

2020年10月30日

**広告主間でテレビスポット広告枠を組み換え、
CM効果を高める新システム「RICH FLOW」(β版)を開発
—AIを活用し最適な組み換えパターンを特定—**

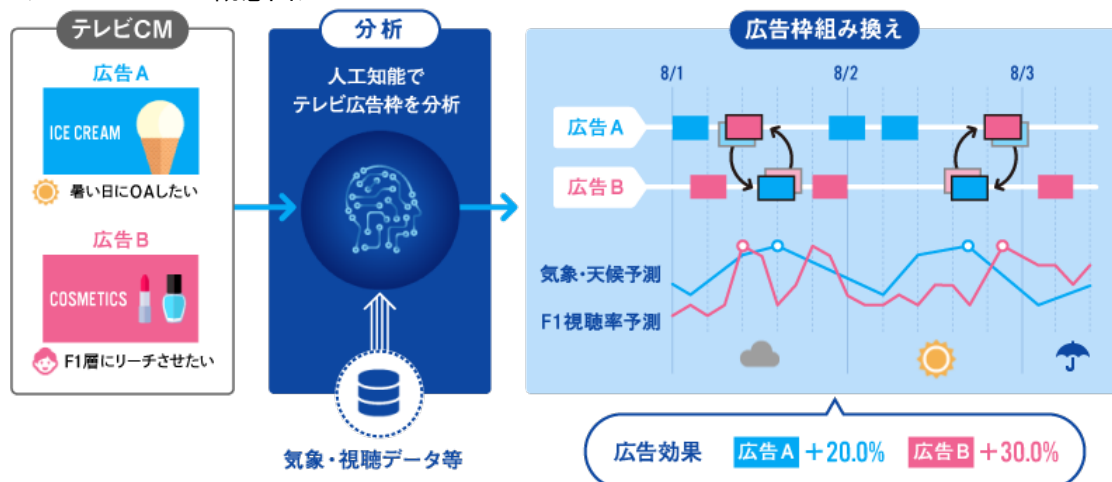
株式会社電通(本社:東京都港区、社長:五十嵐 博)は、テレビスポット広告において、複数の広告主間で広告枠の組み換え^{※1}を行い、広告効果を向上させる最適パターンを提案する新システム「RICH FLOW(リッチフロー)」(β版)を開発しました。AIを活用し^{※2}、各社が取得したテレビスポット広告枠の中で、広告主のニーズに基づく最適な組み換えパターンを特定。対応可能な放送局と連携し、適切に広告枠の組み換えを行うことで、より効果的なテレビスポット広告の出稿が可能となります。



昨今、テレビの広告効果を可視化するマーケティングデータの整備・拡充が進み、番組単位の詳細なターゲット分析や、売り上げに貢献する時間帯・放送日の抽出が可能になりました。しかし、現在の取引形態では、取得したテレビスポット広告枠を市場の変化に合わせて後日柔軟に変更することが難しいという課題がありました。

今回開発された「RICH FLOW」(β版)は、電通の知見とノウハウを生かし、広告主の出稿条件などを守りながら、よりニーズに近い広告枠への組み換えパターンの特定を可能にするシステムです。例えば、天候・気象条件に合わせてCMを流したい広告主と、特定のターゲットの視聴率をより多く獲得したい広告主、両社のキャンペーン出稿条件を確認しつつ、双方のニーズを高める広告枠の組み換えパターンを特定し、対応可能な放送局と連携してこれらの組み換えを実施することで、より目的に沿った広告出稿が実現します。

<RICH FLOW 概念図>



電通は、広告主の KPI を高めるこの新しいシステム開発を通して、“人” 基点でのテレビプランニング「People Driven TV Planning」においてテレビ広告枠ターゲット層の視聴の多寡を可視化した「People Driven TV Heatmap^{※3}」の活用を進めてまいります。

当社は、広告主のニーズに対応したさまざまなソリューションを開発・提供し、企業のマーケティング活動に貢献してまいります。

※1 RICH FLOW（β版）を用いた広告枠の組み換えは、下記条件の元で実施されるものになります。
（2020年10月末時点）

- ①通常のテレビスポット広告出稿における広告効果の向上のみを目的として実施されます。
- ②当社が取り扱うテレビスポット広告においてのみ、実施が可能となります。
- ③テレビスポット広告の素材指定スケジュールに基づいて実施されます。
- ④組み換え可能な2社以上の広告主のキャンペーンが同期間に重なっていることで実施が可能となります。

※2 広告効果を向上させる最適な組み換えパターンの特定に AI 等を活用することで、短時間で効率的な探索を可能にしています。

※3 People Driven TV Heatmap

放送局・曜日・時間帯ごとの枠取引に使用される視聴率データとの比較でマーケティングターゲットその“人”自身の視聴率をもっとも効率的に獲得できる枠の特定をするデータ。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 事業広報部
陳、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 福岡、水口
テレビ市場開発部 岸本、荒川、秋野
Email : info.richflow@dentsu.co.jp