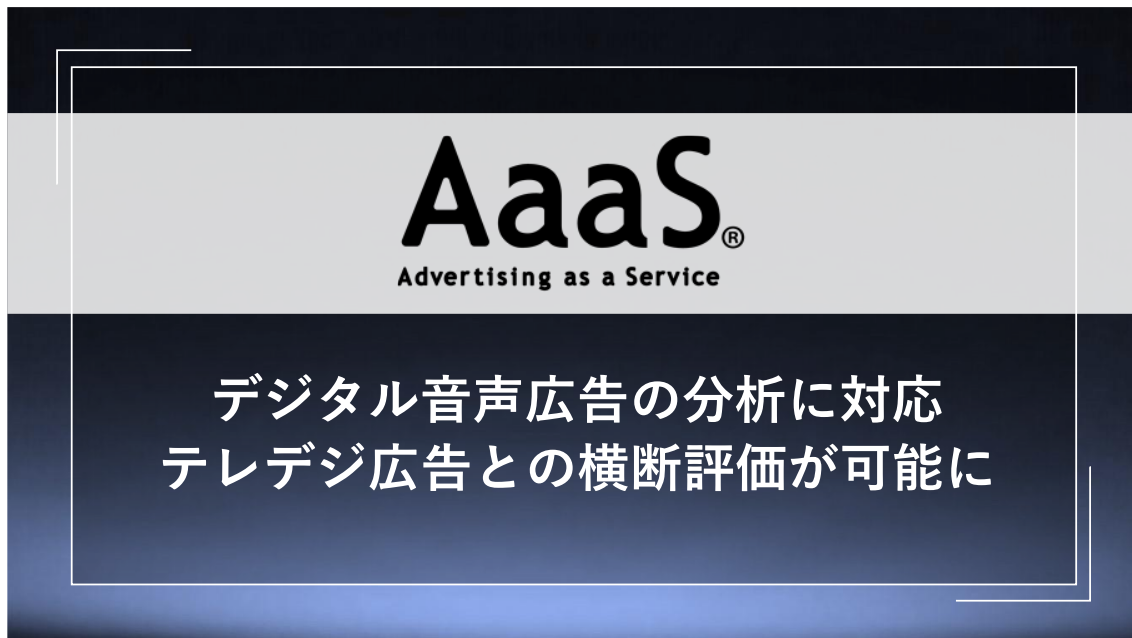


2025年6月5日

AaaS、デジタル音声広告の分析に対応 各種 KPI でテレビ・デジタル・デジタル音声の横断評価が可能に

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下博報堂）は、インターネットラジオや音楽配信サービスなどに出稿されるデジタル音声広告の効果を分析・可視化する機能を"Tele-Digi AaaS"に搭載し、提供を開始します。これにより、これまでは難しかった他媒体との効果の横比較を可能とし、テレビCM・デジタル広告・デジタル音声広告を横断した統合メディアプランニングを実現します。



近年、インターネットラジオや音楽配信サービスの普及に伴い、それらの媒体に出稿されるデジタル音声広告も急速な成長を遂げています。デジタル音声広告は通勤中・運転中・作業中などの特定の場面にリーチでき生活者の様々なモーメントを捉えられる点や、音声広告ならではのクリエイティブで訴求できる点などから注目を集めています。一方で、テレビやデジタルなどの他媒体と横並びで効果検証を行う取り組みは進んでおらず、媒体横断での分析や統合プランニングが困難という課題がありました。

本機能では、ラジオストリーミングサービスの radiko、オーディオストリーミングサービスの Spotify の 2つのプラットフォームにおける広告配信データの分析が可能となり、同プラットフォームで配信している Podcast 広告も分析対象となります。これらの広告配信データと、広告主・広告会社の保有するテレビCMやデジタル広告、各種 KPI データなどを組み合わせた分析をデータクリーンルーム上で行うことで、テレビCMやデジタル広告とデジタル音声広告を横並びで分析することが可能です。これにより、検索リフトやサ

イト来訪などの KPI を他媒体と共通で効果検証でき、統合メディアプランニングが実現できます。



本機能の具体的な活用例は以下の通りです。

① 「リーチ拡大効果分析」

他媒体と組み合わせてデジタル音声広告配信を行った際のリーチ拡大効果を可視化できるようになります。

② 「態度変容効果分析」

認知や興味、理解などの態度変容（ブランドリフト）に寄与する効果を媒体ごとに横比較し、可視化できるようになります。

③ 「行動変容効果分析」

検索やサイト来訪、来店、購買などの行動変容に寄与する効果を媒体ごとに横比較し、可視化できるようになります。



上記の分析により、デジタル音声広告を活用した最適なメディアプランニングが可能になり、広告キャンペーンの効果を高めることが期待できます。

博報堂は、これからもデジタル音声広告分野におけるプラットフォームや分析対応指標の拡大、特に Podcast を中心としたプラットフォームへの対応を推進し、広告主の事業目標の達成に貢献いたします。

AaaS について

広告業界で長らく続いてきた「広告枠の取引」によるビジネス（いわゆる「予約型」）から「広告効果の最大化」によるビジネス（いわゆる「運用型」）への転換を見据えた、博報堂が提唱する広告メディアビジネスのデジタルトランスフォーメーションを果たす次世代型モデル＜AaaS[®]は博報堂の登録商標です。＞

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 三矢・戸田 koho.mail@hakuhodo.co.jp