

2024年12月3日

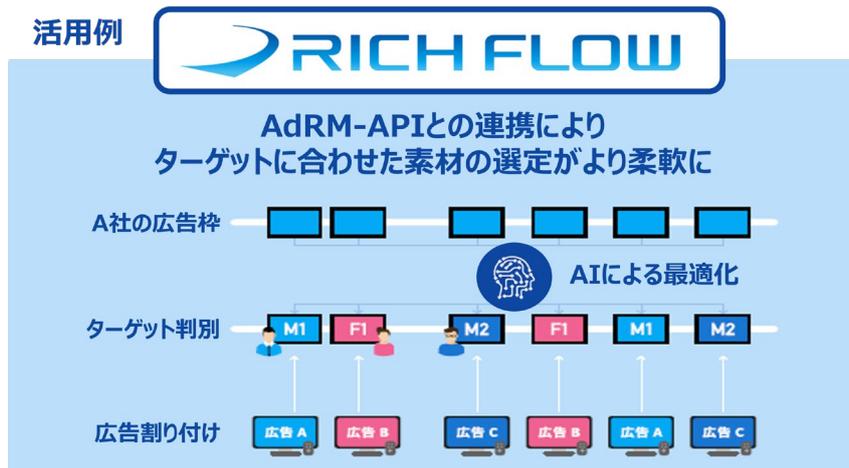
電通、日本テレビ「Ad Reach MAX（アドリーチマックス）プラットフォーム」と、2025年4月からAPIによるオンライン連携開始

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑、以下「電通」）は、日本テレビ放送網株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：石澤 顕、以下「日本テレビ」）が開発する「Ad Reach MAX（アドリーチマックス）プラットフォーム（以下「AdRMプラットフォーム」）」^{*1}が提供する「AdRM-API」を通じて、2025年4月からテレビ広告の高速かつ柔軟な運用を目的としたオンライン連携を開始します。



AdRMプラットフォームは、テレビ広告において、デジタル広告のような柔軟な運用を可能にする日本テレビのアドプラットフォームです。AdRMのセールスサイトである「スグリー」^{*2}の活用により、広告クリエイティブの差し替えが放送直前まで実施可能^{*3}になるほか、広告出稿後の実績確認が最短15分で可能^{*4}になるなど、テレビ広告における手作業に依存したオペレーションの機械化・自動化が可能になります。さらに2025年4月より、AdRMプラットフォームと広告会社のシステムとの連携を想定した「AdRM-API」の提供が予定されています。

電通では、AdRMプラットフォームと電通独自のテレビ広告運用システム「RICH FLOW」^{*5}などとのシステム連携を予定しており、SHAREST^{*6}の予測視聴率、サイト来訪率や独自KPI、天気や温度、旬の話題などに合わせたより柔軟な広告素材の割り付けにより、複数のKPIに対応したテレビ広告枠の運用が可能になります。



今後も電通は、テレビ局との協業を通じてテレビ広告出稿における新たなソリューションを提供し、顧客企業のマーケティング活動や事業成長に貢献していきます。

※1 <https://arm.ntv.co.jp/>

※2 <https://sgr-service.ntv.co.jp/>

※3 放送20分前までのリクエストを推奨。

※4 取得可能なデータは発注時に申請したタイムおよびスポット契約、さらに「スグリー」を通じて発注した新商品に限る。

※5 AIを活用し、多様な指標に合わせて広告枠を柔軟に自動的に運用できるシステム。関連特許を取得済み。

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/1005-010557.html>

※6 2017年に各種データ（過去の視聴率データ、番組ジャンル、出演者情報、インターネット上のコンテンツ閲覧傾向など）を活用したテレビ視聴率予測システム「SHAREST（β版）」を電通デジタル（旧データアーティスト）と共同開発。独自の技術・システムで複数の特許を取得。

2018年10月26日発表：AIテレビ視聴率予測システムの新バージョン「SHAREST_RT」をリリース

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2018/1026-009630.html>

2022年9月30日発表：AI活用で、120日先のテレビ視聴率予測が可能に

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2022/0930-010554.html>

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ワン ブランディングオフィス 事業広報部
宮田、早川

【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 テレビ市場開発部
日浦、金塚、秋野

Email : jigyokoho@dentsu.co.jp