

2022年11月8日

## 東急エージェンシーオリジナルPMP「T-Camp」 radiko・Spotifyの音声広告メニュー「T-Camp Audio」の新機能追加

株式会社東急エージェンシーは、民放公式テレビポータルサイトTVerおよび各放送局による民放地上波TV見逃し配信を対象としたPMP(Private Market Place)「T-Camp」に、音声広告メニュー「T-Camp Audio」の運用の新機能を追加いたしましたのでお知らせいたします。

「T-Camp」は民放地上波TV見逃し配信を対象とした動画広告において、ターゲットとする「人」を指定してプログラマティックに広告を配信するサービスを提供していましたが、昨今拡大している「音声広告」市場に対応し、今回新たにradiko・Spotifyの「音声メディア」への音声広告配信機能を追加しました。

運用においては、これまで通り当社が株主として参画するData Chemistry社の有するDMP(Data Management Platform)「DC Catalyzer」との連携により、デモグラフィックや興味関心領域のほか、TVCMやTV番組、「T-Camp」の動画広告の接触状況に基づくターゲティング配信も可能となります。

さらに、広告主様のデータ、位置情報データなどと連携することにより、広告主様の課題に応じた独自のターゲティングも可能となります。

### ■商品特性

- ・運用型インストリーム動画広告及び音声広告(DMPを活用したターゲティング配信)
- ・掲出先メディア：民放地上波見逃し配信コンテンツ  
音声メディア(radiko・Spotify)

### 【Data Chemistry社「DC Catalyzer」連携配信活用例】

#### ① 認知獲得目的のTVCM放映に合わせた、「買い忘れ防止」目的のリマインド音声広告

TVCMやキャッチアップ配信(Tverなど)で動画広告を実施し認知を獲得、その広告接触者に対して通勤時間帯に合わせて音声広告を配信。移動時間中によく利用される音声メディアの特性を活かし、Data Chemistry社のデータ連携によりCMや動画広告の接触者をターゲティングして配信することで、つい買い忘れてしまう日用品などの商材で再認知・購買促進に効果的な活用が可能です。

#### ② 音声広告からのサイト来訪分析

音声広告は他のデジタル広告と比べ効果検証がしにくい側面がありましたが、Data Chemistry社のImpトラッキングタグとサイトタグを活用することで音声広告接触者のサイト来訪状況を実ログベースでトラッキングが可能になります。これにより音声広告の効果検証がよりしやすくなり、音声広告を検索リフト目的で実施しサイト訪問を促し、音声広告経由のサイト来訪者の計測なども可能になります。

T-Camp「T-Camp Audio」に関するお問い合わせ  
株式会社東急エージェンシー  
メディア本部 小方、杉山、田口  
Mail:[t-camp@tokyu-agc.co.jp](mailto:t-camp@tokyu-agc.co.jp)

この件に関するお問い合わせ先  
株式会社東急エージェンシー  
コーポレート本部コーポレートブランディング局広報部 泉、高山、平松、寺本  
Mail : [kouhou@tokyu-agc.co.jp](mailto:kouhou@tokyu-agc.co.jp)