

2024年12月18日

各 位

東京都新宿区西新宿五丁目1番1号
株式会社アドウェイズ
代表取締役 山田 翔
(コード番号：2489 東証プライム市場)
問い合わせ先：
上席執行役員 管理担当 田中 庸一
電 話 番 号 03 (6771) 8512

UNICORN、共通 ID ソリューションを活用し、広告のリーチ数・
フリークエンシー数を自動でコントロールできる新機能の提供を開始

当社の子会社であるUNICORN株式会社は、広告のリーチ数・フリークエンシー数を自動でコントロールできる新機能「Target Frequency / Reach 機能」の提供を開始いたしましたので、お知らせいたします。

詳細につきましては、添付のプレスリリース資料をご参照ください。

※ 添付のプレスリリース資料は、発表日現在の情報です。最新の情報と異なる場合がありますのでご了承ください。

以 上

2024.12.18

UNICORN、共通 ID ソリューションを活用し、広告のリーチ数・フリークエンシー数を自動でコントロールできる新機能をリリース

株式会社アドウェイズ(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:山田 翔、以下アドウェイズ)の子会社である [UNICORN 株式会社](#)(本社:東京都新宿区、代表取締役:山田 翔、以下 UNICORN)は、広告のリーチ数・フリークエンシー数を自動でコントロールできる新機能「Target Frequency / Reach 機能」の提供を開始いたしました。

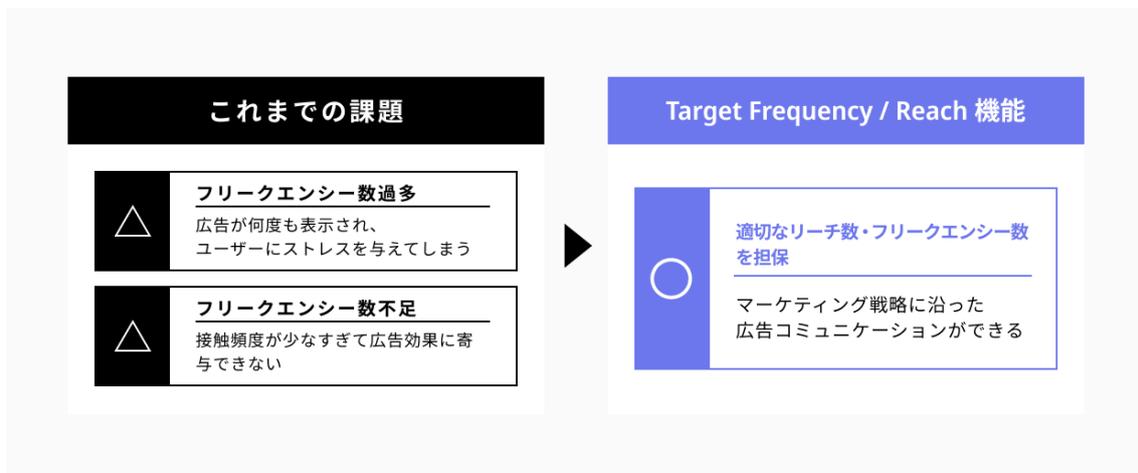


ユーザーに寄り添った適切な頻度の広告を配信し、高い広告効果の実現を図るうえで、リーチ数・フリークエンシー数(※1)は重要な役割を持つ指標です。

しかし昨今では、サードパーティークッキーの規制や広告 ID のトラッキング制限など、個人情報の取り扱いの変化により、リーチ数やフリークエンシー数のコントロールが利きづらい傾向が見られ、マーケティング戦略において適切なユーザーコミュニケーションが困難になってきています。

このような課題の解消に向け、UNICORN は共通 ID ソリューション(※2)を活用し、リーチ数・フリークエンシー数を自動でコントロールできる新機能「Target Frequency / Reach 機能」を開発いたしました。

「Target Frequency / Reach 機能」を適用した広告キャンペーンは、全体の平均があらかじめ設定したリーチ数・フリークエンシー数となるよう、自動で入札コントロールが行われます。本機能を活用することで、ユーザープライバシーに配慮しながら、適切な頻度を保った広告コミュニケーションが可能になります。



※1 フリークエンシー数とは、同一ユーザーに対して広告が何回表示されたかの単位

※2 共通 ID ソリューションとは、サードパーティクッキーの代わりとなる識別子として、ユーザーへ ID を発行するシステム

UNICORN は、今後もユーザーと広告主の最適な広告接点を創出し、人と機械の共生を通してデジタルマーケティングに関わる全ての人の可能性を広げるサービス開発に努めてまいります。

また、アドウェイズグループでは、市場のニーズに柔軟に対応し、さらなるサービスの拡充に努め、世界各国で効率的かつ実用的な広告マーケティングサービスの開発を実現してまいります。

UNICORN について <https://uni-corn.net/>

デジタルマーケティング業界の指標となるべくして生まれた、月間買い付け可能トラフィック数 1.2 兆 imp を超える、国内最大級の全自動マーケティングプラットフォーム。リアルタイムにインプレッションの価値を予測し、各キャンペーンにとって最適な価格での自動入札を実現、かつ独自の不正検出アルゴリズムにより、不正な広告を排除。3D や AR、ボリュームメトリックビデオを活用したリッチクリエイティブや、ゲームの世界に溶け込むネイティブ広告であるゲーム内広告「UNICORN In-Game Ad」など、デジタル広告の可能性を広げる配信メニューも提供している。

UNICORN 株式会社について <https://uni-corn.net/>

2013 年、アドウェイズの 100% 子会社として、アドテク領域における新サービスの開発をミッションに設立。国内最大級の全自動マーケティングプラットフォーム「UNICORN」の提供を行っている。2021 年、国内で初めて Apple Search Ads Partner に認定。2024 年、モバイル計測プラットフォーム「MetricWorks」を提供する MetricWorks Inc. との合併会社を設立。

株式会社アドウェイズについて <https://www.adways.net/>

2001年設立。2006年に東証マザーズ、2020年に東証一部に上場。2022年に東証プライム市場に移行。パーパスに、“全世界に「なにこれ すげー こんなのはじめて」を届け、すべての人の可能性をひろげる「人儲け」を実現する。”を掲げ、アプリ・Webの包括的なマーケティングを支援する広告事業、テクノロジーを駆使し新しい広告表現や広告効果最大化を実現するアドプラットフォーム事業、ライフスタイル事業、DX事業など、領域をまたいだ事業を展開。日本を始め、アジアを中心とした海外への事業展開も行っている。