

News Release

2020年6月24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[®]」、ポストCookie時代に対応するデータ活用機能を強化

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、自社で開発・提供するDMP「AudienceOne[®]」(※1)において、来るポストCookie時代に対応し、オーディエンスデータのセグメンテーション機能とターゲティング機能を強化しました。

同時に、DACとDAC子会社である株式会社プラットフォーム・ワンが提供するDSP「MarketOne[®]」(※2)においてもターゲティング機能を強化し、DACは、3rdパーティCookieに依存しないデータ活用による効果的な広告配信の実現を目指します。

昨今、生活者へのプライバシー保護に対する配慮が企業の重要課題となっています。欧州における一般データ保護規則（GDPR）や米国カリフォルニア州消費者プライバシー法（CCPA）に続き、日本においても2020年6月5日に改正個人情報保護法が成立し、個人情報やCookieを扱う際の倫理性や適切性が強く求められています。既に、複数のWebブラウザにおいては、3rdパーティCookieと呼ばれるインターネットのターゲティング広告に使われてきた技術を制限する動きが進んでおり、今後のデジタルマーケティングにおける、広告効果の向上とユーザーへのプライバシー配慮の両立が課題となっています。

これまでもDACでは生活者のプライバシー保護に関し、SourcePoint社との提携によって、企業と生活者の間でのデータ活用に関する同意取得を支援するConsent Management Platform（CMP）の提供（※3）や「AudienceOne[®]」の生活者向け機能を拡充する（※4）等のソリューション提供を通じ、対応に努めてまいりました。

そしてこの度、これらの取り組みに加え、生活者のプライバシーへ配慮しつつ、ポストCookie時代においても従来のようなユーザーの属性や興味関心等に合わせた広告配信を可能とするために、生活者のデータを収集・活用するDMP「AudienceOne[®]」とDSP「MarketOne[®]」においてセグメンテーション機能・ターゲティング機能を強化するに至りました。

DMP「AudienceOne[®]」においては、ポストCookie対応の第一弾として、ユーザーのインターネットアクセス情報を独自に分析したセグメントを充実させ、ターゲティングの精度向上を図ります。例えば、新型コロナウイルス感染症対策のために拡がりみせている在宅勤務ユーザーを推定する「リモートワーカーセグメント」や、在宅の時間帯傾向によるセグメント、単身世帯や子供がいない夫婦、またファミリー世帯などを推定する「世帯属性セグメント」などが可能です。また、株式会社ランドスケイプとの提携（※5）により得られた企業属性データを活用した新しいセグメントの拡充も行います。例えば求人広告を掲載している企業、各種クラウドツールを導入している企業などのセグメントです。

また、DSP「MarketOne[®]」においては、「AudienceOne[®]」や、広告主・広告会社によって指定される条件の広告枠にのみ、広告の入札や掲載を可能とするターゲティング機能を実装します。これにより、3rdパ

ーティCookieやデバイスIDを中心としたセグメントによる従来のターゲティング配信に加え、インターネットアクセス情報に基づいたリアルタイムに近いターゲティング配信が可能になります。例えば、企業属性データの「オフィスタargeting」や、テレビ視聴データを活用した番組放送直後の「視聴世帯ターゲティング」などが可能になります。

DACは今後も、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、企業のマーケティング活動とデータ活用を支援するソリューションの開発や機能強化に、積極的に取り組んでまいります。

- (※1) Webサイトの行動データやCRM、広告配信結果、パネルアンケート結果などさまざまなデータを統合し、分析/可視化、また豊富な連携チャネルを活用した“新規顧客の獲得”から“既存顧客へのLTV向上”までを一気通貫で実現する高度なマーケティング環境の提供を可能にします。また「AudienceOne®」が保有するデータは、性年代・年収などのデモグラフィックデータや、約1,400種類の興味関心データ(サイコグラフィックデータ)、専門領域に特化した「AudienceOne®」パートナー企業から提供されたデータ(Data Exchange)などが含まれます。<https://solutions.dac.co.jp/audienceone>
- (※2) 国内最大級の広告枠・在庫に対して、広告主様の多様な要望に応じた配信を可能にするクリーン&セーフなDSPです。業界最先端の配信最適化ロジックを搭載しており、広告主様のKPIを達成いたします。PMPへの対応やアド Fraud対策・ブランドセーフティへの取組を強化しているため、ブランディング案件にも効果を発揮いたします。DMP「AudienceOne®」やその他多数の外部パートナーベンダーとの連携により、多彩なデータやコンテキスト分析等を組み合わせたオンターゲット配信を実現しています。
- (※3) 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
- (※4) 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) 2017年7月3日リリース『DACのDMP「AudienceOne」とランドスケイプ社の日本最大級の企業データベースが連携』
https://www.dac.co.jp/index.php/press/2017/20170703_aone

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の黎明期にあたる1996年にメディアレップとして設立されて以来、市場の形成と業界の成長を牽引し、情報や生活のデジタル化とともに事業を拡大、発展させてきました。現在は、デジタルマーケティングにおける広告を基点としたさまざまなサービスを国内外で展開しています。

媒体社と広告会社などのパートナーとして双方に向けたシームレスなサービスを提供。広告枠の仕入れ・販売、コンサルテーションからプランニング、運用、結果の解析までをトータルに支援する広告取引関連サービス、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。

"Empowering the digital future" というブランドスローガンのもと、これからのマーケティングのあり方を追求し、新たな事業を生むイノベーションの創出をリードしていきます。

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 TEL：03-5449-6320 e-mail：ir_inf@dac.co.jp

Empowering the digital future

デジタルの未来に、もっと力を。