

IAS、パブリッシャーの収益拡大を推進する新しいツールを発表

ビューアビリティ、ブランドセーフティ、IVT (Invalid Traffic:無効トラフィック) を最適化する、
業界初のパブリッシャー向けツール

【米国ニューヨーク発 2017年7月13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) は本日、業界初のパブリッシャー向け最適化ツールを発表しました。この「Publisher Optimization Tool」によってパブリッシャーは自社の広告在庫 (広告の表示回数/広告インプレッション) からの収益を最大化し、無駄なインプレッションを減らし、リアルタイムの自動化プラットフォームによりワークフローを簡素化することができます。ビューアビリティやブランドセーフティ、不正インプレッションといった喫緊の問題を解決するための新たなツールを活用し、パブリッシャーはより優れた広告効果を顧客に提供できるようになります。

拡大する広告主からの要望に対応

広告エコシステムに透明性が求められるなか、パブリッシャーは広告主の期待に応えるため、より高品質の広告在庫を提供しなければならない状況に直面しています。eMarketerの最新レポートによると、パブリッシャーの69%が、ビューアビリティ検証および視聴されない広告は課金対象外であるべきという、パブリッシャーの収益を直接左右する広告主からの声の高まりに不安を感じています。

IASのプロダクトマネジメント担当バイスプレジデント、Dave Marquardは次のように述べています。「ブランドや広告代理店は常にパブリッシャーに対してビューアビリティ、ブランドセーフティ、不正インプレッションの問題に対処するよう求めています。IASの最適化ツールによってパブリッシャーは、これまで広告主だけに提供されてきたデータやツールを活用できるようになります。可視化によりパブリッシャーはデータを分析できるようになり、業界全体で無駄な広告を排除できるようになります」

IASのPublisher Optimization Toolの利点

メディアの品質に関する情報を提供するベリフィケーションツールをベースに、IASでは製品やサービスをさらに進化させ、スケールを拡大して、パブリッシャーの高まるニーズに応じています。

Publisher Optimization Toolは、パブリッシャーにとって以下のような利点があります。

- オーバーデリバリーを防止し、ビューアビリティキャンペーンにおける無駄なインプレッションを排除
- 個々の広告主の要件に基づいたビューアビリティやブランドセーフティ、IVT目標のカスタマイズ
- 自動化されたリアルタイムオプティマイゼーションと広告配信を通じて、ワークフローを合理化
- プログラマティックバイヤー向けにビューアビリティが高く、ブランドの安全性が確保され、不正インプレッションが排除されたプライベート・マーケットプレイス（PMP：取引先を限定したRTB）契約を自動的に生成
- あらゆるデバイスを通じたモニタリングと不正な行動をブロック

データサイエンスと機械学習の活用で即座に 効果を発揮

Publisher Optimization ToolにはIAS独自のAI技術が搭載されており、高スループット・低遅延でインテリジェンスを提供します。このプラットフォームには絶えずトレーニング、検証、導入を繰り返す機械学習モデルが含まれ、数々の最先端技術と専用のアルゴリズムが活用されています。

IASのデータサイエンス部門担当シニアバイスプレジデント、Sergei Izrailevは次のように述べています。「広告の販売前にIASのコードが掲載ページ上で動作するため、掲載される広告シグナルをIASのAIエンジンに送ることが可能になり、その結果、リアルタイムで正確な予測を行うことができます。リアルタイムで大量の予測を行うことは簡単ではありません。ましてこのプロセスを自動化するとすれば、さらに困難になります。このツールはトップクラスの人材を揃えたIASのデータサイエンスやエンジニアリングチームなしには存在しなかったでしょう」

Bonnier、Business Insider、PopSugar、Purch、Refinery29 はいずれも収益拡大

Bonnierのチーフ・デジタル・レベニュー・オフィサー、Sean Holzman氏は次のように述べています。

「パブリッシャーがそれぞれ独自にブランドセーフティやビューアビリティのニーズに応えようとすると大幅なオーバーデリバリーとなり、業界としてかなりの収益が失われています。IASの最適化

ツールはこうしたプロセスを自動化し、深いレベルのデータを活用できるため、手間やコストをかけることなく無駄なインプレッションを排除し広告主の目的を達成することができます」

Business Insiderのセールスオペレーションおよびクライアントサービス担当シニアバイスプレジデント、Marc Boswell氏は次のように述べています。「IASはデマンド側とサプライ側との共通の基盤を見出して広告効果の計測や検証を行うために、大きな前進を遂げました。IASのPublisher Optimization Toolによって、パブリッシャーは広告在庫の価値を検証したうえでクライアントに提供することができる、リアルタイムソリューションを遂に手に入れることができました。当社はこれによってキャンペーン収益を大幅に向上させるとともに、無駄なインプレッションを劇的に削減し、結果としてIVTを排除することができました」

Purchのイールド（配当）およびレベニュー担当バイスプレジデント、Michael Hannon氏は次のように述べています。「Purchはクライアントに対して安全かつ透明性のあるエクスペリエンスの提供をお約束しています。これまでIVTの対策には非常に気を配ってきましたが、IASとのパートナーシップによって広告在庫全体の品質が検証されるだけでなく、Publisher Optimization Toolによって広告効果をさらに高めることもできました。このソリューションに関してIASは業界リーダーの地位にあります」

PopSugarの広告オペレーション担当ディレクター、Dennis Ritell氏は次のように述べています。「ほぼ全てのトラフィックをオーガニックソースから得ているプレミアムパブリッシャーとして、当社はIASのPublisher Optimization Toolを活用することで、広告キャンペーンのIVTを削減することができました。IASが開発したのはパブリッシャーに力を与え、透明性を高めることですべての関係者にとってメリットをもたらすツールです。これは業界の進化にとって大きな一歩だと考えます」

Refinery29の広告オペレーションおよび広告テクノロジー担当ディレクター、Lauren Curtis氏は次のように述べています。「広告主からは高いビューアビリティやIVTの排除、広告在庫のブランドセーフティを求められています。IASのPublisher Optimization Toolによって、こうしたすべての要件を満たすことができます。当社は広告在庫を無駄にすることなくGroupM(世界大手メディア投資マネジメント企業)の定めるビューアビリティを含む、カスタムスタンダードを実現することができました。このソリューションによって、パブリッシャーは広告主のKPIを容易に満たすことができ、自動化機能を活用することで収益も拡大できます」

本ツールは現在、パブリッシャー向けに提供しています。詳細については
jpinfo@integralads.com までお問い合わせください。

■IAS(インテグラル・アド・サイエンス)について

IASは、ベリフィケーション(効果計測・検証)、オプティマイゼーション(最適化)、アナリティクス(分析)ソリューションの提供を通じて広告業界のパワーを高め、場所やデバイスを問わず消費者への広告効果を最大化させるグローバルテクノロジー&データ企業です。すべてのインプレッションを計測・評価することで、広告機会を効率化かつ最適化し、デジタル広告の効果を向上させるとともに、消費者行動に対する広告効果の分析力を高めて企業やブランド、広告代理店、パブリッシャー、テクノロジー企業が直面する喫緊の問題を解決します。データサイエンスおよびデータ工学をベースとするIASはニューヨークに本社を構え、世界12カ国に事業拠点を擁しています。これまでInc.500社にランク入りしたほか、Crainの「Fast 50 (急成長企業50社)」、フォーブズ誌の「America's Most Promising Companies (米国で最も有望なスタートアップ企業)」、I-COMの「Smart Data Marketing Technology Company (スマートなデータマーケティングテクノロジー企業)」に選定されるなど、その成長性とイノベーションが高く評価されています。詳細はwww.integralads.com をご覧ください。

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

TEL: 03-4570-3191

Email : ias_pr@ml.prap.co.jp