

News Release

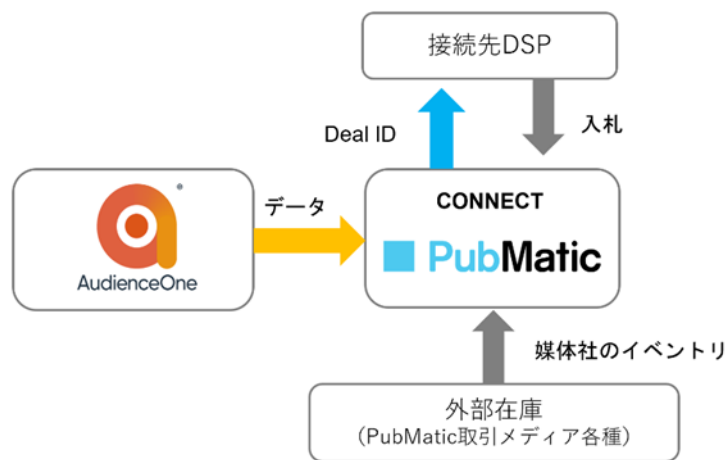
2023年5月17日

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社

PubMatic, Inc.

DACのDMP「AudienceOne[®]」とPubMaticのオーディエンスデータ プラットフォーム「Connect」がデータ連携を開始 ～ポストクッキー時代に向けてIDソリューション活用を加速～

このたび、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 社長執行役員CEO兼CCO：田中雄三、以下 DAC）は、自社が提供する国内最大級のDMP「AudienceOne[®]」と、デジタル広告の未来のサプライチェーンを提供する独立系テクノロジー企業であるPubMatic, Inc.（Nasdaq：PUBM、CEO：Rajeev Goel、以下 PubMatic）のプログラマティック広告にて1stパーティデータを利用可能にする「Connect」とのデータ連携を開始しました。このデータ連携により広告主は、「AudienceOne[®]」が保有する多様な専門領域データをベースとしたオーディエンスセグメントを活用し、PubMaticのグローバルマーケットプレイスを通じた効率的な買い付けおよび広告配信が可能になります。



PubMaticの「Connect」は、オーディエンスセグメントと媒体社のインベントリをPubMatic上で可視化、取引できるプラットフォームです。従来のオーディエンスデータの活用はデマンドサイドを中心にクッキーをベースに行われてきましたが、PubMaticの「Connect」はデータの活用をサプライサイドで行うことでマッチ率を高め、クッキーの代替となるIDを利用することにより抜本的なアドレサビリティの解決を広告主と媒体社双方にもたらします。同時に、データ所有者にはマネタイズ機会の創出とDeal IDによる取引の効率化を、広告主にはROIの向上をもたらすソリューションです。

一方、「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。

近年、インターネット上でのユーザープライバシー保護の需要が高まるにつれ、ユーザーのデータ収集やその利

用に関し、世界各国で法律による規制、ブラウザやデバイスにおける技術的な制約が拡大しています。特に、従来のターゲティング広告や広告効果計測に広く用いられてきたクッキーに対する規制が進み、デジタルマーケティングにおいて、クッキーの代替技術やその活用方法の開発が重要な課題となっています。こうしたポストクッキー時代に対応するための課題に対し、両社はそれぞれにソリューションや技術の開発を進めており（※1）、このたび「AudienceOne®」と「Connect」を連携するに至りました。

今回の「AudienceOne®」と「Connect」の連携を機に、両社はそれぞれが持つID活用ソリューションの連携を進めます。将来的には「AudienceOne ID®」とPubMatic社のID管理ツール「IDENTITY HUB」も連携させ、「Connect」において、共通IDソリューションベースに連携することも可能となります。広告主や媒体社はクッキーやモバイル広告IDのみに依存することなく、「AudienceOne®」のユーザーセグメントを活用したPMPのデータパッケージ配信の実現が可能になります。さらに、「Connect」のセグメント毎にユーザー数とインベントリボリュームを可視化できる機能を活用することで、広告主や広告会社はセグメントを活用したキャンペーンの配信ボリュームの見通しが事前に立てられるため、より効果的な広告買い付けを実現できます。

<PubMatic, Inc. カントリーマネージャー 廣瀬道輝のコメント>

「アドレスビリティは媒体社と広告主の双方にとって課題となっています。DACの「AudienceOne®」との連携により、我々の「Connect」を通してより多くのオーディエンスターゲティングパッケージがバイヤーに提供できるようになります。DACと共に、より広範なオーディエンスデータのコントロールを提供することによって、広告主のキャンペーンパフォーマンスの最大化を加速させることができるのを楽しみにしております。」

<DAC代表取締役 社長執行役員CEO兼CCO 田中雄三のコメント >

デジタルマーケティング業界において、プライバシー保護に適切に配慮した、ポストクッキー時代への対応が非常に重要になっています。今回の「AudienceOne®」とPubMatic社「Connect」との連携を機に、将来的なデジタルマーケティングにおける共通IDソリューションの実現に向けた取り組みを加速し、広告主の最適なターゲティング、媒体社のメディアマネタイズへ貢献して参ります。

DACならびにPubMaticは今後も協力し、ポストクッキー時代における生活者のプライバシー保護に配慮しつつ、加速化するデータを活用した広告のビジネスと、オムニチャネルの環境におけるプログラマティック取引市場拡大を目指してまいります。

(※1) 2022年4月19日リリース：DAC、ポストクッキー時代の1stパーティデータ活用基盤「WISE Transformer」を提供開始 ～次世代を見据えた広告効果計測・サイト解析環境整備をサポート～
https://www.dac.co.jp/press/2022/20220419_wisetransformer
2021年1月14日リリース：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～ https://www.dac.co.jp/press/2021/20210114_aone_id
2022年5月17日リリース：DAC、ポストクッキーID技術「AudienceOne® ID」を活用したターゲティング広告配信サービスを開始 https://www.dac.co.jp/press/2022/20220517_aoneid
2022年5月24日リリース：PubMatic、「Connect」のローンチによりサプライサイドのデータ活用を合理化 <https://pubmatic.co.jp/news/pubmatic-launches-connect-to-streamline-data-activation-on-the-sell-side-jp/>

<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、デジタルマーケティング市場の形成と成長を牽引してまいりました。

現在は、デジタル広告の豊富な知見や経験、高度な技術開発力、媒体社・プラットフォーム・テクノロジーパートナー等との強固な関係性を活かし、企業のデータ活用、各種プロモーション、マーケティング基盤の開発・構築をはじめとする、総合的なデジタルマーケティングサービスをグローバルに提供しています。

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 社長執行役員CEO兼CCO (Chief Compliance Office) 田中 雄三
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

■ PubMatic, Inc. <https://pubmatic.co.jp/>

PubMatic (Nasdaq : PUBM) は、デジタル広告の将来のサプライチェーンを提供することにより、顧客価値を最大化する独立したテクノロジー企業です。PubMaticのセルサイド・プラットフォームは、オープンインターネット上の世界有数のデジタルコンテンツクリエイターが、在庫へのアクセスをコントロールできるように、また、マーケターがROIを高め、広告フォーマットやデバイス全体でアドレサビリティのあるオーディエンスにリーチを可能にし、収益性を向上できるように支援します。2006年の創業以来、当社のインフラストラクチャー主導のアプローチにより、リアルタイムでのデータの効率的な処理と活用を可能にできました。スケーラブルで柔軟なプログラマティック・イノベーションを提供することで、お客様の成果を向上させるとともに、活気と透明性のあるデジタル広告のサプライチェーンを支援しています。

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

戦略統括本部広報担当 E-mail : ir_inf@dac.co.jp

PubMatic, Inc. E-mail : jp@pubmatic.com