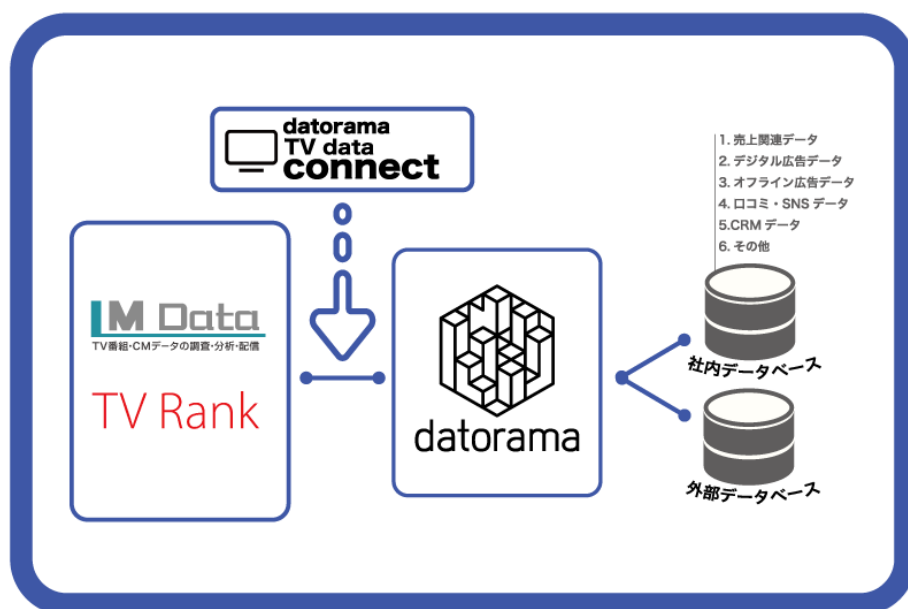




2017年10月25日

Datorama がエム・データ提供の「TV メタデータ」との連携を発表  
「TV Data Connect」で TV 放送実績データ (TV メタデータ) の  
ダッシュボード化が可能に



Datorama Japan (データラマジャパン/本社ニューヨーク、CEO: ラン・サリグ、日本法人: 東京都千代田区、代表取締役: 布施一樹) が提供するマーケティング・インテリジェンス Datorama と、株式会社エム・データ (本社: 東京都港区、代表取締役: 関根俊哉) が提供する「TV メタデータ」が、「TV Data Connect」経由で本日、接続開始いたしました。

エム・データの「TV メタデータ」は、TV 番組・TV-CM を 24 時間/365 日モニタリングし独自にサマライズ、テキスト化したデータベースで、「いつ」「どの局の番組や CM で」「何が (誰が)」「何を」「どのように」「何秒間 (何回)」放送されたのかを記録し、放送局様から広告主様、広告代理店様まで、自社や競合社のブランド・商品・サービス・人物・事象など、番組や CM の放送内容を把握でき、競合他社や業界トレンドも確認できます。



昨今、TV-CM などオフラインのデータとデジタル広告、顧客の売上関連データを統合し、一元的に PDCA を回したいというお客様からのお声をよく伺います。TV-CM は投資額が特に大きいにも関わらず、デジタルに比較して、科学がしづらく、投資最適化が難しいという問題意識をお持ちの企業様も多くいらっしゃいます。

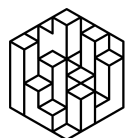
今回のエム・データの TV メタデータとの連携を通じ、こうした課題解決をサポートしてまいります。同社の TV メタデータのほか、視聴データ、デジタル広告、ソーシャルの口コミ情報やシェア率などの反響、売上や CRM データなどのデータを Datorama 上で全て統合することで、マーケティング活動の可視化、分析を一気通貫で行えるようになります。例えば、TV-CM とオンラインのクロスチャネルキャンペーンなら、TV-CM でリチでできていない部分を即座にオンライン施策で補完可能となります。

また、エム・データ内のビッグデータ解析プロジェクト「ライフログ総合研究所 (Life Log Lab.)」(所長：梅田仁) が提供するビッグデータ分析サービス「TV Rank」とも連携し、TV メタデータによる「認知」から、Web 検索データでの「関心度」、SNS データによる「好感・意向度」、POS データによる「購入」までをマーケティングファネルで分析し、視聴者の態度変容やインサイトを行い、競合ブランドとのポジショニング、時系列トレンド、施策のパフォーマンス、ROI など Datorama 上で指標化・可視化するダッシュボード展開を計画しております。マーケティング投資の ROI の可視化により、マーケティング投資の透明性、事業へのインパクトも可視化されることで、事業全体の ROI 可視化・最適化も促すことが可能となります。

加えて、Datorama の人工知能 (AI) 「Datorama Genius (デートラマ・ジーニアス)」との連携も視野に、「TV Meta Data + Datorama + AI」として、新たなマーケティングデータ統合・分析ソリューションを構想しております。

### TV メタデータとの連携で可能になることの例

- TV 番組や TV-CM、デジタル施策との相関をみた、マーケティング予算配分最適化
- オフライン X オンライン X 売上データの分析を通じた事業全体の最適化
- エム・データとライフログ総合研究所が提供するビッグデータ分析サービス「TV Rank」が持つ、TV メタデータと各種サードパーティデータ（視聴データ、Web 検索、Web アクセス、Twitter、POS データなど）との相関分析によるマーケティング効果の可視化や PDCA の高速化（TV Rank との連携は今後を予定）

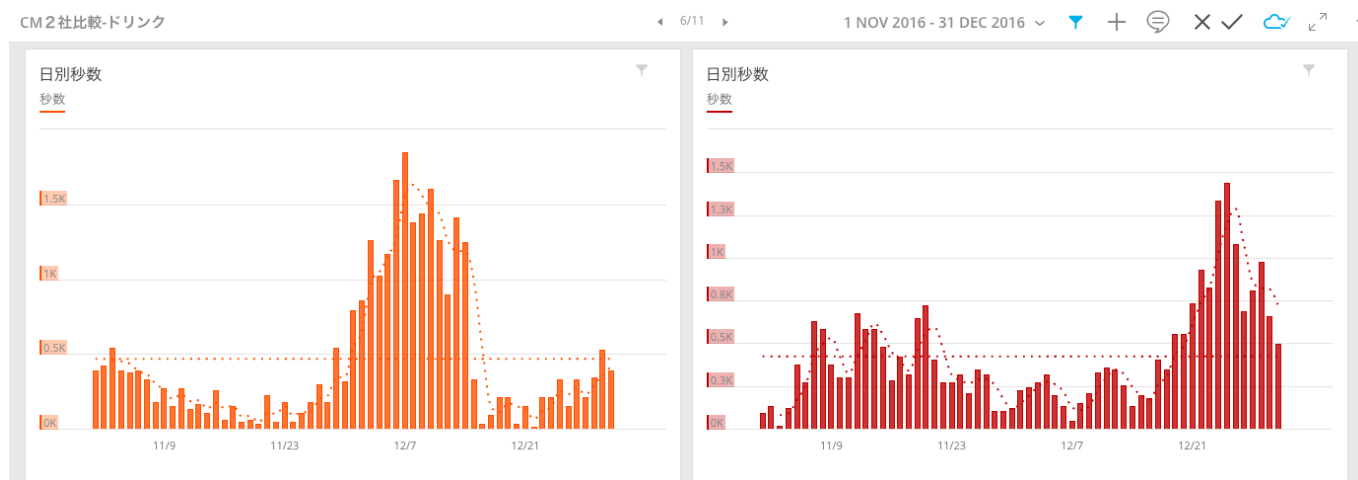


# datorama

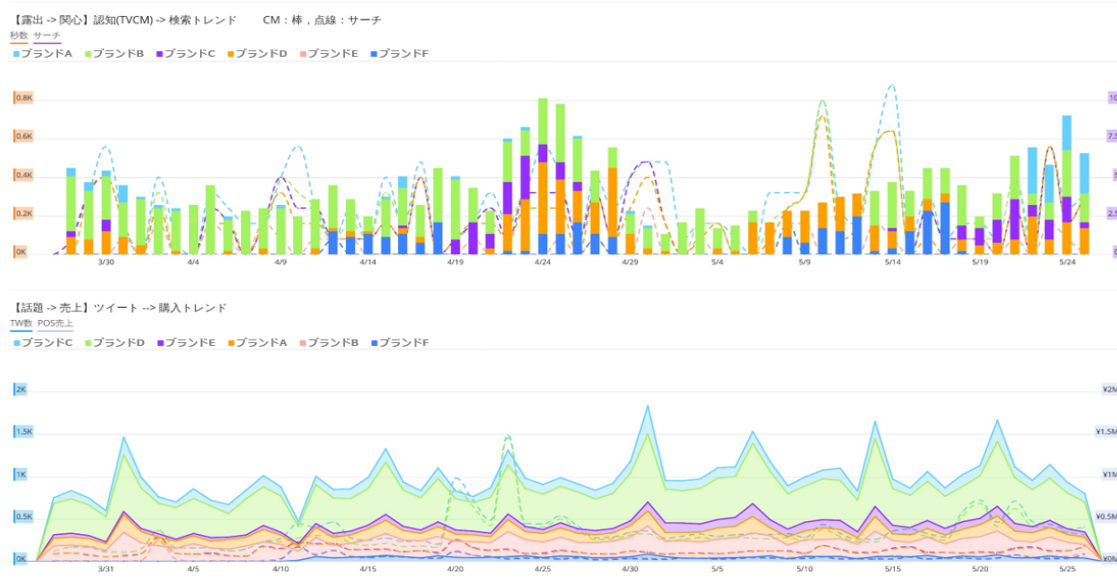
マーケター、CMO、経営層の皆様におけるマーケティング戦略の最適化はもちろん、事業全体を俯瞰し、マーケティングのROIから事業戦略全体の一元管理を実現し、統合的分析を通じた、PDCAの高速化をサポートしてまいります。さらに、マーケティング投資の透明化を支える連携となっております。

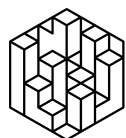
これからも Datorama は、様々なデータプロバイダー、リサーチ会社、ツールベンダーとの連携を進め、マーケティングエコシステムを確立し、マーケティング戦略・事業戦略の最適化を支えてまいります。

## TV メタデータによる競合比較



## TV x ソーシャル X 売上の相関ダッシュボード (TV Rank)



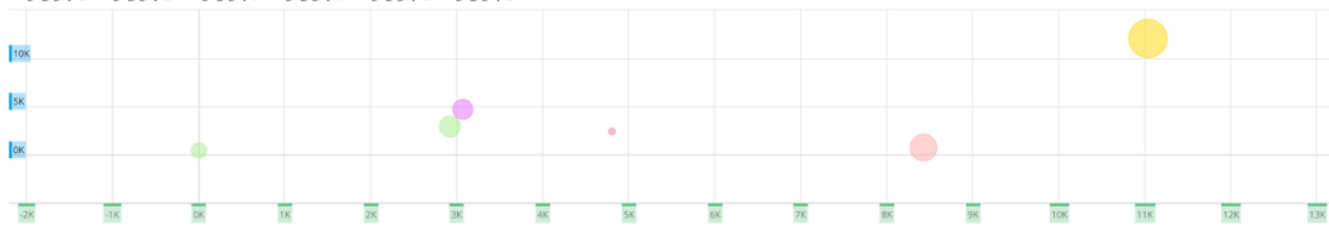


# datorama

ブランドポジション 横軸：視聴データ、縦軸：TW数、円の大きさ：売上

視聴 TW数 POS売上

●ブランドD ●ブランドB ●ブランドF ●ブランドA ●ブランドC ●ブランドE



## ブランドB

売上 ¥13.2M 視聴データ 8,425 CM秒数 10,020 サーチ 16 ツイート 719

売上xTV

POS売上 視聴 CM回数

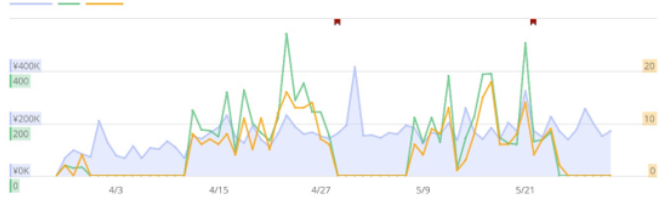


## ブランドC ブランドF

売上 ¥10.4M 視聴データ 7,720 CM秒数 4,485 サーチ 23 ツイート 5,309

売上xTV

POS売上 視聴 CM回数



ブランド

- ブランドB
- ブランドC
- ブランドF
- ブランドD
- ブランドE
- ブランドA

ブランド別売上比率

ブランド	ブランドD	ブランドB	ブランドC	ブランドA	ブランドE	ブランドF
POS売上	¥29,887,221	¥13,231,617	¥7,830,498	¥7,340,580	¥4,344,864	¥2,555,625
% Share of Total POS売上	45.85%	20.30%	12.01%	11.26%	6.66%	3.92%

POS売上(千万)

6.5

CM秒数

22,185

露出効率：視聴データ/秒数

1.36

検索効率：回数/秒数

0.01

バズ効率：Tw/秒数

1.11

POS売上/秒数

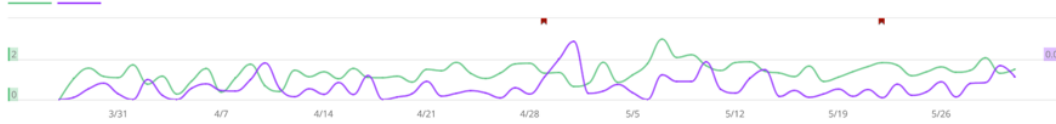
¥2,938

POS売上(千万) CM秒数



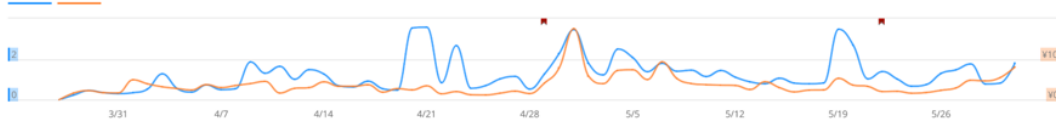
視聴データ・Search

露出効率 検索効率



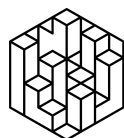
ツイート・売上

バズ効率 売上効率



## エム・データが提供する「TVメタデータ」とは？

株式会社エム・データでは、関東・中京・関西エリアのテレビ局で放送されたTV番組やTV-CMを、テキスト化・データベース化して「TVメタデータ」を構築しています。データセンターでは常時40名前後の専属



# datorama

スタッフが24時間365日「いつ」「どこで」「何が」「どのように」「何秒間」放送されたかを、当社オリジナルのデータ収集システムを使用しデータの生成を行なっております。TVメタデータは主に4種類に区分し、「①番組データ（番組放送内容）」「②CMデータ（広告出稿内容）」「③アイテムデータ（番組で紹介された商品情報）」「④スポットデータ（番組で紹介された店・宿・観光地等の情報）」で構成され、ローデータサービスの他に、ランキングコンテンツや調査・集計・分析等のレポートサービス、分析結果を基にしたコンサルティングサービス等があります。

## 「TV Rank」について

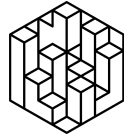
「TV Rank」は、TVで実際に放送された内容を記録したデータ「TVメタデータ」を、簡単にご利用できるようにした、クラウド型TVビッグデータ分析サービスです。「TV Rank」を用いることでTV-CMやTV番組の放送内容をランキング形式や時系列形式で簡単に検索・集計することが可能となります。

## 株式会社エム・データについて

株式会社エム・データは、テレビ放送（番組およびCM）の放送実績を独自にテキスト化したデータベース「TVメタデータ」を生成して、調査・分析・配信を行なっている、2006年に設立されたデータプロバイダ・リサーチカンパニーです。2014年1月に、民放キー局（在京5局）等と資本提携し、デファクトスタンダードなデータベースを構築しており、主なサービスには、番組やTV-CMの放送内容を詳細に記録した「TVメタデータ」を提供する「①データ配信サービス」、お客様のご要望に応じて調査・分析を行なう「②放送実績調査サービス」、放送された話題を露出・報道量等で集計したランキング形式で配信する「③ランキングサービス」、「TVメタデータ」を基点としたビッグデータ解析ツール「④TV Rank」の提供や企業のマーケティング支援、メディアコンサルティング業務等があります。<http://mdata.tv>

## Datorama Japan 株式会社

Datorama Japan 株式会社（デートラマジパン）は2012年創業の米国拠点のマーケティング・インテリジェンス企業Datoramaの日本支社として2015年設立された。世界唯一のマーケティングデータ統合・分析プラットフォームDatoramaをブランド企業、広告代理店、メディア運営会社、マーケティング系プラットフォームに提供しています。Datoramaのsoftware-as-a-service (SaaS)型プラットフォームは、数十から数百のデータソースを唯一のデータソースとして統合し、より効果的なレポート作成、さらに、迅速な意思決定を支援、マーケティング活動全体の統合的管理を可能にします。エンドツーエンド・マネジメントと機械学習及



# datorama

び人工知能、高機能なアーキテクチャが組み合った唯一無二のソリューションが、全てのレベルのデータ・ドリブンマーケターたちが、あらゆるマーケティングデータを繋ぎ、統合し、分析し、意思決定することを容易に実現します。Datorama は数千のトップ企業のマーケティング分析を支え、現在全世界 14 拠点でビジネスを展開しています。最近では従来の API に加え、インテグラル・アド・サイエンス、Yahoo!ディスプレイアドネットワーク (YDN) やマルケト、シミラーウェブとの API 接続を開始しています。

Datorama Japan 日本語公式ブログ : <http://blog-jp.datorama.com>

**Datorama Japan お問い合わせ先** (報道及びサービス) :

平山恵子 (ひらやまけいこ)

Datorama Japan 株式会社

PR/マーケティング・スペシャリスト

TEL : 050-3757-6914

Email : [keiko.hirayama@datorama.com](mailto:keiko.hirayama@datorama.com)