

2019年11月6日

**ADK マーケティング・ソリューションズ、  
PPP(ピクチャープラスピクチャー)企画で、駅伝中継を中断せずに  
CM をオンエアし、オンエア中の TV 画面注視度を計測  
ー日本テレビ放送網株式会社と民放キー局では初となる企画ー**

株式会社 ADK マーケティング・ソリューションズ(本社:東京都港区、代表取締役社長:植野伸一、以下「ADK MS」)は、日本テレビ放送網株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:小杉善信、以下「日本テレビ」と、10月27日(日)放送の「第37回全日本大学女子駅伝」の番組内にて、CM放送時に中継映像画面を表示させるピクチャープラスピクチャー(PPP)企画を、2005年から継続して大会の特別協賛を務めるスターツコーポレーション株式会社(以下「スターツ」)のCM放送時に120秒間実施いたしました。また、オンエア時の視聴者のテレビ注視度を計測いたしました。

駅伝などのスポーツ中継では、CMオンエア中に1位と2位の順位が入れ替わるなど、視聴者にとっては重要なシーンを見逃したくない、レース中継を中断せず安心して観たいという声が多く寄せられています。また企業からも、視聴者にストレスなくシームレスにスポーツ中継を楽しんでもらいたいという要望がありました。

このたび、ADK MSと日本テレビは、10月27日(日)「第37回全日本大学女子駅伝」の放送内において、スターツのCM放送時に、中継映像画面が並列表示となるPPPで120秒間CMをオンエアいたしました。駅伝中継でのPPP企画は民放キー局では初の試みで、中継を中断しないことから、視聴者の盛り上がり低下をさせることなく、シームレスでCMを見ていただくことが可能になりました。放送後に実施した、TVISION INSIGHTS株式会社の視聴者データを使った、視聴者の「TV注視度」(AI値※)を測定した調査からも、CM時の視聴離れを防止できたことが、その結果から明らかになりました。

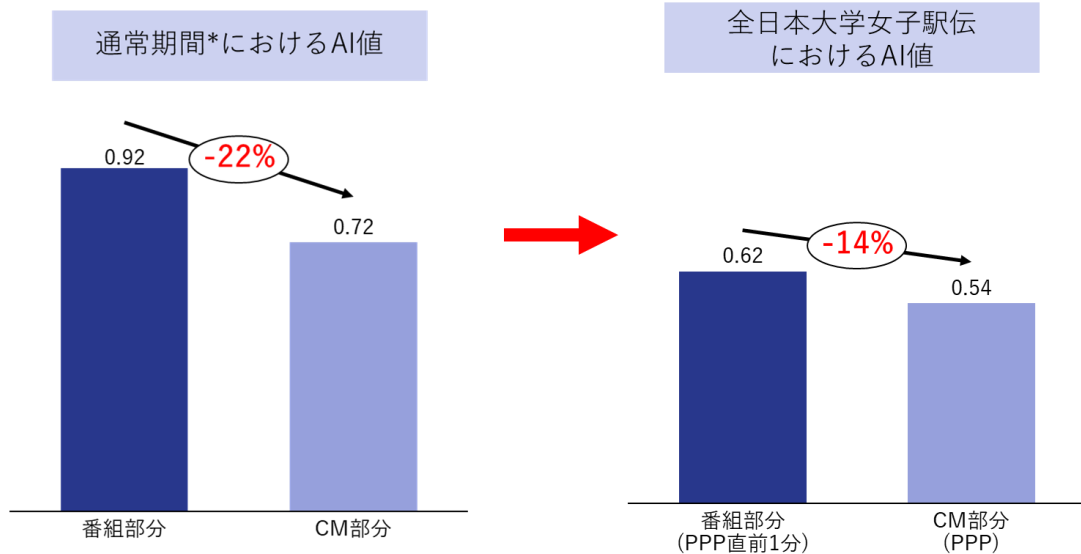


#### 画面イメージ

駅伝は右上の小画面で継続して中継され、画面の7割程度で120秒間CMが流れる。

「全日本大学女子駅伝」×「スターツ」

## 【PPPによって、通常期間よりもAI値の下げ止めが出来ていた】



TVISION INSIGHTS 社の協力のもと、PPP オンエア時の視聴者の AI 値(注視度=Attention Index)を計測(※)。PPP によって、通常期間よりも AI 値の下げ止めをすることができました。

※AI 値(注視度=Attention Index)

テレビ画面に人の顔が向いているかを示す。数値が高いほど、画面を注視した人数が多く、注視秒数が長い。

<日本テレビ放送網株式会社 営業局営業推進部 コメント>

PPP は、視聴者の皆様が番組から CM へシームレスに移行することで視聴者にスポンサー様の CM をより能動的に視聴してもらえ、また通常の CM 送出と同様に 10 桁 CM コードによる放送確認が可能となり、安全な CM 進行・確認を可能とする施策となっております。今後もスポンサー様・視聴者の皆様の視聴満足度を高める施策を展開して参ります。

ADK MS では、今後も、放送局各社と協力し、視聴者に注目度高く CM を視聴いただける広告効果の高いご提案をしていきます。

< TVISION INSIGHTS 概要 >

関東(一都六県)800 世帯、関西(大阪)100 世帯の一般視聴者宅に人体認識アルゴリズムを組み込んだセンサーを設置し、顔認証システムを用いてテレビの前に人がいるか、視聴者の表情、番組のどこで画面に注目したかといった視聴態勢を計測しています。

2015 年 6 月より計測スタートし、2019 年 6 月現在、地上波 6 局 7 チャンネルの全番組について、毎秒レベルで視聴質の計測を行っています。

本件に関するお問い合わせは下記までお願いします。

株式会社 ADK ホールディングス グループ広報室

平尾/丸山

TEL: 03-6830-3855 e-mail: adkpr@adk.jp