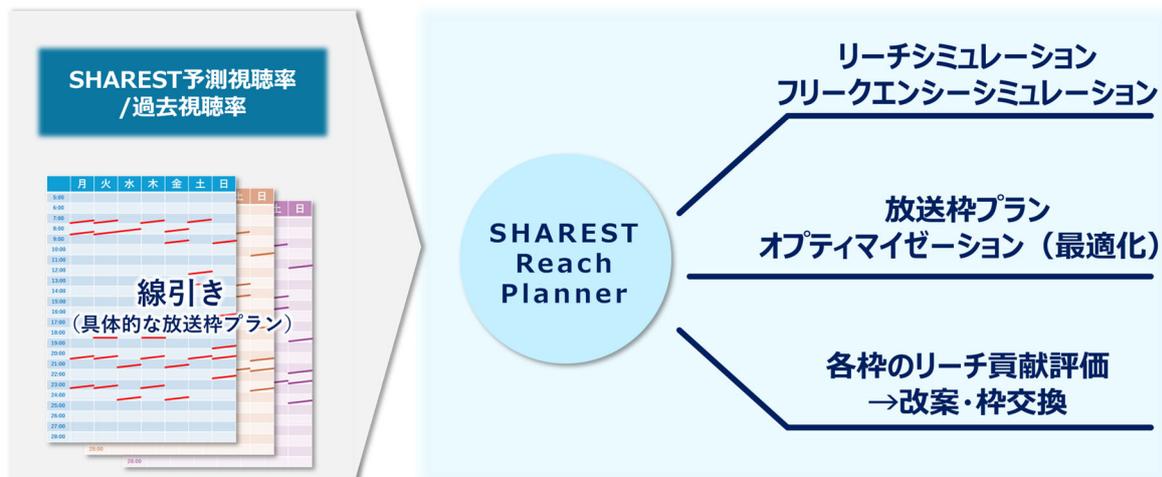


2025年7月29日

電通、テレビ広告の放送枠プランに基づくリーチシミュレーションを実現する 「SHAREST Reach Planner」を開発 －最適枠のプランニングで、より効率的なリーチ獲得を可能に－

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、過去視聴率や AI を活用したテレビ視聴率予測システム「SHAREST※」の予測視聴率を用いて、テレビスポット広告のリーチやフリークエンシー分布を算出し、より効率的なリーチ獲得を可能にするシステム「SHAREST Reach Planner（シェアレスト リーチプランナー）」（以下「SRP」）を開発しました。7月29日（火）から、関東エリアの放送局での線引き（具体的な放送枠プラン）に基づくリーチの改善シミュレーションと、最適枠のプランニングが可能になります。



近年、データ活用の多様化・高度化が進み、テレビ広告とデジタル広告などを組み合わせた統合的なリーチマネジメントや適切な予算配分に基づく広告運用が求められるようになってきています。従来は、過去実績や確率論に基づくシミュレーションを中心に統合的なリーチを算出していました。しかし、デジタル広告を中心に詳細なターゲティングやリーチマネジメントが可能になったことを受け、テレビ広告においても、いかにリーチを予測し詳細に管理していけるかが課題の一つになっています。

今回開発した SRP では、テレビ広告の総予算や出稿量ではなく、各放送局のどの枠に広告を流すかの具体的な放送枠プランに基づくリーチのシミュレーションを可能にしました。これにより、「A局の a 番組、B局の b 番組のどちらがよりリーチに貢献するのか」「より効率的にリーチを伸ばすためにはどの放送局のどの枠が適しているか」といったことが推定できるようになりました。SRP の活用にあたり、各局各枠の視聴率に基づくリーチやフリークエンシー分布を高度に推計するロジックや、どの枠がリーチに効率的に貢献するのかについての評価手法などの特許を出願しています。今後、対象エリアを関東以外にも拡大していく予定です。

当社は今後も、広告・マーケティング手法の高度化を推進していくことで、クライアントの最適な広告出稿の実現と事業成長に貢献していきます。

※ 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）」をデータアーティスト（現電通デジタル）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」

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

2022年9月30日発表：120日先の長期（LT: Long-term）視聴率も高精度で予測可能な「SHAREST_LT」

<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 広報室 広報部
河南、前橋、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 業務推進統括部
足木

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
瀧川

株式会社電通 MCトランスフォーメーション局 メディア・コンテンツ・データ開発部
朴、吉村

Email : koho@dentsu.co.jp