

2014 年 10 月 6 日

電通、インターネット広告市場にプライベート・マーケットプレイス構築へ
— Google のアドエクスチェンジなどのテクノロジーを活用し新たな市場を創出 —

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、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として、Google の持つプレミアム広告枠が選別できるアドエクスチェンジ※¹（DoubleClick Ad Exchange）などのテクノロジーを活用し、媒体社が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中心に形成するプライベート・マーケットプレイス（以下「PMP」）の構築に向けた活動を本格化させます。

現在、インターネット広告の世界においては RTB（Real Time Bidding）※² 型の運用型広告が市場を席巻しつつあります。一方で、市場の急速な拡大に伴い、さまざまな課題が顕在化してきています。例えば、広告主にとっては、すべての広告掲載サイトが把握できないといった課題、媒体社にとっては、自社媒体に掲載された広告主情報が十分に把握できなかつたり、入札という市場原理が取り入れられたことで、広告枠に価値の均質化が生じたりしています。

今回の PMP では、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ため、広告掲載サイトの把握と取引の透明性の確保が容易になり、広告主や媒体社が抱える課題の解消につながります。

今後当社は、日本における統合的なプレミアム広告枠の販売手法の確立に向けて、価値の高い広告枠を保有する媒体社のリクルーティングを進めるとともに、以下の施策を Google のサポートを得ながら進めてまいります。

- ・複数サイトへの広告配信とその効果測定が一元管理できる DoubleClick Campaign Manager などの第三者配信プラットフォーム※³との連携。
- ・DoubleClick Bid Manager など、広告効果の最大化を支援するプラットフォーム「DSP（Demand Side Platform）」との連携。

以 上

※1：アドエクスチェンジ

特定の広告枠のインプレッションを入札方式で売買する方式

※2：RTB（Real Time Bidding）

広告枠を 1 インプレッションごとにリアルタイムで入札できる買い付け方式

※3：第三者配信プラットフォーム

複数のメディアの広告を一括管理して配信・効果測定を行うプラットフォーム

【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 広報部
長澤、溪 TEL : 03-6216-8041

【事業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
大戸（おと） TEL : 03-6216-0947 / e-mail : kouhei.oto@dentsu.co.jp
土井 TEL : 03-6216-1909 / e-mail : a.doi@dentsu.co.jp