



**「ラジコオーディオアド」** 2018年10月-2019年3月期実験  
に関するご報告ならびに取扱広告会社に関するご説明

**radiko audio Ad**

2018年10月16日

(株)radiko

ラジコオーディオアドとは？

ユーザーごとにターゲティング配信を行うことが可能 ⇒ 【枠から人へ】

地上波とのサイマル配信（ライブ配信）での広告枠で、ラジコでは別の広告素材を配信。  
リスナーを指定したターゲティング配信が可能です。



地上波ラジオ

radiko

ラジコでは別の広告を配信

↓聴取開始 放送局A

↓聴取開始 放送局A

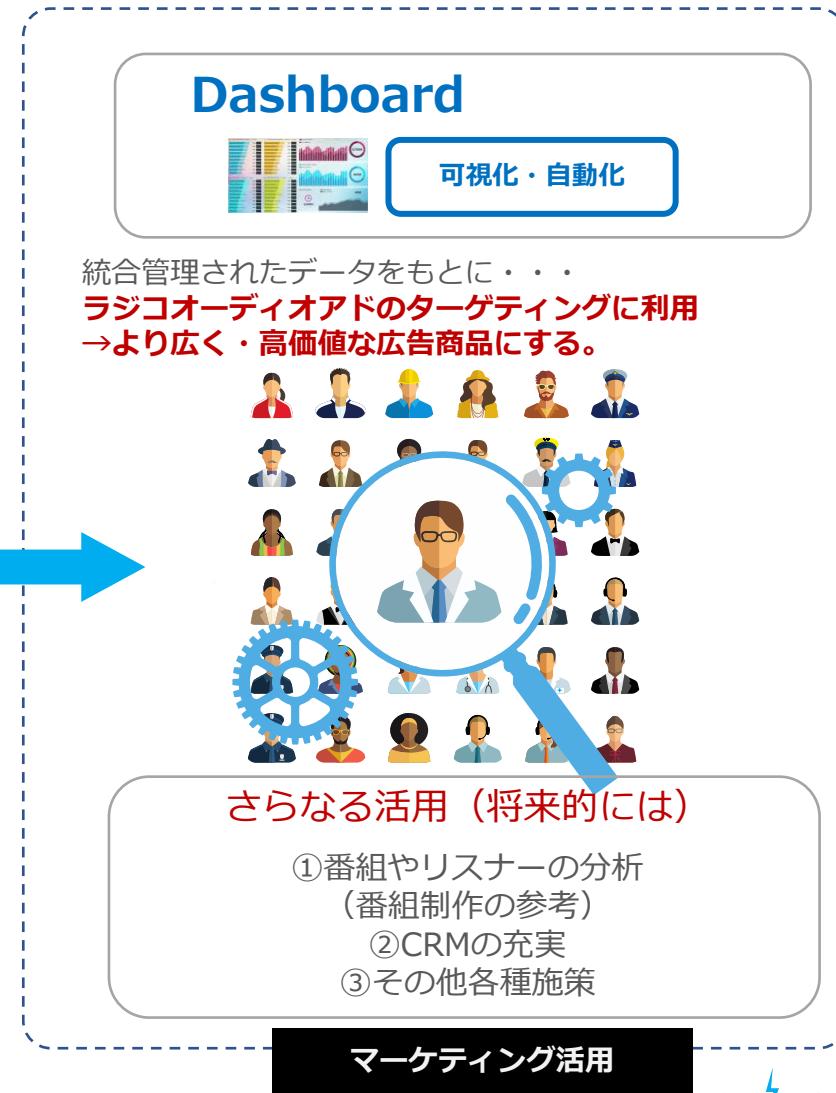


ラジコDMP (ラジコオーディオアド実現のための最重要システム)

ラジコDMPイメージ



ラジコDMPを活用し、  
自社データならびに  
ACRパネルデータから  
**ターゲティング拡張(拡大推計)**  
を行います。  
このDMPが充実すればするほど、  
ターゲティングの精度が上がり、  
広告価値が上がります。



【CM差替対象枠】

現在、地上波ラジオで広告主様がご提供のCM枠での差し替えは行いません。

地上波ラジオで広告主様がご提供されていない、ラジオ各局が番宣・局報等を実施しているCM枠でのみ差し替えを実施致しました。

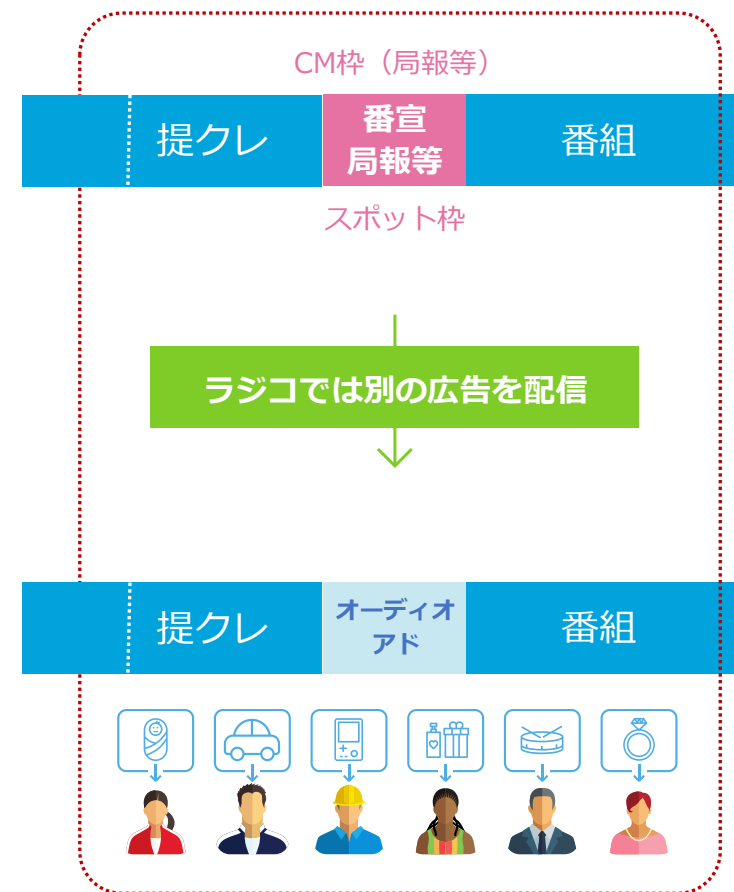
また、現時点ではタイムフリーにおける差し替えは実施せず、ライブ配信のみでの差し替えを行っています。

【CM差替対応デバイス】

PC・スマホ・タブレットでの差し替えとなります。  
(現状スマートスピーカーでの差し替えは無し)

今回実施のパターン

地上波  
ラジオ



ターゲットごとの広告



【実証実験開始時期】  
2018年7月24日（火）スタート

【実証実験開始エリア・放送局】  
順次差替え技術を準備するため**在京7局限定**スタート



【実証実験販売内容】  
各局の抛出CM枠をもとに調整。  
(技術的観点含めCM在庫量が限られるため、限定的なパッケージ)  
また、販売付帯としてブランドリフト調査の実施。

【広告配信基準について】  
各放送局と協議を重ね設定したラジコ独自のガイドラインに基づき  
広告配信の可否ならびに広告表現の確認を行わせて頂きます。



### 【販売広告会社】

実証実験ということで実施エリアも限られ、  
また技術的観点からも限られたCM在庫量からの開始となるため  
radikoの株主でもある

- ・ 電通様
- ・ 博報堂DYメディアパートナーズ様
- ・ アサツー ディ・ケイ様
- ・ 東急エージェンシー様

dentsu

ADK

 Hakuhodo DY  
media partners

Tokyu Agency

の4社に限定。

※メディアレップとしてはCCI様・DAC様  
と取引開始いたします。

 C C I  
COMMUNICATIONS INC.

  
D.A. Consortium



● 7-9月期販売状況

7-8月期： **5社**

9月期： **5社**

の計**10社**にご協力いただき、実験配信を開始。

● オーディオアド配信状況

- ・ 実験開始の7月24日以降、特に大きな問題もなく順調に配信を行っております。
- ・ オーディオアドの完全聴取率は約98%（アドに接触したほぼ全ての方が最後まで広告メッセージを受け取って頂いております）
- ・ ブランドリフト調査レポートについては現在集計中。



**現在の安定配信状況を鑑み、**

**本年10月以降、新たにエリアを拡大（在京・在阪）しての実験を行いたいと考えております。**

※実験セールスメニューについては詳細メディアガイド（別途送付）を合わせてご参照願います。

※メディアガイドに関する問い合わせはメディアレップ2社

サイバー・コミュニケーションズ（cci）/デジタル・アドバイジング・コンソーシアム（DAC）までお願い致します。

7月24日から開始



10月25日から開始



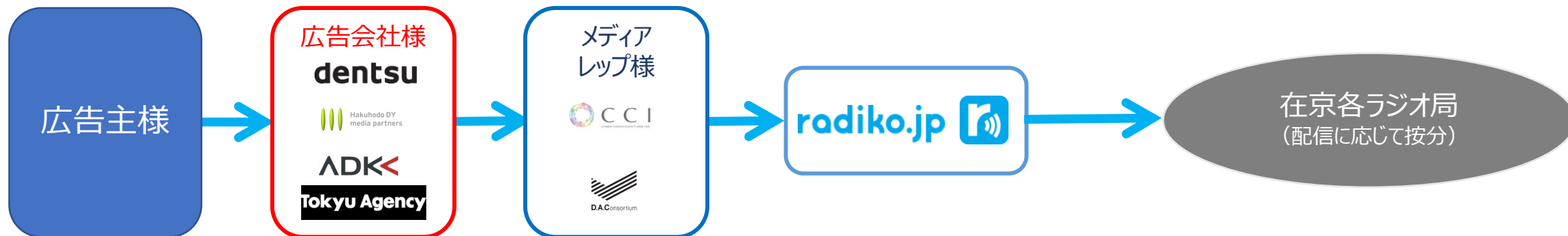
2019年4月以降

関東周辺局・関西周辺局  
名古屋・九州・北海道  
と順次エリアを全国に拡大予定



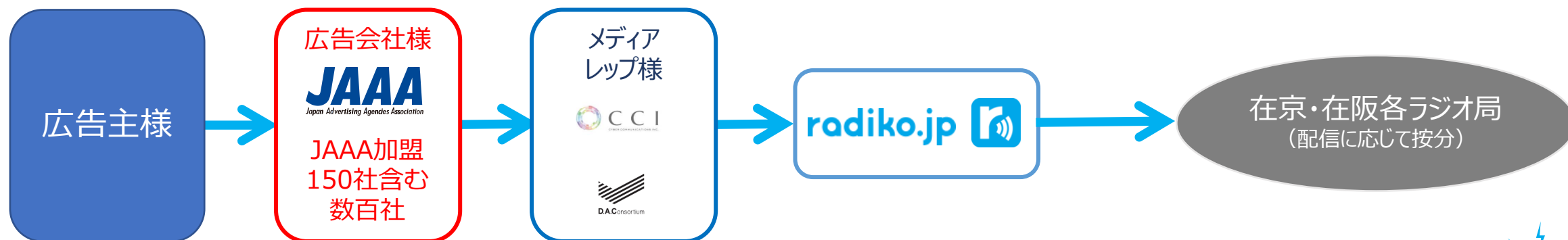
 2018年10月以降 販売広告会社について

7-9月 実証実験期間：radikoの株主でもある4社に限定



10月からの実証実験においては、エリア拡大（在京・在阪）に伴い広告在庫の拡大も期待できるため、販売広告会社についても拡大を致します。

10月以降 実証実験期間：上記4社に加えメディアレップ2社の取引会社まで拡大（JAAA会員150社含む）

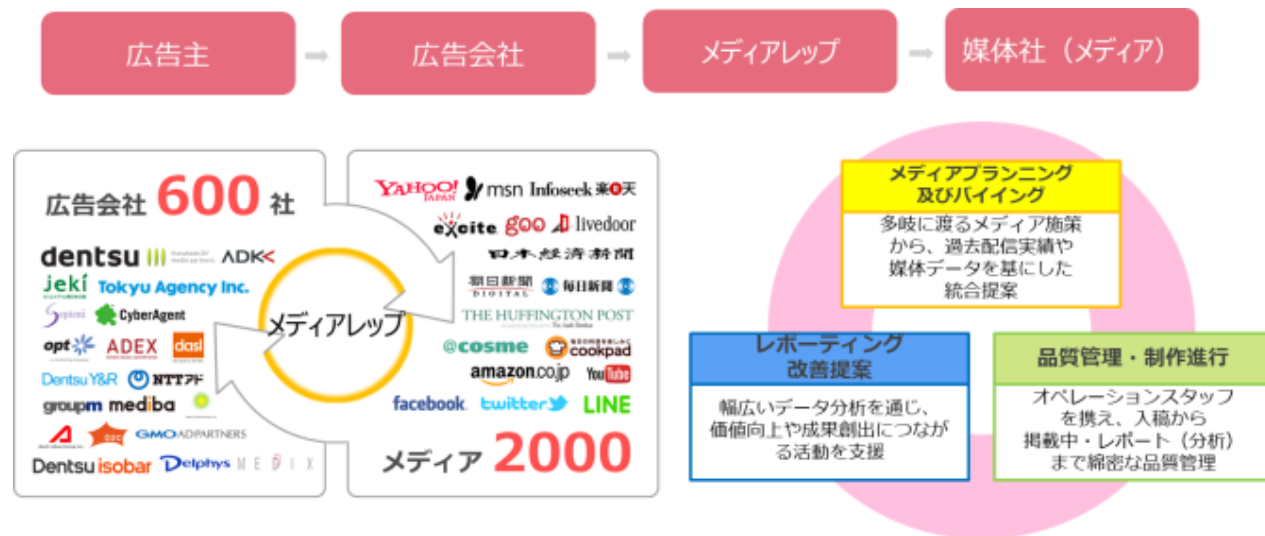




## 参考：radikoにおけるメディアレップの役割

メディアレップとは、インターネット広告の取引において、  
 広告媒体の枠の買い付け（開発）・広告会社へのセールス・  
 広告運用などを担う。

また、メディアの買い付けだけではなく、様々な  
 アドテクベンダー（SSP・DSP・ADEXCHANGE・DMP・  
 Viewability・・・）の運用までも担い、純稿（手売り）および  
 運用広告（PMP/プログラマティック広告）を  
 円滑に運行するために必要な役割を担う。



**ラジコはラジコオーディオアドのセールス拡販、  
 下記サポート業務をメディアレップ2社（CCI・DAC）に委託します。**



CCI  
 CYBER COMMUNICATIONS INC.



D.A.C Consortium

- Media Sheetアップデート
- レポート作成
- 広告主及び広告素材事前考査
- 入稿管理
- 媒体の競合状況のベンチマークレポート
- 素材制作支援
- 広告会社へのセールス
- 手売り以外も含めたマネタイズ
- 受発注の管理
- 最新インターネット広告市況のアップデート

