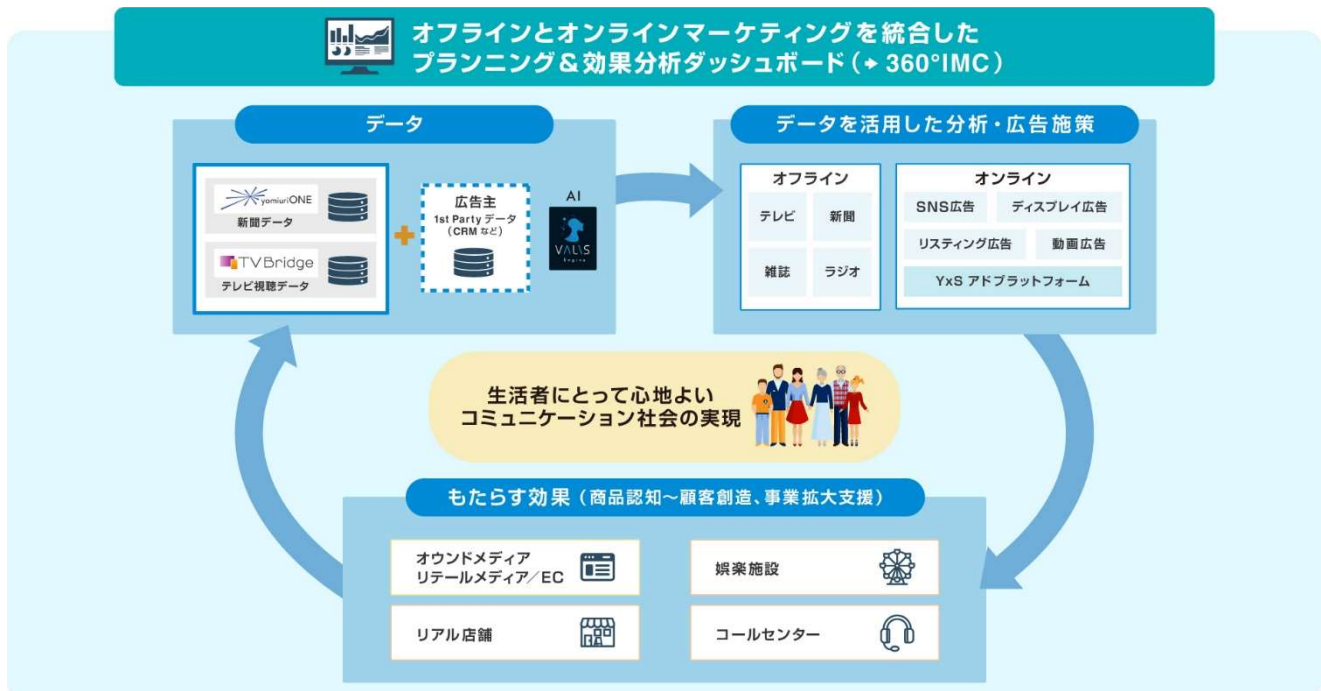


新聞×テレビ 2大マス媒体の接触データを連携
読売新聞東京本社とSMNが広告ビジネスで業務提携
資本提携に向けた基本合意書締結、幅広く協業を検討へ

株式会社読売新聞東京本社
SMN株式会社

株式会社読売新聞東京本社（本社・東京都千代田区、代表取締役社長・山口寿一）とソニーグループでマーケティングテクノロジー事業を行うSMN株式会社（本社・東京都品川区、代表取締役社長・井宮大輔）は、読売新聞東京本社に「YOMIURI X-SOLUTIONS」（略称 YxS）を設立し、デジタルを軸とした広告ビジネスで協業していくことで合意しました。読売新聞グループの保有する、新聞読者をベースとした370万IDのデータ基盤「yomiuri ONE」※1とSMNの保有するインターネット接続テレビ約780万台の視聴データ「Connected TV Data Bridge (TVBridge)」※2を連携させ、新聞とテレビの接触データを掛け合わせたデータマーケティングを初めて実現することで、広告にとどまらず、広告主や企業にとって最適なソリューションを提供するとともに、生活者にとって心地よいコミュニケーション社会の実現を目指します。

さらに、両社は資本提携に向けた基本合意書も締結しました。読売新聞東京本社が第三者割当増資によってSMNの株式5%程度を取得することを検討しています。今後、両社のパートナーシップを懸け橋にして、読売新聞グループとソニーグループのSMNが多種多様なリソースを組み合わせた新たな協業の可能性を探っていきます。



◆ ID連携をテコに、協業で広告ビジネスを展開

協業では、新聞読者をベースとしたデータ（yomiuri ONE）とテレビ視聴データ（TVBridge）を連携させ、SMNのLogicad DSP（※3）を基に、新たに開発する「YxS アドプラットフォーム」での広告配信に活用します。SMNが自社開発・運用しているLogicadは、独自のアルゴリズムと人工知能VALIS-Engineを用い、高精度なターゲティング広告配信に定評がありますが、2大マス媒体の接触データを連携させることで、ターゲット層の読売新聞オンライン上の記事閲覧傾向やテレビ番組の視聴傾向を一元的に把握することができます。これにより、新聞広告の最適な使い方やテレビCMの最適な放映時間帯などを割り出して、デジタル広告では届きにくいターゲットの周辺層にリーチするとともに、デジタル広告をセグメント配信することでコアターゲット層には的確に届け、複数メディアを横断しつつその相乗効果を高め、統合型マーケティング（※4）を実現します。

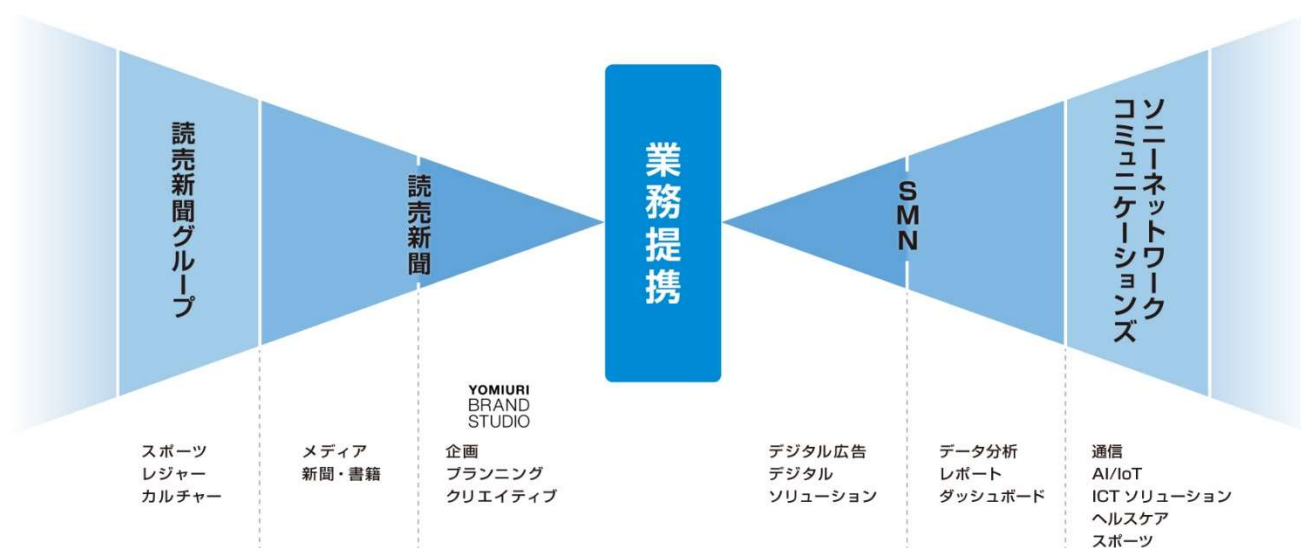
また、広告主の持つ顧客データや店舗購買データと連携させることも可能で、これによってマーケティング効率をより向上させることができるほか、データをもとにした戦略立案など、広告の領域を超えてソリューション施策を提案できるようになります。

さらに、広告効果についても、人工知能VALIS-Engineによる分析や広告主の保有するデータ、外部データなどを組み合わせることで、広告への接触履歴や直接・間接効果の可視化を行い、オンライン広告とオフライン広告を横断して評価できる新たな指標の開発を目指します。その際には、読売新聞グループの読売巨人軍、よみうりランド、読売日本交響楽団、よみうりカルチャー、マロニエゲートなど「リアルな接触ポイント」をメディアとして捉え、生活者へのマーケティングタッチポイントとしたうえで、データ取得ポイントとしても利用します。

尚、データの連携は個人情報には紐づかない形で行い、プライバシー保護には十分配慮します。

読売新聞東京本社はSMNとの協業により、広告業へ進出することになります。読売新聞はこれまで、日本最大の購読部数を背景に、新聞広告を中心としたソリューションを提供してきましたが、広告主のコミュニケーション施策に貢献するには、媒体社の枠を超えて、加速するデジタルシフトにも対応できる様々なソリューションを提供していく必要があると判断しました。2018年に設立したYOMIURI BRAND STUDIO（YBS）との両輪で広告主の統合型マーケティング支援を進めていくこととなります。

◆ 業務提携後の新たな展開



読売新聞グループは、読売新聞をはじめとする様々なメディア以外にも、前述した読売巨人軍、よみうりランドなどの「リアルな接触ポイント」を持ち、各種の美術展や竜王戦・棋聖戦、世界らん展などのイベントも数多く実施しており、リアルに集客ができる優良なコンテンツを抱えています。一方、SMN は自社開発の独自技術と、デジタルマーケティングにおける豊富な実績と知見があり、グループ会社となるソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社には NURO、So-net の通信事業、ICT ソリューション事業、NURO AI、ヘルスケア、スポーツ ICT など、幅広い事業があります。メディアとスマートフォンやテレビ、IoT デバイスをネットワークサービスで繋ぎ、SMN の AI 技術と合わせて新たな事業の可能性を模索します。

読売新聞東京本社と SMN の業務提携を懸け橋にして、今後、多種多様なアセットを活用することで、幅広くビジネスに資する新たな価値を創造し、広告分野にとどまらない事業開発を継続的に進めていきます。

◆ YOMIURI X-SOLUTIONS (ヨミウリ・エックス・ソリューションズ) について

X =未知の可能性、Transformation (変容)、Experience (体験) を示し、これまでにない価値を新しく生み出し、UX につながるソリューションを提供するという意味を込めました。略称の「YxS」(ワイ・バイ・エス) は、YOMIURI x SMN にも通じ、両社の協業、シナジーをイメージしています。

◆ 本件問い合わせ先

報道機関からの問い合わせ

- ・読売新聞グループ本社広報部
電話 03-3242-1111、E-mail tkouhou@yomiuri.com
- ・SMN 経営企画部
電話 03-5435-7930、E-mail pr@so-netmedia.jp

広告ビジネスに関するお問い合わせ

- ・読売新聞東京本社 広告局 デジタルビジネス部
電話 03-6739-6040、E-mail ad@yomiuri.com

◆ 読売新聞東京本社について

2002年7月に読売新聞グループの再編により新設。読売新聞は1874年(明治7年)11月に創刊され、140年以上の歴史がある全国紙です。グループ本社のもとに、東京本社と大阪、西部両本社を置き、世界最大の発行部数を誇る新聞事業をはじめ、スポーツ、エンターテインメント、文化などの各種事業を展開しています。グループ全体では新聞3社のほかに、読売巨人軍、中央公論新社、よみうりランドなどの企業・団体があり、多彩な事業や活動を行う「総合メディア集団」を構成しています。

読売新聞社 公式サイト：<https://www.yomiuri.co.jp/>

◆ SMN 株式会社について

2000年3月に設立。ソニーグループで培った技術力をベースに、マーケティングテクノロジー事業を展開しています。「技術力による、顧客のマーケティング課題の解決」を実現するため、ビッグデータ処理と人工知能のテクノロジーを連携し進化を続けています。現在、DSP「Logicad」、マーケティングAIプラットフォーム「VALIS-Cockpit」のほか、テレビ視聴データ広告配信サービス「TVBridge」を新たに提供するなど、マーケティングに関する様々な課題解決を実現しています。東証プライム市場上場。SMN 株式会社 公式サイト：<https://www.so-netmedia.jp/>

※1 yomiuri ONE

読売新聞東京本社が運営する「読売 ID（会員数 270 万人）」をはじめ、読売巨人軍、読売旅行の会員 ID を含めた計 370 万 ID の属性に加えて、読売新聞グループ会社の運営するサイトの閲覧属性や、第三者情報の推定属性データを蓄積した CDP（※5）。

- ・読売 ID について：<https://my.yomiuri.co.jp/>
- ・yomiuri ONE について：<https://adv.yomiuri.co.jp/digital/files/yomiuriONE.pdf>

※2 TVBridge

大手テレビメーカー4社が、ユーザーから広告用途への利用許諾を得て取得している約 780 万台分のテレビ視聴データに、SMN が保有するデジタルメディアの接触データを組み合わせて、効率的な広告配信を実現するデータ活用サービス。

- ・TVBridge サービスサイト：<https://tv-bridge.com/>

※3 DSP（Demand Side Platform）

広告主の広告効果の最大化を支援する広告配信プラットフォーム。広告媒体社の広告収益を最大化するためのプラットフォーム SSP（Supply Side Platform）とともに、RTB（Real Time Bidding）を通じて、広告枠の売買をリアルタイムに行っています。

※4 統合型マーケティング（IMC=Integrated Marketing Communication）

統合型マーケティングコミュニケーションのことで、ウェブサイト、ソーシャルメディア、広告、実店舗など生活者につながるチャンネルを統合的に管理しマーケティングに活用するもの。YxS では「360°IMC」というコンセプトを掲げ、オンライン・オフライン・宣伝・販促の全方位のマーケティングコミュニケーションを実現します。

※5 CDP（Customer Data Platform）

顧客データを活用するデータ基盤で、オンライン・オフラインのデータを蓄積しています。