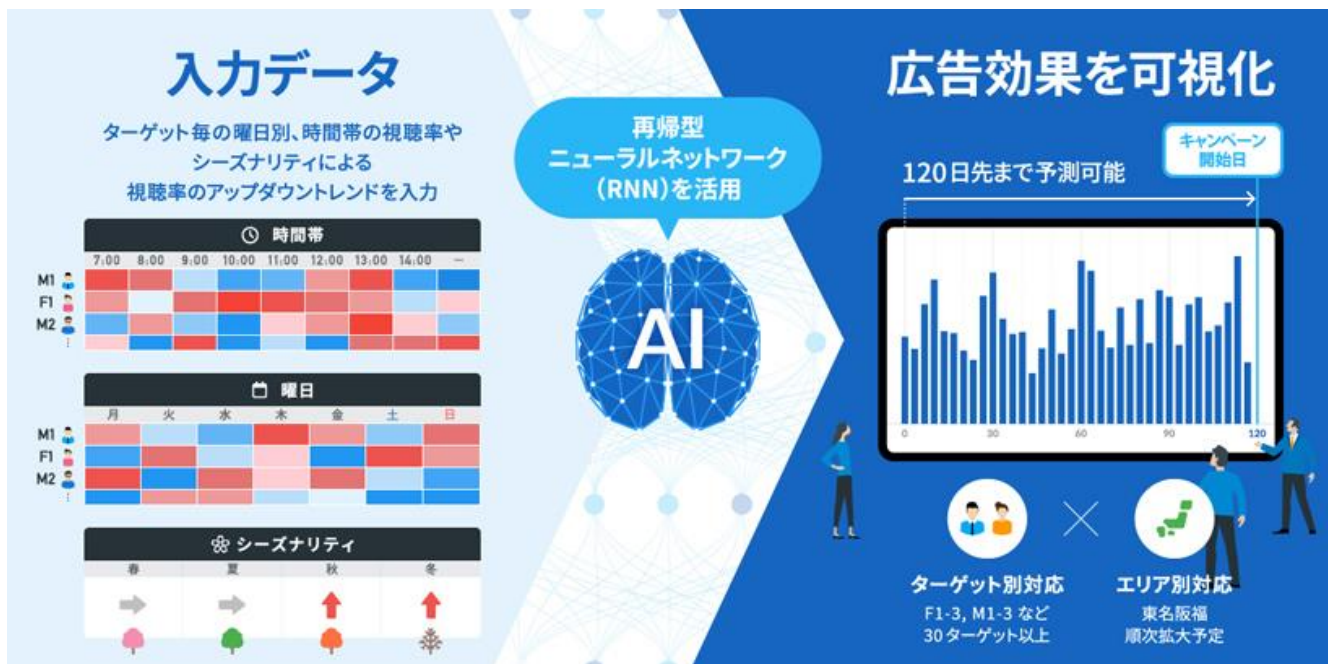


2022年9月30日

AI活用で、120日先のテレビ視聴率予測が可能に — テレビ広告運用のPDCAを加速する「SHAREST_LT」を提供開始 —

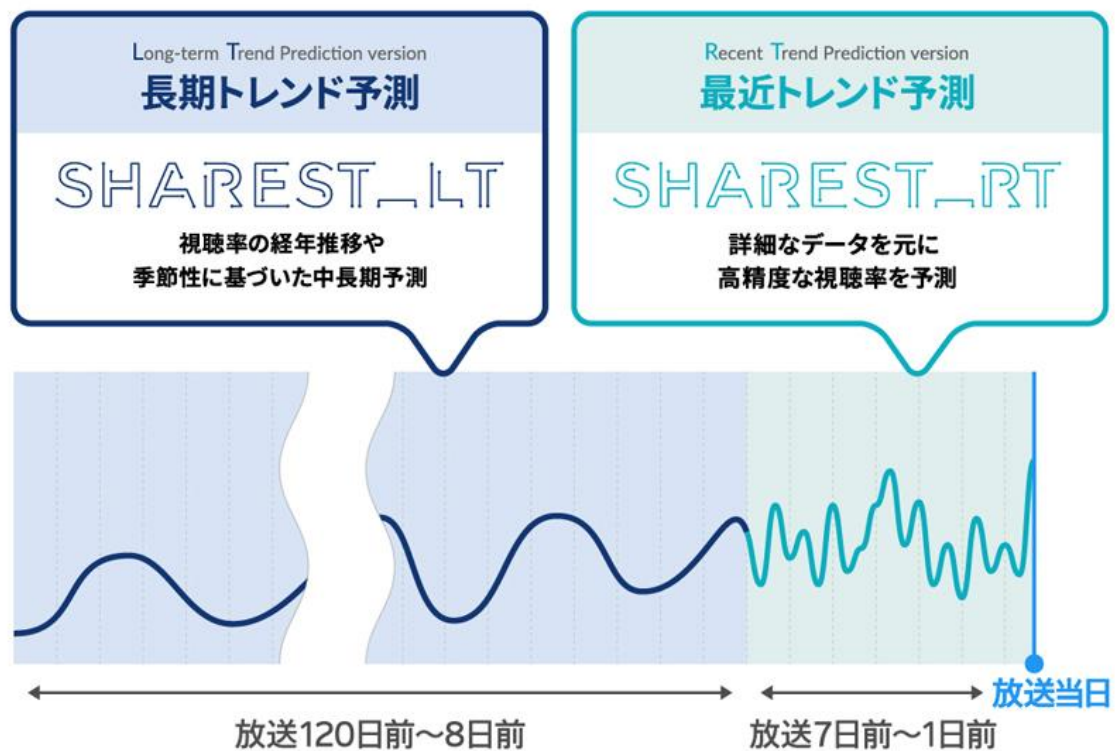
株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：樽谷 典洋、以下「電通」）とデータアーティスト株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本 覚）は、AIを活用したテレビ視聴率予測システム「SHARESTTM*1」をバージョンアップし、「120日先」の長期視聴率予測を可能にする「SHAREST_LT（シェアレスト・エルティール）」を本日より提供開始します。これまで「SHAREST」で提供していた「1週間先」のテレビ視聴率を高精度で予測する「SHAREST_RT」に加え、今回開発した「SHAREST_LT」では、広告業界で初めて過去視聴率データの分析に再帰型ニューラルネットワーク（Recurrent Neural Network）*2を用いたことで、「120日先」の長期（LT：Long-term）視聴率も高精度で予測できるようになりました。予測対象は30ターゲット以上、地域は東阪名福に対応しており、今後も順次拡大していきます。

<「SHAREST_LT」概念図>



キャンペーン全体の広告効果を可視化する「SHAREST_LT」による「120日先」の長期視聴率予測と、「SHAREST_RT」による「1週間先」の高精度な視聴率予測という、2つの予測モデルを組み合わせることで、達成率を確認しながら最適なCM素材を指定し、広告運用のPDCAを加速させることができます。例えば、1カ月を超えるテレビスポットキャンペーンでも、事前に精緻な広告効果を予測し、期間中にテレビ広告だけでなくデジタル広告や他媒体への出稿計画も、早期に改善していくことが可能になります。

＜「SHAREST_LT」と「SHAREST_RT」を活用した視聴率予測＞



また、広告枠の組み換えソリューション「RICH FLOW^{※3}」を併用することで、ターゲットの異なる複数のテレビCM素材を、最適な番組に「柔軟に」かつ「自動で」割り付けることも可能になるため、プランニングから運用に至るまで、AI活用による「テレビ広告効果の最大化」が実現できます。

今後も電通は、テクノロジーを活用した「広告の効率化・高度化」を推進することで、顧客企業の事業成長に貢献していきます。

※1 2017年に各種データ（過去の視聴率データ、番組ジャンル、出演者情報、インターネット上のコンテンツ閲覧傾向など）を活用したテレビ視聴率予測システム「SHAREST（β版）」をデータアーティストと共同開発。独自の技術・システムで複数の特許を取得し、対応エリア・連携データなどを順次拡大。SHAREST技術について、電通は今後も特許制度の目的に沿った適切な運用を推進。

『電通、AIテレビ視聴率予測システムの新バージョン「SHAREST_RT」をリリース』

URL：<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2018/1026-009630.html>

※2 ディープラーニングをはじめとする機械学習のうち、多層ニューラルネットワークの一部に再帰的な手続き（ある層の出力を別の層の入力として利用する再帰的構造）を導入したもの。時系列データに表れるパターン認識に強みを発揮する解析手法。

※3 AIを活用し、複数の広告主間でテレビスポット広告枠を組み換え、各社の広告効果を向上させるシステム。対応可能な放送局と連携し、最適パターンを提案し適切に広告枠を組み換えることで、より効果的なテレビスポット広告出稿が可能。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報オフィス 広報部

松島、陳、中島

ソリューションクリエイションセンター 育成・広報・ナレッジ推進部

鈴木、山田

Email : koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 ラジオテレビビジネスプロデュース局

スポット業務推進部 棚川

テレビ市場開発部 岸本

Email : info.sharest@dentsu.co.jp