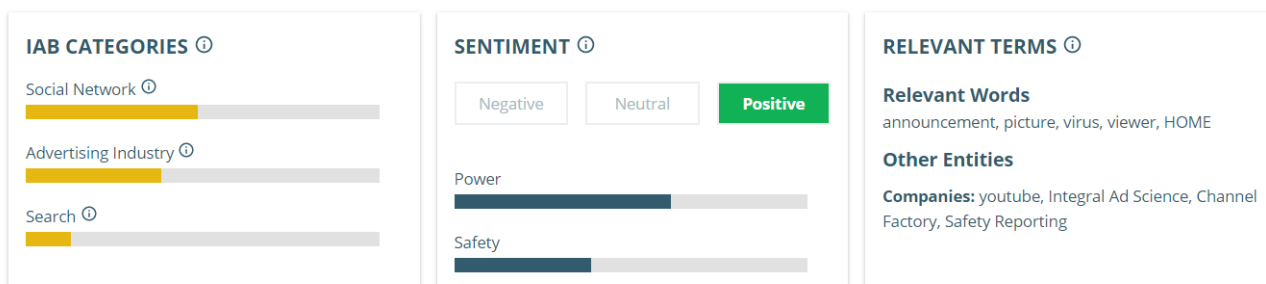




デジタル広告掲載面の文脈や感情を分析し最適な広告配信を実現するブランド適合性ターゲティング機能を含む「Context Control」をリリース

アドベリフィケーションのグローバルマーケットリーダーIntegral Ad Science（本社：米国ニューヨーク、CEO：リサ・アツシュナイダー / 日本オフィス：東京都千代田区、マネージングダイレクター：藤中太郎、以下IAS）は、本日、業界トップレベルの自然言語解析と機械学習によるブランドセーフティ&適合性ソリューションスイート「Context Control（コンテキストコントロール）」のリリースを発表します。本ソリューションスイートは、Webページなどのオンラインコンテンツの文脈や感情、情緒を分析し、ブランドイメージにそぐわないコンテンツを避け、適合性の高いコンテンツにのみ広告配信が行えるブランド適合性ターゲティング機能を含む、ブランドセーフティと適合性の総合ソリューションです。

Ozone Project^{*1}の検証によると、Context Controlに用いられているIASの特許取得済みセマンティック技術は類似の製品と比較して42%正確性が高いことが証明されています^{*2}。この正確なターゲティング能力により、一般的な除外リストの活用と比較して、ブランド毀損リスクを最小限にしながら配信ボリュームを確保することが可能です。



▲Context Control 解析デモ（左からページの「カテゴリ」「情緒と感情」「関連用語や会社・人名・地名」を解析）

デモサイト URL: <https://integralads.com/jp/capabilities/contextual-intelligence/>

デモサイトでウェブページのURLを入力すると、カテゴリや感情、関連用語などをリアルタイムで解析します。解析結果は英語で表示されますが、日本語を含む30の言語が解析可能です。

Context Control（コンテキストコントロール）の特徴：

- 機会学習を用いたページレベル分析と、特許取得済みのセマンティック技術、そして専任の言語学者による正確で精度の高いターゲティングを実現
- センチメント（情緒）とエモーション（感情）分析により、デジタルコンテンツのセンチメントを検出し、関連する感情を同時に識別することができる唯一のソリューション
- 30言語、多様なデバイス環境に対応
- パブリッシャー向けのソリューションにも対応。広告主向けにコンテキストに沿ったコンテンツをパッケージ化することで、インプレッションの適切な収益化をサポート

Integral Ad Science 社 最高マーケティング責任者 CMO

トニー・マーロウ (Tony Marlow) コメント :

マーケティング担当者はデジタルキャンペーンに寄与する高品質で最も効果的なインプレッションを特定するために、競合とのゼロサムゲームにさらされています。IAS の Context Control は、ブランドやキャンペーンのコンテキストを正しく理解して活用することで、競争力を高めたいと願う広告主をサポートします。

背景 :

デジタル広告、特にプログラマティック取引においては、複雑な広告枠の入札・配信経路によって取引がブラックボックス化され、広告主は「自社のデジタル広告がどこで表示されるのか」事前に確認できないケースが大半です。そのため、事故や事件、不祥事といったネガティブなコンテンツにも広告が配信され、ブランド価値を損なうリスクが生じます。ネガティブなコンテンツに広告が表示されることは、広告主に対する消費者の好感度に悪影響を与えるだけでなく、長い間かけて築き上げてきたブランドイメージが傷つかねません。

実際に消費者のネット利用実態と広告受容について、新型コロナウイルスに関するコンテンツに広告を表示した場合を調べると、ポジティブなコンテンツに表示した広告の企業へ好感度が下がると回答したのは 12% だったのに対し、ネガティブなコンテンツでは 22% が好感度が下がると回答しました^{※2}。これらのことから、広告を表示するコンテンツの文脈やコンテンツがポジティブかネガティブかといった感情も解析した上で広告配信を行うことが重要であることが分かりました。

IAS は 2019 年 11 月に AdmantX 社を買収し、コンテキスト解析とターゲティング機能に大規模な投資を行い、安全か否かの二項対立なブランドセーフティから、ブランドごとにきめ細やかなカスタマイズが可能なブランド適合性への移行を進めてきました。Google によるサードパーティ Cookie の非推奨化に伴いブランドリスクを回避するだけでなく、適合性の高いコンテンツをターゲティングすることは、今後デジタルキャンペーンにおいてより重要となります。

※1) Ozone Project : デジタル広告のプログラマティック取引環境における安全性と透明性実現を目的とした、英国のトップパブリッシャーによる共同プロジェクト (<https://www.ozoneproject.com/>)

※2) <https://www.admantx.com/ozone-project-selects-admantx-power-contextual-classification-content/>

※3) IAS『新型コロナウイルスによる消費者のネット利用実態と広告受容調査』(2020 年 5 月 22 日 IAS 発表)
https://integralads.com/jp/news/20200521_japan-consumers-on-covid/

【IAS について】 www.integralads.com/jp/

Integral Ad Science (インテグラル アド サイエンス、IAS) は、洗練されたテクノロジーで高品質な広告メディア環境の実現をサポートするアドベリフィケーションのグローバルリーダーです。IAS は、広告主とパブリッシャーの皆様の広告予算を広告不正やブランド棄損のリスクから守ると同時に、消費者のアテンションを獲得し、ビジネスのゴールを達成するために必要なインサイトとテクノロジーを提供しています。

IAS は 2009 年に創業、米国ニューヨークに本社を構え、13 개국・18 都市で事業を展開しており、世界トップレベルのソフトウェア企業とともに Vista Equity Partners のポートフォリオに名を連ねています。

Integral Ad Science, Inc.

代表者 : リサ・アツシュナイダーCEO

所在地 : 95 Morton Street, 8th floor, New York, NY 10014

創業 : 2009年5月

事業内容 : デジタル広告の検証・不正対策・最適化のためのデータとソリューションの開発と提供

Integral Ad Science Japan 株式会社

所在地 : 〒100-0006 東京都千代田区有楽町 1-1-2 日比谷三井タワー12F

代表 : 藤中太郎 (マネージングダイレクター)

開設 : 2015年7月

《本件に関するお問い合わせ》

担当 : Integral Ad Science Japan (インテグラルアドサイエンスジャパン) 広報 吉井

Email : jppr@integralads.com