

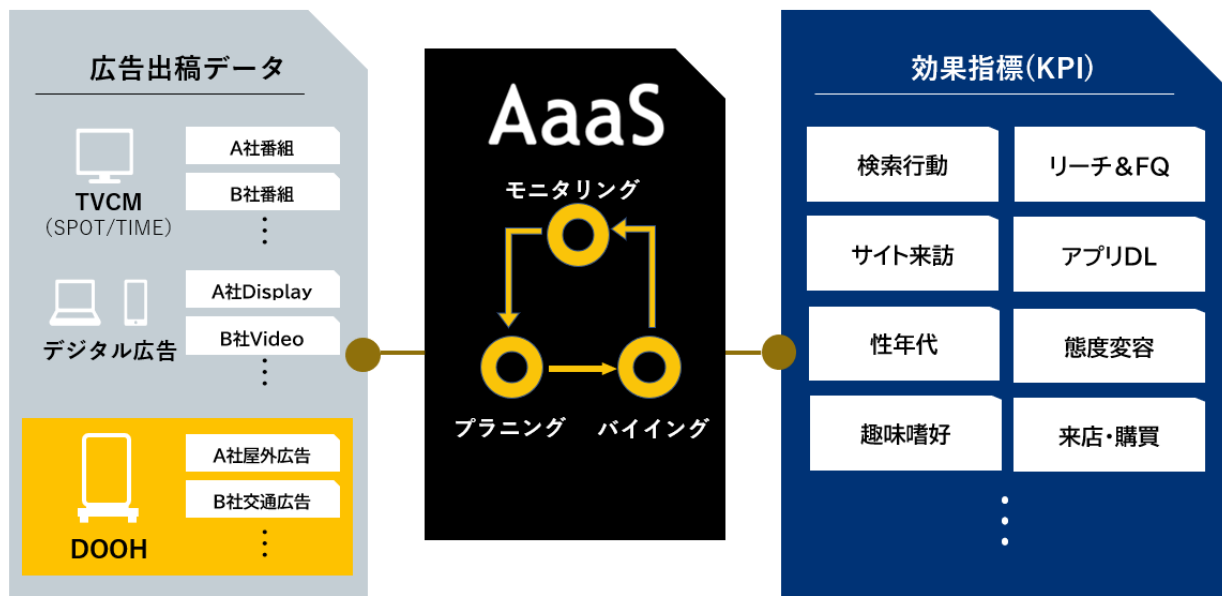
2024年3月29日

AaaS、屋外デジタル広告（DOOH）の分析に対応 各種 KPI でテレビ・デジタル・DOOH を横断評価

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、交通機関・屋外・商業施設などに設置されたデジタルサイネージを活用した広告媒体であるデジタル屋外広告（Digital Out of Home、以下、DOOH）の広告効果を可視化し、最適化する機能を“Tele-Digi AaaS”に搭載し、提供を開始します。これにより、テレビCM・デジタル広告・DOOHを横断した統合メディアプランニングを実現します。

生活導線上にあるDOOHは、デジタルサイネージの普及に伴い生活者との接点を増やしております。それに伴って市場規模も成長しており、今後のマーケティング活動においてDOOHを活用する機会も増加することが予想されます。一方で、DOOHの効果検証は視認有無をヒアリングする意識調査が中心となっており、実際の計測ログにもとづいてテレデジ横断での広告効果を検証することが難しいという課題がありました。

本機能では、位置情報データ等を活用することでDOOHの効果の可視化、加えて博報堂DYグループの保有する大規模テレビ実視聴データやデジタル広告配信データを連携させることで、テレビ・デジタル・DOOHを横断した広告評価が可能になります。DOOHの媒体ごとに広告評価を行うことができるほか、従来計測が難しかった検索・サイト来訪やアプリダウンロードといった指標をテレデジと同一のKPIとして可視化することで、媒体の重複接触によるKPIリフト効果を明らかにし、統合的な広告予算配分の最適化が可能になります。

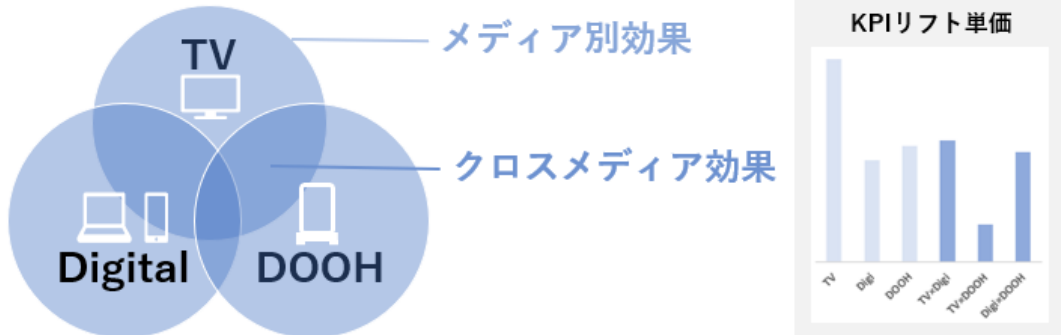


対象となるDOOH媒体は現在LIVE BOARDなどで、今後さらに拡大していく予定です。

【アウトプットイメージ】

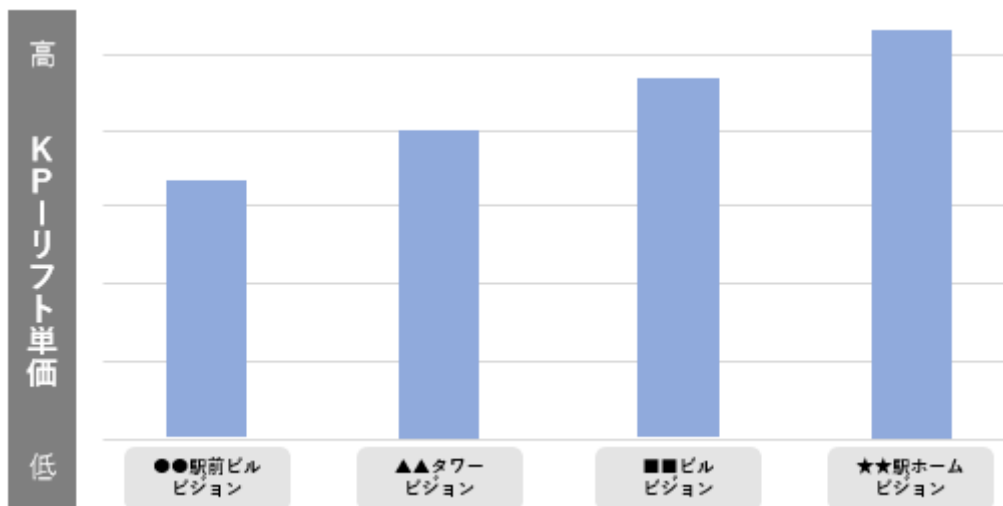
テレビ・デジタル・DOOH 横断分析

ログベースで分析を行うことにより、テレビ・デジタル・DOOH ごとの広告効果を横断で評価することが可能です。また、テレビ×DOOH、デジタル×DOOH などの各メディアの重複接触効果を可視化することができ、最適なメディアの組み合わせを検証することができます。



DOOH-ビークル別分析

屋外広告ビジョンや交通広告ビジョンといった、DOOH 面ごとの広告効果を横断で評価することも可能です。そのため、次回キャンペーン時に、より効率が良い DOOH 面をプランニングしての出稿が可能となります。



博報堂 D Y メディアパートナーズは、これからも DOOH 市場の発展に寄与するとともに、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 D Y 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。

※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 <AaaS は博報堂 D Y 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 D Y メディアパートナーズ 広報室 山崎、戸田 Tel : 03-6441-9347

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