

2026年2月13日
株式会社博報堂DYホールディングス
株式会社博報堂

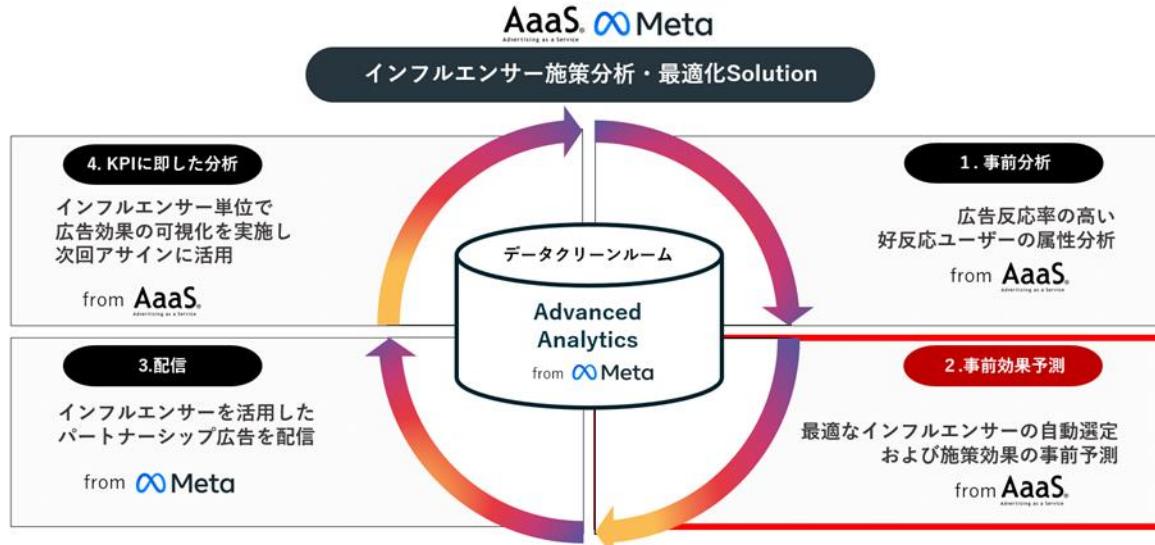
「AaaS with Meta」、広告主のブランドビルドに貢献するインフルエンサー施策の
広告効果を事前予測する新機能を提供開始

博報堂DYグループの株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：名倉健司、以下 博報堂）は、SNS上のブランドビルドを目的として業務提携を行っているMeta日本法人Facebook Japan 合同会社（以下 Facebook Japan）のデータ・テクノロジーを活用したソリューション「AaaS with Meta」の新機能をリリースしました。本機能は、第一弾（※1）として提供を開始した「インフルエンサー施策の分析・PDCAサイクル」において、施策実施前のプランニングフェーズに、AIを活用した新機能を搭載いたします。これにより、Meta プラットフォーム上におけるインフルエンサー施策効果の事前予測が可能になります。



広告主のブランドイメージ形成において、SNS上でユーザーが生成した投稿（UGC（※2））は重要な役割を果たしています。特に、生活者に対して影響力を持つインフルエンサーによるUGC投稿は、生活者のイメージ形成や、広告主の商品イメージに大きな影響を与えます。博報堂とMetaはこれまで、インフルエンサー施策の効果を可視化し、ブランドへの貢献度を高めるPDCAサイクルの環境を整備してきました（第一弾機能）。この度、施策前のプランニングフェーズにおいて、Metaのデータ・テクノロジーとAaaSが保有する生活者データ・AI技術を本格的に適用することで機能の拡充を図ります。具体的には、広告主の課題に対して希望条件を指定することで最適なインフルエンサーの組み合わせをシミュレートでき、Meta プラットフォーム上における広告施策効果を事前に予測することが可能になります。

第二弾ではインフルエンサー施策における効果の事前予測機能を追加



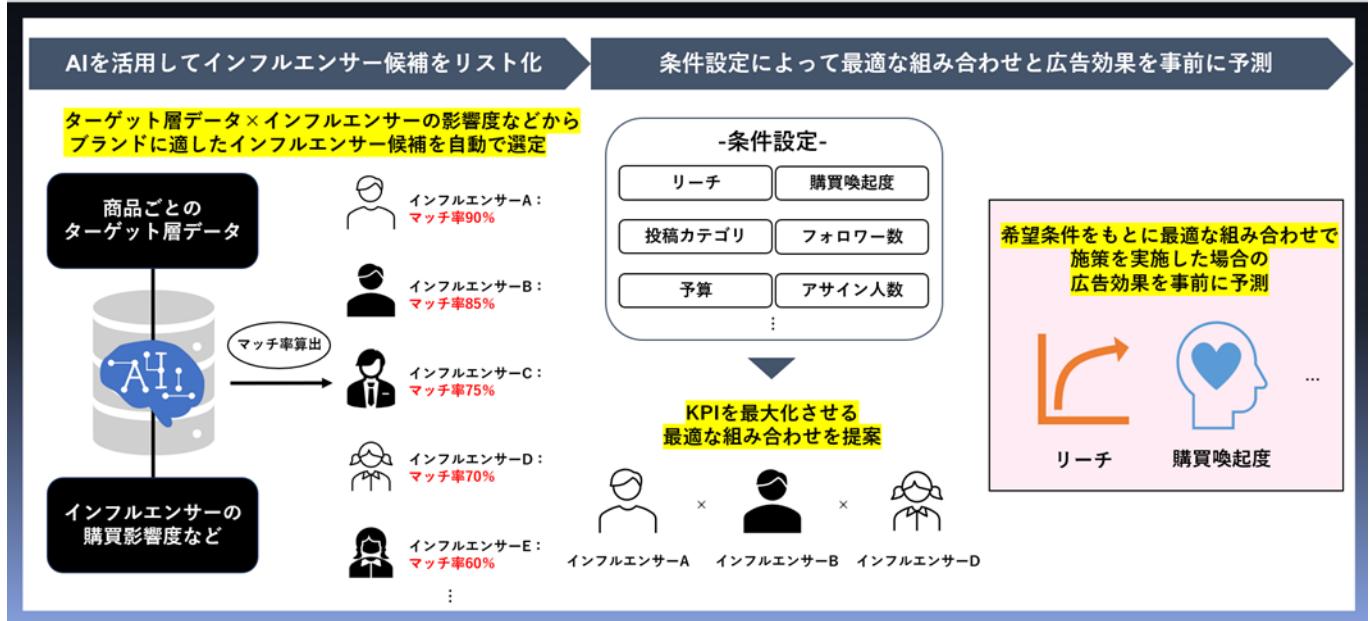
本機能は、Meta プラットフォーム上の UGC データおよび AaaS が保有する大規模調査データを活用し、以下のステップで広告効果の事前予測を実現します。

1. ターゲットの親和性が高いインフルエンサーの候補を選定

広告主のブランドイメージや、商材（食料品、化粧品など）に合わせ、Meta の広告配信データや AaaS の大規模調査データを活用し、狙うべきターゲット層を特定します。その上で、ブランドや特定カテゴリに対して高い購買影響力を持つインフルエンサー候補を、AI を活用してマッチ率とともに自動でリストアップします。

2. 広告効果を最大化させる組み合わせと効果を事前に予測

投稿カテゴリ・フォロワー数などのインフルエンサー条件、予算やアサイン人数などの全体条件を指定することで、広告主の課題に合わせた KPI（リーチや購買喚起度など）を最大化させる最適なインフルエンサーの組み合わせを選定・提案します。また、その組み合わせで施策を実施した場合の効果を、具体的な数値（予測値）として可視化します。これにより、広告配信前に予測数値に基づきプランニングを行うことができます。



本取り組みは、博報堂DYグループの横断的なAI専門家集団「HCAI Professionals」の活動の一環としても推進されています。

博報堂とMeta両社は今後もAaaSとMeta双方がもつ強みを活かして、ブランドと親和性の高いインフルエンサー起用によるSNS特有の波及効果を最大化させることで、ブランドビルトの強化、メディア広告効果の最大化による事業目標の達成に貢献いたします。

AaaSについて

広告業界で長らく続いてきた「広告枠の取引」によるビジネス（いわゆる「予約型」）から「広告効果の最大化」によるビジネス（いわゆる「運用型」）への転換を見据えた、博報堂が提唱する広告メディアビジネスのデジタルトランスフォーメーションを果たす次世代型モデル。<AaaS[®]は博報堂の登録商標です。>

(※1) AaaS with Meta 第一弾に関するプレスリリース ([リリースリンク](#))

(※2) UGC : User Generated Content

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 三矢・戸田 koho.mail@hakuhodo.co.jp

株式会社博報堂DYホールディングス グループ広報・IR室 倉品・塚田 koho.mail@hakuhodo.co.jp