

D-28 ディスプレイ広告の画像特徴量を用いたクリック率予測

山元浩平（東京大学），茂木哲矢，田頭幸浩，小林隼人，小野真吾（ヤフー株式会社）

Background

- 広告価値/収益最大化のためにクリック率予測は不可欠
- IDを素性とした予測モデルでは，ログがない新規広告/プロフィールが不明なユーザに対する予測が困難

Model

