

SAMPLE

特集レポート No. 061

アドテクノロジーの新潮流

Strictly Confidential



2017年 6月28日

はじめに

- 2000年代後半以降、ネット広告業界には大きな変革が起きている。インターネットの普及やスマートフォンの普及によって広告枠が増加し、どこに何の広告を出稿するかが重要になってきた
- そのような状況下で広告を配信するシステムおよびそれに関連した技術も目まぐるしく進化を続け、「アドテクノロジー(Advertising+Technology)」として注目を浴びている
- 本レポートでは、アドテクノロジーの分類と主要企業であるブレインパッドおよびデジタル・アドバタイジング・コンソーシアム(DAC)の最新のアドテクノロジー活用事例を紹介することで、アドテクノロジーの概観を把握し、今後の展望を考察する一助としたい

本資料の流れ



- I. アドテクノロジー業界とは？
- II. アドテクノロジーの活用事例
- III. アドテクノロジーの今後の展望

「アドテクノロジー」の定義

アドテクノロジーとは？

- 広告を意味する“ad”と技術を意味する“technology”を組み合わせた造語
- 数あるネット広告の仕組みの中でも、ディスプレイ広告を中心とした広告配信において、人手では実現不可能なレベルの広告効果・効率を実現する技術のことを指す
 - これにより、消費者一人一人の興味関心に合った広告が配信可能となる
- この技術は、最低限のコストで最大限の利益を求める広告主側と、できる限り高く広告枠を売り、その枠の稼働率を高めたい媒体運営側の双方の考え方を追求した結果、発展してきた

アドテクノロジーの種類

- アドテクノロジーの種類としては、広告効果の分析技術、Web広告の配信・表現技術、オペレーションサポート技術の大きく3つが存在する

概要

広告効果の 分析技術

- ユーザーのサイト内での動きをリアルタイムに分析し、広告効果がどの程度あったかを分析する
 - 広告効果を測定することで、広告の最適化を図る

Web広告の 配信・表現技術

- ターゲットユーザーに応じて最適化された広告の配信をおこない、広告の効率性を高める
 - トラッキング技術との相互作用により、ユーザーのエンゲージメント率(ユーザーがSNSなどの投稿に対して反応した割合)を上昇させることが可能

オペレーション サポート技術

- 広告出稿に関する作業の効率化を進めることができる
 - 複数媒体への広告配信の自動化
 - 細かいターゲティングへの配信設定

広告効果の分析技術に関するアドテクノロジー

- アナログ広告では採ることができない「効果に関するデータ」を収集・分析する技術

概要

効果計測
ツール

- 広告の効果を知るためのシステム
 - 広告を見たり、クリック等のアクションをしたユーザーの反応や行動を計測する

Tracking

- 広告の効果などに関わるデータの推移を継続的に追跡、収集すること

SDK

- Software Development Kitの略
 - スマートフォン向けのネイティブアプリ(アプリケーションストア経由でダウンロードして利用するアプリ)へ広告を配信する際、アプリプログラム内に組み込むソフト

SAMPLE版はここまでです。

続きは、業界チャンネル 特集レポート にてご覧ください。

特集レポート一覧はこちら ▶

“業界チャンネル 特集レポート”とは、

経営コンサルタントの目線で特に伸びているビジネスに注目して分析。
その成功の鍵や今後に言及し、「打ち手」を導出します。

