

報道関係者各位

2023年6月21日  
REVISIO株式会社

## テレビデバイスの注視データを取得するREVISIO MMM(マーケティング・ミックス・モデリング)ツール 「Easy MMM」を提供開始

ご家庭に人体認識技術を搭載した機器を設置し、テレビスクリーンへの「注視」を測るREVISIO株式会社（旧TVISION INSIGHTS、本社：東京都千代田区、代表取締役社長 郡谷康士、以下REVISIO）は、マーケターが自身の手で広告予算の配分をシミュレーションできるMMM(マーケティング・ミックス・モデリング)ツール「Easy MMM」(イージーMMM)のご提供を開始することをお知らせ致します。

REVISIO

### MMMのツール「Easy MMM」 を提供開始

MMM：マーケティング・ミックス・モデリング



### ■MMMツール「Easy MMM」開発の背景と目的

企業として目指すべきビジネスの目標を達成するにあたって、広告宣伝やマーケティング活動がどれぐらい貢献したのか、また各広告施策の予算配分をどのように決めていくかは、広告宣伝活動に関わるマーケターや経営陣にとって非常に大きな課題です。「広告宣伝費のROI」を明らかにしたいというニーズはますます強くなっています。

MMM(マーケティング・ミックス・モデリング)は広告の投資対効果を把握し、予算配分を最適化するために用いられる分析手法です。ただし、その実行には専門家による高度な知見が必要となり、マーケター単独での分析が難しいという課題がありました。この課題を解決するため、REVISIOでは担当者が自分の手でモデルを作成し、予算配分をシミュレーションできるMMMツールを開発しました。

## ■MMMツール「Easy MMM」の特徴

REVISIOが提供するMMMツール「Easy MMM」は下記のような強みをもっています。

### Easy MMM - ワンクリックでモデルが作成できます

**学習済みモデルのアップロード**

すでに学習済みモデルをお持ちの場合は、再学習無しで利用することができます

RDSファイルを選択

**モデルの学習**

初回はモデルの学習を行ってください。学習後はモデルをダウンロードしてください。次回以降はダウンロードしたモデルを利用できます

予測対象指標

学習開始

**学習データアップロード**

最初に、データをcsv形式でアップロードしてください

CSVファイルを選択

### Easy MMM - デモデータによるグラフィメージ

日商と広告出稿金額の推移

広告効果の分解

KPI最大化

パターン1

合計予算上限: 1000

TV予算割増率下乗: 0

YouTube予算割増率下乗: 0

View予算割増率下乗: 0

Media	Cost	Impact	CPA
1 TV	475.45	55.35	43.53
2 YouTube	263.45	6.44	18.78
3 View	248.18	34.86	17.84
4 Total	1,000.00	94.86	28.83

実測値とモデルによる予測値の比較

モデルの精度を確認しながら分析を進められます  
 広告効果の分解等、分析結果が即時に得られます  
 予算配分最適化をシミュレーションできます

## 専門知識がなくても担当者自身でMMMが実行できる

Easy MMMは下記のような基本的なMMMのアウトプットを備えており、直感的なUIを操作するだけでMMM分析が実行できます。

- 予測モデルの構築、予測精度の検証
- 広告効果の分解、出稿金額に対する広告効果の把握
- 予算配分の最適化・予算配分別のKPIシミュレーション

ビジネスKPIデータ(売上やWebレスポンス、サーチリフト、サーベイによる認知・想起データ)と広告出稿データ(テレビ、Web、雑誌、OOH等)を用意すればワンクリックでモデルが作成できます。複雑な統計手法について専門知識が無くても、担当者自身で簡単に設定できるのが特徴です。

### **結果がすぐに見れる。通常数ヶ月かかる分析が数時間**

設定したツールから、すぐに分析結果がわかります。プロジェクト型のMMMでは、データサイエンティストと何度も議論を重ねモデルのチューニングをしながら、数ヶ月かけて分析結果を得ることがありますが、REVISIOが提供するMMMツールを使えば、数時間で結果を得ることが可能です。

### **予算配分の制約を設定して試行錯誤できる**

学習したモデルを使って、各メディアの予算配分の最適化やシミュレーションをすることが出来ます。ターゲットとするビジネスKPIを達成するには、各メディアの予算配分比率をどのように変えればよいのか、また「テレビの割合は〇〇%以下にはしたくない」といった制約条件付きでの最適化も可能です。

上記のような特徴を持つ、REVISIOのMMMツール「Easy MMM」はすべてのマーケターの皆様の「最初のMMM」として、お使いいただけるのではないかと考えております。

サービス開発にあたって、皆様からのご意見、ご要望を頂戴できれば幸いです。今後もREVISIOのサービスの発展にご期待ください。

## **■参考資料**

### **MMMプロジェクトを実施したMAVIS PARTNERS株式会社様との協業事例**

「M&Aコンサルティングとデータ会社の新しい形。クライアントの広告効果を最大にするための戦略を、全力で考えた取り組み内容とは」

<https://revisio.co.jp/case/2c9uAswj>

#### **【本件に関する問い合わせ先】**

■REVISIO株式会社 <https://revisio.co.jp/>

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@revisio.com](mailto:info@revisio.com) Tel (担当直通) 050-5468-2785

#### **【REVISIO株式会社について】**

REVISIO株式会社(2022年10月にTVISION INSIGHTS株式会社から社名変更)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、REVISIO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REVISIO独自の注視データを広告主・広告会社・放送局など国内累計200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2,000世帯・関西エリア600世帯、地上波/MX/BSの全番組の視聴データ、ならびにコネクテッドTVの注視データを提供しています。