

**(ご参考資料)**TVCMとオンライン動画広告をかけたキャンペーンの広告効果予測を可能としたプランニングツール  
**「TVPlus Simulator」(テレビ プラス シミュレーター) 提供開始**

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ(本社:東京都港区、社長:大森壽郎、以下 博報堂DYメディアパートナーズ)、株式会社博報堂DYホールディングス(本社:東京都港区、代表取締役社長:戸田裕一)の「マーケティング・テクノロジー・センター」(※)は、TVCMとオンライン動画広告をかけたキャンペーンにおける、広告効果予測プランニングのための新ツール「TVPlus Simulator」(テレビ プラス シミュレーター)の提供を開始いたします。

博報堂DYメディアパートナーズと「マーケティング・テクノロジーセンター」は、「TVPlus Simulator」を活用しながら、TVCMとPC・スマートフォン・タブレットなどのオンライン動画広告をかけた商品・サービスのコミュニケーション活動の効率を高めることを目指します。

(※) 博報堂DYグループ共通のマーケティング・テクノロジーに関するナレッジ開発を担当する組織。

**■ 「TVPlus Simulator」のご紹介 ■**

「TVPlus Simulator」では、TVCMの出稿パターンやターゲット(性別や年齢など)、業種といった10種類以上のパラメーターを設定することで、キャンペーンの「ターゲットリーチ効率」や「広告認知率」等を向上させるTVCMとオンライン動画広告をかけた出稿パターンをシミュレーションすることができます。また、ターゲットリーチや広告認知に加えて「TVCMとオンライン動画広告の複合接触による商品への意識変容」の視点から、商品認知、商品興味関心、商品好意、商品関与意向、商品購入利用意向等の広告指標についてもシミュレーションを可能としており、より広告効果を高める出稿提案を行うことが出来ます。

さらに、広告料金など実際の広告メニュー(出稿条件)にもとづくプランニングと広告主の過去出稿実績を組み込んだカスタマイズシミュレーションも可能としております。

本ツールは当社が長年取り組むTVCMの運用実績と、グーグル株式会社/ヤフー株式会社/株式会社ビデオリサーチインタラクティブと共に行ったクロスメディアキャンペーンの調査結果をベースに構築いたしました。

博報堂DYメディアパートナーズは、TVCM×オンライン動画広告のより効果的なクロスメディア広告出稿提案を行うと共に、長年培ったTVCMに関する広告枠運用と最先端のオンライン動画広告を組み合わせた広告投資を効果的に活用するソリューション提供を目指してまいります。

(参考)・・・「TVCM×YouTube InStream動画広告のクロスメディア広告効果調査報告」 9月4日発表

(参考)・・・「TVCM×Yahoo! JAPANのインスクロール×YouTube InStream動画広告の複合広告効果調査報告」 9月8日発表

(※)インスクロールとはYahoo! JAPANが販売するビデオ広告商品のこと。

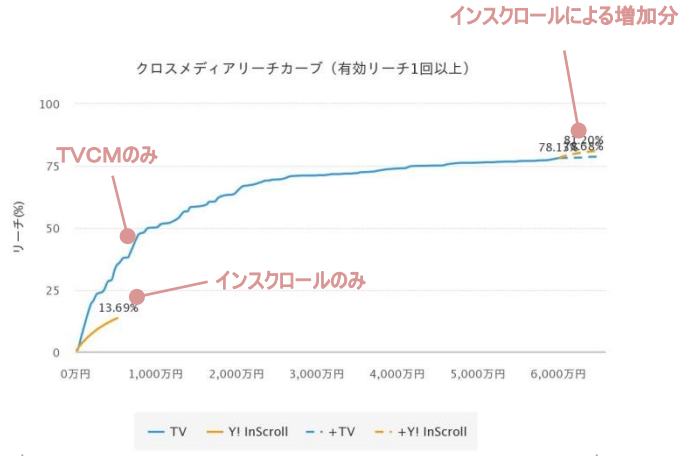
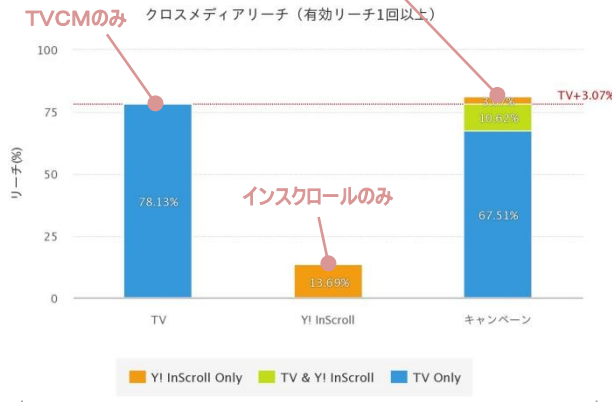
**■ 本件に関するお問い合わせ ■**

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室 山崎・桐明 03-6441-9347

■ シミュレーションイメージ ■

上段： TVCM&インスクロールの複合接触  
 中段： インスクロールのみ ※TVCMに対して増加したリーチ率  
 下段： TVCMのみ（下段）

(※)インスクロールとはYahoo! JAPANが販売するビデオ広告商品のこと。



TVCM、インスクロールによるリーチ率比較

TVCM、インスクロールの出稿金額に対するリーチ率推移

グラフ①：「ターゲットリーチ率」シミュレーションイメージ

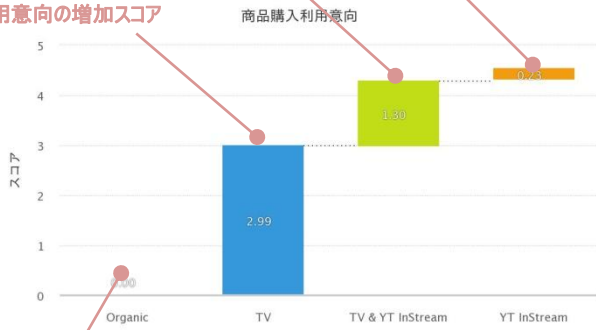
TVCM & YouTube InStream 動画広告への複合接触による 購入利用意向の増加スコア

YouTube InStream動画広告への 接触による 購入利用意向の増加スコア

TVCMのみへの接触による 購入利用意向の増加スコア

TVCMのみへの 接触による 購入利用意向スコア

YouTube InStream動画広告 により増加した購入利用意向スコア



TVCM、YouTube InStream動画広告による「購入利用意向」比較

TVCM、YouTube InStream動画広告による 出稿金額に対する「購入利用意向」推移

グラフ②： 広告効果「商品購入利用意向」シミュレーションイメージ