



Hakuhodo DY
media partners

News Release
博報堂DYメディアパートナーズ 広報室

2025年1月6日

**AaaS、Meta と SNS 上のブランドビルドを目的に提携を開始
新ソリューション「AaaS with Meta」、第一弾としてインフルエンサー施策の分析・最適化が可能に**

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、Meta 日本法人 Facebook Japan 合同会社（以下 Facebook Japan）と、SNS 上でのブランドビルドを目的とし提携を開始いたします。また提携に合わせ新ソリューション「AaaS with Meta」をリリースしました。第一弾の機能ではインフルエンサー施策における広告効果の可視化および PDCA サイクルの実行が可能となります。



近年、SNS 上の投稿がブランドのイメージを形成するケースが増えてきています。SNS の投稿は企業アカウントからの発信だけではなく、ユーザーによって生成された投稿（UGC（※1））も生活者のイメージ形成に大きな影響を与えます。しかし、UGC を含む SNS の投稿が生活者にどのような印象を与えたかを可視化し、PDCA サイクルを実行することは困難であり、企業が SNS 上のブランドのイメージをコントロールするにはハードルがある状況です。

博報堂DYメディアパートナーズは、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す次世代型モデル「AaaS」を通して、広告主の広告効果の可視化・最適化を行い事業成長に貢献してまいりました。また、Meta プラットフォームは SNS の中でもコミュニケーションが蓄積されやすく、ストーリーを持って伝えられることから「ブランド」を重視し、UGC を中心としてクライアントとのブランド価値共創も行ってきました。

このような両社の理念が一致し、今回、AaaS と Meta は SNS 上のブランドビルドを目的として提携を開始しました。AaaS が保有する生活者データやテレビ等のメディアデータと Meta の会話データ等を掛け合わせた分析を通して、本領域における共同研究及びソリューション開発を行っていきます。

AaaS[®]
Advertising as a Service

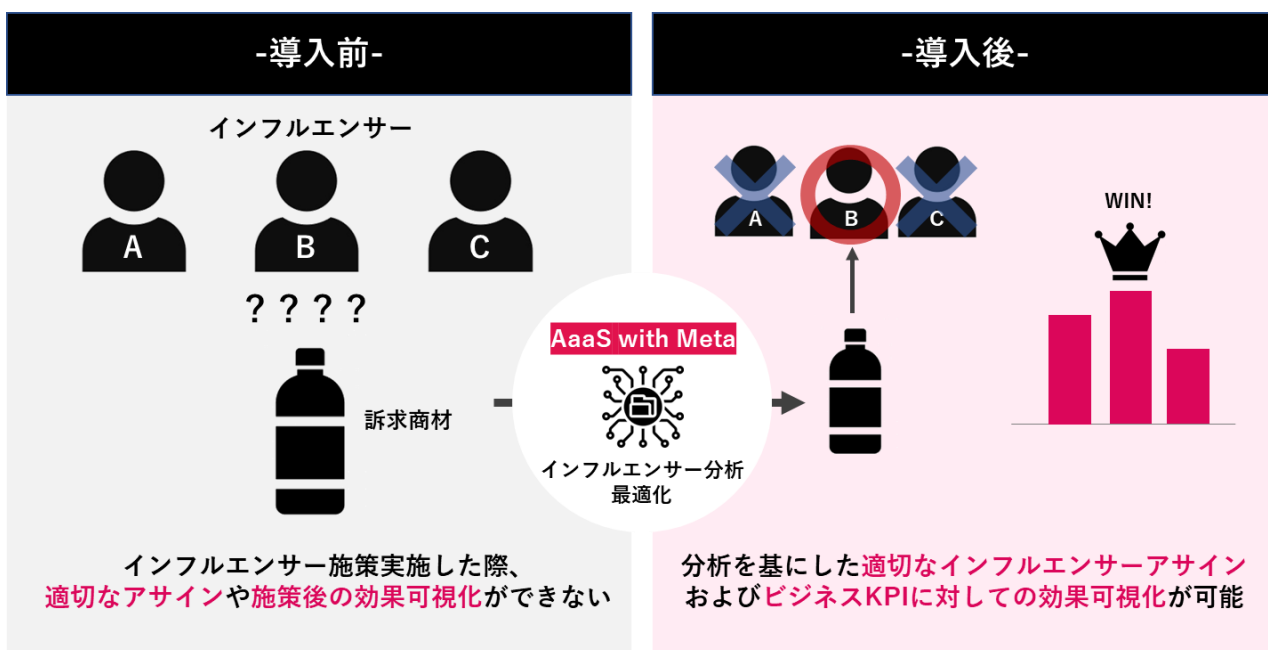
Meta

SNS上のブランドビルドを目的に提携を開始

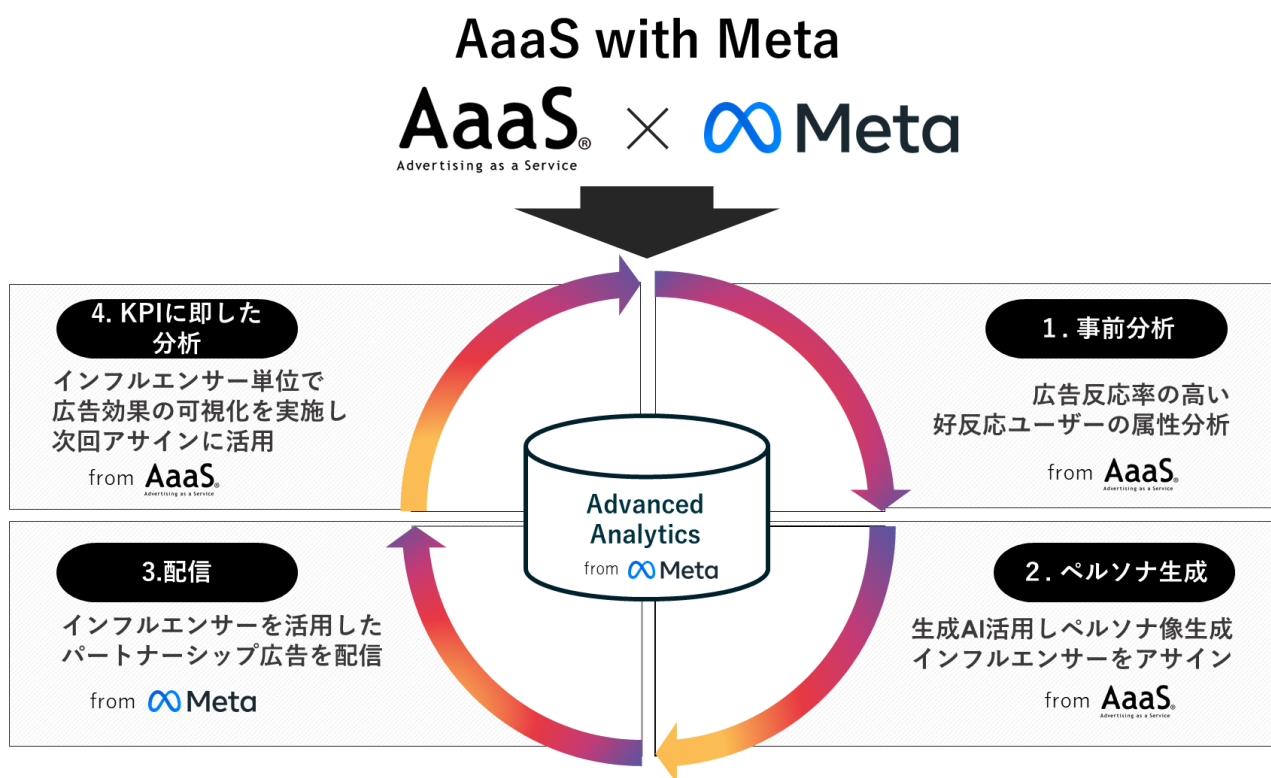
「AaaS with Meta」
第一弾機能としてインフルエンサー施策の分析・最適化

この提携にあわせ、新ソリューション「AaaS with Meta」の提供を開始し、SNS 上でのブランドビルドに資する機能を順次拡張していきます。第一弾では、インフルエンサーによる UGC 投稿を、事前/事後で分析し PDCA サイクルを実行することが可能となります。

インフルエンサー施策を実施する際、多くの広告主は、訴求したい商品に対して適切なインフルエンサーを選定することが難しく、また、施策実施後の効果を十分に可視化できないため、生活者が抱くブランドイメージを正しく把握することが困難であるという課題を抱えていました。



本機能を活用することにより、Meta のデータクリーンルームである Advanced Analytics（※2）に、AaaS が保有する生成 AI の技術や生活者データを掛け合わせて、ユーザーアフィニティデータ（※3）の裏付けをもってインフルエンサーをアサインできるようになります。また施策実施後には、インフルエンサーごとに効果を可視化し、次回のコミュニケーション戦略に活かすことで、より精緻なインフルエンサーのアサインが可能となります。



両社は今後も、テレビなどのマスメディア連携や、会話の量と質に着目した広告効果の可視化など、AaaSとMeta 双方がもつケイパビリティを活かして広告主の SNS 上のブランドビルドに資する機能開発を進め、メディア広告効果の最大化と共に事業目標の達成に貢献いたします。

AaaSについて

広告業界で長く続いてきた「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 <AaaS®は博報堂 D Y メディアパートナーズの登録商標>

（※1）UGC：User Generated Content

（※2）Advanced Analytics：Meta 社が提供している広告効果の計測・分析を行うことのできる安全でプライバシーに配慮した分析環境（データクリーンルーム）

（※3）ユーザーアフィニティデータ：膨大なオンライン行動データから構築した推定データやオフライン購買や来店データを含むパートナーデータ

【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 三矢、戸田

Mail : mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp