

2023年3月29日

**テレビCMの放映枠や素材を組み替え、事業／メディアKPIを最適化
「TV AaaS Formation Optimizer」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、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、広告主のKPIに基づき、テレビCMの放映枠や素材を組み替えることによって最適化を行う機能の、アルゴリズムやKPI項目を拡充し「TV AaaS Formation Optimizer」として提供を開始します。

“TV 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。テレビCM運用の高度化・高速化を実現し、効果的・効率的な広告運用を可能にします。

TV AaaS Formation Optimizer

近年、さまざまなデータがマーケティングに活用できるようになり、データと連動した柔軟な「運用型広告」へのニーズが高まっています。一方テレビ広告は、プランニング段階で見えてきたことを広告枠の運用に活かすことが難しく、デジタル広告と比べて柔軟なマーケティング活動がしにくい点が課題でした。

TV AaaSでは、広告主のKPIに基づき最適な放映枠への組み替えを行う機能を提供してまいりました。今回、最適化対象KPIを拡充し「TV AaaS Formation Optimizer」として提供を開始します。本機能では、広告主のKPIに基づき的確な効果測定とAIを活用することで広告効果を最大化する放映枠へ柔軟に組み換え、運用を行うことが可能です。また、迅速かつ最適にPDCAを回すことで広告出稿期間中に最適化が実行できます。

最適化が可能なKPI項目は「ターゲットリーチ」「Web CV」「購買」「TARP（ターゲット GRP）」「検索」の5つです。特に、「ターゲットリーチ」をプランニング時に予測することは、放映枠をまたぐ個人の視聴行動を推定する必要があるため、以前は困難とされていました。しかし、AIを活用した学習と精度検証を重ねることで、各放映枠の組み合わせによる統合リーチを高精度で予測・反映することが可能になりました。

博報堂DY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DY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) 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DX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 山崎、戸田 Tel : 03-6441-9347

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

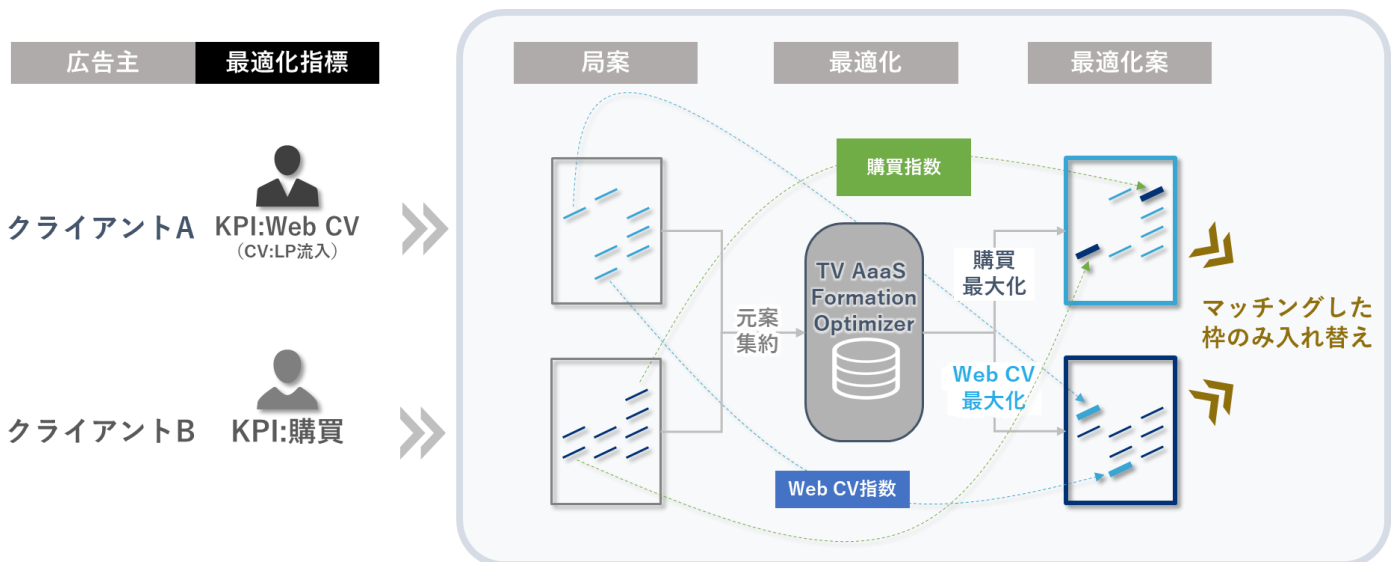
【活用例】①：テレビCMの放映枠組み換え

広告主 A：KPI=「Web CV」の最大化

広告主 B：KPI=「購買」の最大化

「TV AaaS Formation Optimizer」を活用することで、AI が両社の KPI を最適化するために入れ替えるべき放映枠を判断し、実際に放映枠の組み替えを実施。

その結果、広告主 A は「Web CV」、広告主 B は「購買」が最大化する放映枠への出稿が可能です。



【活用例】②：テレビCMの素材組み換え

素材 A：KPI=「ターゲットリーチ」の最大化

素材 B：KPI=「指名検索」の最大化

レギュラータイムやテレビスポットなどの全放映枠の中から、各素材の KPI を最大化させる放映枠を導き出し割付けを実施。

その結果、素材 A は「ターゲットリーチ」、素材 B は「指名検索」が最大化する放映枠への出稿が可能です。

買付全枠の中から各枠のKPIを予測

各素材のKPIを最大化させる組み合わせを導出

