

2017年12月5日

## 電通と電通デジタル、クリエイティブ観点で、マスとデジタル媒体向け動画広告の最適化を実現するサービス「BRAND LIFT CHECKER」の提供開始

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）と株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、CEO：榎谷 典洋）は、クリエイティブ観点でマスとデジタル媒体向けの動画広告の最適化を実現するサービス「BRAND LIFT CHECKER™（ブランド・リフト・チェッカー）」を開発し、本日より提供を開始します。

両社は2017年9月に、“人”基点で電通グループ内のマーケティング手法を結集・高度化した統合フレームワーク「People Driven Marketing®」（以下、PDM）を開発した旨を発表していますが、今回の「BRAND LIFT CHECKER™」はそのPDMサービスの一環となります。

このサービスを活用することにより、①マス媒体向けに開発した動画広告をデジタル媒体向けにアレンジする場合や、②デジタル媒体向けに動画広告を展開する場合、の両方において、“最も人の心を動かす、最適な動画広告”の制作サポートができるようになります。

本サービスの開発に当たっては、過去に蓄積した2,978件のYouTube動画広告で実施したブランド効果測定※をベースに、電通のCMプランナーによる独自のクリエイティブ観点からの178項目に及ぶチェックと、データサイエンティストによる分析を加えることで、人の態度変容を促す動画広告の要素・組み合わせを解明するに至りました。178の中には、「冒頭1秒以内にブランド名が出る」「著名人が出演している」といった自動的に機械で判別可能な項目に加え、「感動的」「かわいい」といったような人にしか判別できない項目も含まれています。

従来のデジタル広告のクリエイティブでは、事前に高精度な成果予測を立てて効果の最適化を図ることは困難であったことから、これまでは個別案件ごとにABテストが行われ、実施しながら精度を高めていくという手法が用いられていました。しかし、廉価に大量の広告クリエイティブを制作して試すという手法では、かえってブランドを棄損させてしまうのではないかと懸念もあり、そうしたリスクへの対応も求められていました。

今回、電通と電通デジタルで開発した「BRAND LIFT CHECKER™」では、こうしたリスクへの対応にも役立ちます。

今後も電通グループは、クリエイティブと、“人”基点の各種データや最新テクノロジーを保有する企業との提携を通じて、PDMの基盤を強化し、顧客企業の目標に対してより精緻な企画と実施で貢献してまいります。

---

※ブランド効果測定

さまざまな測定ツールを使用してブランド認知度や広告想起率など、ブランドへの関心度を高めるキャンペーンの効果を測定する Google のソリューション

<BRAND LIFT CHECKER ロゴ>



BRAND LIFT CHECKER™

以 上

**【リリース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

小川、溪 TEL : 03-6216-8041

株式会社電通デジタル 広報グループ

竜野、南口 TEL : 03-6217-6036

Email : [press@dentsudigital.co.jp](mailto:press@dentsudigital.co.jp)