

株式会社エム・データ、 動画コンテンツのシーン内容や文脈、視聴者のモーメントを 単語化し、分類する「コンテキストメタ」の研究開発を開始

～ 動画のコンテキストやモーメントにマッチした広告配信に資する
新たな「TV メタデータ」に対応 ～

テレビの放送内容をテキスト化した「TV メタデータ」を提供する株式会社エム・データ（東京都千代田区、代表取締役社長：薄井司、以下「エム・データ」）は、動画コンテンツと広告のコンテキスト（シーンの内容や特徴、文脈）やモーメント（視聴者の商品やサービスへの関心が高まる瞬間）を捕捉するための「コンテキストメタ」の整備を開始します。

■背景と目的

コネクテッドテレビ（以下、CTV）の普及と動画配信サービスおよび広告の伸長、またクッキー規制や個人情報保護などにより、個人データは使用せずプライバシーに配慮した「コンテキストマッチ（モーメントマッチ）」という広告手法が注目を集めています。

また、技術の進化により、番組や動画コンテンツの内容や文脈に関連した広告が提供できるようになってきました。

今般、エム・データが生成してきた「TV メタデータ」やその生成ノウハウ、24時間365日のオペレーション体制を活かし、生成AIを組合せた、動画コンテンツ（シーンごと）の内容や特徴（映像に映った商材や物体、テロップ、発話内容など）、シーンの文脈、話題などを要素分解して単語化（タグ・キーワード付与）し、その単語に意味や属性を付与した辞書化を行い、それらを共通テーマごとのグループに振り分けるカテゴリ分類を実現します。（カテゴリ分類は、例えば、飲食、料理、旅行、美容、ファッション、金融、モビリティ・育児教育・ペット・掃除・ゲームなど）

加えて、単語やテーマ・トピックの出現状況やトレンド、季節性、コンテンツや番組の特性や傾向、時期ごとの取扱い話題、頻出ワードを分析するダッシュボード構築を進め、時代や世相、意味性の変化、新語の発出に応じて、辞書やカテゴリ分類を定期的に最適な状態に見直すメンテナンス体制を整えます。

これらにより、コンテンツのシーン内容ごとの特性やキーワードをタイムスタンプ（コンテンツの時間軸）で捉え、コンテキストマッチ・モーメントマッチ広告を実現するためのメタデータの提供が可能となります。

「コンテキストメタ」は、これまでテレビ局や広告会社、調査会社と共同で基礎的な研究を行ってきましたが、今後はパートナー企業との共同テストやPoCによる部分的対応から順次拡張していく予定です。

■コンテキストマッチ・モーメントマッチ広告への連携イメージ

①コンテンツ解析（単語化、辞書化、カテゴリ分類、トレンド解析、定期メンテナンス）したTVメタデータを、②広告解析（広告の商品ブランドの特徴やクリエイティブの内容などを単語化、辞書化、カテゴリ分類）されたデータと組み合わせることにより、例えば、テレビ番組のコンテンツがCTVや動画サービスで配信される際の広告で、コンテンツの内容、文脈にマッチした親和性の高い広告を配信することが可能になります。（下図のようにキャンプやBBQ、カレーの食事シーンに、キャンプやBBQの関連商材、カレーの関連商品の広告をマッチング）

M Data News Release

期待効果として、個人データは使用せずに、ユーザーが視聴しているコンテンツ内容やモーメント（商品・サービスへの関心が高まる瞬間）を捉えた関連広告を配信し、商品・サービスとの新たな出会いやマッチングを自然に演出することができます。

動画コンテンツと広告素材の自然かつ違和感のないマッチングを実現し、広告主にはより親和性のあるコンテンツの探索を、メディア側にはコンテンツに最適な広告枠の価値を訴求することが可能となります。



キャンプやBBQをしている番組

カテゴリ: キャンプ・アウトドア

タグ: BBQ、屋外・野外、ロケ、自然、調理・料理、飲食



外で調理もしくは食事しているカレーの広告

カテゴリ: 食品、カレー

タグ: 屋外・野外、調理・料理、飲食

《コンテキストメタの主な要素》 一部、構想も含む

- ・映像シーンや発話の内容や話題（トピック、テーマ、事柄）、商品、人物、名詞、音楽、字幕・テロップ
- ・映った物体（オブジェクト）、シーンや背景描写（シチュエーション）
- ・構成要素や演出要素
- ・視聴者の印象（エモーション）
- ・これらのタイムスタンプ（イン・アウトタイム）

※ この他、パートナー企業や顧客との協議によりカスタム対応

※ コンテキストメタの充実に加え、カテゴリ分類においても、例えば「料理」カテゴリを、料理のジャンルやメニュー分類などに細分化し、階層化されたマスタ体系も整備し、コンテンツと広告のマッチングの質や精度を高める計画

※ 単語・タグ・キーワードなどの辞書や階層化されたカテゴリ分類の充実と、各種外部データと連携が容易になるマスタの整備・統合にも着手する計画

一方で、これらのマッチングを AI に依存し過ぎると精度や判定ミスが発生し、意図しないコンテンツや文脈、シーンにミスマッチな広告が流れ、ブランド毀損のリスクが伴います。

【例えば、酔い潰れたシーンに酒類の広告、暴走や事故のシーンに自動車の広告など】

これら AI によるリスクを軽減し、視聴者の感情や広告主の意図に寄り添ったマッチングを実現するためには、データ生成および①②の運用を人が判断して補正する体制が必要になります。

エム・データは、このような AI の課題にも柔軟に対応し、TV メタデータの生成と提供をする役割を担います。

M Data News Release

今後は、コンテキストマッチ・モーメントマッチ広告の高度化に向け、テレビ局、動画配信事業者、広告会社、調査会社、アドテク会社などとの連携・共創を更に進めると共に、生成 AI などのテクノロジーを駆使し、ローカル局や BS 局、動画配信サービスの TV メタデータ生成やコンテンツ解析を拡張すると並行して、生成 AI の課題である精度やハルシネーションの弱点を専門のオペレーターが補正する体制も強化します。

「TV メタデータと AI」を融合させ、既存の TV メタデータを活用した RAG の構築と TV 版の「AI エージェント」を確立させ、「放送×動画配信」でのトータルリーチ、コンテンツの再価値化、新たな広告モデルの進化に挑戦、貢献してまいります。

■ 株式会社エム・データが提供する「TV メタデータ」とは？

株式会社エム・データでは、テレビで放送された TV 番組や TV-CM を、テキスト化・データベース化して「TV メタデータ」を構築しています。当社データセンターでは常時 40 名前後の専属スタッフが 24 時間 365 日「いつ」「どこで」「何が」「どのように」「何秒間」放送されたかを、当社オリジナルのデータ収集システムを使用しデータの生成を行っております。TV メタデータは 4 種類に区分し、「①番組データ（番組放送内容）」「②CM データ（広告出稿内容）」「③アイテムデータ（番組で紹介された商品情報）」「④スポットデータ（番組で紹介された店・宿・観光地等の情報）」で構成され、ローデータ提供サービスの他に、ランキングコンテンツや調査・集計・分析等のレポートサービス、分析結果を基にしたコンサルティングサービス等があります。

■ 株式会社エム・データについて

株式会社エム・データは、テレビ放送（番組および CM）の放送実績を独自にテキスト化したデータベース「TV メタデータ」を生成して、調査・分析・配信を行うデータプロバイダ・リサーチカンパニーです。民放キー局（在京 5 局）等と資本提携し、デファクトスタンダードなデータベースを構築しており、主なサービスには、番組やテレビ CM の放送内容を詳細に記録した「TV メタデータ」を提供する「①データ配信サービス」、お客様のご要望に応じて調査・分析を行う「②放送実績調査サービス」、放送された話題を露出・報道量等で集計したランキング形式で配信する「③ランキングサービス」、TV メタデータを基点としたビッグデータ解析ツール「④TV Rank」の提供や企業のマーケティング支援、メディアコンサルティング業務等があります。「データで世の中やビジネスを面白く！」をパーパスとして、様々な業界での課題解決に向け、データで貢献してまいります。

■ 会社概要

株式会社エム・データ (M Data CO.,LTD)

住所 : 東京都千代田区内幸町 2-1-1 飯野ビルディング 9 階 CROSS OFFICE 日比谷内
URL : <https://mdata.tv>
設立 : 2006 年 1 月 23 日
代表者 : 代表取締役会長 関根 俊哉
代表取締役社長 薄井 司

■ 本リリースに関するお問い合わせ

株式会社エム・データ : <https://mdata.tv/contact/>