

2025 年 9 月 8 日

電通、テレビ・デジタル・DOOH の 3 媒体を横断する統合リーチ分析を実現

ー テレビとデジタル広告を統合管理する「MIERO Digi×TV」が
デジタルサイネージを活用した広告「DOOH」にも対応 ー

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）は、テレビとデジタル広告の出稿状況を一元管理できるダッシュボード「MIERO Digi×TV（ミエロ・デジテレ）※¹」について、新たに交通広告・屋外広告・商業施設などに設置されたデジタルサイネージを活用した広告「DOOH（Digital Out of Home）」にも対応する機能を追加しました。これにより、テレビ・デジタル・DOOH の 3 媒体を横断した統合リーチ分析が可能になり、その実証実験を本日より開始します。当社はこの機能強化を、DOOH を展開する株式会社 LIVE BOARD（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：高木 智広、以下「LIVE BOARD」）の協力を得て実現しています。

MIERO Digi×TV

近年、DOOH 市場は急速に成長しており、複数メディアを横断した広告予算の配分や広告効果の予測、分析はますます複雑化しています。効率的かつ効果的なメディアプランニングへのニーズは高まっていますが、これまでは 3 媒体を横断する統合分析手段は限られていました。

LIVE BOARD と当社独自の手法の組み合わせで実現した今回の「MIERO Digi×TV」の機能強化により、統合リーチ分析に加え、ターゲットリーチ効率の比較、媒体選定、広告予算配分などが可能になりました。また、広告キャンペーンの終了後には、最短 5 日で分析結果が可視化できるため、迅速な PDCA サイクルの実践を可能にします。さらに、当社が開発したメディアプランニング支援ツール「クロスメディア・プランナー※²」と組み合わせることで、3 媒体を横断したメディアのプランニングから効果測定までを一気通貫で行うことができます。

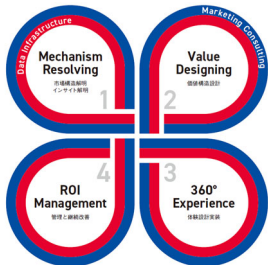
当社は今後も対応媒体を広げ、広告効果をより精緻に、より分かりやすく可視化していくとともに、最適なメディアプランニングソリューションの提供を通じて、クライアントのマーケティング ROI の向上と事業成長に貢献していきます。

※¹ 2021 年 11 月 10 日発表：企業の持続的な事業成長に貢献する統合マーケティングダッシュボード「MIERO」提供開始
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2021/1110-010465.html>

2024 年 12 月 17 日発表：テレビ・デジタル広告を統合管理できるダッシュボード「MIERO Digi×TV」の機能を強化
<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/1217-010821.html>

※2 2023年11月9日発表：コネクテッドテレビやOOHなどの認知系メディアの広告出稿最適化を実現

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2023/1109-010656.html>



「MIERO Digi×TV」は、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」の4つのプロセスのうち、

「ROI Management（管理と継続改善）」に該当するサービスです。

「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.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 広報室 広報部
河南、内田、竹村

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 データ・テクノロジーセンター

Email : koho@dentsu.co.jp