

2018年12月11日

## 電通、米 GroundTruth 社の「AdsManager」を日本市場へ導入 — 世界最高水準の「位置情報ターゲティング」に基づく運用型広告が可能に —

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）は、12月11日より、2018年3月から資本・業務提携関係にある米 GroundTruth 社（本社：ニューヨーク州、以下「GT社」）が開発した、世界最高水準の位置情報ターゲティングに基づく運用型広告配信プラットフォーム「AdsManager」を日本市場向けに導入します。

従来型の運用型広告配信プラットフォームでは人々のオンライン上の行動に基づいてターゲティングが行われていましたが、「AdsManager」では人々の店舗・施設へのリアルな来訪行動に基づいてターゲティングが行えるようになります。その結果、広告主はこれまで以上に精度の高い広告のターゲティング配信が行えるようになります。

来訪行動の把握は「AdsManager」に搭載されたGT社の独自技術である「Blueprints™」と「ロケーションベリフィケーション」によって行われます。

現在「AdsManager」は、海外では世界有数の企業によって利用<sup>※1</sup>されています。日本市場への導入は今回が初めてとなりますが、本プラットフォームには全国1,200万カ所超の施設情報がプリセットされており、そのためターゲティングしたい場所をゼロから登録する必要もなく、全国規模の広告キャンペーンが速やかに展開できるようになります。

また「AdsManager」では、広告の効果検証に用いられる一般的な KPI 指標であるインプレッション数やクリック数に加え、特定店舗・施設への来訪数の可視化も行えるようになります。可視化は広告キャンペーンの規模にかかわらず行えるため、少額の配信でも来訪効果を確認することができるという特徴があります。

さらに、本プラットフォームでは、広告キャンペーンの終了を待たずに、日ごと・ターゲティンググループごと・クリエイティブごとの来訪数が把握できるため、広告キャンペーンの運用をより柔軟かつスピーディーに行えるようになります。

加えて、「AdsManager」と、当社グループ独自の統合マーケティングデータ基盤プラットフォームである「People Driven DMP」<sup>※2</sup>を連携させると、人々のオフライン来訪履歴データとオンライン上の行動データ、テレビ視聴データ、購買データなどの掛け合わせによるターゲティング配信が行えるようになります。

今後も当社は、位置情報ターゲティングに基づく運用型広告配信の高度化を進め、認知から購買に至るフルファネルでの統合マーケティングの強化を図ってまいります。

※1：Fortune100のトップ10企業のうち、7社が活用。GroundTruth社調べ。

※2：PC やスマートフォン由来のオーディエンスデータと、テレビの視聴ログデータ、ウェブ広告の接触データ、OOH 広告の接触データ、ラジオの聴取ログ、パネルデータ、購買データ、位置情報データなどを“人”基点で活用することができる当社グループ独自の「People Driven Marketing」のデータ基盤です。

以 上

**【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 広報部  
溪、小嶋、竹村 TEL：03-6216-8041

**【事業に関する問い合わせ先】**

株式会社電通 データ・テクノロジーセンター ジオデータソリューション部  
秋元、上原、辻本 TEL：03-6216-8618