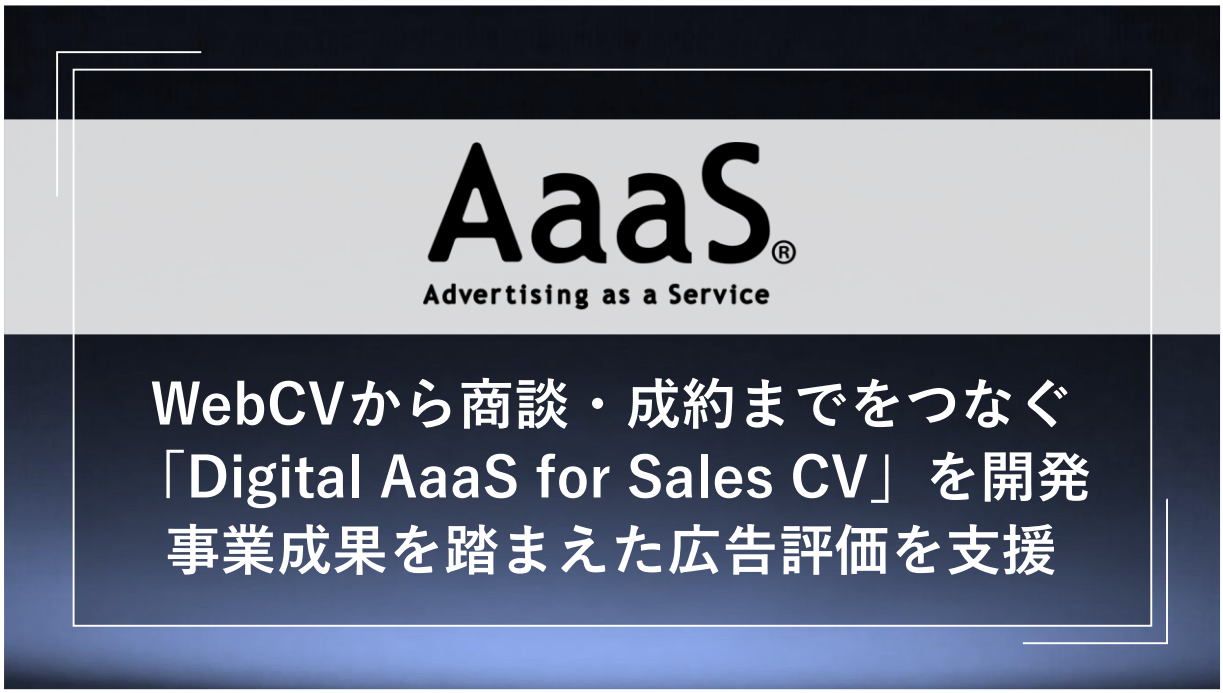
<News Release>

2026 年 11 月 27 日
株式会社博報堂
株式会社博報堂テクノロジーズ

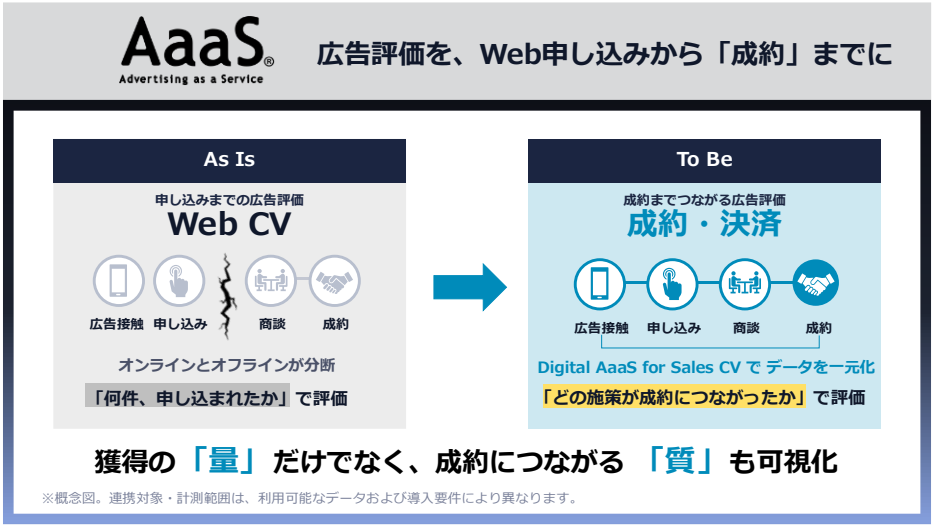
AaaS、WebCV から商談・成約までをつなぐ広告評価ソリューションを開発
―事業成果を見据えた広告投資の判断を支援する「Digital AaaS for Sales CV」―

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）と株式会社博報堂テクノロジーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：田中雄三、以下 博報堂テクノロジーズ）は、広告配信データや Web 上での資料請求や来場予約等のオンラインデータ、および売上に直結するオフライン上での商談・成約データ等を一元管理し、オンラインとオフラインを横断しながら、商談・成約までをつなぐ広告効果を分析するソリューション「Digital AaaS for Sales CV」の提供を開始いたしました。



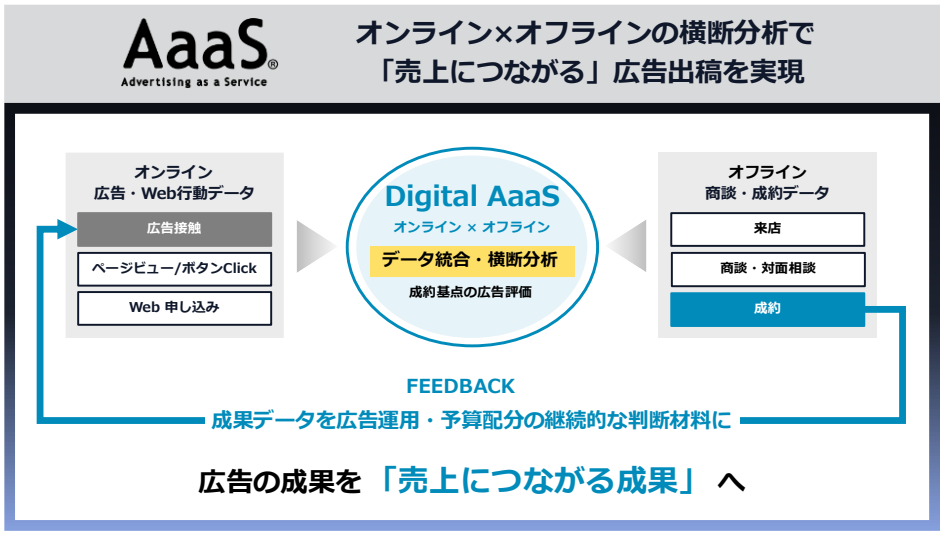
不動産業界や金融・保険業界をはじめとする、Web 上で見込み顧客を獲得し、その後の商談を経て成約に至るビジネスモデルでは、Web 上での資料請求や来場予約等のオンラインデータと、その後、対面で行われる商談・成約のオフラインデータが分かれて管理されていることがあります。そうしたデータの分断により、広告接触後に Web 上でコンバージョン（以下 CV）した見込み顧客が最終的に成約に至ったのかを確認することが難しく、本質的な広告運用の改善が課題となっています。

本ソリューションでは、広告配信データや Web 上での資料請求や来場予約等のオンラインデータ、広告主が管理するオフライン上での商談・成約データ（※）等を紐づけて管理することにより、オフライン CV1 件当たりの広告費やオフライン CV への貢献状況を可視化し、WebCV 等のオンラインの獲得状況だけでは捉えにくかった事業成果を踏まえた広告評価を支援します。
（※）特定の顧客管理ツールで管理されているものに限ります。



広告主はダッシュボード上で資料請求・来場予約・商談・成約など、オンライン、オフラインを問わない様々な KPI の達成状況をモニタリングできます。また、媒体別・年収層別・キャンペーン別など任意の切り口で各施策の成果や改善すべき点を把握することも可能です。成約者だけでなく離脱者も把握できるため、離脱傾向を踏まえた広告施策の改善や、成約確度の高い層を狙うターゲティングの精査を行えます。

さらにオプションとして、初回接触から中間接触、最終接触までの広告接触経路を分析するアトリビューション分析にも対応しているため、各施策が成約にどの程度貢献したのかを把握でき、より精緻な施策の評価に活用できます。



また今後は、オンラインとオフラインのデータ統合を起点に、中長期の売り上げ指標である LTV 最大化を目指したシミュレーション機能の実装も予定しています。本機能では、シミュレーションで算出した予測 LTV を起点とした広告評価や、この評価に基づく予算配分最適化の実現を目指します。

博報堂と博報堂テクノロジーズは今後も、データの活用を通じて、広告主のフルファネルマーケティングの高度化と事業目標の達成に貢献してまいります。

＜「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です。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　西川・大貫　koho.mail@hakuhodo.co.jp