

2019年1月7日

電通、テレビ番組・CM 視聴者のスマホに 視聴後最速 30 分で関連広告を配信する「Celer STADIA」の提供を開始

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：五十嵐博）は、テレビ番組やテレビ CM の情報に接触したと推定される人々に対して、視聴後最速 30 分で手元のスマートフォンに、視聴した情報に関連したデジタル広告を配信させる技術を開発し、ソリューション「Celer STADIA（セラ・スタジア）」として提供を開始しました。

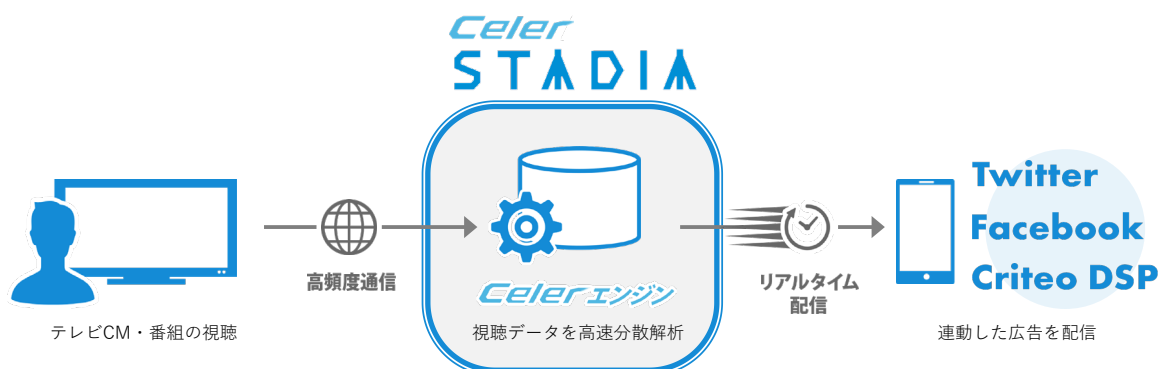
従来、テレビ番組・CM の情報に基づく即時のデジタル広告配信は、テレビで表示されるタイミングに合わせてスマホ等にデジタル広告を表示させることに留まっており、視聴した"人"を推定して、実際にその"人"にデジタル広告を接触させるには、早くても視聴してから数日を要していました。

このたび、オフラインとオンラインの統合マーケティング基盤「STADIA^{※1}」において、高頻度で収集した視聴データを高速分散解析する「Celer エンジン（セラ・エンジン）」によって、実際に視聴した"人"（推定）に、最速 30 分後にデジタル広告の配信が可能となりました。

（現時点で連動できる広告プラットフォームは Twitter、Facebook、Criteo DSP^{※2}です）

結果として、視聴者は、テレビ番組・CM で目にした特定の商品や店舗の情報に関心が高くなっている状態のまま、検索の手間無く再び触れることとなります。広告主としてはより高い広告効果を期待できるようになります。

【Celer STADIA の仕組み】



なお、この Celer エンジンには、電通が開発したテレビとスマートフォンのクロスデバイスの情報紐付け技術を用いてデジタル広告の出稿可能規模を拡張し、電通が開発した高速分散解析の仕組みと広告プラットフォームが保有するリアルタイム配信基盤とを連携させることで実現

しました。

当社は 2018 年 5 月に、テレビ番組・CM の放送内容にデジタル広告をリアルタイム連動させる広告入札・配信管理システム「STADIA Live」を提供開始しています。「STADIA Live」は放送直後を狙い広くリーチさせることが可能な一方、「Celer STADIA」は、実際に放送内容を視聴した"人"を推定することで、個別にターゲティングして配信できる点が異なります。

今後も当社は、テレビとデジタルの相乗効果を高めるために、リアルタイム性を追求し、データや技術の開発や協業を進めてまいります。

※1：STADIA

2019 年 05 月時点で、テレビ受像機や録画機の合計で約 400 万台の実視聴ログデータに対して、約 1,200 万台のモバイルデバイスの ID や約 5,000 万件の Cookie_id に紐づくオーディエンスデータと約 10 万人の調査モニターが人単位の同一 ID で紐づく規模を有しています。

※2：Criteo DSP（クリテオ DSP）

Criteo (NASDAQ: CRTO) は、オープンで透明性のあるインターネット上の広告プラットフォームを提供。2,700 名以上の Criteo チームメンバーは、世界 19,000 社の広告主と、数千のパブリッシャーと連携して得られる膨大なデータを、機械学習を用いて精密に分析することで、全ての広告チャネルを通じた効率的な広告配信を行っています。

同社の事業内容の詳細については、<https://www.criteo.com/jp/>をご覧ください。

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 広報部
山口、中島 TEL：03-6216-8041

株式会社電通 データ・テクノロジーセンター
Email: info.stadia@dentsu.co.jp TEL：03-6216-8526