

2025年3月19日

**AaaS、データクリーンルーム×AIでマーケティング効果を最大化
～ターゲット戦略、メディアプランニング、広告配信、配信分析に活用～**

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、プラットフォームの保有するデータクリーンルーム（以下DCR）とAIを組み合わせ、広告効果の高いユーザーの属性を分析する新機能を開発いたしました。さらに、DCR×AIにより、プラットフォームのデータごとに異なるターゲットセグメントを共通化し、より精緻な配信分析も可能にします。



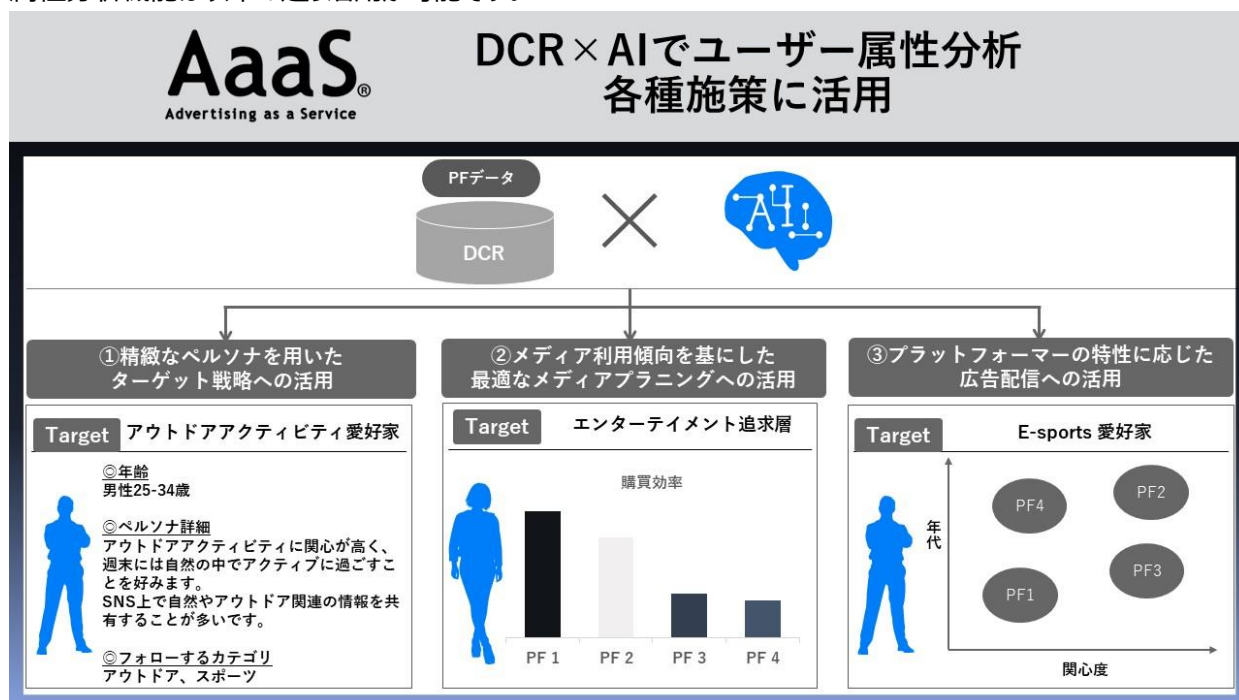
DCRは、広告接触者のプライバシーが担保された安全な環境で、プラットフォームの持つ広告配信データと、広告主や広告会社の保有するデータを掛け合わせた分析を行うことで、広告接触者の分析や、広告効果の測定など様々な領域で活用されてきました。今回、DCRにAIを組み合わせた新機能をAaaS（※1）に追加し提供を開始します。新機能は、「属性分析機能」と「セグメント共通化機能」です。「属性分析機能」では、各デジタル広告の配信データから従来よりも高度な広告接触者の属性分析を行い、多様化したマーケティング上のターゲットを高解像度に捉えることが可能になります。また、「セグメント共通化機能」では、セグメントを共通化することでメディアごとの分析対象のバラつきを補正し、各メディアを精緻に横比較することが可能になります。

属性分析機能

プラットフォームの保有するDCRとAIを組み合わせ、デジタル広告の配信データを活用して分析することにより、

従来よりも高度な広告接触者の属性分析が実現し、多様化したターゲットを高解像度に可視化することが可能になりました。

属性分析機能は以下の通り活用が可能です。



① 精緻なペルソナを用いたターゲット戦略への活用

ターゲットの可視化にあたって、性年代やメディア利用傾向、特定商材の利用シーンなどを含む精緻なペルソナを作成することができます。作成したペルソナを用いることで、マーケティング全体のターゲット戦略に活用することができます。さらに、それぞれのターゲットに応じたクリエイティブ内容の最適化や、ターゲットの関心対象に基づくインフルエンサーやタレントのキャスティングも可能になります。

② メディア利用傾向を基にした最適なメディアプランニングへの活用

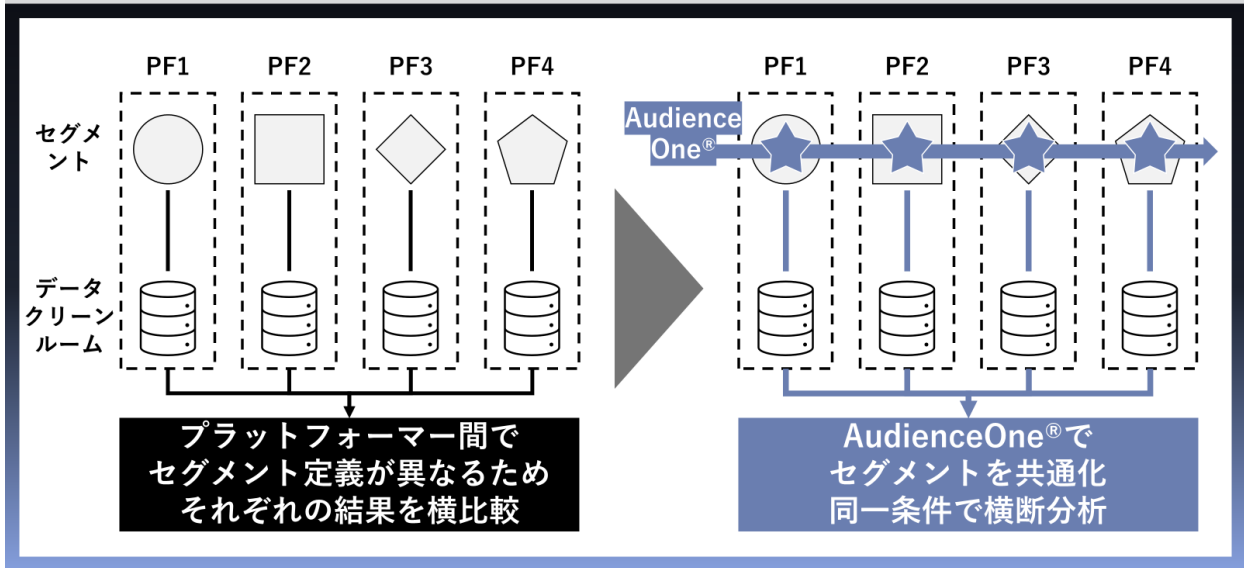
ユーザーのメディア利用傾向データを基に、策定したターゲットと最も相性の良いプラットフォームがどれかを分析することも可能です。分析結果に基づき、広告主ごとの業種や商材に応じた各種の KPI 達成に向けて、最適なメディアプランニングを実現します。

③ プラットフォーマーの特性に応じた広告配信への活用

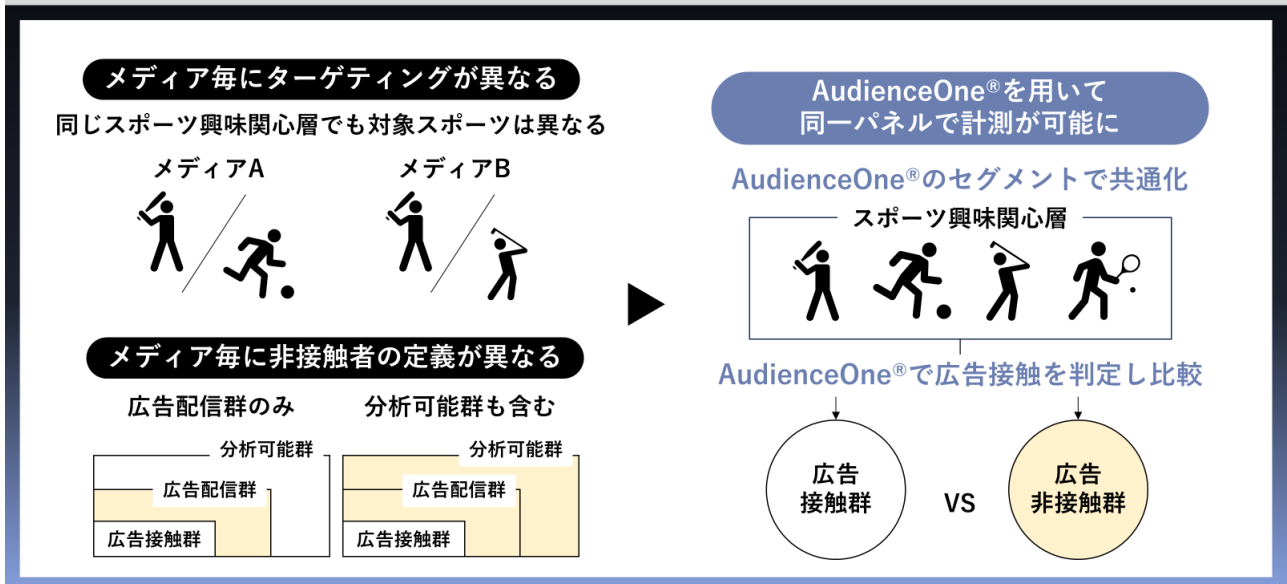
プラットフォームの特性に応じてカスタマイズされた広告配信も実現します。広告の配信結果の分析から、最も高い広告効果を得るためのターゲティングに関する示唆を得ます。これにより、例えば同一の興味関心を持つターゲットセグメントを、性年代などにさらに分解して最も効果の高いプラットフォームをそれぞれ明らかにすることができ、広告配信の設定に反映することができます。

セグメント共通化機能

国内最大級のデータ・マネジメント・プラットフォーム（DMP）である株式会社 Hakuodo DY ONE の「AudienceOne[®]」（※2）を用いることで、各メディアのターゲットセグメントを共通化します。



これにより、各メディアで実際に広告接触したユーザーが非接触ユーザーと比べてどれほどCVがリフトしたかを共通する対象の中で計測することが可能です。その際、DCRごとに異なるセグメントを対象とすることなく一元化した分析が行え、メディア間のバラつきを抑えた精緻な可視化、そして予算アロケーションなどその後の出稿・配信最適化を行うことが可能になります。



博報堂D Yメディアパートナーズは、これからも AI による広告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してまいります。

(※1) 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>

(※2) AudienceOne®は、国内最大級のオンライン/オフライン行動データを保有する DMP

3.8 億 ID を超える膨大なオンラインデータを保有し、そのデータを解析して高精度な 3rd パーティデータを生成/
提供する国内最大級のデータ・マネジメント・プラットフォーム (DMP) です。

オンラインデータに限らず、購買履歴や位置情報などのオフラインデータとも連携し、CRM、広告配信結果、パネル
リサーチ結果など、さまざまなデータの統合や分析、可視化が可能です。

また特許技術による、デバイスやチャネル間のクロスデバイス推定機能も特長です。

<https://solutions.hakuhodody-one.co.jp/audienceone>

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 三矢、戸田

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

※博報堂D Yメディアパートナーズは 2025 年 4 月 1 日に博報堂と統合いたします。4 月以降のお問合せにつき
ましては、博報堂広報室 (koho.mail@hakuhodo.co.jp) までお願いいたします。