

Hakuhodo DY
media partners

News Release
博報堂DYメディアパートナーズ 広報室

2024年12月3日

**AaaS、日本テレビ「アドリーチマックス プラットフォーム」とテレビ CM 運用の高度化に向けて
2025年4月より API 連携開始予定**

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、日本テレビ放送網株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：石澤顕、以下日本テレビ）が開発中の「アドリーチマックス プラットフォーム（AdRM プラットフォーム）（※1）」とAaaS（※2）を「AdRM-API」を通じてオンラインで接続し、放映直前の広告クリエイティブ差し替えをはじめとする高度なテレビスポット運用のトライアルを25年4月から開始する予定です。この連携により、素材やブランドごとの放映枠をリアルタイムに運用できるだけでなく、今後の機能拡充によりデータやAIを活用したダイナミックな広告枠の運用も可能になる予定です。

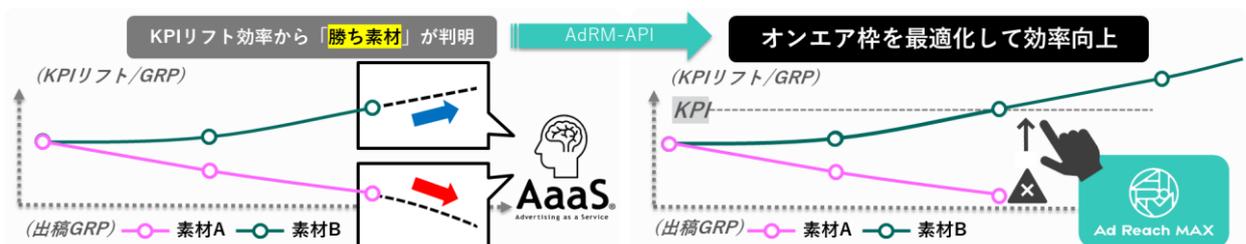
AaaS[®]
Advertising as a Service


Ad Reach MAX

近年、マーケティングにおけるさまざまなデータ活用が進み、データに基づく柔軟な「運用型広告」へのニーズが高まっています。一方で、テレビ広告は、より自由で柔軟な運用ニーズが高まる中、オフラインでの手作業に依存したオペレーション設計によって様々な制約が存在していました。この課題に対して、AaaS はメディアデータや生活者データなどの多様なデータを統合し、テレビ CM の広告効果を最大化するサービスを提供してきました。例えば、広告効果の高い放映枠を特定し、テレビ CM の放映枠や素材を組み替えることで最適化を実施してきました。今回の AdRM-API とのオンライン接続を通じて AdRM プラットフォームと AaaS が連携することで、KPI リフト効率や KPI 進捗を踏まえたリアルタイムでの最適化運用が可能になります。

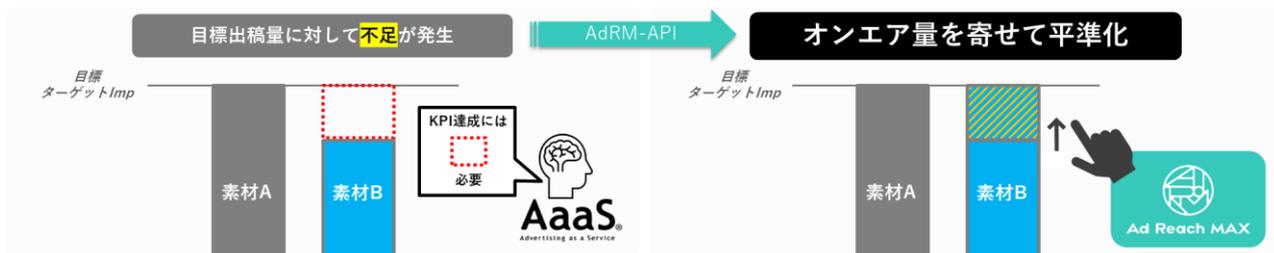
連携による活用例①

AaaS で、キャンペーン期間中に各素材の効率をリアルタイムで可視化し効率の良い素材へ即時に差し替えることが可能です。



連携による活用例②

AaaS で、キャンペーン期間中に各素材の目標 KPI に対する進捗を可視化しオンエア量を寄せることで各素材の目標出稿量に向けて平準化が可能となります。



博報堂 D Y メディアパートナーズはこれからも、広告の効果最大化を可能にするメディア各社の取り組みと緊密に連携することによって、博報堂 D Y 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) 「AdRM プラットフォーム」は、日本テレビが開発中の、地上波広告においてインターネット広告と同様のリアルタイムなプログラマティック取引の実現を目指す「アドプラットフォーム」

(※2) 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「AaaS®」は博報堂 D Y メディアパートナーズの登録商標です。>

【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