

<ご参考>

2003年4月15日
株式会社 博報堂

マス媒体とのメディアミックスプランの作成が可能な アウトドアメディアの広告立案システムを開発

博報堂はこのほど、駅貼ポスター、看板、シティボードなどの「アウトドアメディア」とマスメディア（新聞・雑誌・テレビ・ラジオなど）の組み合わせを最適化し、マスメディアおよびアウトドアメディアの広告出稿プランの立案（メディアプランニング）をサポートするシステムを開発、4月より全社にて稼働を開始いたしましたのでお知らせいたします。

新しく開発した「Outdoor Media HAAP®（略称 ODM-HAAP®）」は、アウトドアメディアとマスメディアの接触状況を同一個人について分析することにより両者を効果的にミックスし、リーチ（接触率）の拡大やフリークエンシー（接触回数）の増加など、それぞれの戦略に応じた出稿計画を立案することが可能なシステムです。

これまでHAAPでは、マスメディアに加えて中吊広告などの「車両メディア」には対応していましたが、駅貼ポスターなどの「駅メディア」、屋外看板・シティボード等の「街メディア」を対象媒体としておりませんでした。一方、効果的なメディアプランニングに関する企業の関心は年々高まり、交通広告や屋外看板への出稿においても事前の精緻なプランニングを求められるケースが増えつつあります。特に、新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどマスメディアとアウトドアメディアを同時に組み入れ、効果的なメディアミックスを実現するプランニングの必要性が高まっており、このような要請に対応するシステムとして開発したのが、この「ODM-HAAP®」です。

本システムでは、交通広告の路線や駅と出稿するスペースサイズ、主要繁華街の地域単位でプランニングができるほか、マスメディアについては、新聞・雑誌・テレビ・ラジオの4媒体の具体的な新聞名や雑誌名、番組や時間帯といった細かなレベルでの出稿計画の立案が可能です。

博報堂では、本システムを4月より全社にオープンし、メディアプランニングにおけるより高度なサービスを提供してまいります。

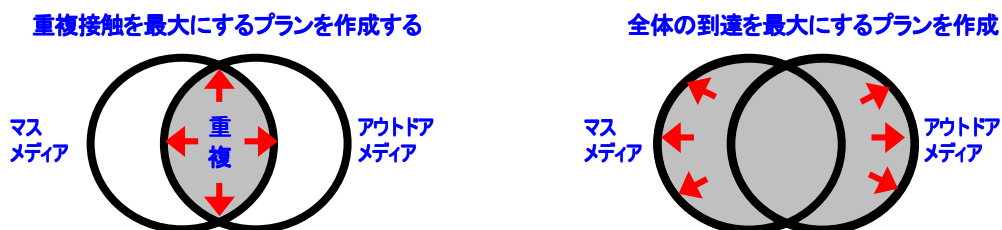
この件に関するお問い合わせは

博報堂 広報室	宮川	03-5446-6161
研究開発局	富田	03-5446-6154

(参考資料)

「Outdoor Media HAAP®(ODM HAAP®)」とは

テレビ・新聞・雑誌・ラジオといったマスメディアの出稿と同時に、駅メディアと街メディアとの接触状況を分析し、ターゲットに効果的に到達(リーチ)できるメディアプランの立案をサポートするコンピュータシステムです。マスメディアとアウトドアメディアの両者に重複接触するターゲットを最大にするプランの作成や、マスとアウトドアメディア全体のターゲット到達(リーチ)を最大にするプラン作成等が可能です。例えば有職主婦がターゲットの場合、マス媒体で広告接触を獲得するだけでなく、交通広告や屋外広告などのアウトドアメディアを活用し、通勤・帰宅途中でも効果的に広告に接触させる、といったメディアミックスプランを作成することもできます。



「HAAP®」とは

業界に先駆け 1977 年に開発し、その後もバージョンアップを重ねてきた博報堂のメディアプランニング・サポート・システムです。与えられた条件に基づいて最適な出稿プランを作成するオペティマイザー機能、プランナーが作成した出稿プランに基づいて効果を事前推定するシミュレーション機能を有します。「HAAP®」はこれまで、新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・電車の車内広告(中吊広告など)といったメディアに対応してきましたが、今年3月にインターネットとマスメディアのプランニングに対応した「i*M HAAP」がラインアップに追加、そして今回「駅メディア」「街メディア」のプランニング機能が加わり、「HAAP®」の対応領域が一層拡大しました。

