

2014年4月23日

ソネット・メディア・ネットワークス株式会社

ソネット・メディア・ネットワークス、
PubMatic社と共同で SSP 『PubMatic』 の日本国内での提供・運用を開始
～日本の市場環境にあわせたサポート体制と、国内向けの機能を追加し展開～

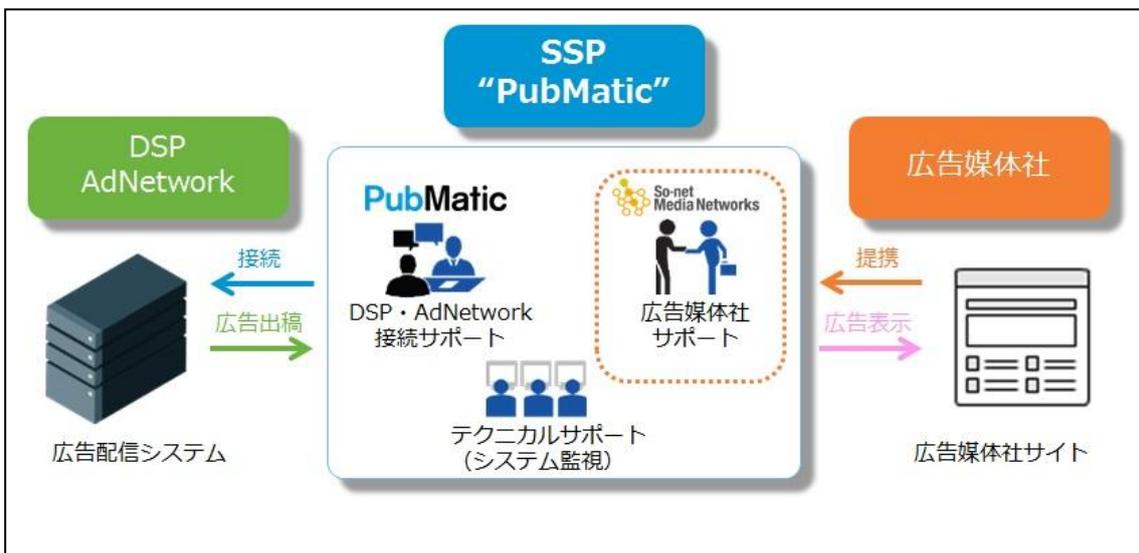
<http://so-netmedia.jp>

ソネット・メディア・ネットワークス株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：地引 剛史）と、PubMatic社（本社：米国カリフォルニア、Co-Founder & CEO：Rajeev Goel）は、世界6カ国で提供されているグローバル SSP（*1）、『PubMatic』の日本市場での提供を、本年5月14日より開始します。

現在、日本国内では、DSP（*2）の普及により、WEB 広告枠の RTB（*3）取引が急成長しています。一方、広告媒体社では、RTB 取引時における広告枠の自社直接販売への影響や、端末別の広告枠コントロール、更には、収益の最大化を目指す運用手法など、様々な課題を抱えています。

『PubMatic』では、これらの課題を解決するため以下の特徴を備え、販売チャネルの拡張による収益最大化の機会を創出します。

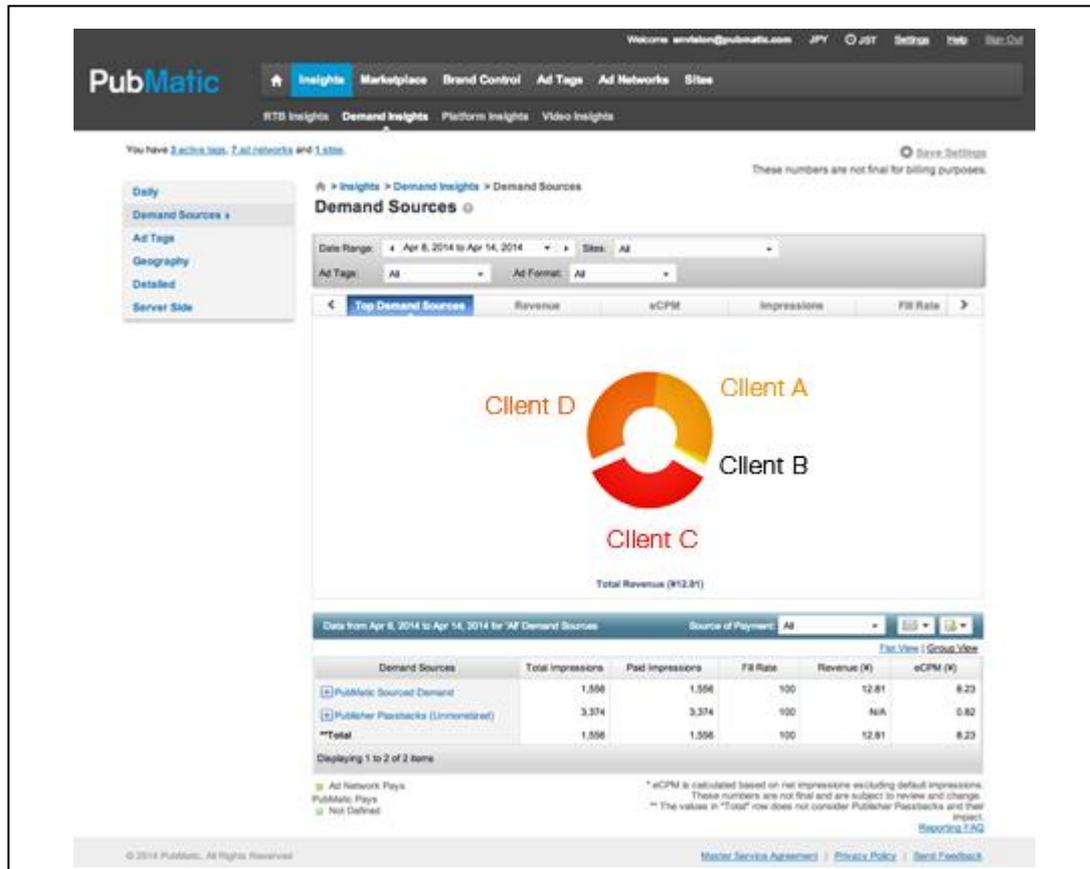
<画像『PubMatic』日本市場展開 イメージ>



■ 運用画面における多彩な数値指標の集計と可視性の高さ

広告媒体社が所有する広告枠を、RTB による自動取引の落札額、価格設定について透明性をはかります。また様々な角度から分析・集計された数値は、ビジュアルを駆使した運用画面にて可視性を高めています。

<画像イメージ「運用画面例」>



■ グローバルで利用されている各種機能を搭載

現在、SSP を通じて世界合計、約 1,000 億インプレッションの広告枠を管理・運用している『PubMatic』では、端末別の広告枠コントロールのほか、以下の独自機能を搭載しています。また日本国内の商習慣に合わせた機能も開発しています。

- ・「プライベートマーケットプレイス」機能
- ・「ブランドコントロール」機能
 - － 「アドインスペクター」
 - － 「掲載可否」チェック（※日本国内の RTB 取引向け）
- ・「ユニファイド オプティマイゼーション」機能

※詳細は、参考資料（4 ページ）を参照下さい。

■ 日本国内市場を熟知したスタッフによる分析・運用サポートの充実

『PubMatic』の各種機能により数値化された豊富なデータの分析・運用をサポートします。サポートは、アドネットワーク事業者として 10 年以上の運営実績から、国内市場の特性を熟知した当社のスタッフがを行います。なお『PubMatic』は、既存の国内アドネッ

トワークや、DSP とのプラットフォーム接続も順次対応しているほか、日本国内における広告枠の先行運用を開始しています。現在、日本国内でも注目されつつある DMP (*4) との接続や、プレミアム広告枠を持つグローバル広告媒体との連携も行います。

■ 『PubMatic』が接続対応している DSP、アドネットワーク

- ・ rocket fuel (米国)、Criteo (フランス) など

ソネット・メディア・ネットワークスと PubMatic 社は、この度のパートナーシップにおいて、技術面と運用サポートで日本国内において『PubMatic』の共同運営を行います。

今回の提供開始により、日本市場の特性を理解した広告枠の運用サポートと、課題を解決するための各種機能によって広告媒体社の収益最大化を目指し、更なる SSP 市場の成長や発展に寄与します。

ソネット・メディア・ネットワークス 概要

2000 年 3 月に設立。インターネットサービスプロバイダー (ISP) を運営するソネット株式会社のグループ会社としてインターネットマーケティング事業を展開しています。国内最古のアドネットワーク事業者として 10 年以上の実績があるほか、RTB の市場拡大に先駆け、DSP 『Logicad』(ロジカド) を自社開発し、独自のポジションを築いています。

PubMatic 社 概要

2006 年、米国シリコンバレーにて設立。世界で最も先進的な SSP の広告管理と配信サービスを開発、提供しています。SSP 『PubMatic』の様々な機能は、独自のアルゴリズム (特許 12 件、特許出願中 9 件) 技術に基づき、世界 3 大 SSP のひとつとして高い評価を得ています。現在世界 6 ヶ国 (米国、英国、ドイツ、フランス、豪州、インド) にて、グローバルサービスを展開し、急成長を遂げています。

- *1 SSP(Supply Side Platform)
広告媒体社の広告収益を最大化するためのプラットフォーム
- *2 DSP (Demand Side Platform)
広告主の広告配信効果を最適化するためのプラットフォーム
- *3 RTB (Real Time Bidding)
広告枠を 1 インプレッション毎リアルタイムなオークション形式で入札できる形式
- *4 DMP (Data Management Platform)
大規模な広告データを一括管理するためのプラットフォーム

以 上

【参考資料『PubMatic』の各機能】

■ プライベートマーケットプレイス機能

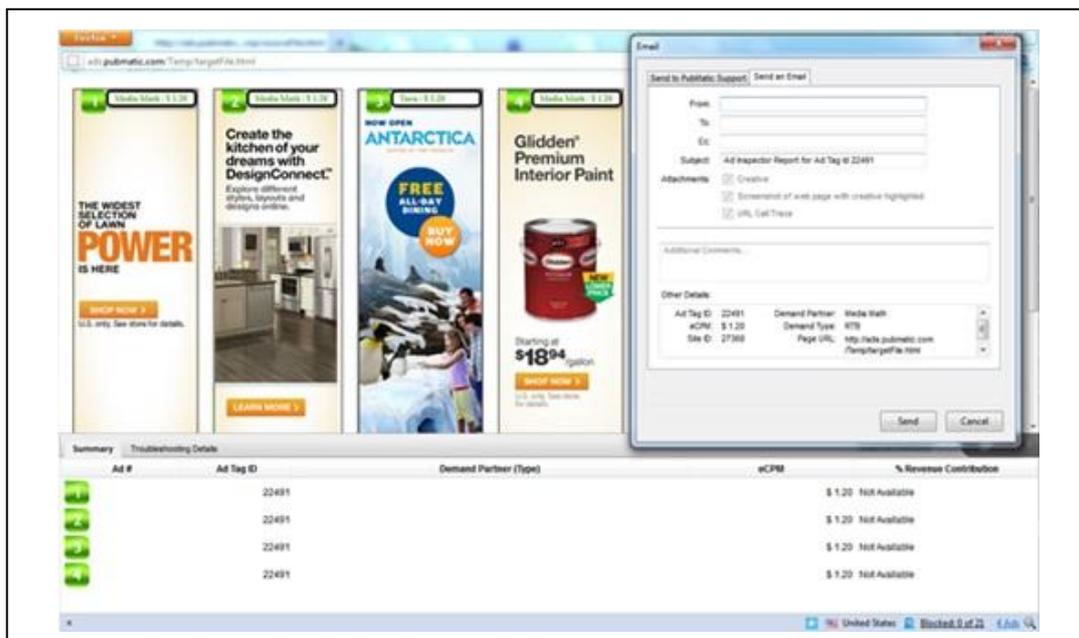
プレミアム在庫（付加価値の高い広告枠）を、広告主と広告媒体社が1対1で取引する機能です。通常のRTB取引とは別の環境で取引相手を指定するため、広告枠の価値を維持することが可能です。さらに、指定した広告主から申請されるクリエイティブのみの審査を行うため、配信までに発生する広告クリエイティブ掲載審査が短縮され、運用負荷を軽減できます。

■ ブランドコントロール機能

広告媒体社が、必要な条件を設定して、自社の広告媒体価値を維持することができる機能です。端末別の取引条件や広告枠の設定を一元管理でき、広告配信後のクリエイティブ表示状況を監視し、リアルタイムな状況を把握ができます。

また掲載状況によって、掲載不可を依頼したい個別の広告枠を指定し、キャプチャーやURLをワンクリックするだけでサポートセンターへ連絡する広告監視ツール「アドインスペクター」も利用可能です。（利用者には専用キーにより配布されます）

<画像イメージ「アドインスペクター」>



● 「掲載可否」チェック（※日本国内のRTB取引向け）

日本の商習慣に合わせた、RTB取引におけるクリエイティブの事前審査機能を開発。既に搭載されているドメインやカテゴリを基準とする審査機能も併用でき、複数の手法で広告クリエイティブ審査が可能です。

■ ユニファイド オプティマイゼーション機能

純広告を含めた複数広告枠の広告在庫を統合し最適化する機能です。これまでの掲載実績を基に、価格重視の広告枠配分調整や、指定条件を重視した広告枠配分がリアルタイムに設定管理できます。 ※広告媒体社の広告配信サーバーと要接続