

2015年1月15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)』、国内 SSP として初めて ドイツ PubNative (パブネイティブ) 社提供のネイティブ広告 アドネットワーク『PubNative』と接続

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）の所有するスマートフォン媒体社向けのSSP(※1)『AdStir <<http://ad-stir.com/>>』が、PubNative GmbH（本社：ベルリン、代表：Ionut Ciobotaru, Eddie De Guia、以下PubNative）が提供する、ネイティブ広告アドネットワーク『PubNative<<http://pubnative.net/jp/>>』と国内SSPで初めて接続し、スマートフォンアプリメディア向けに提供を開始致しました。

<PubNativeネイティブ広告掲載イメージ>



『AdStir』では2014年7月より、SSPとしては国内で先駆けてネイティブ広告の提供を開始し、「インフィード型」をはじめとした配信を行ってきました。今回のPubNativeとの接続によって、ゲームやツール等フィードを持たないあらゆるアプリに対して、柔軟にカスタマイズしたネイティブ広告を配信する事が可能となりました。

ゲームのキャラクターが持つプラカードや文字入力ツール内のキーボード上の広告、3D

ゲーム内での看板広告など、アプリの世界観に合わせた多彩な表現でネイティブ広告を配信する事が可能となり、新たな広告収益モデルの実現が期待できます。

また、PubNative 経由で広告出稿している広告主は、『AdStir』が保有する月間 300 億アドインプレッション^(※2)を超えるメディアにリーチする事が可能となり(2014 年 9 月時点)、よりユーザーにマッチした広告枠に配信することで、広告効果の向上が期待できます。

『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^(※3)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。

■ 『PubNative』とは



ベルリンに本社を持つPubNative社が提供を行うネイティブ広告プラットフォームです。広告案件のアイコンや説明文などの広告要素に加えて、レーティングや各国にローカライズされた言語の説明文など、21個以上の多彩な広告データから必要な広告データを選んでカスタマイズできる、拡張性の高いネイティブ広告を提供しております。GPM最適化アルゴリズムにより最も収益性の高い広告を自動的に配信する機能や、多様なターゲティングオプションを持ち、メディア収益の最大化が可能となります。

■ 『AdStir』とは

ユナイテッドが2011年9月に提供を開始した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広告^(※4)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す。2014年9月にはアドインプレッションも月間300億を超え、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サービス『Bypass(バイパス)』を始め、国内外17もの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んでまいります。

また、機能面では『AdStir』上での各アドネットワークのレポートの一元管理、自動最適化機構の実装を行うなど手軽に収益化する為の機能を提供してきた他、アイコン広告やインタースティシャル広告に加え、ネイティブ広告についても、今回の PubNative との接続により、従来のネイティブ広告よりも拡張性の高い配信形式を提供するなど、多彩なア

ドフォーマットを提供しております。今後も広告プラットフォームとして機能強化を継続し、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) アドインプレッションとは

Web サイトに掲載される広告の効果を計る指標の一つで、広告の露出（掲載）回数のこと。

(※3) 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。

(※4) 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 アライブ美竹

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：2,696百万円 ※2014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 経営管理本部 広報担当 Email：press@united.jp