



# News

博報堂 広報室

**HAKUHODO**

Corporate Public Relations Division

tel:03-6441-6161 fax:03-6441-6166

www.hakuhodo.co.jp

2016年8月16日

博報堂、オリジナル TVCM 定点観測調査を搭載した  
「Vision-Graphics for Best HIT™」 サービス提供開始  
-過去 8 年超、TVCM 9 万作品の広告表現調査データがいつでも利用可能に-

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：戸田 裕一）は、東京キー局で毎週放送される全ての TVCM の広告効果を測定する博報堂オリジナルの TVCM 定点観測調査「Best HIT™（ベスト・ヒット）」を、博報堂 DY グループのマーケティング・ダッシュボード「Vision-Graphics」に搭載した「Vision-Graphics for Best HIT™」を開発し、サービス提供を開始いたします。

## Vision-Graphics

for Best HIT™

powered by MotionBoard

「Best HIT™」は、東京キー局で放送された全ての TVCM について、商品・サービス・ブランドなどの様々なテーマの表現効果を測定する調査として 2007 年 10 月にスタートしました。以降、8 年超に渡って週次調査を継続し、現在までに 9 万を超える CM 作品についての調査回答データを取得しています。本調査データを、博報堂 DY グループのマーケティング・ダッシュボードである「Vision-Graphics」に搭載することにより、従来よりも手軽かつスピーディーに TVCM 作品の表現効果を確認することが可能になりました。また出稿量データと組み合わせた広告効果の分析や、ランキング分析・デモグラフィック属性別分析など、より多面的な分析も支援いたします。

### 【Vision-Graphics for Best HIT™の特徴】

- ご契約カテゴリであれば、自社・競合問わずデータを自由に検索・利用することが可能
- 年をまたいだキャンペーン評価やトレンド分析も簡単に実施が可能
- 蓄積されたデータを基にしたカテゴリ・ノーム値（業界平均）との比較分析も可能

## 【TVCM 定点観測調査 Best HIT™について】

「Best HIT™」調査は、毎週 500 人を対象にインターネット調査を実施し、前週に東京キー局で放送された全ての TVCM の中から、「最近気になる CM」を自由に投票してもらい、表現やブランドを評価しています。

### ■調査対象者：

首都圏在住の 15～59 歳男女・計 500 人/週（2007 年 10 月～）

### ■聴取項目：

#### <表現効果指標>

注目喚起度（広告の表現が目立つ）、商品特徴理解度（商品の具体的な特徴やその効果が分かりやすい）、商品購入喚起度（この商品・サービスを実際に買いたい・利用したいと思った）、など全 24 項目

#### <好感要素>

商品の外観、商品の宣伝文句、音楽・歌や効果音、登場する人物やタレント、企業のシンボルマーク、など全 17 項目

#### <表現イメージ>

都会的な、親しみのもてる、ファミリー向けの、健康的な・いきいきとした、高級感のある、信頼感の持てる、など全 29 項目

## 【Vision-Graphics について】

「Vision-Graphics」は、多様なマーケティング関連データを集約・可視化・分析することによりクライアント企業様のマーケティング PDCA を支援する、博報堂 D Y グループのマーケティング・ダッシュボードです。クライアント企業様が直面する課題にお応えするソリューションを複数ラインナップし、ご好評を頂いています。

### ■Vision-Graphics powered by MotionBoard

ウイングアーク 1st 社との共同開発によりビジュアルライゼーション機能・分析機能を強化（2014 年 9 月リリース）

### ■Vision-Graphics for Apps powered by Metaps

メタップス社との共同開発によりスマートフォン・アプリのデータ収集・可視化機能をリリース（2015 年 5 月リリース）

### ■Vision-Graphics for Brand Monitoring

ブランド指標を週次トラッキングする「ブランドパワー・トラッキング調査」のデータを搭載（2015 年 11 月リリース）

## 【Vision-Graphics for Best HIT™の分析メニュー】

### ■「気になる」投票獲得効率ランキング

CM注目指数（「気になる」累積投票率）をCM出稿量（GRP）で割った「獲得効率」を算出し、「獲得効率」を軸に複数のCM作品をランキング表示します。

### ■「気になる」投票獲得効率散布図

CM注目指数（「気になる」累積投票率）とCM出稿量（GRP）の2軸で、複数のCM作品データを散布図表示します。

### ■「気になる」投票率の週別トレンド

CM注目指数（「気になる」累積投票率）、獲得効率、CM出稿量（GRP）の週別時系列推移を表示します。

### ■CM素材別「気になる」投票者デモグラフィック属性（別紙画面例：図2）

「気になる」投票者のデモグラフィック属性（性別・性年代・未婚・職業）をCM作品ごとに比較表示します。

### ■CM表現評価（別紙画面例：図3）

CMごとの表現評価指標（表現効果指標、好感要素、表現イメージ）に関する調査結果を検索し、競合素材と比較表示します。

### ■表現評価指標別ランキング

CMごとの表現評価指標（表現効果指標、好感要素、表現イメージ）を検索し、ランキング表示します。

### ■CMイメージ相関分析

複数のCM作品データを活用し、「気になる」投票と相関の高い表現評価指標を相関分析出来ます。

【Vision-Graphics for Best HIT™画面例】

■ 図 1 : Top 画面



■ 図 2 : CM 素材別「気になる」投票者デモグラフィック属性分析画面



■ 図 3 : CM 表現評価分析画面

