

2022年3月31日

**AIを活用した広告枠の組み替えにより、  
テレビスポット効果を最大化する新機能を“TV AaaS”に搭載**

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、代表取締役社長：矢嶋弘毅、以下博報堂DYメディアパートナーズ）は、的確な効果測定とAIの活用により、広告出稿期間中に複数社間の最適なスポット枠組み替えを行い、広告効果の最大化を実現する、枠組み替え機能を開発。これを“TV AaaS for SPOT Business”に搭載し、本格提供を開始します。

**AaaS™**      **TV AaaS™**  
Advertising as a Service

“TV AaaS for SPOT Business”に搭載した、枠組み替え機能では、KPIの異なる広告主のスポット枠に対し、AIを活用することにより、それぞれのKPI指標を最大化する、複数社間のスポット枠組み換えが可能になります。対応可能な放送局と連携することで、それぞれの広告主に対し、最も効果の高いテレビスポット広告出稿を提供することが可能です。

近年、広告主のマーケティングKPIは多様化しており、それに伴いテレビスポット広告に求められる役割も変わり始めています。従来のテレビスポット広告取引では、デモグラフィックのターゲット到達効率が主な指標とされていましたが、より事業KPIに直結した指標でクイックにPDCAを行う、アジャイルな出稿デザインが必要とされています。一方で、テレビスポット広告は、出稿期間中の効果検証に基づき、クイックにプランを再設計することが難しい広告サービスでもありました。

このような課題に対して、博報堂DYメディアパートナーズは、広告主の様々なKPIに対応し、柔軟にプランを再設計するソリューションとして、“TV AaaS for SPOT Business”を開発しました。

同ソリューションでは、独自開発のAIが人力では不可能な数万通りのパターンの枠組み換えをシミュレーションし、複数の広告主の広告効果を同時に最大化する組み替えパターンを導き出すことを可能にします（図1）。また、デジタル上の獲得成果最適化ソリューション“TV AaaS for Search and CV”と連携することにより、キャンペーン期間中の広告効果をモニタリングしながら、その結果に基づき同ソリューションでテレビスポット広告の立案最適化を実行することが可能になります（図2）。

これらの機能によりスポットキャンペーン期間中の迅速かつ最適なPDCAを回すことが可能になり、出稿期間中に効果を検証し、広告出稿枠を柔軟に変更することができます。効果指標には、基本的なデモグラフィックターゲットの到達効率に加え、興味関心といったアフィニティで区切った特定ターゲットの到達効率、およびWEB上のCV効率を設定することが可能です。特にデモグラフィックターゲットの到達効率最大化メニューにおいては、自社開発の予測視聴率モデル（※1）を搭載しており、買付号数視聴率をベースにするのではなく、高精度の予測視聴率に基づいたターゲット到達効率を指標に枠組み換えが可能です。

“TV AaaS”は、博報堂DYメディアパートナーズが提唱する、「AaaS」（※2）のソリューションの一つです。「AaaS」とは、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し、広告主の広告効果最大化を通して事業成長に貢献する次世代型モデルです。テレビ広告領域においては、広告主の戦略ターゲットやKPIに合わせたプランニング・バイイング・モニタリングを実現するソリューションです。

博報堂D Yメディアパートナーズはこれからも、広告の効果最大化を可能にするさまざまなサービスを順次導入し、メディア各社と緊密に連携することによって、博報堂D Yグループの各広告事業会社とともにメディアの広告価値の向上と広告主の事業目標の達成に貢献いたします。

- (※1) 博報堂D Yメディアパートナーズオリジナルモデル。膨大な過去の放送枠情報（曜日・時間帯・コンテンツ内容など）と視聴率データを学習し、未来の放送枠の視聴率を高精度に予測することが可能
- (※2) 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D Yメディアパートナーズ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＜商標登録出願中＞

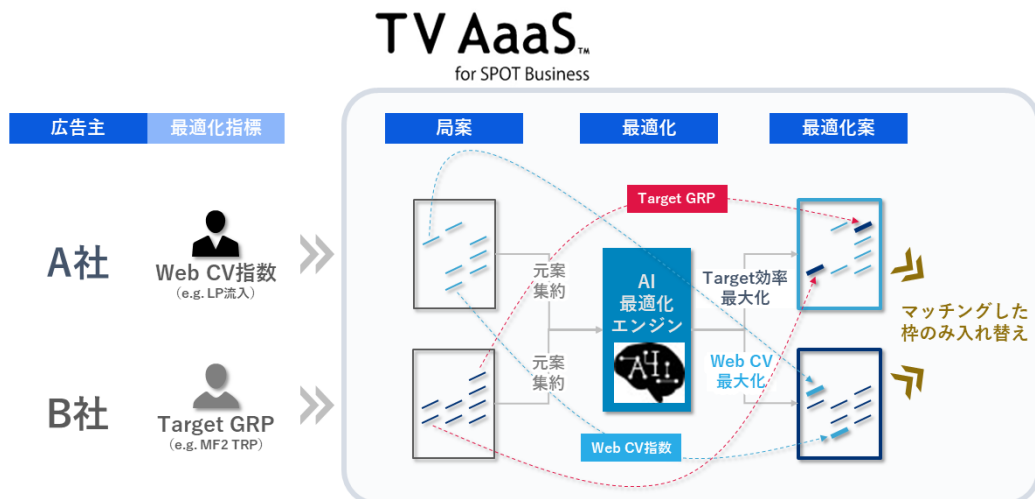
本件に関するお問い合わせ

博報堂D Yメディアパートナーズ 広報室 山崎、彭

Tel : 03-6441-9347 Mail : mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp

(図 1)

最適化方法-複数広告主間のSPOT枠組み換え最適化



(図 2)

CP期中のTVCM効果に基づいたクイックなPDCA

