

2017年5月30日

電通、Yahoo! JAPANの広告取引プラットフォーム 「Yahoo!アドエクスチェンジ」の利用開始

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）は、ヤフー株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：宮坂 学、以下 Yahoo! JAPAN）が今年5月に発表した、新たな広告取引プラットフォーム「Yahoo!アドエクスチェンジ」の利用を7月より開始します。

Yahoo! JAPAN は先日、プログラマティック広告領域の強化に向け、「Yahoo!アドエクスチェンジ」を発表しました。同プラットフォームの活用により、広告主や媒体社は信頼性に重点を置いたインターネット広告取引が実現できることに加え、一定の条件下では Yahoo! JAPAN のマルチビッグデータを活用した高度な広告取引も可能になります。

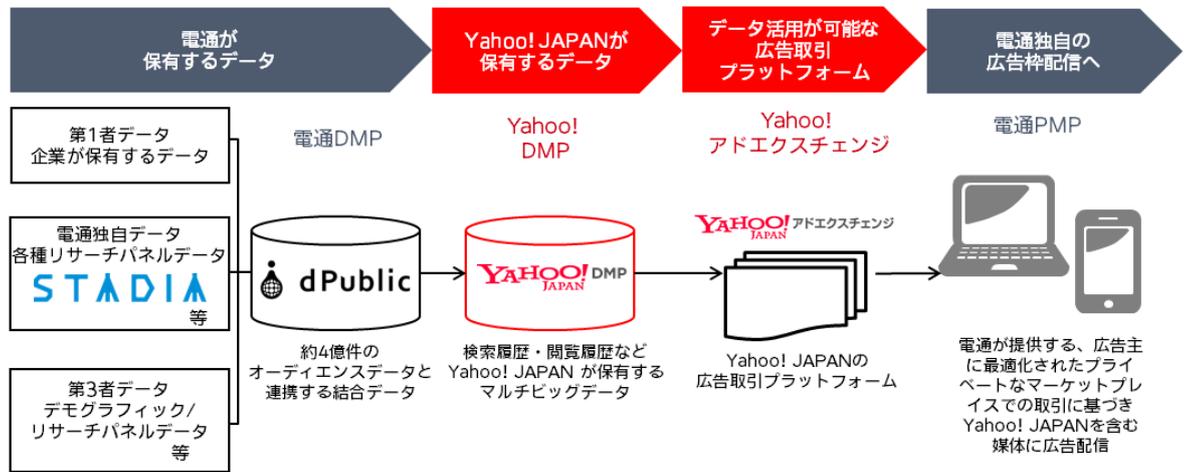
一方、当社は現在までに独自のパブリック DMP（データマネジメントプラットフォーム）である「dPublic」^{※1} や、テレビの実視聴ログに基づくデジタル広告配信・効果検証の統合マーケティングプラットフォーム「STADIA」（スタジア）^{※2} を通じ、顧客企業に対して多岐にわたるデータを活用したマーケティング支援サービスを行ってきました。

今後当社は、現在提供している電通 PMP（プライベートマーケットプレイス）^{※3} において「Yahoo!アドエクスチェンジ」を活用し、Yahoo! JAPAN などのプレミアム媒体を配信面とする在庫取引を実施していきます。これにより、当社が提供する「dPublic」や「STADIA」などの多様なデータと Yahoo! JAPAN のマルチビッグデータを掛け合わせることで導き出される独自セグメントへの広告配信を実現します。

例えば、「STADIA」データを活用したテレビ低視聴層（ライトビューア）をターゲットに、Yahoo! JAPAN のマルチビッグデータを掛け合わせた当社独自のセグメントへの広告配信（図1参照）などを実施する予定です。

なお、サービスの提供にあたっては、当社子会社の株式会社電通デジタルおよび株式会社サイバー・コミュニケーションズ（CCI）ならびに各種リサーチパネルとも連携し高度な広告配信とPDCAを行っていきます。

■本連携の概念図



■図 1： 広告配信イメージ



以上

- ※1：電通が保有する①約 4 億件のオーディエンスデータ、②メディアデータ、③パネル調査データと、顧客企業が保有するデータを連携させることで、より精緻なプランニングやターゲティングを実現するパブリック DMP（データマネジメントプラットフォーム）のこと。2016 年 9 月より「Yahoo! DMP」とのデータ連携を行っている。詳細は、<http://www.dentsu.co.jp/news/release/2016/0801-008994.html>
- ※2：広告配信の許諾が取れたテレビ受信機約 52 万台の実視聴ログデータなどと紐づくウェブオーディエンスデータ 1,140 万 ID（2017 年 4 月時点）を基に、行動喚起、認知醸成や興味喚起といった態度変容の効果検証と改善施策を導くツールであると同時に、テレビの実視聴ログデータに基づき個々の視聴者に向けてデジタル広告配信が行える統合マーケティングプラットフォームのこと。
- ※3：電通独自の大規模プライベートマーケットプレイスで、媒体社の保有する付加価値の高い限定されたプレミアム広告枠を広告主が優先的に買い付けることのできる自動取引の仕組み。広告主・広告会社・媒体社が、広告の掲載サイトや価格について事前に取り決めを行うことで、広告掲載サイトの把握と取引の透明性の確保を容易にする。広告主や媒体社が抱えるさまざまな課題を解消し、企業のブランド価値向上に貢献する日本のインターネット広告市場における新たな取り組みでもある。多くの優良広告枠をそろえており、参画する媒体社は約 250 社に上る（2017 年 4 月時点）。

【本件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 国内広報部
長澤、溪 TEL : 03-6216-8041

株式会社電通デジタル 広報担当
中町、竜野 TEL : 03-6217-6036

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 デジタルプラットフォームセンター(DPC)
菊池、小堀

株式会社電通デジタル パフォーマンスマーケティング部門
波田野、金塚、富田
Email : yadx-info@dentsu.co.jp