

News Release

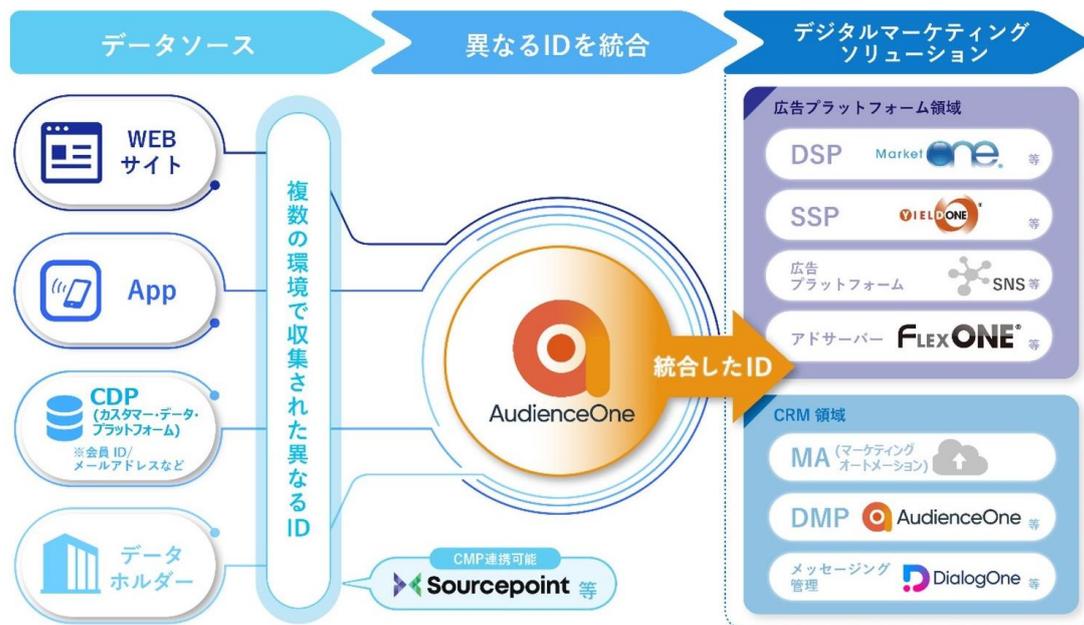
2021年1月14日

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社

DACの「AudienceOne[®]」、3rdパーティクッキーに依存しない技術を確立 ～ポストクッキー時代の統合IDソリューション開発を加速～

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長CEO：島田雅也、以下 DAC）はこのたび、DMP「AudienceOne[®]」(※1) において、情報セキュリティ/プライバシー保護の観点で規制が強まる3rdパーティクッキーの代替として期待される統合ID(※2)の技術を確立しましたのでお知らせいたします。統合IDを活用することにより、安定して持続的にデータを利活用できるマーケティング基盤を実現し、3rdパーティクッキーを利用せず、生活者のプライバシーに配慮しながら、デジタルマーケティングにおける広告主、媒体社、ソリューションベンダーの課題解決を目指します。

■ 統合IDの活用イメージ



近年、情報セキュリティ/プライバシー保護への関心が一層高まっていることを受け、ブラウザ提供企業は、広告などのマーケティング活動における3rdパーティクッキーの段階的な利用制限を予定しています。それにより、3rdパーティクッキーを活用している多くの既存マーケティングソリューション（アドサーバー、DSP、SSP、DMP、MA、CDPなど）の提供やデータ連携が困難になることが想定されており、3rdパーティクッキーの代わりにそれらをつなぐ統合IDへのニーズが広告主、媒体社、ソリューションベンダーの間で高まっていました。

そこで、DACではDMP「AudienceOne[®]」やメッセージング管理ソリューション「DialogOne[®]」(※3) などの開発で培ったこれまでの知見を活かし、活用についてユーザーの同意を得たさまざまな形のIDを統合ID化する技術を確立するにいたりました。統合IDの活用により、3rdパーティクッキーが利用出来なくなった際に想定される「広告配信時のターゲティング精度の悪化」や「広告効果計測の範囲が限定される」といった問題を回避することができます。こ

れによって、オンライン上の生活者データ管理と各種ソリューションにおけるデータ利活用を両立できるため、引き続き、デジタル広告における費用対効果の追求、広告アトリビューション効果の可視化、広告出稿の成果計測、自社マーケティングデータのエンリッチ化、マーケティング環境のDX、といった取り組みを推進していくことが可能となります。

これまでもDACは、生活者のプライバシー保護への対策（※4）や、ポストクッキー時代へ向けた取り組み（※5）などを行ってまいりましたが、本取り組みもその一環です。

今後もDACは、生活者へのプライバシー保護に対する配慮を念頭に置きつつ、企業のデジタルマーケティング活動とデータ利活用を支援するソリューションの開発や機能強化を積極的に推進してまいります。

（※1）「AudienceOne®」は、1億を超えるデバイスのIDなど膨大なデータを保有し、そのデータを解析して高精度な3rdパーティデータを生成/提供する国内最大級のデータ・マネジメント・プラットフォーム（DMP）です。オンラインデータに限らず、購買履歴や位置情報などのオフラインデータとも連携し、CRM、広告配信結果、パネルリサーチ結果など、さまざまなデータの統合や分析、可視化が可能です。また特許技術による、デバイスやチャネル間のクロスデバイス推定機能も特長です。これにより、豊富な連携チャネルを活用し、「新規顧客の獲得」から「既存顧客のLTV向上」までフルファンネルで、高度なマーケティング環境を実現します。

<https://solutions.dac.co.jp/audienceone>

（※2） 統合 ID とは、ブラウザやデバイス等の複数環境を横断して、一元的な管理・活用を可能にした ID のことです。

（※3） 「DialogOne®」は、コミュニケーションプラットフォームであるLINEと連携したメッセージング管理ソリューションです。豊富な導入実績を誇り、網羅的な機能と高い技術力を生かしたカスタマイズで 企業のCRM施策を総合的に支援します。

<https://solutions.dac.co.jp/dialogone>

（※4） 2019年4月19日リリース：DAC、SourcePoint社と提携し 広告主および媒体社が扱う生活者データの透明性向上を支援

https://www.dac.co.jp/press/2019/20190419_1_sourcepoint

2019年4月19日リリース：DAC、「AudienceOne®」の生活者向け機能を拡充

https://www.dac.co.jp/press/2019/20190419_2_aone_privacy

（※5） 2020年6月24日リリース：DACの「AudienceOne®」、ポストCookie時代に対応するデータ活用機能を強化

https://www.dac.co.jp/press/2020/20200624_aone_postcookie

2020年9月7日リリース：DACとグリッドデータバンク・ラボ、電力使用量データを元にした実証実験を実施

https://www.dac.co.jp/press/2020/20200907_gdb

以 上

<会社概要>

■ デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 <https://www.dac.co.jp>

DACは、インターネット広告黎明期である1996年の設立以来、情報や生活のデジタル化とともに事業を拡大し、市場形成と業界成長を牽引してまいりました。

現在は、デジタルを軸とした広告・マーケティングビジネスを国内外で展開しています。コンサルテーションからプランニング、広告枠の仕入れ・販売、運用、結果解析までのトータル支援、メディアの特性を活かしたクリエイティブ制作、豊富なデータと高度なテクノロジーを掛け合わせたソリューション開発・提供や、グローバルなプロモーション支援などを行っています。

今後もDACは、"**Empowering the digital future デジタルの未来に、もっと力を。**" というミッションのもと、広告やマーケティングの新しい形の創造をリードし、新たな価値を社会へ提供し続けていきます。

代 表 者： 代表取締役社長CEO 島田 雅也

本社所在地： 東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー

設 立： 1996年12月

事 業 内 容： メディアサービス事業、ソリューションサービス事業、オペレーションサービス事業

本件についてのお問い合わせ先

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社

担当： 戦略統括本部広報担当 e-mail：ir_inf@dac.co.jp

Empowering the digital future

デジタルの未来に、もっと力を。