

2023年7月6日

**Amazon スポンサー広告の配信をテレビ CM に連動して最適化する機能を
Digital AaaS から提供開始**

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（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、テレビCMの出稿情報に連動してデジタル広告の配信を最適化する自動運用ソリューション「Digital AaaS Moment Ads」の対応媒体に、新たにAmazon スポンサー広告を追加し提供を開始します。テレビCMとAmazon スポンサー広告の連動による相乗効果で、購買に与える効果の向上を実現します。

“Digital AaaS”は、博報堂DYメディアパートナーズが提唱する、広告主の広告効果最適化を通して事業成長に貢献する次世代型モデル「AaaS」（※1）のソリューションのひとつです。デジタル広告を統合的に管理し、効果的・効率的に運用します。

AaaS™ Advertising as a Service **Digital AaaS™**

近年、生活者のECサイト利用率は年々拡大しています。経済産業省「令和3年度 電子商取引に関する市場調査 報告書」によると、令和3年の国内BtoC向けEC市場規模は20.7兆円と前年比7.35%増に拡大しており、広告主にとってもECサイトにおける売上の存在感が高まっています。一方、そのECサイト内での広告運用は単体で最適化される場合が多いため、他媒体との連携出稿で相乗効果を得ることのニーズが高まっています。

また、テレビCMとデジタル広告を連動させることで広告効果の大きな向上を狙うことができますが、テレビCMの出稿に応じてデジタル広告の配信量を手動で調整する運用は、オペレーション上膨大な負荷がかかり現実的ではありません。

そこで、博報堂DYメディアパートナーズと博報堂DYホールディングス マーケティング・テクノロジー・センターが協働で開発・運用を進める、テレビCMに連動して各種運用型デジタル広告の出稿タイミングや出稿量を自動で調整できるソリューション「Digital AaaS Moment Ads」の対応媒体に新たにAmazon スポンサー広告を追加しました。



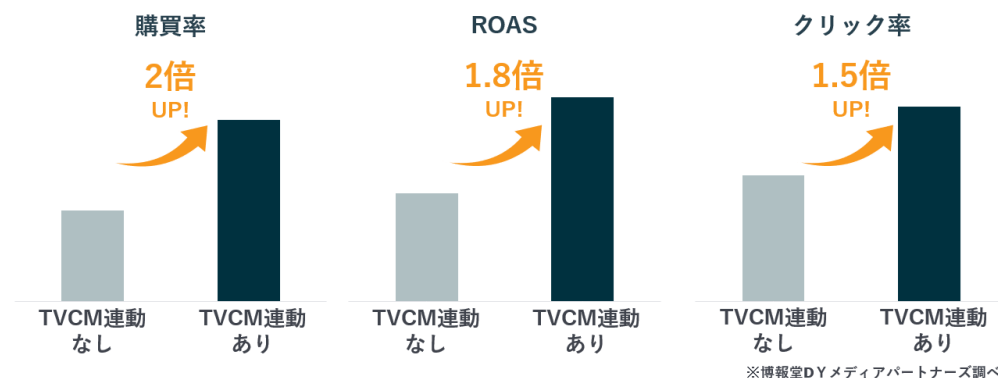
これにより、テレビ CM 出稿のタイミングにあわせた Amazon スポンサー広告の入札レベル調整を、運用上の負担なく行うことができるようになり、購買ファネルを狙った広告出稿の効果を向上させることができるようになりました。

加えて、例えばテレビ CM と同一の素材やテレビ CM に出演するタレントを使用した素材を配信したりすることで、テレビ CM と連動させた広告施策の実施も可能です。



▶▶ テレビとデジタルの連動施策の実行

実際に本機能を活用しテレビ CM と Amazon スポンサー広告を連動させたキャンペーンは、連動させていないキャンペーンに比べて、購買率は 2 倍、ROAS（広告費あたりの売上額）は 1.8 倍、クリック率は 1.5 倍となり、本機能の活用による購買効果の向上が確認されました。新商品発売シーンにおいても、テレビ CM と連動させたキャンペーンの方が ROAS が高く、新商品発売早期から販売機会を拡大させる効果も確認されています。



今後 Amazon DSP など、他メニューにも順次対応し、購買ファネルを狙った広告出稿の効果最大化をテレビとデジタルを横断して実現してまいります。

博報堂DYメディアパートナーズは、これからもテレデジ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、博報堂DYグループの各広告事業会社とともに広告主の事業目標の達成に貢献いたします。

(※1) 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DY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DYメディアパートナーズの登録商標>

本件に関するお問い合わせ

博報堂DYメディアパートナーズ 広報室 戸田、山崎 Tel : 03-6441-9347

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