

【LINE】LINE の動画広告「LINE Expand AD」が、 博報堂D YグループのTVCMとオンライン動画広告をかけ合せた 広告効果予測プランニングツール「TV Cross Simulator」に対応

2018.07.23 法人向けサービス

TVCMとオンライン動画広告それぞれの最適な出稿パターンをシミュレーションすることが可能に

LINE株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：出澤 剛）は、当社が提供する「LINE」アプリ上で展開する動画広告メニュー「LINE Expand AD」において、株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ（本社：東京都港区、社長：矢嶋弘毅、以下 博報堂D Yメディアパートナーズ）、株式会社博報堂D Yデジタル（本社：東京都港区、社長：辻 輝、以下 博報堂D Yデジタル）、および 株式会社博報堂D Yホールディングス（本社：東京都港区、社長：戸田裕一、以下 博報堂D Yホールディングス）が開発・提供するTVCMとオンライン動画広告をかけ合せた広告効果予測プランニングのためのツール「TV Cross Simulator」（テレビ クロス シミュレーター）でのシミュレーションへの対応を開始いたしましたのでお知らせいたします。



LINEでは、スマートフォンならではの操作性や、多彩で豊かなクリエイティブを活用した動画広告出稿のニーズが高まる中、2017年8月より「LINE」アプリ上で展開する動画広告メニュー「LINE Expand AD（旧Expand Video）」^{*}を提供しております。

^{*}詳細はこちらのプレスリリースをご参照ください：<https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2017/1853>

生活者のメディア総接触時間のうち、デジタルメディアが占める割合が50.4%と初めて過半数に達する^{*}など、企業のマーケティング活動におけるデジタル広告の需要はますます高まっており、特にオンライン動画広告によるターゲットリーチ獲得・商品認知向上などのブランディング効果には大きな期待が寄せられています。

^{*}出典:『メディア定点調査 2018』博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所

このような背景をうけ、この度「LINE Expand AD」は、博報堂D Yグループが提供するTVCMとオンライン動画広告をかけ合せた広告効果予測プランニングのためのツール「TV Cross Simulator」への対応を開始いたしました。「TV Cross Simulator」では、TVCMの出稿パターンやターゲット（性別や年齢など）、業種といった10種類以上のパラメーターを設定することで、キャンペーンの「ターゲットリーチ効率」や「広告認知率」等を最適化するためのTVCMとオンライン動画広告それぞれの出稿パターンをシミュレーションすることが可能です。

近年多様化が進む動画広告市場において、多くの人に効率よく広告を届けることは、ますます重要な課題となっております。「TV Cross Simulator」への対応により、「LINE Expand AD」はターゲットリーチや広告認知に加え、「TVCMとオンライン動画広告の複合接触による意識変容」の視点から、商品認知、商品興味関心、商品好意、商品関与意向、商品購入利用意向等のブランディング指標についてもシミュレーションすることが可能になり、TVCM×オンライン動画広告のより効果的なクロスメディア広告出稿を実現します。なお、本ツールは博報堂D Yグループが長年取り組むTVCMの運用実績と、今回新たにLINEと共に行ったクロスメディアキャンペーンのWEB調査結果をベースに構築しております。

LINEでは、今後も「CLOSING THE DISTANCE」をミッションとして、ユーザーと様々な情報やサービス、モノとの距離を縮め、心地よい関係性を創出すべく、外部企業・サービスとも連携を強め、様々な取り組みを積極的に行ってまいります。