

【別紙】 補足資料

(1) 検証素材と方法



今回テストした動画広告のクリエイティブ

全ターゲット指標で平均的な広告効果を持つ素材をベンチマークとして、各ターゲット指標ごとに効果が高いと予測される素材と低くなることが予測される素材を 2-3 素材制作し、全素材 10 万インプレッション程度(平均 115,695.3)の出稿を実施。なお、ツイート本文等は統制のため、統一した。また、時期の効果やその他のキャンペーンの効果を排除するために、各素材は同時期に携帯キャリアごとにランダムに割り振って配信した(ターゲット指標ごとに 3 回実施)。

(2) 効果が確認できたクリエイティブ例(再生率)

従来の冒頭部分 (ベンチマーク素材)



NeuroAIにより最適化 (NeuroAI素材①-2)



ベンチマークと比べ

再生率が **23.6%** 上昇