

TOKYO FM が地上波サイマル放送と 音声ターゲティング広告技術を接続したラジオアプリ 「WIZ RADIO^{ウイズ レディオ}」をリリース

株式会社エフエム東京(東京都千代田区、代表取締役社長 千代 勝美/以下「TOKYO FM」)は、戦略的業務提携を締結しているオーディオ・アド・テクノロジーの世界的リーディングカンパニー「Adswizz(アズウィズ)」社(米カリフォルニア州サンマテオ/CEO: Alexis Van De Wyer)の広告挿入技術を活用し、地上波の同時再送信コンテンツに、リアルタイムでのターゲティング広告配信技術を接続したラジオアプリ「WIZ RADIO(ウイズ・レディオ)」を、エフエム東京・ジャパンエフエムネットワーク・ジグノシステムジャパンが主体となり、リリース致します。

「WIZ RADIO」では、放送のIPサイマル音声上において、地上波と同様の広告はそのまま配信される一方、自局の宣伝などに用いられるそれ以外の空き枠を活用し、聴取者の属性に合わせた音声ターゲティング広告をリアルタイム配信する機能を実現しています(開始時は一部の空き枠から運用開始)。これにより、リスナーには嗜好性に合わせた広告情報が優先的に配信されるとともに、広告主には、よりターゲット層にアプローチしやすく、更に放送局が制作するコンテンツ間に限定することで、ブランド・セーフティな音声広告商品をご提供することが可能になりました。

◆地上波ライブ・ストリーミング+ターゲティング広告配信

TOKYO FM では、ラジオ局のサイマル・プログラムと、デジタル・オーディオ・アド技術を接続することで、放送局が制作する信頼できるコンテンツ間でデジタル広告を配信することが可能になり、ブランド・セーフティなデジタル広告配信を実現しています。

また、地上波における空き枠と同じタイミングを活用することで、ユーザーの聴取体験を阻害することなく、広告メッセージを届けることが可能です。

◆広告タイミングを検知する技術特許を活用

TOKYO FM では、空き枠情報、および差し替え可否情報の自動検知とメタ・データへの変換における技術特許を取得致しました。この技術を用いることで、生放送が多く、時間が完全に固定されていないケースが多いラジオ番組間でも、正確に空き枠のタイミングを検知～広告配信を行い、リスナーにとって、スムーズな聴取体験を提供することが可能になります。また、枠の長さを一定秒数で固定することなく、様々な秒数の広告配信タイミングを自動検知するため、あらゆる秒数の音声広告配信にも対応することが可能です。

◆デジタル・オーディオ・アドとは

デジタル・オーディオ・アドとは、音声ストリーミングサービスを横断し、音声広告を配信するインターネット広告です。リスナーの性別や年齢層、曜日や時間帯、デバイス、興味のある分野などを絞り、特定のターゲットに音声広告を配信することが可能です。「デジタル・オーディオ・アド」は、ミッドロール(コンテンツ間に再生される広告)の再生完了率が平均して90%程度と高いことに加え、インターネット広告では送出されにくい音声を用いて、広告メッセージをユーザーに確実に届けられるメリットがあり、海外では市場を急激に拡大しています。欧米では多くの音声サービスが、デジタル・オーディオ・アドに参入し、アメリカのラジオ広告費・年間およそ178億ドルのうち、デジタル・オーディオ・アド市場は、いまや30億ドルに成長し、ラジオと併せた音声広告市場は、200億ドルを超える規模に拡大しています。これは、日本のテレビ広告費=1兆9600億円を、およそ20%も上回るマーケットです。TOKYO FM では、2018年3月より、様々な音声サービスを統合した日本最大の広告在庫を持つデジタル・オーディオ・アド・ネットワーク「WIZ AUDIO」の運用も開始しており、この度配信を開始した独自メディア「WIZ RADIO」を広告在庫の中核として加え、音声広告の新しい活用方法を提供してまいります。

■米「Adswizz(アズウィズ)」社とは

米「Adswizz(アズウィズ)」社は、2008年、米国カリフォルニア州サンマテオ市を本拠として設立。インターネットラジオを始めとする音声サービス業界向けにデジタル・オーディオ・アドに関するソリューションを提供する、テクノロジー・プロバイダーの世界的なリーディングカンパニーです。



同社は音声コンテンツ事業社向けに音声コンテンツの強力な収益化ソリューションを提供しています。これにより、音声メディアは、広告主に対して音声広告在庫と、ターゲティング機能を提供することが可能になり、現在では、世界各国の大手音声コンテンツサービスに採用されています。