

2018年3月1日

## 電通、プログラマティック広告の透明性を高めるヘッダービディングを強化

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）は、プログラマティック広告配信（データに基づいたリアルタイムな広告枠の自動買い付け）における透明性を高めるヘッダービディングの推進・強化を図っていきます。

ヘッダービディングとは、広告主が意中の広告枠を純粋な価格競争のみで確保できるインターネット広告の仕組みのひとつで、媒体社にとっても自社の広告在庫を最も高い単価で配信できるという特徴があります。

これまで主流であったプログラマティック広告配信の仕組み（ウォーターフォール型）では、オーディエンスデータや技術の高度化でどんなに精緻なターゲティング設定を行えたとしても、そのターゲットに向けた広告枠を必ずしも確保できないという問題がありました。ウォーターフォール型では、最終的に配信広告を決定するアドサーバーに複数の入札プラットフォームが接続され、プラットフォーム間にあらかじめ優先順位づけが存在するため、価格競争原理が貫かれておらず、配信高度化のボトルネックとなっていました。

ヘッダービディングは、広告主によるターゲットユーザーへの優先的なアクセス、リーチの拡大と、媒体社の収益性の向上を両立します。

今後当社は、高度化が進むプログラマティック広告配信において、電通 PMP※などを活用したヘッダービディングの推進で、広告主と媒体社の利益に資する取り組みを推進していきます。

※ 電通 PMP：独自形成の大規模プライベート・マーケット・プレイスで、広告主が媒体社の保有する付加価値の高い限定されたプレミアム広告枠を優先的に買い付けることができる自動取引の仕組み。広告主・広告会社・媒体社が、広告の掲載サイトや価格について事前に取り決めを行うことで、広告掲載サイトの把握と取引の透明性の確保を容易にすることが可能。広告主や媒体社が抱えるさまざまな課題を解消し、企業のブランド価値向上に貢献する日本のインターネット広告市場における新たな取り組みでもある。多くの優良広告枠をそろえており、参画する媒体社は約250社に上る（2018年2月時点）。

以上

### 【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレートコミュニケーション局 広報部  
小川、溪 TEL：03-6216-8041

### 【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 デジタルプラットフォームセンター ソリューション部  
高田、村山 TEL：03-6216-8667