



2022年6月22日

テレビとデジタルの効果予測・最適予算配分ソリューションに  
コネクテッドテレビの OTT 広告を追加 ～Tele-Digi AaaS 機能強化～

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、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、広告主の求める KPI に基づいて、地上波 CM と PC やスマートデバイスのデジタル主要メニューの予算を最適配分し、効果を予測するシミュレーションツールに、コネクテッドテレビの OTT (Over The Top) 広告配信を追加搭載し、“Tele-Digi AaaS”のプランニング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。今回の追加開発により、コネクテッドテレビの広告効果を含めた統合プランニングが可能となります。

# AaaS<sup>TM</sup> Tele-Digi AaaS

Advertising as a Service

近年のコネクテッドテレビの普及により、地上波 CM と PC やスマートデバイスの他デジタル主要メニューに加えて、コネクテッドテレビの OTT 広告配信を検討する広告主が増えています。しかし、コネクテッドテレビを含めた媒体やメニューの予算配分、効果予測を行うことが難しく、課題となっていました。

このような課題を受け、博報堂DYメディアパートナーズは、テレデジの横断的な広告効果を予測するシミュレーションツールに、コネクテッドテレビの OTT 広告配信を搭載します。今回、第一弾として TVer を追加し、第二弾として YouTube を予定しています。

これにより、地上波 CM と PC やスマートデバイスのデジタル主要メニュー、コネクテッドテレビ上で配信される TVer/YouTube に対し、それぞれいくらずつ予算配分することが最適か、その予算配分によって得られる広告効果はどのくらいとなるのかといった予測を算出することが可能となり、広告主の KPI 目標達成に貢献します。

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、より詳しく広告の効果が変わる測定手法の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。

※： 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、関原 Tel：03-6441-9347

Mail：[mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp](mailto:mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp)

### ◆コネクテッドテレビの広告効果を含めた最適予算配分・効果予測イメージ

