

IAS、ブランドセーフティ・レポートでYouTubeと連携

【米国ニューヨーク発 2017年4月11日】 広告業界のパワーを高め、場所・デバイスを問わず消費者への広告効果を最大化させるテクノロジーおよびデータをグローバルに提供するIAS（インテグラル・アド・サイエンス、本社：米国、CEO兼プレジデント：Scott Knoll）はGoogleと協業し、YouTube上で展開される広告のブランドセーフティ・レポートを提供すると発表しました。広告主にとって、自社の広告が適切な掲載面に表示されているかなど、広告掲載面のブランドセーフティは昨今、グローバルレベルでインターネット広告業界の大きな懸念事項になっています。GoogleとIASは広告主に対して、YouTube上で展開される広告が、広告主が求めるブランドセーフティ要件を満たしているか否かの計測データを提供します。

この取り組みにより広告主は、YouTube上で展開される自社広告のブランドセーフティ・データを正確に把握し、広告を取り巻く環境を個別に検証できるようになります。YouTubeが提供する独自の高いコンテンツとユニークなユーザー体験を念頭に置いた上で、IASとGoogleは連携を強化し、インターネット広告業界から寄せられる「透明性」への要望に応える、安全かつ安心なソリューションの開発に取り組んでいきます。

IASが現在クライアントに提供するソリューションは、米Media Rating Council（MRC）の認定を受けています。ブランドセーフティに関しても、「アダルト」「アルコール」「ギャンブル」「ヘイトスピーチ」「違法ダウンロード」「違法薬物」「不快な表現」の7つのカテゴリーに分類し、計測レポートを通じて広告主が自社のブランドリスクを包括的に理解できるソリューションを提供しています。それぞれのリスク基準についても、詳細な規定をカスタマイズできるほか、配信地域指定やキーワードブロック、ブラックリストなどをオプションで追加することも可能です。

IASの最高経営責任者（CEO）兼プレジデント、スコット・ノール（Scott Knoll）は次のように述べています。「当社が発表した『[H2 2016 Media Quality Report（2016年下半期 メディア・クオリティ・レポート）](#)』では、広告主にとってブランドリスクは引き続き重要な懸念事項であることを示しています。とりわけ、政治色が強く、物議を醸したり、攻撃的なコンテンツに対する懸念が高まっています。米国では2016年上半期だけでも、ヘイトスピーチと特定されたコンテンツはディスプレイ広告において137%も増加しており、動画での暴力表現は27%増となっています。ブランドイメージと企業評価は表裏一体であり、Googleはインターネット広告業界が抱える問題に対処する

ために適切な措置を取りはじめました。我々のような独立した第三者機関とのパートナーシップにより、広告主は広告運用においてさらなる安心と保証、透明性を確保できます」

【IAS（インテグラル・アド・サイエンス）について】 www.integralads.com

IASは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面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・テクノロジー企業です。提供するソリューションはグローバルトップ100広告主様のうち80社、2,500社を超えるパブリッシャー様、150社を超えるテクノロジーパートナー様に採用されています。IASはニューヨークに本社を構え、サンフランシスコ、シカゴ、ロンドン、ベルリン、シドニー、メルボルン、シンガポール、東京など、12カ国・21都市で事業を展開しています。IASのソリューションを利用することで、従来の無駄を省き、効率的かつ効果的にROI改善を実現することが可能になり、広告主様・広告代理店様・パブリッシャー様・テクノロジーパートナー様のすべてにメリットをもたらします。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、及び不正インプレッション検知（Sophisticated Invalid Traffic）すべてで 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）の認定を得ています。

お問合せ：

IAS 広報

TEL: 03-4540-1539

Email: jpinfo@integralads.com

または

広報代行 株式会社プラップジャパン

Email: ias_pr@ml.prap.co.jp

TEL: 03-4570-3191