



MEDIABRANDS
AUDIENCE
PLATFORM

P1 PLATFORM ONE®



News Release

2014年3月13日

株式会社メディアブランドオーディエンスプラットフォーム
株式会社プラットフォーム・ワン
株式会社モデュール

**IPG傘下のメディアブランドオーディエンスプラットフォーム、
日本マイクロソフトのマーケティングキャンペーン向けに日本初の
プライベートエクスチェンジを用いたデータドリブン型のプログラマティック広告配信サービスを開始**

2012年日本に設立されたインターパブリックグループ(※1)(以下、IPG)傘下、株式会社メディアブランドオーディエンスプラットフォーム(以下、MAP ジャパン)(※2)は、日本マイクロソフト株式会社(以下、日本マイクロソフト)向けにDMP(※3)を活用したマルチチャンネル・プログラマティック・アドサービングプラットフォーム(※4)を構築し、オーディエンス・インサイトを把握し、リアルタイムでキャンペーンを最適化するための高度な戦術を用いることが可能な配信サービスの提供を開始しました。このシステムは、オープンな市場でRTB(※5)取引が可能なメディア在庫に限らず、日本初の試みとして日本マイクロソフト向けに独自に構築したプライベートエクスチェンジ(※6)を通じて、プレミアム媒体に対しても高度なデータ主導型の戦術やリザルトラーニングの活用を可能としました。

日本のオンラインディスプレイ広告市場において、2011年より開始されたRTB取引は急速な成長を続けており、今後も更なる進化が期待されています。また近年、欧米を中心としたRTB市場においては、広告の買い手である広告主、或いは売り手である媒体社のいずれかが主体となって構築する独自のプラットフォーム(プライベートエクスチェンジ)が登場しています。

メディアブランドオーディエンスプラットフォームのグローバルオフィスが提供するCadreonは、DSPやDMPの組み合わせにより、高度かつ最適なディスプレイ広告の戦術の組み合わせを提供することができます。更に、CadreonはDMPや独自のプライベートエクスチェンジを含めたデジタルメディアバイイングのプログラマティック領域において、株式会社プラットフォーム・ワン(以下、P1)および株式会社モデュール(以下、モデュール)と共に新たなサービススキームを開発し、2013年からスタートした日本マイクロソフト向けのサポートを、本年より更に加速させていきます。

本取り組みは、P1 の『MarketOne®』(※7)が提供する様々なターゲティング機能と、『YIELD ONE®』(※8)が提供するブランドセーフティに則ったプレミアム媒体社のみで構成され、プライベートエクステンジを含めた、安全かつ先進的な独自の広告ネットワークとなっています。

同時に MAP ジャパンは、モデューロが提供する『AudienceOne®』(※9)を活用することで、2.0 億ユニークブラウザを超えるオーディエンスデータをベースとしたプランニング機能を『MarketOne®』と連携させ、実績をもとにした配信面の最適化を実現し、リザルトラーニングによるプライベートエクステンジの構築を実現しています。また、ニューリーチの獲得や、リピーターコントロール等にも活用しています。

こうした戦術に限らず、インバナービデオやリッチメディアといった広告表現を交えながら、ブランディングやアウェアネス目的のキャンペーンにも本取り組みを活用し、高度かつ効果的な広告コミュニケーションを実現しています。

MAP ジャパンは、Turn、TubeMogul、DBM、DataXu、AppNexus、MediaMath、AOP などのグローバルプレイヤー及び日本国内の DSP、DMP プレイヤーを評価し、複数のサービスを組み合わせた連携と活用することで、広告主にサーチ、ビデオ、モバイル、ディスプレイ、ソーシャルメディアなどのバイイングプラットフォームに最適なソリューションを開発しています。また、Reprise Media とも連携することで、KENSHOO 等サーチ領域のプレイヤーともサービスを連携しています。

MAP ジャパン のマネージングディレクター藤中太郎は、次のように述べています。「MAP ジャパンとパートナーである P1 およびモデューロは、DMP が提供するデータや DSP、DMP といった周辺領域と連携した商品設計や、我々のニーズを理解しクライアントのために先進的な取り組みを実現させるため協力しています。」

MAP ジャパンは、2014 年も引き続きデジタルメディアデータとトレーディングにおいて、業界最先端のシステムを構築し、他メディアにも拡張を進めていきます。また、今後も様々なパートナーと連携し、最適なサービススキームを構築していきます。

日本マイクロソフト株式会社、
セントラルマーケティング本部 デジタルアド リード
松田 恵利子

日本マイクロソフトでは、オンライン上でのコミュニケーション手法の多様化を背景に、お客様へ自社のメッセージを適切なタイミングでお届けするために、ブランド・セーフティを重視しながら、DSP と DMP の推進に取り組んでまいりました。この度、プライベートエクステンジを採用したことでブランド・セーフティの課題をクリアにし、セグメンテーションから配信までを含む独自のアド・プラットフォームを構築することができました。また、DMP によって得られるインサイトを、お客様とコミュニケーションするためのプランニングにも活用し、今後もデータドリブンなマーケティングを積極的に推進してまいります。

以上

■ **株式会社メディアブランチオーディエンスプラットフォーム**

代表者: マネージングディレクター 藤中太郎
本社所在地: 東京都港区南青山 1-1-1 新青山ビル東館
設立: 2012年10月
事業内容: デジタル広告技術を活用したソリューションの提供等

■ **株式会社プラットフォーム・ワン**

代表者: 代表取締役社長 徳久昭彦
本社所在地: 東京都渋谷区恵比寿 4-20-3 YGP タワー31F
設立: 2011年2月
事業内容: インターネット広告取引基盤の開発・運営等

■ **株式会社モデュール**

代表者: 代表取締役 重原洋祐
本社所在地: 東京都渋谷区恵比寿 4-20-3 YGP タワー31F
設立: 2013年7月
事業内容: アドネットワーク事業 impact、データマネジメント事業 AudienceOne

この件に関するお問合せ先:

株式会社プラットフォーム・ワン: Tel: 03-5421-8211 / e-mail: info@platform-one.co.jp

(※1) IPG について: www.interpublic.com.

インターパブリックグループ (IPG) は世界有数の広告エージェンシー兼マーケティングサービスグループ。グローバルブランドには、BPN、Draftfcb、フューチャーブランド、ゴリンハリスインターナショナル、Huge、イニシアティブ、ジャックモートンワールドワイド、ロウアンドパートナーズ、マグナグローバル、マツキャン、モメンタム、MRM//McCann、オクタゴン、R/GA、UM やウエバー・シャンドウィックなどがある。アメリカ国内には、キャンベルミヒュン、カーマイケルリンチ、ドイチエ、ゴッサム、ヒル・ホリデイ、IDメディア、ローキャンベルイーワールド、ミュレン、ザマーティン・エージェンシーなどを持つ。

(※2) MAP ジャパンについて: Mediabrands Audience Platform の日本支社。

Mediabrands Audience Platform は、Reprise Media、Cadreon、Ansible Mobile や Spring Creek といった、各デジタルマーケティング分野に特化した専門サービスを提供しており、これら各サービスにおいて扱われる膨大なデータや最新テクノロジーを横断的に活用したソリューションを提供しています。

サーチ広告、ディスプレイ広告、モバイル広告、動画広告、ソーシャル広告、アプリケーション型広告や E-コマースなどあらゆるデジタルマーケティング・アクティビティとの連携によって新たなユーザーインサイトの発見やパフォーマンスの最大化、より精度の高いターゲティング、エンゲージメントの強化などを実現しています。

(※3) DMP について：ファーストパーティデータの収集や、サードパーティデータとの統合により、データに基づいた広告戦略を実行するための集中型システム。先進的な DMP は、カスタムセグメントを作成でき、そのセグメントのボリュームを予測し、他のデータソースとセグメントを同期させ、高度な解析に重ねあわせる機能を提供する。DSP の機能の一部として提供されていることもある。

(※4) マルチチャンネル・プログラマティック・アドサービシングプラットフォームについて：

システムやオーディエンスデータを活用した自動取引や配信方法。余剰在庫取引だけでなく、純在庫の自動取引も含まれる。また、価格決定方式はオークション形式とは限らない。

(※5) RTB (Real Time Bidding、リアルタイムビidding) について：媒体(売り手)側のシステムが、広告の1表示毎に、広告の買い手である広告会社のシステムに対してリアルタイムにオークションを行うシステムであり、最高額の入札単価を提示した買い手が競り落とし、かつ自動的に広告を掲出することを可能とする仕組み。この RTB の導入により、媒体社は広告収益を最大化することができ、広告主・広告代理店はその一瞬一瞬における最適な市場価格で広告露出を図ることが出来る。

(※6) プライベートエクスチェンジについて：アドエクスチェンジや SSP などが運営するインターネット上のマーケットプレースが、掲載期間・取引価格・オークション種類・予算など事前に交渉(設定)したルールに同意した広告主・広告代理店といったバイヤーに対し、DSP を通じたプログラマティックな手段で高価値/プレミアムな在庫を提供する。真のプライベートエクスチェンジはオープンな市場では利用できない広告在庫へのアクセスを可能にする。

(※7) MarketOne® について：P1 が提供する、RTB 取引を行う広告主が 2,000 社を超える国内最大級の DSP。広告主・広告代理店は、CPC (Click 課金)、CPM (imps 課金)、dCPA (目標 CPA に合わせ入札額自動変動) といった、MarketOne® の多彩かつ柔軟な入札方式を利用しながら、オーディエンス、エリア、時間、デバイス、フリークエンシー等のターゲティング項目を選択することで、広告の目的や予算に応じて広告在庫を購入することが可能。

(※8) YIELD ONE® について：P1 が提供する媒体社向けのオンライン広告取引プラットフォーム。DSP/アドネットワークによる広告掲出のリアルタイム最適化、掲載可否の一括管理システム、一元化された収益管理レポート等、最先端の機能をワンストップで提供することで、広告在庫の販売を自動化し、媒体社による広告掲載業務の効率化を実現する、国内初の本格的 SSP。

(※9) AudienceOne® について：モジュールが提供する、広告配信結果、ソーシャルメディア、提携企業の 3rdParty データなどを収集/解析し、見込顧客の発見や既存顧客のロイヤルカスタマー化などの様々なマーケティング施策に活用できる、データマネジメントプラットフォーム。収集したオーディエンスデータを元に、多様なセグメントを作成でき、さらにセグメントのデモグラフィック情報や、流入キーワードと掛け合わせた分析を行うことが可能。