

2017年3月14日

株式会社電通デジタル

電通デジタル、ウェブ広告の価値毀損測定で世界最大手の インテグラル・アド・サイエンス社から日本初のパートナーに認定

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、代表取締役 CEO：樽谷 典洋）は、ウェブ広告のビューアビリティ、アドフラウド、ブランドセーフティなど広告価値毀損に関連する問題を最小化すべく、そのリスクの計測と対策を電通グループの一員として強化してきました。その結果、株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）とともに、ウェブ広告価値毀損測定の世界最大手であるインテグラル・アド・サイエンス社（日本オフィス：東京都品川区、代表取締役：藤中 太郎 以下「IAS 社」）^{※1} から、日本初の「サーティファイド・ビューアビリティ・パートナー」^{※2} の認定を受けました。

プログラマティック広告が急速な勢いで拡大し広告システムがますます自動化していくウェブ広告では、それと比例する形で広告取引の確認が難しい部分も多くなってきました。そのため「広告がしっかり見られているか」（ビューアビリティ）、「広告が“人”ではなく“機械”によって閲覧やクリックがなされていないか」（アドフラウド）、「不適切なサイトに広告表示されていないか」（ブランドセーフティ）といった広告の価値毀損に関わる問題が表出しております。

電通デジタルはこのような状況下、ウェブ広告の価値毀損リスクを最小化すべく、アドベリフィケーションツール^{※3}の活用を進めてきました。例えば、ブランド毀損の恐れのある媒体への露出を限りなくゼロに近づける運用を行い、vCPM^{※4}やCPC^{※5}を改善し、かつ広告到達率を高めることに成功しました。また、実際に見られた広告接触時間を測定した上で、コンバージョン^{※6}を最も高める広告の接触回数×接触時間を算出し、それにもとづく運用を行うことで成果を高めています。これらの取り組みが、日本初となる今回の認定につながりました。

電通デジタルは、今後もプログラマティック取引において、広告毀損のリスクを最小化し、アドベリフィケーションツールを広告主のニーズに応じて活用するさまざまな取り組みを強化してまいります。

※1 インテグラル・アド・サイエンス (IAS) 社： 場所やデバイスを問わず、インターネット広告主のための安全かつ高品質な広告掲載環境およびデジタルキャンペーンの透明性を提供するグローバル・テクノロジー企業。提供するソリューションはグローバルトップ 100 広告主のうち 80 社、2,500 社を超えるパブリッシャー、150 社を超えるテクノロジーパートナーに採用されている。また、アドベリフィケーション計測ベンダーとして最多となるデスクトップ・モバイル・ディスプレイ・動画ビューアビリティ、および不正インプレッション検知 (Sophisticated Invalid Traffic) 全てで MRC (Media Rating Council: メディア調査会社の監査や認定審査を行なう米国の業界団体) の認定を得ている。

- ※2 サーティファイド・ビューアビリティ・パートナーおよびサーティファイド・ビューアビリティ・パートナー・プログラム（Certified Viewability Partner Program）：加盟する媒体社、代理店、テクノロジーベンダーは、IAS 社が提供する業界で唯一の「ディスクレパンシー・フリー」（Discrepancy Free: サプライ・デマンド双方で乖離・誤差の発生しないこと）データやソリューションを駆使した広告取引・運用を実施することで、グローバル全体で 1,600 社を超える IAS 利用広告主やデジタル業界全体に対し、デジタルキャンペーンの透明性と健全化にコミットすることになる。
- ※3 アドベリフィケーションツール： 「広告がしっかり見られているか」（ビューアビリティ）、「広告が“人”ではなく“機械”によって閲覧やクリックがなされていないか」（アドフラウド）、「不適切なサイトに広告表示されていないか」（ブランドセーフティ）を確認して、広告配信をコントロールするツール
- ※4 vCPM： 広告面積の 50%以上が 1 秒以上表示されたインプレッション単価(1,000 インプレッションあたりの価格)
- ※5 CPC： 広告が 1 クリックされるためにかかる単価
- ※6 コンバージョン：会員登録や購買といった広告活動による成果

以 上

【本件に関する問い合わせ先】

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

Email:press@dentsudigital.co.jp