

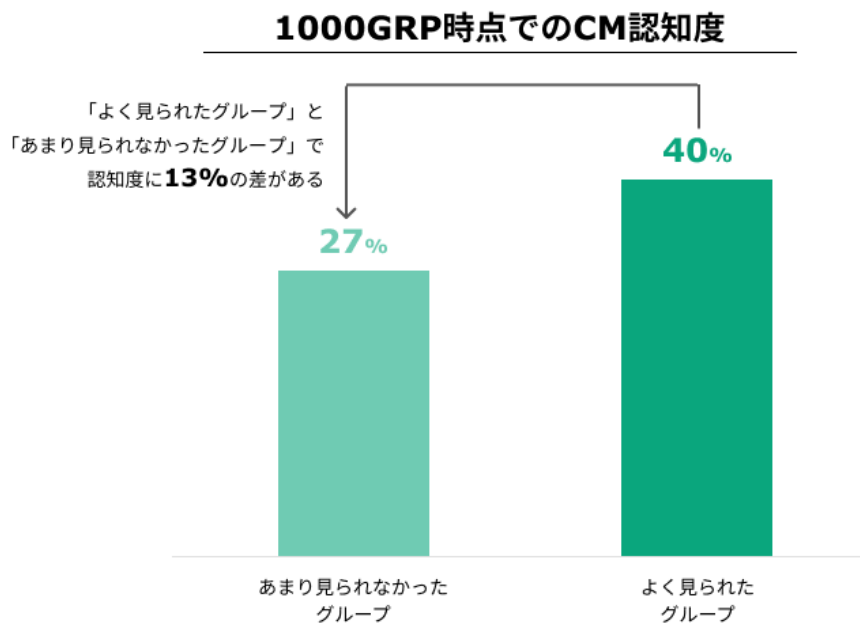
## 人体認識技術でテレビの視聴データを取得するTVISION INSIGHTS CM認知とアテンションの関係についての分析結果を発表

テレビに人体認識技術を搭載した機器を設置し、ご家庭のテレビの視聴態勢「アテンションデータ」の取得・提供を行うTVISION INSIGHTS株式会社(所在地:東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷 康士、以下TVISION)は、CMの認知度とアテンション(=CMをちゃんと見ているか)の関係についての分析結果を発表いたしました。

### ■分析の結果

調査対象となった32CMのGRPとCM認知度の関係を比べると、GRPが大きいほどCM認知度が高いという関係が見られました。

さらにそのCMを、「よく見られたグループ(=アテンション含有率が高いグループ)」と「あまり見られなかったグループ(=アテンション含有率が低いグループ)」に分けて、認知度を比較したところ、GRP\*が同じCMであっても、よく見られたかどうかでCM認知度に差がありました。特に1000GRP時点のCMで比較すると、その認知度の差は13ポイントとなりました。



GRPは出稿金額に結びついているため、同一GRP、すなわち同じ出稿金額であっても、アテンションの高低によって得られる認知度に差が生まれることを示しています。CM認知を最大化するためには、どのぐらいのGRPを出稿するだけでなく、そのCMがアテンションを獲得できているのかを把握することも重要だといえます。

\*GRPは、CMの出稿量をあらわす指標で、延べ世帯視聴率のこと。CM放送時点の世帯視聴率を分単位で足し上げたもの

## ■分析の背景と目的

テレビCMはマスマーケティング施策の一環として利用され、一般的に商品やその機能を訴求することで、対象とする商材の認知度が上昇することを狙って実施されます。テレビCMの出稿量、すなわちGRPを増やすと、認知度がより高まることが期待されますが、実際にはGRPを増やしても期待していたほどの認知度の上昇が見られないこともあり、広告主の悩みの種のひとつとなっています。

TVISIONでは、テレビCM出稿量にとどまらない、そのCMが本当に見られたかというアテンションなどのより深いデータを取得しています。今回行ったのは、その深いデータを使って、CM認知とGRP、さらにはCM認知とアテンションの関係について分析したものとなります。

## ■分析の手法

2020年9月~12月に発売された新製品のテレビCM、32CMに対してアンケート回答による認知度調査を実施するとともに、TVISIONパネルで取得した32CMの推定GRPとアテンション含有率\*を比較しました。また、アンケートによる認知度調査とTVISIONパネルによるGRPとアテンションデータはそれぞれ別のパネルから取得しています。

### データ1

アンケート回答によるCMの認知度調査

実施期間対象CM: 2020年9月~12月に導入された新製品の32製品の32CM

調査日程: 2020/10/14-2020/12/18

調査エリア: 関東1都6県

### データ2

推定GRP, A-TRP\*, アテンション含有率\*

調査日程: 2020/10/14-2020/12/18

調査エリア: 関東1都6県

\*A-TRPは累積個人視聴率(TRP)の注視版。注視しているかどうかで測った個人視聴率の累積

\*アテンション含有率は世帯視聴率1%あたり「どのぐらいちゃんと見ている人がいるのか」がわかる指標。  
1GRPあたりのA-TRPを表し、アテンション含有率 =  $A-TRP \div GRP$ となる。従来のメディア評価に使用されるターゲット含有率(=  $TRP \div GRP$ )に近い指標

<本件に関する問い合わせ先>

TVISION INSIGHTS株式会社 広報担当 佐野、峯島

東京都千代田区大手町1丁目6番1号大手町ビル6階

E-mail [info@tvisioninsights.com](mailto:info@tvisioninsights.com)

Tel(担当直通) 050-5472-8861

## 【TVISION INSIGHTS株式会社について】

TVISION INSIGHTS株式会社は人体認識技術によってテレビ番組・CMの視聴態勢データを取得し、BtoB向け視聴分析サービスを提供しています。

ご家庭のテレビに、TVISIONが独自に開発した人体認識技術を搭載した調査機器を設置し、調査参加者の視聴態勢を毎秒で自動的に取得。「誰がテレビの前において、ちゃんと見ているか」というTVISION独自のアテンションデータを広告主・広告会社・放送局など国内累計100社以上のクライアントにご活用いただいています。現在、国内では関東エリアの1,000世帯・関西エリア100世帯、地上波/MX/BSの全番組を計測しています。TVISIONでは「新しいデータによってメディアマーケットを圧倒的に進化させる」というミッションのもと、テレビの価値をアテンションデータによって顕在化しています。