

ヤフー株式会社 マーケティングソリューションカンパニーが新戦略を発表 ～ マルチビッグデータ活用を核とした マーケティングソリューション事業を展開 ～

ヤフー株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：宮坂学、以下Yahoo! JAPAN）は本日、マーケティングソリューションカンパニーにおける新たな戦略を発表しました。これまで、バナーやテキスト等の広告を掲載するプラットフォームや掲載面を提供することを中心に事業を展開してまいりましたが、今後はさらにマルチビッグデータとテクノロジーを駆使したマーケティングソリューション事業を展開いたします。

これは、多様化する企業のマーケティングニーズやマルチデバイス、そしてマルチチャネルへ柔軟に対応するために、さまざまな分野の優れた技術やノウハウを有する複数の企業と提携することで実現するものです。今回の新戦略への対応に合わせ、5社と協業を進めます。具体的な事業展開として、当社の有するマルチビッグデータと個々の広告主が有するあらゆるデータを統合管理することが可能なプライベートDMP（データ・マネジメント・プラットフォーム）の構築に、米BrightTag社のサービスを利用することで合意し、資本・業務提携を行いました。また、DMPの活用に必要な高度な分析を行うデータサイエンティストによるコンサルティングサービスを提供するため、株式会社ブレインパッドとの合併会社設立の計画に基本合意いたしました。そして、Yahoo! JAPANが運用するプレミアムDSP（デマンド・サイド・プラットフォーム）の提供開始により、広告主とYahoo! JAPANのデータの連携のほか、企業の顧客層との接点から得たDMPのデータを用い、より精度と質の高い広告出稿を促進します。このDSPには米ヤフーのプラットフォームを採用します。さらに、より効果的な広告クリエイティブおよび提供手法のニーズに合わせ、新たにビデオ広告事業に本格参入いたします。ビデオ広告配信の拡大に向け、予約型配信の優れた技術と実績を有する米Videology社と提携し、同社のプラットフォームを活用したビデオ広告の提供を開始します。またYahoo! JAPANの映像化とともに、Ustream Asia株式会社との提携によってビデオ広告ネットワークを強化していきます。この新戦略により、広告主の皆様は、より効果的かつ効率的な広告出稿が可能になるだけでなく、マルチビッグデータを広告に限らずあらゆるマーケティング施策に有効活用いただくことが可能になります。なお、各提携企業との提携内容の詳細は、各サービスの開始に合わせて個別に発表を予定していますが、以下の資料を併せてご覧ください。

【プライベートDMP】

Yahoo! JAPAN、ビッグデータ領域で米BrightTag社の技術を採用 ～ プライベートDMPの提供を通じて、 広告主の効率的かつ効果的なマーケティングを支援～

ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は本日、デジタルマーケティング業界向けにテクノロジープラットフォームを提供するBrightTag, Inc.（本社：米国イリノイ州シカゴ、CEO：マイク・サンズ、以下BrightTag）との提携を拡大し、プライベートDMP（データ・マネジメント・プラットフォーム）の開発において業務・資本提携することを発表しました。提供開始は2014年春を予定しています。Yahoo! JAPANは、今年の春よりBrightTagとの提携のもとYahoo!タグマネージャーの提供を開始しており、既に2000社以上に導入いただき高い評価を得ていま

す。BrightTag社は、リアルタイムでのデータ接続を実現するために必要なサーバダイレクト接続（米国特許取得済み）を保有しています。今回、当社では、スマートフォンアプリ、POSシステム、CRMといったウェブブラウザ以外のデータソースからデータを取得する技術であるBrightTag FuseTMを追加採用し、DMPを開発することで、リアルタイムかつ一貫した操作で広告主の顧客層の動作やデータをYahoo! JAPANをはじめとするメディアや、さまざまなマーケティングツールにむけて、連携することが可能になります。今回Yahoo! JAPANとBrightTagが開発するプライベートDMPでは、当社がこれまでターゲティング広告の提供などで培ってきたビッグデータの統合、管理、処理技術に加え、今回追加採用するBrightTagの技術を用いることで、リアルタイムに収集したデータの解析および解析結果に基づいたリアルタイムな活用を実現させます。全てのデバイスからリアルタイムでデータを収集し、そのデータをもとに広告主のチャンネルにおける顧客のアトリビューションやセグメンテーションを管理活用することで、広告主は、適切なメディアに対して、適切なマーケティング施策を実現することができます。さらに、DMPは、広告やマーケティング施策だけではなく、顧客分析やCRMにも活用いただけます。なお、Yahoo! JAPANのビッグデータは、プレミアムDSPや当社のプライベートDMPを通じてのみ、活用いただくことができます。これまで、ビッグデータを活用したマーケティングにおいては、コストをかけ大量のデータを集めても活用のノウハウや手段がなく、実際の利用までに時間がかかることで、収集したデータの価値の大半が無駄になっていた課題がありました。広告主の顧客層は、日常において、さまざまな場所でさまざまなデバイスを操作しメディアにアクセスしており、広告主は効果的に顧客層にリーチする方法を模索しています。当社が提供するDMPでは、これまでのビッグデータ活用の課題を解決し、マーケティングのPDCAサイクルをユーザーの劇的な変化にあわせ、劇的に短縮することを可能にし、効率的かつ効果的なマーケティング施策の実現を支援します。Yahoo! JAPANは、これからも、日本のマーケティング業界の課題解決に向けて、Yahoo! JAPANだからこそ実現できるマーケティングソリューションの提供により、日々進化し続けてまいります。

【プレミアムDSP】

Yahoo! JAPAN、DSP（デマンド・サイド・プラットフォーム）事業に参入 ～ ブランド広告主に向けた、プレミアムDSPサービスを提供 ～

ヤフー株式会社は、本日、DSP事業に参入し、Yahoo!プレミアムDSPのサービス提供を開始することを発表しました。Yahoo!プレミアムDSPは、米ヤフーのプラットフォームを採用しており、来年1月より順次提供を開始する予定です。広告出稿を行う広告主サイドが使用する広告配信プラットフォームであるDSPは、効率的な広告配信を実現する一方、ブランドを重視する広告主にとっては、自社のブランド戦略に適したメディアが少ないこと、ターゲティングに活用できるデータが限られていること、そして、効果的なDSPの運用には高い専門性が必要であることの3点が課題でした。Yahoo! JAPANが提供するYahoo!プレミアムDSPは、Yahoo! JAPANの代表的な広告であるプライムディスプレイをはじめとした、Yahoo! JAPANのプレミアムな広告枠に配信することができる唯一のDSPで、日本最大級の規模を誇るYahoo! JAPANの幅広いユーザーにリーチすることが可能です。今後、Yahoo! JAPAN以外のプレミアムなメディアにも配信を拡大していく予定です。また、広告主のデータとYahoo! JAPANのデータを活用することで、ターゲティングの精度を高め、顕在顧客層だけでなく潜在顧客層も最大限拡大することができます。適切な人に適切なタイミングで適切なメッセージを配信することにより、エンゲージメントを深め、ファンを拡大し、継続的なブランドコミュニケーションを実現します。さらに、Yahoo!プレミアムDSPは、高い専門性を有するYahoo! JAPANの専任チームが運用を行い、広告主のブランド価値向上を支援していきます。

【ビデオ広告】

Yahoo! JAPAN、ビデオ広告事業に本格参入 米Videologyのプラットフォームを活用したビデオ広告の配信を開始 Yahoo! JAPANの映像化とともに、Ustreamとの提携によるビデオ広

告ネットワーク強化へ

ヤフー株式会社は、本日、Yahoo! JAPANのビデオサービス、コンテンツの拡充によりYahoo! JAPANの映像化を推進するとともに、広告配信プラットフォーム、ビデオ広告ネットワークの強化を核とし、ビデオ広告事業に本格参入することを発表いたしました。これは、デジタルデバイスの多様化によりユーザーのコンタクトポイントが増加し、また、テキストから画像、そして映像へとコンテンツが進化する中で、「エンゲージメント効果」が高く、より「記憶に残る」ビデオ広告の実現を目指すものです。ビデオ広告事業本格参入にあたり、Yahoo! JAPANは、ビデオ広告の予約型配信の優れた技術と実績で世界的に評価の高いVideology, Inc.（本社：米国 メリーランド州、CEO：Scott Ferber、以下、Videology）との提携に至りました。Videologyのプラットフォームでは、リーチ、フリークエンシー、視聴完了率などを中心とした、クリック率とは異なる分かりやすい効果指標や、デバイスを横断しての共通の効果指標を提供することが可能となります。また、一つのビデオ広告素材でPC、タブレット、スマートフォンのマルチスクリーンへの配信ができるため、広告主にかかる負荷が軽減されます。Yahoo! JAPANは、この広告配信プラットフォームを基盤として、記事中に挿入されるインリード広告を展開していきます。この広告は、ウェブページ閲覧中のユーザーの可視領域に入った際にビデオ広告の再生が開始する仕組みとなっています。また、Yahoo! JAPAN自体の映像化を推進することで、2014年度末までにマルチスクリーンで6,000万人のユーザーを創出していきます。そして、Yahoo! JAPANにおけるビデオコンテンツ数、ビデオ対応サービス数をそれぞれ10倍とすることを目指し、GyaO!、Yahoo!映像トピックスを中心としたビデオコンテンツの強化とともに、Yahoo! JAPAN各サービスについても、ビデオ対応したサービスへと拡充を進めていきます。さらに、Yahoo! JAPANと株式会社GyaO（本社：東京都港区、代表取締役社長 宮本直人、以下GyaO）はビデオ広告ネットワークの強化を目指し、Ustream Asia株式会社（本社：東京都中央区、社長：中川具隆、以下Ustream Asia）との業務提携に合意しました。Yahoo! JAPAN、GyaOおよびUstream Asiaは、ビデオ広告ネットワークの構築を行うとともに、インターネットにおけるビデオサービスの普及とビデオ広告市場の拡大のため、さまざまな取り組みを行っていきます。【Videology について】<http://www.videologygroup.com/> Videologyは、世界最大級のビデオ広告プラットフォームソリューションを提供する企業です。Videologyのプラットフォームにより、広告主、広告会社やメディア企業はテレビ広告とシームレスにビデオ広告をプランニング、実施、管理、分析することができ、同時に同社の数学・科学に基づく優れたテクノロジーにより、最適化配信を行い効果の最大化を実現します。【Ustream Asia株式会社について】<http://www.ustream-asia.tv/> ソフトバンクグループで映像コンテンツ事業を展開するTVバンク株式会社と、ライブ映像配信サービス「Ustream」を提供する米国Ustream, Inc.との合併により、2010年5月設立。「Ustream」の日本語版を提供。「Ustream」は音楽やスポーツ、ニュースなど、さまざまなライブ映像の配信に利用されており、世界で毎月7,700万人が利用し、1.7億回視聴されています。

【データサイエンティスト】

Yahoo! JAPAN、データ分析を専門とするブレインパッドと提携 ～ データサイエンティストによるコンサルティング事業の合併会社を設立 ～

ヤフー株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：宮坂学、以下Yahoo! JAPAN）は本日、株式会社ブレインパッド（本社：東京都港区、代表取締役社長：草野隆史、以下ブレインパッド）と合併会社を設立する計画に基本合意したことを発表しました。企業のマーケティング活動におけるビッグデータの活用的重要性が高まる一方で、データを分析する専門家の育成が追いつかず、ビッグデータ分析の十分な体制が整っていないことが課題となっています。このような課題を解決するため、Yahoo! JAPANは、データ分析および関連サービスを専門とした国内唯一の上場企業であるブレインパッドとの提携により合併会社を設立いたします。設立は2014年1月を予定しており、専門のデータサイエンティストによる、広告主のデータとYahoo! JAPANのデータを最大限活用するためのコンサルティングサービスを提供いたします。この、コンサルティングサービスの提供は、Yahoo! JAPANが展開するプライベートDMP事業におけ

る3つの核のひとつであり、データ、プラットフォーム、そしてそれを活用するデータサイエンティストを三位一体として、企業のマーケティング活動を支援していきます。【株式会社ブレインパッドについて】 <http://www.brainpad.co.jp/> ブレインパッドは、2004 年の創業以来、「ビッグデータ」という言葉が世の中に広まる前から、大量データの分析を通じて、クライアント企業の意思決定のご支援に取り組んでおります。現在、金融・小売・メーカー・サービスをはじめとする多数のクライアント企業（2013 年 6 月末現在 148 社）に対し、データ分析およびその関連サービスのパイオニア企業として、分析業務支援からデータ活用のためのソリューション提供までをワンストップで提供しております。