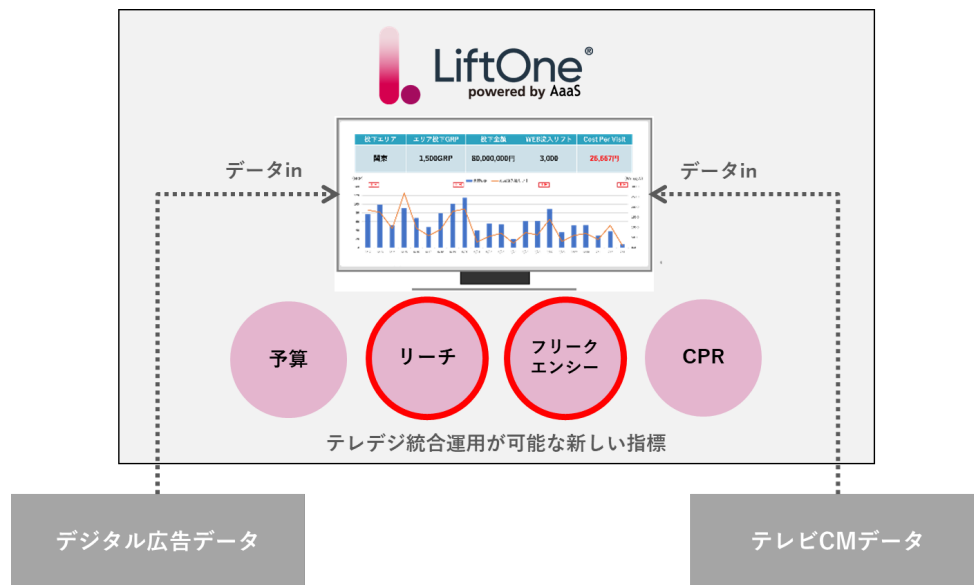


2024年8月7日

株式会社Hakuhodo DY ONE

Hakuhodo DY ONE、広告効果を可視化する「LiftOne® powered by AaaS」でデジタルとテレビの統合運用を実現するリーチ&フリークエンシー評価機能を提供開始～デジタル広告とテレビCMを同時に出稿調整・予算配分が可能に～

株式会社Hakuhodo DY ONE（本社：東京都渋谷区、代表取締役会長：田中雄三 代表取締役社長：小坂洋人、以下 Hakuhodo DY ONE）は、デジタル×テレビの広告効果を可視化する統合モニタリングソリューション「LiftOne® powered by AaaS（以下 LiftOne®）」^{※1}において、広告効果を「リーチ」および「フリークエンシー」の同一指標で可視化し、デジタル広告とテレビCMの統合運用を実現する新機能の提供を開始いたします。



■背景

「LiftOne®」はデジタル広告とテレビCMの実績データを管理・分析して、広告効果を可視化するダッシュボードとして2021年から提供しています。2023年5月にはデジタルとテレビの広告効果を同一指標でモニタリング・評価する機能を追加しました。^{※2} その結果を踏まえた次回施策のプランニングなど、クライアント企業による利用実績も増えています。

一方で、デジタル広告とテレビCMのPDCAを一緒に回していく“デジテレ統合運用”が一般化されてきた中、デジタル広告とテレビCMを同時に出稿調整・予算配分できる統合運用のニーズが高まっています。そうした背景から、このたび「LiftOne®」の新機能として広告到達率の「リーチ」と広告

接触回数の「フリークエンシー」を追加し、テレビ CM では届かなかった認知について、その後のデジタル広告で補完できる新たな機能を提供することとなりました。

■サービスの特長

今回提供するリーチ&フリークエンシーの主な特長は、次のとおりです。

- デジタル広告とテレビ CM の出稿調整

デジタル広告とテレビ CM の統一指標としてリーチとフリークエンシーを可視化します。これにより、テレビ CM 放映後、目標となるリーチやフリークエンシーに届いていない場合、目標との差分を LiftOne®ダッシュボードで確認しながら、デジタル施策でリーチやフリークエンシーを補うよう予算配分する運用フローを確立することができます。

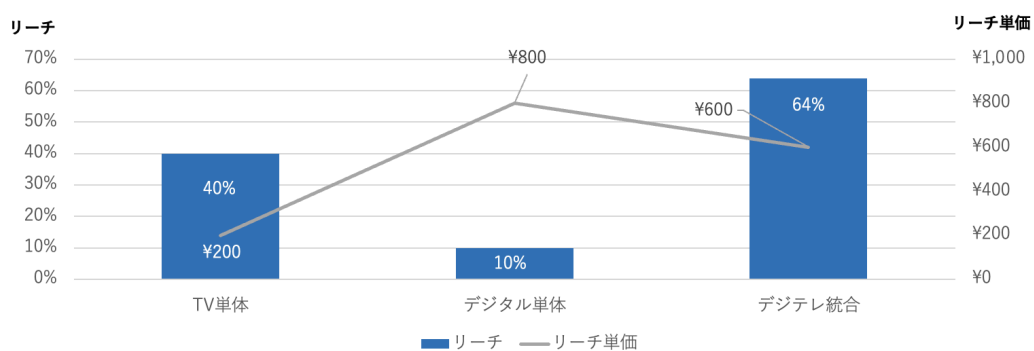
- リーチとフリークエンシーの詳細分析

リーチとフリークエンシーについて、メディアパターン（デジタル単体・テレビ単体・デジタル×テレビ）、キャンペーン、ターゲット（性年代）、媒体ごとといった詳細レベルまで確認できます。これにより、リーチとフリークエンシーのどこに課題があるかを分析でき、細かな予算配分の調節のための示唆出しができます。

<分析イメージ>

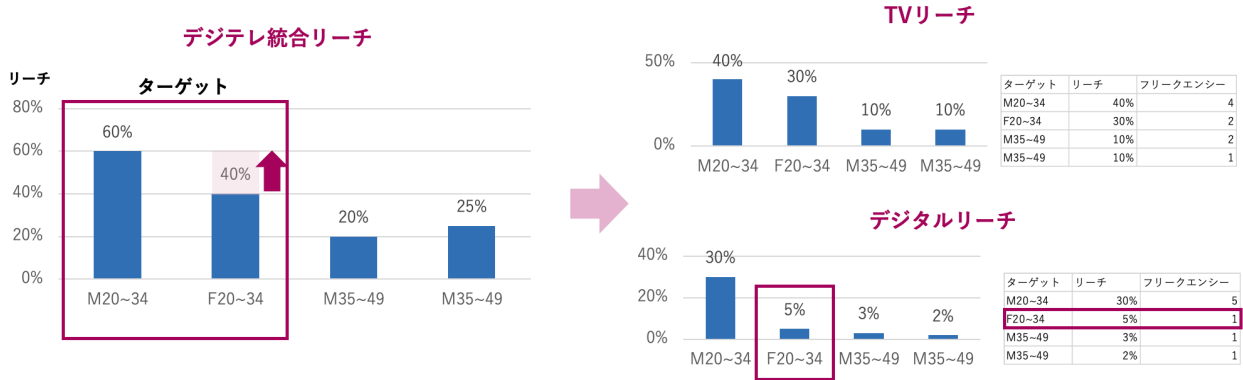
① メディアパターンごとのリーチ効率モニタリング（デジタル単体・テレビ単体・テレビ×デジタル）

メディアカテゴリごとのリーチ状況が確認可能



② メディアパターン×ターゲットごとのモニタリング

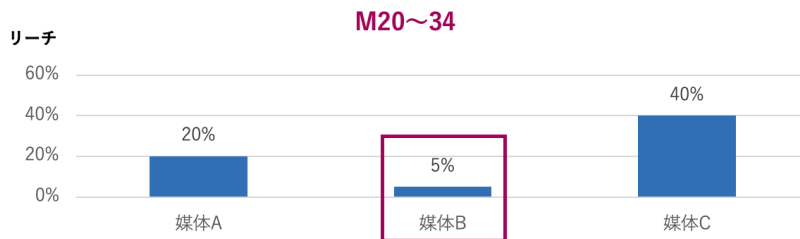
**リーチとフリークエンシーにおいて
課題のあるターゲットとメディアカテゴリが抽出可能**



ターゲットが想定リーチに届いていない場合、メディアパターン×ターゲットごとにリーチとフリークエンシーを見ることで、どのメディアが不達なのか、フリークエンシー不足か、ターゲティングが適正なのかといった、出稿調整すべきポイントを探ることができます。

③ デジタル媒体ごとのモニタリング

**リーチとフリークエンシーにおいて
課題のある媒体が抽出可能**



デジタルでリーチが不調だった場合、具体的にどの媒体で調整すべきかが分析できます。

導入に際しては、デジタル広告とテレビ CM のメディアプランニングやレポートに精通した当社のプランナーが、データ作成からレポート・コンサルティングまでワンストップで対応し、企業のメディア統合運用を支援します。また、「LiftOne®」をベースとしたダッシュボードのカスタマイズ開発も行っています。企業や広告会社のニーズにあわせて柔軟に設計・開発することが可能で、テレビ CM の効果最大化に特化したプランニング/バイイング/分析・コンサルティングサービスについても引き続き提供します。

■今後の展開について

今後「LiftOne®」では、デジタル広告、テレビCM以外のメディアの連携拡張、統合マーケティングに必要な指標の開発など、キャンペーンに合わせて幅広く支援できるサービスの整備、拡大に努めます。Hakuhodo DY ONEはデジタルとマスメディアを横断したプランニング、バイイング、モニタリングそれぞれの領域で広告の効果を最大化するためのサービス開発、提供を行い、企業の統合マーケティング活動の支援を目指してまいります。

※1 広告メディアビジネスの次世代型モデル「AaaS (Advertising as a Service)」について

広告業界で長らく続いてきた「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DY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。<https://www.hakuhodody-media.co.jp/aaas/> LiftOne®は、開発はAaaSのチームが監修し、実運用はHakuhodo DY ONEで対応。

※2 2021年12月7日リリース『DAC、デジタル×テレビの広告効果を可視化する統合モニタリングソリューション「LiftOne® powered by AaaS」を提供開始』https://www.dac.co.jp/press/2021/20211207_liftone

2023年5月16日リリース『DAC、広告効果を可視化する「LiftOne® powered by AaaS」において、デジタル広告とテレビCMの統合モニタリング・評価機能を提供開始』https://www.dac.co.jp/press/2023/20230516_liftone

以上

<会社概要>

■株式会社Hakuhodo DY ONE <https://www.hakuhodody-one.co.jp>

Hakuhodo DY ONEは、インターネット広告黎明期より培ったデジタル広告の知見とノウハウを活かし、統合的なデジタルマーケティングサービスを提供しています。マーケティング戦略立案力、クリエイティビティ、高度な運用力と技術開発力、媒体社・プラットフォームとの強固な関係性を強みとし、国内外のクライアント企業に対して、デジタル起点でのマーケティング戦略やテクノロジー活用を包括的に支援します。

今後は博報堂DYグループの「デジタルコア」として、グループ内のナレッジやリソースを集約し、高い専門性と提案力を併せ持つ企業として業界随一のデジタルマーケティング事業会社となることを目指します。

クライアント企業にとって唯一の「ONE」の存在となるため常に挑戦・前進し、事業成長を支援するビジネスパートナーとして伴走することで、クライアント企業の持続的な成長と、企業価値向上に貢献してまいります。

本社所在地：東京都渋谷区恵比寿四丁目20番3号 恵比寿ガーデンプレイスタワー

代表者：代表取締役会長 田中雄三 代表取締役社長 小坂洋人

株主：博報堂DYグループ100%

社員数：約3,000名（2024年4月1日時点）

創立：2024年4月1日

事業内容：デジタルマーケティング全般にまつわる企画・コンサルティング・代行事業・投資事業

※デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社（DAC）と株式会社アイレップは、2024年4月1日に統合し株式会社Hakuhodo DY ONEを設立しました。新会社での統合的な運営を進めるにあたり、当面の間は移行措置としてお取引窓口や役職員の採用等はこれまで通りDACおよびアイレップが変わりなく担います。今後2025年以降に完全な統合を実施する予定です。

【本件についてのお問い合わせ】

株式会社Hakuhodo DY ONE

広報担当 E-mail：info-pr@hakuhodody-one.co.jp