

2026年9月30日

電通とCARTA ZERO、地上波テレビ広告の リアルタイム買付・運用サービスを「BoosTV」として刷新 － 読売テレビ・中京テレビの参画による配信エリア拡大と機能強化 －

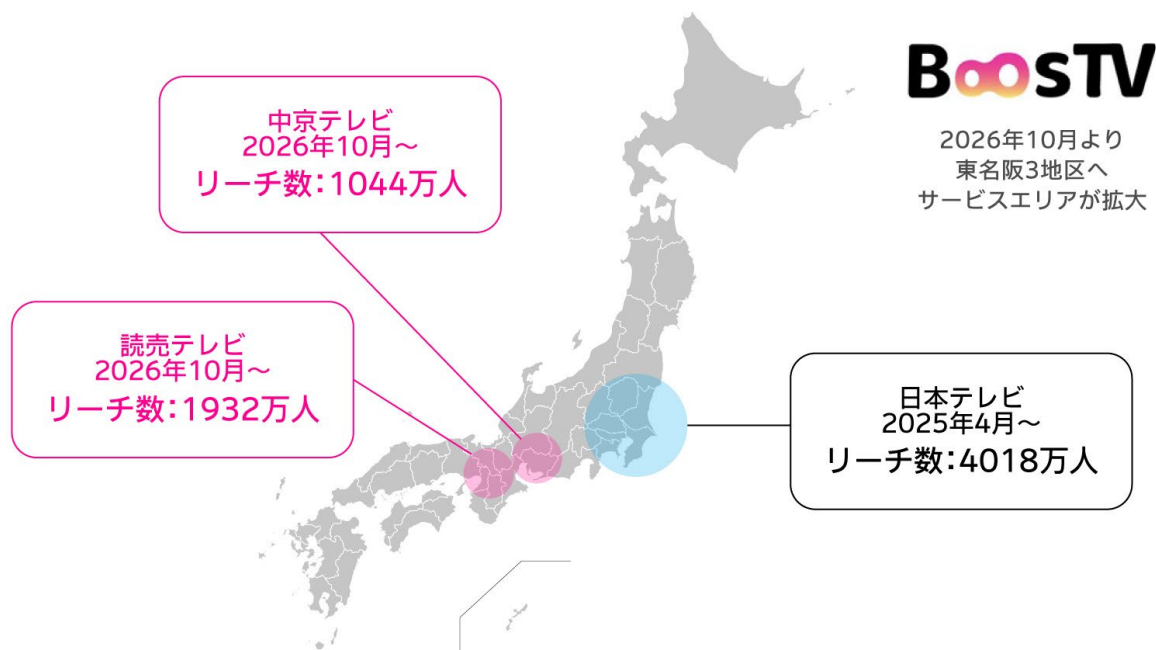
株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：松本 千里、以下「電通」）と株式会社CARTA ZERO（本社：東京都港区、代表取締役CEO：高橋 学、以下「CARTA ZERO」）は、昨年から提供している地上波テレビ広告のリアルタイム入札・買付および運用を可能にするサービス※1を機能強化し、10月1日より「BoosTV（ブースティービー）」として刷新します。これまで日本テレビ放送網株式会社（以下「日本テレビ」）の地上波テレビ広告枠を対象としていた広告運用メニューに、読売テレビ放送株式会社（以下「読売テレビ」）と中京テレビ放送株式会社（以下「中京テレビ」）が参画し、配信エリアが関東のみならず関西・中部へも拡大します。



「BoosTV」は、日本テレビが開発した、テレビ広告をデジタル広告のようにインプレッションベースで購入・運用できるプラットフォーム「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）」※2が提供するプロダクト「AdRM-EXchange」を通じて、同社の地上波テレビ広告の在庫を取り扱うサービスです。配信状況を踏まえて柔軟にテレビ広告を運用でき、高精度な広告配信が可能になります。デジタル広告のようにインプレッションベースで地上波テレビ広告の入札・買付や運用を行えるため、より効率的かつ効果的なプランニングを実現します。

今回の刷新では、配信対象局として新たに読売テレビおよび中京テレビが加わります。これにより、関東・関西・中京の都市圏が網羅され、配信対象人口が約7000万人※3へと拡大します。複数エリアを横断した広告展開や地域特性に応じたコミュニケーション施策の実施など、広域かつ多様な生活者への柔軟で効率的な訴求が期待できます。

さらに、国内電通グループが保有する独自のデータやソリューションと「AdRM-EXchange」を連携し、データを活用したテレビ広告の運用環境を整えることで、効率的なプランニングや運用、高度な効果検証を実現します。将来的には、さまざまな外部データとの連携や機能拡充を予定しており、テレビとデジタルの共通プランニングを可能にすることで、クライアントへの幅広い選択肢の提供を目指します。



最大約7000万人(人口の約57%)へリーチ可能に

電通は、「AdRMプラットフォーム」のセールスサイト「スグリー」のプレミアパートナー※4として、テレビ広告の高速かつ柔軟な運用によるマーケティング支援を推進しています。

今後も電通とCARTA ZEROは、テレビ局との協業を通じて、変化するメディア環境や広告ニーズに対応したソリューションの開発を推進することで、クライアント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 2025年7月22日発表：電通、CARTA ZEROと共同で地上波テレビ広告のリアルタイム買付・運用サービスを提供開始

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0722-010915.html>

※2 <https://arm.ntv.co.jp/>

※3 2026年9月時点の対象エリア（関東・関西・中京）における推計配信対象人口。

※4 2025年2月17日発表：電通、日本テレビ「スグリー」のプレミアパートナーに認定

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0217-010846.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、早川、内田

【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 長野
ラジオテレビビジネスプロデュース局 業務推進統括部 岡本

Email : koho@dentsu.co.jp