dentsu

NEWS RELEASE

株式会社 電通
コーポレート・コミュニケーション局 広報部
105-7001 東京都港区東新橋1-8-1
Tel 03-6216-8041
http://www.dentsu.co.jp/

2013 年 12 月 19 日

電通、運用型広告を専門的に管理して効果の最大化を実現する
「トレーディング・デスク・サービス」の提供を開始
― イージス系海外子会社と連携し、国際標準のサービスを日本に導入 ―

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、複雑化・高度化するデジタルメディアのプランニングや売買をより効率的に運用するための専門組織であるトレーディング・デスク・サービス「Dentsu Audience Network」の提供を開始します。

現在、デジタルメディアの広告取引においては、運用型広告の取引が急増しています。その背景には、ウェブサイト上の広告枠をリアルタイムに自動入札する RTB（Real Time Bidding）による広告配信を可能にするプラットフォームが数多く生まれ、普及してきたことがあります。
RTB の広告効果の最大化を図るには、複数のプラットフォームを一元管理する必要があり、そこにトレーディング・デスク・サービスを提供する専門的な組織の必要性が生じています。

そこで当社は、顧客企業に対して、RTB を利用した運用型広告の最適なパフォーマンスを提供していくために、専門スタッフで構成するトレーディング・デスクを社内に設置いたしました。
具体的には、広告目標や評価指標を達成できるように広告配信を管理する DSP（Demand Side Platform）※1 や、ユーザー（オーディエンス）情報等のデータを管理する DMP（Data Management Platform）※2 といった複数のサービスをマネジメントし、適切なタイミングで効率的な広告配信が行えるサービスを提供いたします。更に、国内外のグループ会社と連携することで“国際標準のサービス”を提供してまいります。

当社が提供するトレーディング・デスク・サービスには次の２つの特徴があります。
第 1 に、商財やブランドに対する消費者インサイトの把握が可能なことです。これまでの運用型広告では、ウェブサイトへの集客や資料請求など、成果目標地点にユーザーを連れていくまでのコスト低減を追求する手法が一般的でしたが、RTB を利用した運用型広告では、ユーザーの行動（どのような消費者がサイトを訪れているか、どのような消費者が広告に触れて反応しているか等）の精緻な把握が可能になりました。当社では、この RTB による消費者インサイトの把握を、広告コミュニケーションのプランニング基盤として活用し、ユーザー（消費者）へのアプローチの精度を高めてまいります。

dentsu

第 2 の特徴は、当社の国内外のグループ会社が持つさまざまなネットワークを有効に活用することで、RTB を利用した運用型広告における最先端テクノロジーに対応できる点にあります。

昨今、RTB を利用した市場は欧米を中心に発展を遂げており、技術のトレンドは、ここから端を発して世界に広がる傾向にあります。こうした中、当社はイージス系海外子会社を通じて最先端のテクノロジーを有する DSP 事業者との連携を可能にしており、これにより国際標準のサービスを国内においても提供できる体制を構築いたしました。

グローバルで最大規模の DSP 事業者であり、多岐にわたるターゲティング手法を提供する Turn、入札ロジックに定評がある MediaMath、第 3 者配信など DoubleClick のプロダクトとの連携が可能な Google 社の DoubleClick Bid Manager を活用することで、顧客企業には常に効率・効果を追求する最先端のプラットフォームをご利用いただくことが可能です。また、MicroAd BLADE をはじめとする国内の DSP 事業者や、ユーザーの関与度を分析して配信するなどのユニークな DSP テクノロジーを持つ IgnitionOne、更には Rocket Fuel といったプラットフォームの活用も可能です。

当社のイージス系海外子会社には、RTB の先端的なトレーディング・デスク・サービスを提供する Amnet（アムネット社）※3 などがあり、これらの領域における当社グループの競争優位を支えています。

なお、トレーディング・デスク・サービスの運用は、当社子会社の株式会社サイバー・コミュニケーションズや株式会社ネクステッジ電通※4 の協力を得て、ともに連携しながら行ってまいります。

今後当社は、業界をリードするこれらのグループ会社が持つ知見やノウハウの共有化を進めていくことで、国内においても国際標準の運用型広告のサービスを提供し、「マーケティング・コンバージェンス」※5 をリードする体制を構築してまいります。

以　上

※1　DSP（Demand Side Platform）

デジタル広告で、広告主側の広告効果の最大化を支援するプラットフォーム

※2　DMP（Data Management Platform）

様々なオーディエンスデータを一元管理するプラットフォーム

※3　Amnet（アムネット社）

各種データを有機的に結び付け、オンライン広告を、より正確なターゲットに、よりタイムリーに行うためのイージス・メディアのトレーディング・デスク。世界 12 カ国で展開

※4　株式会社ネクステッジ電通

2013 年に設立した、電通デジタル・ホールディングス傘下のパフォーマンス・エージェンシー。SEM（検索連動型広告）やディスプレイ広告の統合運用による、顧客企業の売上成果/ROI の最大化をミッションとする

※5　マーケティング・コンバージェンス

戦略策定から実行までを統合したソリューショング能力、オンライン、オフラインを問わずグローバルに展開するデータ活用能力、システム構築からアプリケーション開発までの技術リソース全てを統合して活用するマーケティング活動

【本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・コミュニケーション局　広報 1 部

長澤　TEL：03-6216-8041

【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通　デジタル・ビジネス局　パフォーマンス・メディア部

岡田　TEL：03-6216-8769