

2016年3月4日

## 電通、マスメディアとウェブ広告の相乗効果を最大化する 統合マーケティングプラットフォーム「STADIA (β版)」を開発

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、マスメディアの接触を推定するアクセスログとウェブオーディエンスデータ（Cookie ID／広告 ID／Twitter のユーザ ID）を統合することで、マスメディアとウェブ広告の相乗効果を最大化し、新たな価値を提供する統合マーケティングプラットフォーム「STADIA (β版)」（スタジア・ベータ版）を開発しました。

当社は2013年10月から、オフラインとオンラインの統合的なマーケティングの実践・管理を目指し、マスメディアの接触を推定するアクセスログを活用した統合マーケティングの研究を行ってまいりました。この度、クラウドを活用した高速データ解析プラットフォーム「Dentsu.io」（電通アイ・オー）の機能拡張を行い、テレビの視聴を含むマスメディアの接触を推定するアクセスログデータを集約、オーディエンスデータとの統合解析を可能とする「STADIA (β版)」をDentsu.io内に構築しました。これにより、オフラインの接触状況に基づくウェブ広告配信が可能になります。

近年、ユーザからの利用許諾と匿名処理を前提<sup>\*1</sup>に、アクセスログによるマスメディア接触者の特定もしくは推定が可能になってきています。インターネットに結線されたデバイスから得られるマスメディアへの接触データ、マスメディアと同時もしくは関連して利用されることが多いホームページ、スマートフォンアプリ、Twitterなどを経由したさまざまなマスメディア関連データが収集できるようになりました。

今回、開発した「STADIA (β版)」を活用することにより、従来のメディアの露出情報やパネルデータだけをもとに世の中のモーメントに合わせてウェブ広告を配信するだけでなく、マスメディアに対するひとりひとりの実接触状況に基づいて規定されたセグメントに対しウェブ広告を配信することで統合マーケティングの新たなKPI<sup>\*2</sup>の設定・改善が可能となります。

現在、「STADIA (β版)」の本格運用による統合マーケティングの実践に向けた取り組みのひとつとして、テレビの視聴行動や番組の嗜好性に基づいてウェブ媒体向けに広告を配信する「視聴ログターゲティング」の実証実験を開始しました。インターネットに結線されたテレビ受像機から取得できるユーザの利用許諾を頂いた実視聴履歴や株式会社IPGが保有する電子番組表

スマートフォンアプリ「G ガイドモバイル」<sup>※3</sup>の音声認識から取得できる視聴情報をもとに特定されたCM接触者に対してDSP（デマンドサイドプラットフォーム）<sup>※4</sup>で広告を配信したり、テレビに関するTwitterの書き込み情報をもとに推定されたCM接触者に対してTwitterAdsAPI<sup>※5</sup>でプロモツイート（Twitter上でPromotedというラベルが明示的に表示される広告の総称）を配信した上で、キャンペーン後、あるいは最中のPDCAによって統合マーケティングのKPI改善を図る取り組みです。

なお、視聴ログデータで特定もしくは推定されたオーディエンスの質とウェブ媒体の広告枠の質の相乗的な広告効果を高めるために、DSPでの主な広告配信先は、付加価値の高い限定されたプレミアム広告枠を中心に形成される電通独自のPMP（プライベート・マーケット・プレイス）となります。

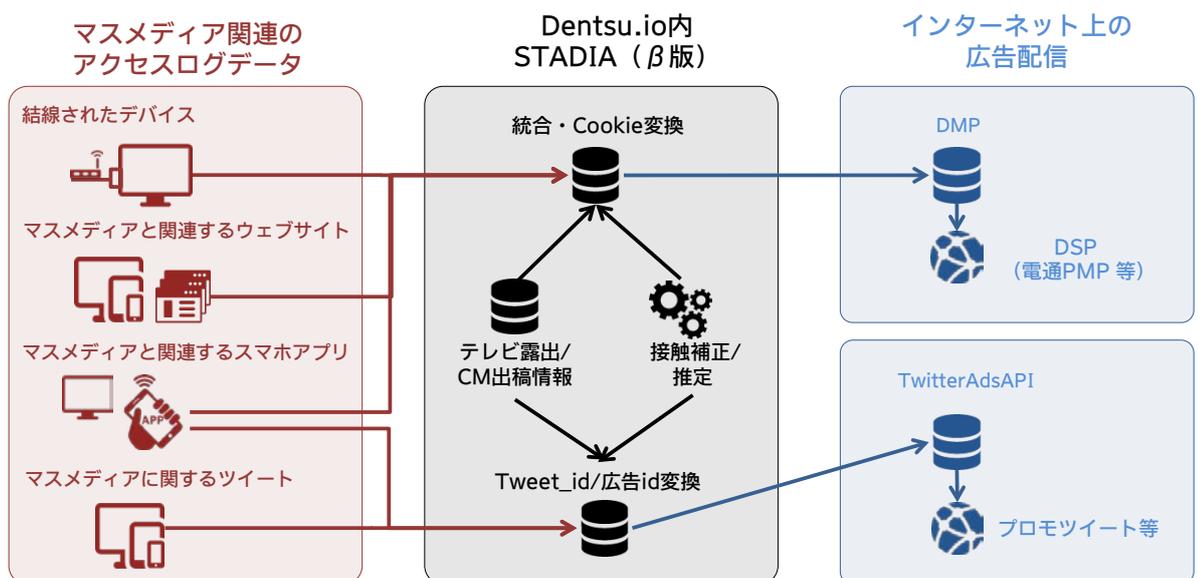
今後も当社は、メディア行動に関するデータの拡充と精度の向上、ならびにアクセスログデータに基づく広告配信先のネットワークを拡大していくことで、マスメディアとウェブ広告の相乗効果をさらに高め、オフラインとオンラインを結ぶ高度な統合マーケティングを推進して従来にはない新たな価値を提供して参ります。

### <「STADIA（β版）」の主な機能と概念図>

#### ◇主な機能

- ・マスメディアへの接触状況や視聴者の嗜好性を解析する機能
- ・マスメディアのアクセスログデータをCookieや広告IDに変換・拡張する機能
- ・さまざまなデータ・マネジメント・プラットフォーム（DMP）と接続する機能

#### ◇概念図



---

※1：提供を受けているマスメディアへの接触を推定するアクセスログについて

ユーザが実証実験調査への協力を有効化している場合に限り収集されるデータとなります。これには特定個人を識別できる情報は含まれず、また識別できる仕組みにもなっていないものだけが対象になります。

※2：KPI

Key Performance Indicator（重要業績評価指標）の略称であり、目標達成のために、具体的な業務プロセスをモニタリングするために設定される指標のうち、特に重要なものを指します。

※3：ロヴィ、Rovi、G ガイド、G-GUIDE、G ガイドモバイル、G-GUIDE MOBILE、および G ガイド関連ロゴは、米国 Rovi Corporation および／またはその関連会社の日本国内における商標または登録商標です。

※4：DSP

Demand-Side Platform（デマンドサイドプラットフォーム）の略称であり、ウェブ広告においてデマンドサイド（広告主側＝需要側）が使用する広告配信ツールのことです。広告主による広告効果の最大化を支援する機能を担います。

※5：TwitterAdsAPI

Twitter が提供している広告配信の仕組みで、通常の管理画面では実現できないデータ解析に基づくプロモツイートを実現する仕組みです。

以 上

#### 【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報部  
長澤、溪 TEL：03-6216-8041

#### 【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 MC プランニング局 メディア・イノベーション室 企画部  
野田、前川 Email：[info.stadia@dentsu.co.jp](mailto:info.stadia@dentsu.co.jp)

STADIA プロジェクトは、MC プランニング局 メディア・イノベーション室、デジタル・ビジネス局 プログラマティック戦略推進部、デジタルマーケティングセンター インテリジェンス開発部が連携して推進しています。