

2022年1月31日

**地上波 CM とコネクテッドテレビの OTT 広告配信を統合活用する
新しいテレビデバイス配信ソリューションを Tele-Digi AaaS から提供開始**

株式会社博報堂 D Y 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 D Y メディアパートナーズ）は、生活者のインターネット結線したテレビ（以下 コネクテッドテレビ）による VOD サービス視聴の急速な拡がりに対応するべく、地上波視聴傾向分析および TVCM 接触予測でセグメントを生成してコネクテッドテレビの VOD 上で広告配信する手法を開発し、OTT（Over The Top）広告に対応する“Tele-Digi AaaS”（※1）の配信ソリューションとして提供を開始します。

“Tele-Digi AaaS”は、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し、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」のソリューションのひとつです。テレビとデジタル（テレデジ）を統合的に管理し、効果的・効率的な広告運用を行います。今回の提供により、コネクテッドテレビ上でのターゲティング配信が可能となります。

AaaSTM Tele-Digi AaaS

Advertising as a Service

近年、生活者のテレビ視聴形態は多様化しており、コネクテッドテレビで、地上波だけでなく VOD サービスを視聴されることが増えてきています。それに伴い、各 AVOD（Advertising Video On Demand）サービスでのデバイス別広告需要においても、コネクテッドテレビの広告需要量が PC の広告需要量を上回るケースも見受けられてきています。

すでにコネクテッドテレビでの VOD サービス視聴が一般化している米国では、コネクテッドテレビを活用した広告配信が注目を集めています。

このような変化を受け、博報堂 D Y メディアパートナーズは、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社（以下、DAC）と共同で、約 933 万台（2021 年 12 月 31 日時点）のテレビ視聴データ（ユーザー許諾を得たデータを使用）に紐づくネットワーク識別情報を活用して「Brand View Instream AdTM」（※2）、Google が提供する DSP「ディスプレイ & ビデオ 360」（※3）でプライバシーを考慮しながら、TVer/ABEMA/GYAO 等に広告配信することができるソリューションを開発し、提供を開始します。（図 1）

いつどんなテレビ番組を見ているか、といった視聴傾向によるターゲティング配信はもちろんのこと、過去の視聴傾向とテレビスポット出稿計画から TVCM 接触有無を予測し、TVCM 接触が見込まれない生活者に対してコネクテッドテレビ上でターゲティング配信することができ、地上波とコネクテッドテレビ上の VOD サービス視聴を横断した対応が可能となります。（図 2）また、プライバシー保護の観点で cookie や広告 ID の使用に制限が設けられてきている中、個人に紐づかないネットワーク識別情報を活用することで、プライバシーにも考慮しながらシームレスに生活者のテレビ視聴状況を加味したターゲティングを行います。

OTT 配信のコネクテッドテレビに関する“Tele-Digi AaaS”の今後の展開として、地上波とコネクテッドテレビの統合プランニングツール開発や、地上波とコネクテッドテレビの統合運用にも拡大していく予定です。

博報堂 D Y 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 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。

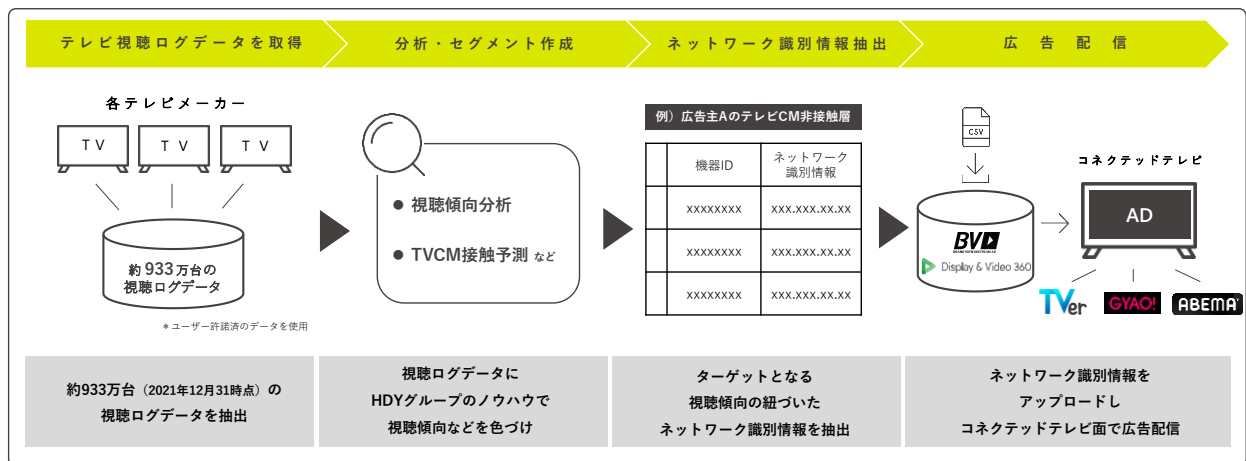
- (※1) 広告業界で長く続いてきた「広告枠の取引」によるビジネス（いわゆる「予約型」）から「広告効果の最大化」によるビジネス（いわゆる「運用型」）への転換を見据えた、博報堂D Yメディアパートナーズが提唱する広告メディアビジネスのデジタルトランスフォーメーションを果たす次世代型モデル〈商標登録出願中〉
- (※2) 「Brand View Instream Ad™」は、配信対象をプレミアムな動画コンテンツのみに限定した運用型インストリーム動画広告サービス。2019年2月1日リリース『博報堂D Yメディアパートナーズ、博報堂D Yデジタル、DAC、プラットフォーム・ワン 配信対象をプレミアムな動画コンテンツのみに限定した運用型インストリーム動画広告サービス「Brand View Instream Ad™」を提供開始』
https://www.hakuhodody-media.co.jp/newsrelease/service/20190201_24586.html
- (※3) 「ディスプレイ&ビデオ 360」は、Googleが提供する「Google マーケティング プラットフォーム」のプロダクトの1つ。キャンペーンのプランニングからクリエイティブのデザインと管理、オーディエンスデータの整理と活用、広告枠の検索と購入、キャンペーンの測定と最適化までを、この1つのツールで行うことができる。

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、関原 Tel : 03-6441-9347

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

(図 1) ソリューションの全体像



(図 2) 可能なセグメント一覧

プレフィックス		カスタム
<p>テレビ視聴時間量</p> <ul style="list-style-type: none"> ローテレ ハイテレ 	<p>テレビ番組カテゴリ</p> <ul style="list-style-type: none"> ニュース/報道 スポーツ 情報/ワイドショー ドラマ 音楽 バラエティー アニメ・特撮 など 	<p>アクチュアルデータを用いたセグメント</p> <ul style="list-style-type: none"> CM: CM接触/非接触, CM素材別接触, CM接触回数 テレビ番組: テレビ番組視聴
<p>テレビ視聴曜日/スポットの線引き</p> <ul style="list-style-type: none"> 平日 土日 全日 プライム ヨの字 コの字 逆L 一の字 		<p>テレビ出稿計画に基づく接触予測セグメント</p> <ul style="list-style-type: none"> CM: CM接触/非接触, CM素材別接触, CM接触回数 テレビ番組: テレビ番組視聴