



2020年1月16日

テレビとデジタルの効果を最大化させる為の機能を結集したチーム  
TVdigi experts を発足  
第一弾としてテレビスポットの効果を最大化させるための  
ソリューション”Atma Moment ADS”を提供開始

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）は、テレビとデジタルの効果を最大化させる為の機能を結集したチーム TVdigi experts(テレデジエキスパート)を発足、第一弾としてテレビスポットの効果を最大化させるためのソリューション”Atma Moment ADS”（※1）を提供開始しました。

<「TVdigi experts」ロゴマーク>



メディア環境はあらゆるメディアがデジタル化・データ化する事でその垣根はますますなくなっています。未だほぼ全年代への圧倒的リーチ力を誇るテレビ、若年層へのリーチ力・潜在層から顕在層までターゲット別に様々なアプローチ手法を持つデジタル、この2つを組み合わせて広告効果を最大化することが広告主企業から求められはじめています。

しかし、テレビ広告市場とデジタル広告市場には買い付け方法や単位、効果計測の考え方等商習慣が全く異なる為、これまで本格的な統合は大きな課題となっていました。そこで博報堂DYメディアパートナーズは2018年度からテレビ広告とデジタル広告のバイイング機能を統合しその垣根をなくしてきました。その動きをさらに加速させるために、この度、社内のあらゆる専門家を結集し、プランニング・バイイング・ソリューション開発まで、複合的な視点で研究・調査・開発を行いテレビ広告とデジタル広告のエキスパートであり続けることを目的に、TVdigi expertsを発足しました。

TVdigi expertsの活動は大きく2つになります。1つ目は、プランニングウェイの構築です。テレビ広告とデジタル広告の統合的なプランニングも、広告主企業の目的・KPIによって活用方法は全く異なります。マーケティングファネルのうち、リーチや認知を獲得するアップファネル、獲得を促すローワーファネル、その間をつなぐミドルファネルと、プランニングを業種・KPI毎に設計する必要があります。広告主企業の課題に沿いプランニングし、また効果測定についても様々な手法を構築していく予定です。2つ目はソリューション開発です。当社がこれまで蓄積を続けてきた生活者DMPに蓄積されているテレビ接触のデータやその他システムを元に、テレビ広告を起点とした行動動線、デジタル広告を起点とした仕組み化を主に独自サービスの開発を行います。

<図：TVdigi experts の機能>



当活動は、従来型の各領域スタッフが独立した業務になるのではなく、テレビ広告とデジタル広告の単体プロデュース機能に加えてテレビ広告とデジタル広告双方の知見を有した「ストラテジックプランナー」「メディアプランナー」「開発担当」がワンチームで統合プロデュース機能を提供します。これによって、広告主企業は出稿を分断させることなく、それぞれの効果を最大限に発揮することのできるメディアプロデュースを任せることができます。また、発足時点では数十名で活動をスタートさせ、100名を超えるチームを目指します。それに当たり、当領域に必要なナレッジ・スキルセットの定義化を行い、計画的に能力の強化を行ってまいります。

TVdigi experts の活動の第一弾として、Atma では初めてテレビスポットとデジタル広告の連携ソリューションとなる、Atma MomentADS の提供を開始しました。ATMA MomentADS はテレビスポット広告の実際の出稿計画を元に、CM 放送のタイミングに合わせてデジタルの運用型広告の出稿を最適化する機能を搭載しています。本ソリューションを活用することで、テレビスポットとデジタル広告の双方の出稿効果をより高めることを目的としています。

<「Atma MomentADS」ロゴマーク>



博報堂 DY メディアパートナーズは、TVdigi experts の活動を通して、テレビ広告とデジタル広告を主軸にあらゆる形で企業のマーケティング活動を支援してまいります。

※ 1 : TVdigi experts は、博報堂DYグループの高度なマーケティング・ソリューション群「生活者 DATA WORKS」の一つです。博報堂DYグループの「生活者 DATA WORKS」は、国内最大級の生活者 DATA をもとに、従来分断されがちなマーケティング戦略とメディア施策を相互に有機的に統合することで、顧客創造・獲得から顧客育成までフルファネルでの成果創出を約束する統合マーケティング・ソリューション群です。