

Press Release

2024年6月13日

株式会社電通

国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構

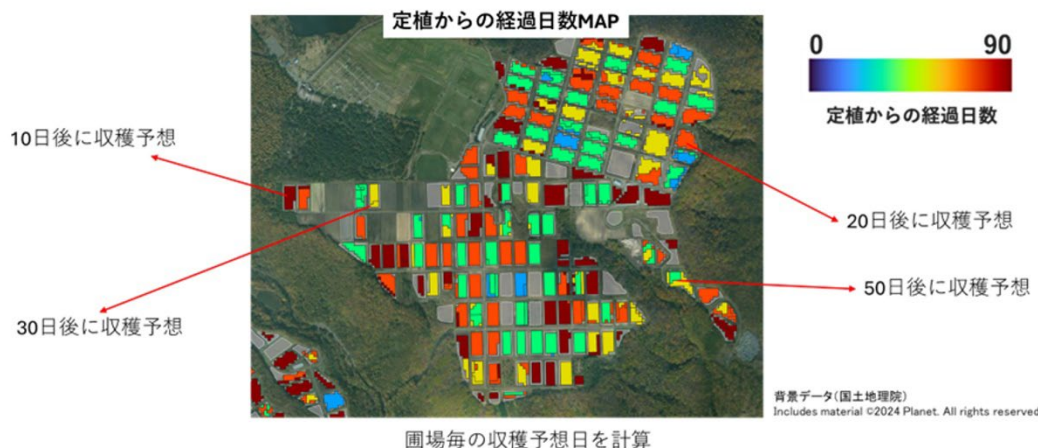
孺恋村農業協同組合

人工衛星データ活用による広告の高度化を通じた需給連携事業 JA 孺恋村参画による「事業共同実証」への移行

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑、以下、電通）と国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構（本社：東京都調布市、理事長：山川 宏、以下、JAXA）は、JAXA 宇宙イノベーションパートナーシップ（J-SPARC）（※1）のもと、2022年7月より、人工衛星データ活用による広告の高度化を通じた需要創出と需給最適化の実現に向けて、コンセプト共創活動を進めてまいりました。このたび、群馬県の孺恋村農業協同組合（本所：群馬県吾妻郡孺恋村、代表理事組合長：黒岩 宗久、以下、JA 孺恋村）が新たに加わり、三者の事業共同実証を始動します。これにより、当初の目標である広告の高度化を通じた需要創出と需給最適化の実現を目指すとともに、農業の生産現場のニーズを踏まえた価格の安定化、生産者の収入の安定化、農作物の廃棄ロス低減（※2）など、社会課題解決に貢献していくことを目指します。

電通と JAXA は、2022 年度に、野菜（キャベツ）の供給が増えるタイミングに合わせて関連食品（調味料など）の広告出稿タイミングを最適化することを目指し、衛星データを用いてキャベツの生育状況を観測することで、その収穫時期を正確に予測する解析手法の検討を開始しました。2023 年度には、JA 孺恋村において、衛星データの解析結果と、現地調査から得られるキャベツの詳細な生育状況を評価することで、収穫時期および供給量の予測をより精度高く行える手法を開発しました。予測結果は、同シーズンにおける JA 孺恋村全体の実際のキャベツ収穫量と概ね近い結果となり、今回の JA 孺恋村参画の契機になりました。

2023 年度 衛星データ解析×現地調査による収穫予測例



このたび JA 孺恋村が参画し詳細な現地情報が加わり、定植期から収穫期までの現地の生育状況、および天候状況を正確に把握でき、また解析結果に対するフィードバックを得ることで、電通は出荷時期、出荷量および市場価格の予測精度を上げ、関連広告の出稿タイミングをリアルタイムで最適化していきます。すでに、今シーズンにおける出荷時期などの予測に向けて、データの計測や解析を開始いたしました。

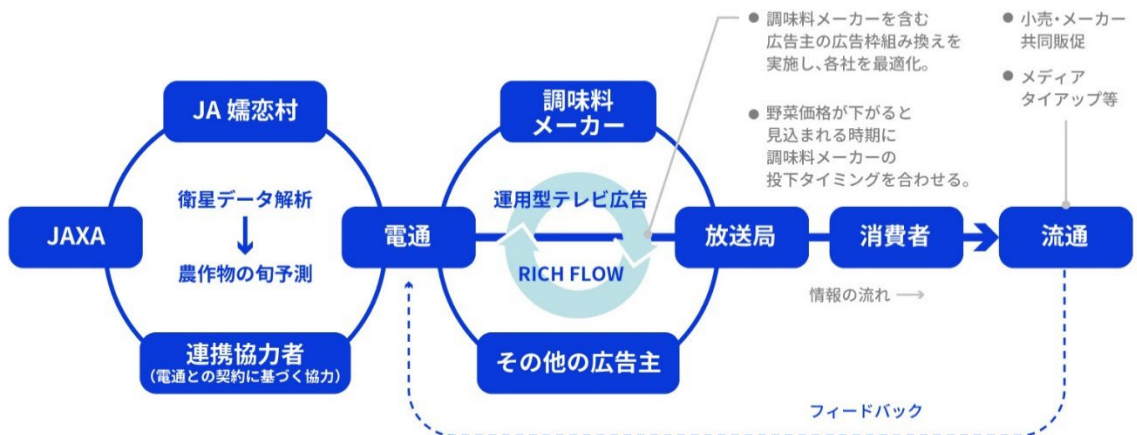
また昨年より、小売店など一部流通と連携し、キャベツの供給量が上がるタイミングで、売り場でも需要を高める販売促進などの取り組みを実施しています。2024 年度は、これをさらに強化・拡大して、店頭と広告をより連動させた多面的展開を目指していきます。

これにより、農作物の生産現場のニーズを踏まえた価格の安定化、農作物の廃棄ロス低減など、社会課題解決に取り組みます。

2024 年度 事業共同実証体制



広告の効率化・高度化の仕組み



今後も三者は本共創活動を通じて、データを活用した需給最適化を推進し、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

<各社の役割>

電通は 2020 年度に、テレビ広告枠の組み換えを実現するシステム RICH FLOW（※3）を開発し、2023 年度は国内電通グループ各社（※4）と共に、衛星データ等を解析して農作物の出荷量や出荷時期および価格の予測モデルを構築し、高精度化に取り組みました。本年度は RICH FLOW を用いて、キャベツに関連する調味料商材などの広告を最適なタイミングで実施することを支援・推進していきます。

JAXA は、農業分野における SAR 衛星データと光学衛星データの融合解析技術の研究開発や他農作物への応用について検討し、本成果に反映していきます。さらに、本共創活動を通じて、農作物生産現場やメディア事業などにおける衛星データ利用のニーズを集め、将来の地球観測衛星の研究開発に活かしていきます。

JA 孺恋村は、2023 年度は現地調査地としての協力でしたが、本年度から共創メンバーとして参画し、キャベツの収穫時期予測および価格予測の結果を JA 事業に活用し、市場価格および農業従事者の収入の安定、さらに、算出された結果を用いた営農・販売戦略への活用について検討していきます。

【補足・参考リンク】

※1：JAXA 宇宙イノベーションパートナーシップ（J-SPARC）

J-SPARC は、宇宙ビジネスを目指す民間事業者などと JAXA との対話から始まり、事業化に向けた双方のコミットメントを得て、共同で事業コンセプト検討や出口志向の技術開発・実証などを行い、新しい事業を創出するプログラム。2018 年 5 月から始動し、これまでに約 50 件のプロジェクト・活動を進めてきています。

<https://aerospacebiz.jaxa.jp/solution/j-sparc/>

※2：3 社による本取り組みは、SDGs（持続可能な開発目標）における下記目標への貢献を目指します。

- 9 衛星データ利用技術及び広告の高度化など
- 12 食品ロスの低減など
- 17 電通、JAXA、JA 孺恋村および連携協力者による共創活動



※3：RICH FLOW

電通が開発した、複数の広告主間でテレビ広告枠の組み換えを行い、広告効果を向上させるための最適パターンを提案するシステムです。AI を活用し、広告主のニーズに基づく最適な組み換えパターンを特定した上で、対応可能な放送局と連携し、適切に広告枠の組み換えを行うことで、テレビ広告の効果向上や高度化を実現します。

RICH FLOW は、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」の4つのプロセスのうち、「360°Experience」「ROI Management」に該当するサービスです。

「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。
<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

※4：連携協力者（電通との契約に基づく協力）

株式会社電通九州 <https://www.dentsu-kyu.co.jp/>

株式会社電通デジタル <https://www.dentsudigital.co.jp/>

株式会社スペースシフト <https://spcsft.com/>

株式会社 Fusic <https://fusic.co.jp/>

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 事業広報部

田中、宮田、葦山

jigyokoho@dentsu.co.jp