 本件に関する問い合わせ先

(報道機関からのお問い合わせ)

・SMN 経営企画部

電話 : 03-5435-7944、E-mail : pr@so-netmedia.jp

・読売新聞グループ本社広報部

電話 : 03-3216-8502、E-mail : tkouhou@yomiuri.com

・大日本印刷 IR・広報本部広報室

電話 : 03-3753-0027、E-mail : Tosaka-K2@mail.dnp.co.jp

(広告ビジネスに関するお問い合わせ)

・大日本印刷 出版イノベーション事業部 CLM 企画本部 AD 事業推進部

E-mail : gsm_blm_dsp@mail.dnp.co.jp

・読売新聞東京本社 広告局 デジタルビジネス部

電話 : 03-6739-6040、E-mail : t-yxs@yomiuri.com

・「Media X」ウェブサイト : < <https://xsolutions.jp/mediax/> >