

2023年9月29日

一部テレビ局による、CMの“前日差し替え”開始を受け、 より最適なタイミングを捉えた「トリガー広告」の推進を加速

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：榎谷 典洋）はかねてより、購買行動のきっかけとなるタイミングを適切に捉えた運用型テレビ広告を「トリガー広告」と呼び推進してきましたが、このたび一部のテレビ局においてCM素材の“前日差し替え”が可能になることを受け、関連するシステムやソリューションをさらにアップグレードして、よりタイムリーな「トリガー広告」の推進を加速させます。これによって、たとえば翌日の天気や気温、イベントなどに合わせた広告素材を、今まで以上に柔軟に運用・配信していくことができ、顧客企業のマーケティング活動の高度化に貢献することが可能になります。

近年、さまざまなデータがマーケティングに活用できるようになり、データと連動した柔軟な「運用型広告」へのニーズが高まっています。一方で、テレビ広告は通常、放送の4営業日前までに流す広告素材を指定する必要があり、また素材指定後は変更が容易ではないため、デジタル広告などと比べて柔軟なマーケティング活動がしにくい点に、課題を感じていた広告主企業も少なくありませんでした。

このような課題に対するソリューションの一つとして、株式会社TBSテレビ（以下「TBS」）、北海道放送株式会社（以下「HBC」）、札幌テレビ放送株式会社（以下「STV」）、北海道テレビ放送株式会社（以下「HTB」）、北海道文化放送株式会社（以下「UHB」）が、一部^{*1}CM素材を前日まで差し替え可能とするトライアルを開始することを受け、電通は、“前日”までの変動要因が重要な商材・サービスを対象に、よりタイムリーな「トリガー広告」の提供を推進していきます。具体的な強化ポイントは以下の通りです。

・TBSとの取り組み：

広告枠の組み換えシステム「RICH FLOW^{**2}」活用企業において、CM素材の前日差し替えが可能になります。これによって、猛暑日を狙って広告枠の組み換えを行ったが、急な雨になることが分かった場合などにも、適切なCM素材を放送することができるようになります。

・HBC、STV、HTB、UHBとの取り組み：

CM素材の前日差し替えによるテレビ広告運用のテストマーケティングを実施します。

・直前素材差し替え“自動化”システム：

気温をはじめとする各種データの判別から差し替えるCM素材の割り付けまでを自動で行うシステムを開発しました。

今後も電通は、より柔軟で効果的な「トリガー広告」の推進を通して、広告主企業のマーケティング活動の高度化に貢献していきます。

※1 取り組み開始直後は、社数を限定して実施。

※2 2022年10月5日リリース：テレビ広告の投資対効果を最大化する「RICH FLOW（正式版）」提供開始

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/1005-010557.html>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

dentsu Japan コーポレートディベロップメントオフィス

田中、宮田、藤田

Email : jigyokoho@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 棚川

ラジオテレビ局 陣内

Email : info.spot@dentsu.co.jp