

2016年1月10日

ユナイテッド株式会社

(コード番号：2497 東証マザーズ)

**SSP『AdStir(アドステア)』、
ユーザーの行動解析に基づくA/Bテストを用いた、
広告枠設計のコンサルティングを開始**

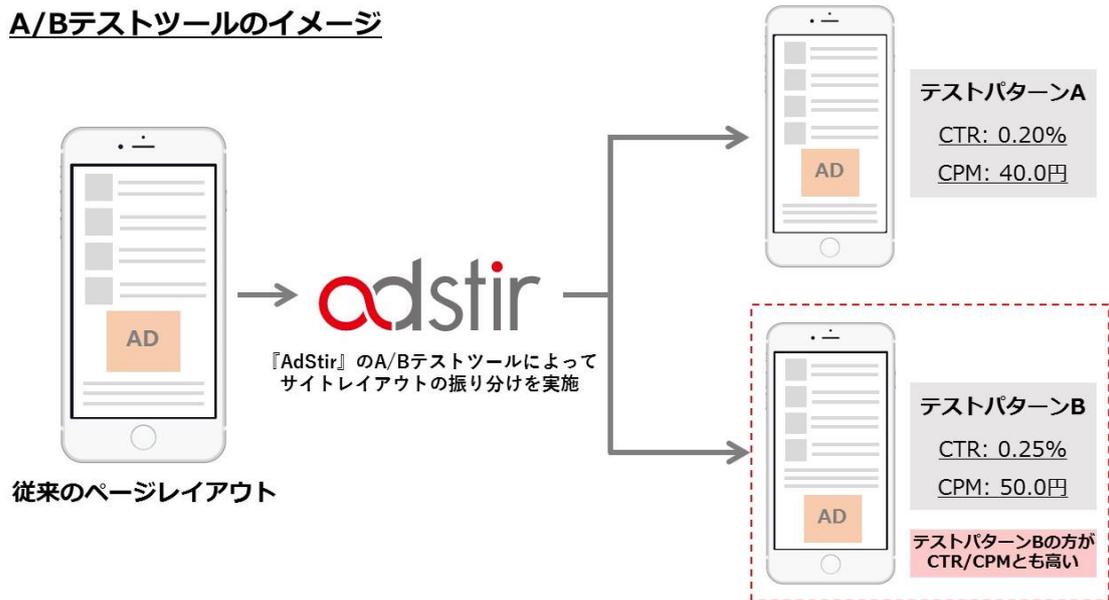
ユナイテッド株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役会長 CEO：早川与規、証券コード：2497、以下ユナイテッド）が運営するスマートフォン媒体社向けの SSP(※1) 『AdStir (<http://ad-stir.com/>)』が、A/B テストツールを用いてユーザー行動を解析し、最適な広告枠設計を行うコンサルティングを開始することをお知らせいたします。

『AdStir』は、今までメディアの広告収益最適化を支援してきた経験から、広告枠の収益最大化だけでなく、広告枠自体の設計が重要であると考えています。しかし、媒体社が広告枠設計を行う上で、ユーザーの行動解析に必要なデータを取得したり、サイトレイアウトの A/B テストをするには、手間やコストがかかるといった課題がありました。そこでこの度、『AdStir』が提供する広告枠設計コンサルティングでは、A/B テスト機能やヒートマップ分析を通じて仮説検証を行い、これらの課題解決をサポートしていくことを決定いたしました。

■ A/B テスト機能

『AdStir』が用いる A/B テストツールでは、従来のページレイアウトとは別に、レイアウト変更を加えたテストパターンを用意し、ユーザーを2つのレイアウトに振り分けた上、どちらがより高い広告効果を得られるのかを検証することができます。この A/B テストを継続して行うことで、メディアの広告収益を最適化いたします。

A/Bテストツールのイメージ



■ ユーザーの行動解析機能

また A/B テストだけではなく、ヒートマップ分析を行うことにより、ユーザーの行動を可視化することが可能です。従来のアナリティクスツールで得られるデータに加え、このヒートマップ分析を行うことにより、媒体社が設定する KPI 達成をサポートいたします。

ヒートマップ分析のイメージ



『AdStir』が提供する A/B テストツールでは、サイト分析用のタグをヘッダー部分に設置す

ることで、以下の分析が可能です。

- A/B テスト
- ヒートマップ分析
- クリックマップ分析
- ビジターレコーディング

『AdStir』は、今後も多彩な広告フォーマットへの対応をはじめとした機能強化や、国内外のアドネットワーク・DSP(※2)との接続による広告流通量の拡大を進め、拡大が見込まれるスマートフォン広告市場において、さらなる成長を目指してまいります。

■ 『AdStir』とは

ユナイテッドが2011年9月に運営を開始したSSPで、アドネットワーク広告収益を最大化しつつ(イールド オプティマイズ機能)、RTB(※3)広告の競争入札を利用する事で更なる広告収益を得る事ができるメディア向けの広告マネタイズプラットフォームであり、サプライサイドにおいて国内スマートフォン市場で最大規模のプラットフォームとなっています。

RTB 広告については、他社に先駆けてオープン化を行い、2012年4月に接続を開始した当社DSP『Bypass』を始め、国内外多数のDSPから入札を受けることが可能となっており、今後もオープンプラットフォームとして、国内外のDSPとの接続に積極的に取り組みます。

また、配信比率自動最適化や在庫切れ検知機能など、収益最大化の為に機能を提供する他、インタースティシャル広告やネイティブ広告、動画広告など多彩なアドフォーマットに対応し、マルチマネタイズプラットフォームとして大きく成長を続けています。

また、体系的な機能だけでなく、広告枠の設計や表示広告の選定など、コンサルタントによるメディアトレーディングデスク機能としての役割も広げており、今後も総合的な広告プラットフォームとして、強化と発展を継続し、最新アドテクノロジーによる広告ソリューションを提供して参ります。

(※1) SSP (Supply Side Platform, Sell Side Platform) とは

複数の広告案件を一元管理し、配信を最適化(イールドオプティマイズ機能など)する事で収益の最大化を狙う、サプライサイド(媒体側)の広告管理プラットフォームのこと。

(※2) DSP (Demand Side Platform) とは

設定した配信ロジックに従って、最適なユーザーへ広告を配信し広告効果の最大化を狙う、デマンドサイド(広告主側)の広告管理プラットフォームのこと。

(※3) RTB (Real Time Bidding) とは

RTB 広告とは、広告の買い手（広告主）が DSP を使い、SSP を経由してメディア（媒体）の広告枠を入札形式でインプレッション毎に買い付けを行う広告技術のことであり、これにより広告の買い手（広告主）は効果に見合った最適な値付けを行うことで広告効果の向上を図ることができる。また、メディア（媒体）は最も高い入札を行った広告主へインプレッションを販売することができるため、飛躍的な広告収益の向上が期待できる。

■会社概要

ユナイテッド株式会社

本店所在地：〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 1-2-5 MFPR 渋谷ビル 9F

設立日：1998 年 2 月 20 日

代表者：代表取締役会長 CEO 早川 与規（はやかわ とものり）

資本金：2,921 百万円 ※2016 年 3 月末現在

U R L：<http://united.jp>

＜本リリースに関するお問い合わせ先＞
ユナイテッド株式会社 コーポレートカルチャー本部
広報担当 Email：press@united.jp