

2018年8月7日

Atmaによるテレビ接触情報をベースにターゲティング配信する
スマートテレビ向け動画広告配信サービス「Atma Home AD(アトマホームアド)」を開発

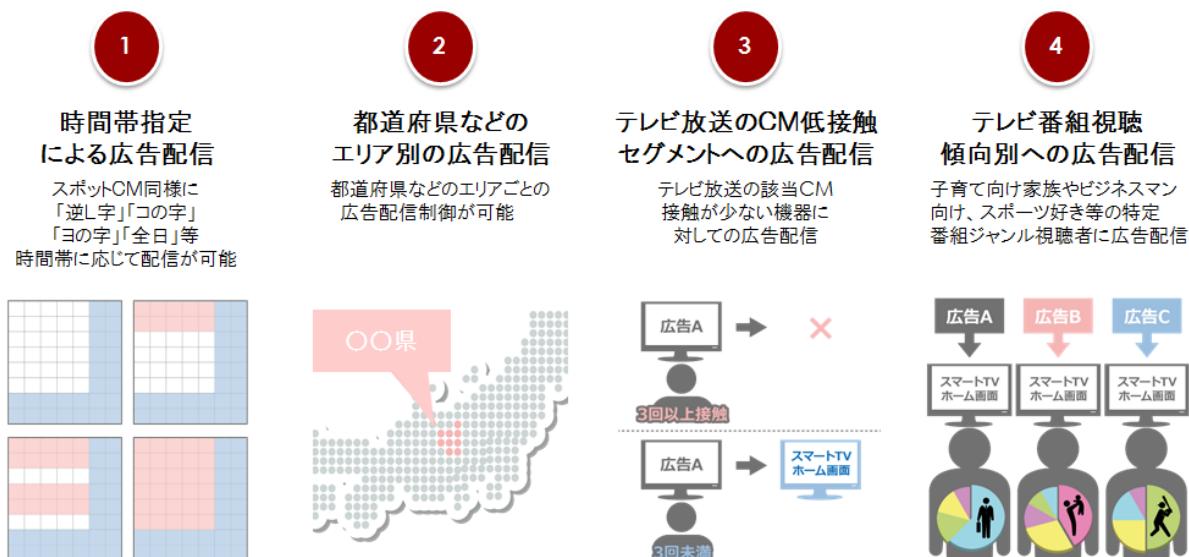


株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：矢嶋弘毅、以下博報堂DYメディアパートナーズ）は、日本で初めてスマートテレビホーム画面向けに、テレビCMや番組の接触情報をベースとした動画広告のターゲティング配信をする「Atma Home AD」を開発しました。

本サービスは、2014年に開発したスマートテレビホーム画面向け動画広告配信サービスと、テレビCM効果を最大化するソリューション「Atma™（アトマ）※1」を連携することで、動画広告の配信制御機能をアップグレードし、適切なターゲティング配信（※2）を実現するものです。

これにより、スマートテレビの実視聴ログに基づくテレビの接触状況に応じた動画広告素材の出し分け、スポーツ番組、ビジネス番組等の特定ジャンルの番組をよく視聴しているセグメントへのターゲティング配信をスマートテレビホーム画面上で可能になりました。

◆「Atma Home AD」ターゲティング配信＜例＞



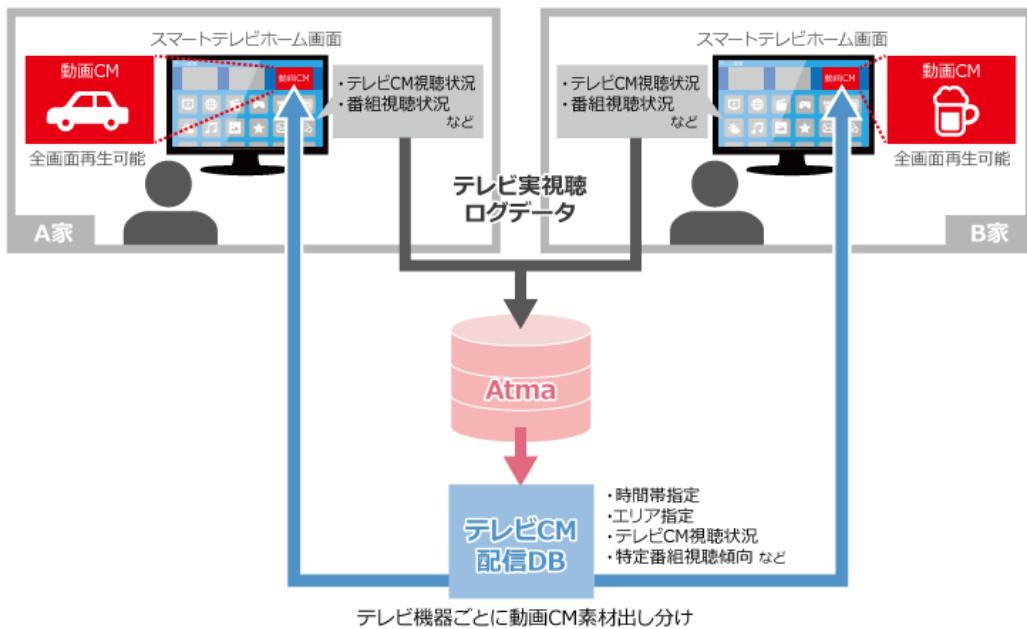
※1:「Atma™」

博報堂DYグループが独自に開発している生活者データ・マネジメントプラットフォームに、テレビ実視聴データの利用が許諾されているテレビ機器から収集した実視聴ログデータを加え、テレビCM効果を最大化するソリューション。テレビ視聴セグメントによるデジタル広告配信や、テレビ広告のコンバージョン効果（サイト来訪、購買等）の把握などが可能になる。

※2:ターゲティング配信

利用が許諾されているテレビ機器を対象とした配信

◆「Atma Home AD」システム図



今後、テレビ局と協働して、スマートテレビホーム画面上への「番宣」広告配信、及び、「Atma Home AD」のテレビ実視聴ログ分析機能を活用した「番宣」効果検証(※3)にも取り組んでいく予定です。

※3：スマートテレビホーム画面上の「番宣」効果検証

「番宣」広告接触／非接触ごとのテレビ放送における当該番組接触状況分析

◆「Atma Home AD」への番宣広告配信とその効果検証(番宣広告接触／非接触による番組接触分析)

