

2025 年 7 月 22 日

AaaS、テレビ CM におけるアテンションリーチを広告主ごとに可視化 注視率を踏まえたテレビ CM のメディアプランニングを実現

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下博報堂）は、テレビ CM における注視率を加味したリーチ（アテンションリーチ）を、広告主ごとに可視化する機能を AaaS（※）に追加搭載します。これにより、注視率を踏まえたテレビ CM 枠の選定ができるようになり、広告主の各種 KPI 達成に繋がるメディアプランニングの実現が可能となります。



近年では、テレビ番組やテレビ CM が放映されている時間帯に、生活者がどれだけ画面に注目しているかを表す「注視率」に対する関心が高まっています。注視率が高いテレビ CM ほど生活者のそのコンテンツに対する興味・関心度合いは深いと考えられ、より大きな広告効果が期待できます。本機能では、REVISIO 株式会社（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：郡谷 康士）の持つ注視率データと、AaaS に蓄積された出稿データを掛け合わせることで、テレビ CM におけるアテンションリーチを広告主ごとに可視化することができるようになります。これにより、キャンペーン中に投稿した CM が実際にどのくらいの人に注視されたのかを把握できます。

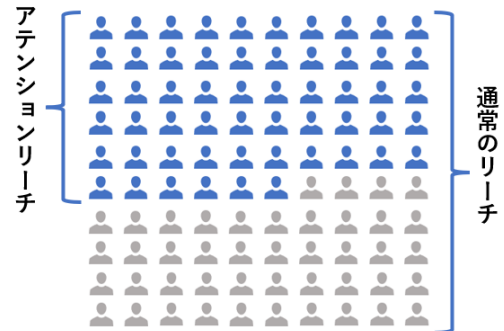
テレビCM注視率データ

時間帯	平日	土曜	日曜
6:00	51.7	54.6	53.5
7:00			
8:00			
9:00	49.5	54.4	55.2
10:00			
11:00			
12:00	51.4	57.0	56.4
13:00			
14:00			
15:00	54.4	58.7	56.8
16:00			
17:00			
18:00	55.8	48.3	50.8
19:00			
20:00			
21:00	57.7		
22:00			
23:00			
24:00	55.4		
25:00			
26:00			
27:00	47.3		
28:00			
29:00			

テレビCM出稿データ



アテンションリーチを可視化



また、出稿した広告枠それぞれのアテンションリーチを把握することで、より注視されやすい枠を選定することができるようになります。これにより、テレビCMの広告効果を高め、広告主の各種 KPI 達成に繋がるメディアプランニングが実現できます。

時間帯	平日	土曜	日曜
6:00	○		●
7:00		○	
8:00			
9:00	△		●
10:00			
11:00			
12:00	●		
13:00		○	△
14:00			
15:00	●		
16:00		△	○
17:00			
18:00	△	△	
19:00	○		
20:00		△	△
21:00	●		
22:00	●		
23:00	●		
24:00		○	△
25:00	○		
26:00			
27:00			

注視率の高い広告枠

博報堂はこれからも様々な媒体における広告の注視率に関するサービスの開発・導入を推進し、広告主の事業目標の達成に貢献いたします。

（※） 広告業界で長らく続いてきた「広告枠の取引」によるビジネス（いわゆる「予約型」）から「広告効果の最大化」によるビジネス（いわゆる「運用型」）への転換を見据えた、博報堂が提唱する広告メディアビジネスのデジタルトランスフォーメーションを果たす次世代型モデル＜AaaS®は博報堂の登録商標です。＞

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 三矢・戸田

Mail：koho.mail@hakuodo.co.jp