

ADWAYS



2026年6月9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 東証スタンダード市場)
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

全自動マーケティングプラットフォーム「UNICORN」において、
日本で初めてAWSが提供する「AWS RTB Fabric」の適用を開始

当社の子会社であるUNICORN株式会社は、提供する全自動マーケティングプラットフォーム「UNICORN」において、アマゾン ウェブ サービス合同会社が提供する、RTB（リアルタイム入札）広告ワークロード向けフルマネージドサービス「AWS RTB Fabric」を活用した広告配信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

ADWAYS PRESS RELEASE

UNICORN、全自動マーケティングプラットフォーム「UNICORN」において、日本で初めて AWS が提供する「AWS RTB Fabric」の適用を開始～fluct との実証実験を通じてネットワークコストの 80%削減を実現～

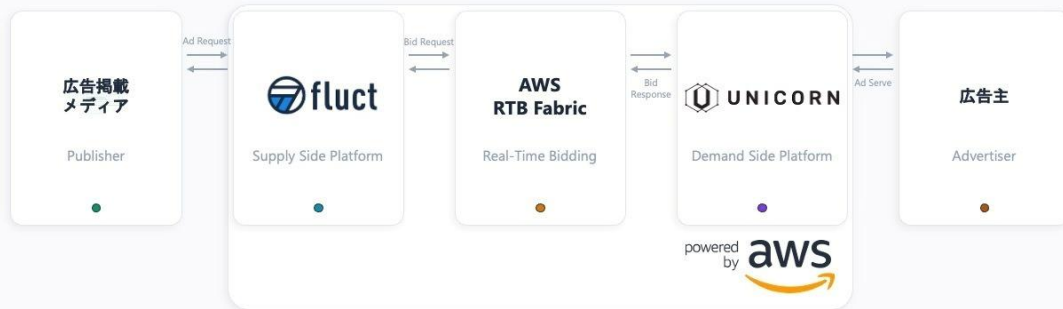
2026 年 6 月 9 日

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、提供する全自動マーケティングプラットフォーム「UNICORN」において、アマゾン ウェブ サービス合同会社（以下、AWS）が提供する、RTB（リアルタイム入札）広告ワークロード向けフルマネージドサービス「AWS RTB Fabric」を活用した広告配信を 2026 年 5 月より開始いたしました。

また、株式会社 CARTA HOLDINGS のグループ会社である株式会社 fluct（東京都港区、代表取締役 CEO：藤井 洋太、COO：黒田 岳志、以下 fluct）との実証実験では、データ転送に伴うコストを最大 80%削減可能であることを確認しました。両社の相互取引基盤において「AWS RTB Fabric」への移行および適用を完了したことをお知らせいたします。

Programmatic Ad Delivery Flow

リアルタイム入札による広告配信フロー



背景と目的

昨今、オープンインターネットにおけるプログラマティック広告（※1）市場は急速な成長を続けていますが、データ流通量の増加にともない、ミリ秒単位での入札処理を実現する超低レイテンシー（※2）の要求や、膨大なトラフィックを処理するためのネットワークコストの高騰が、アドテクノロジー企業のプラットフォーム運営における技術的課題となりつつあります。

UNICORN は、こうした課題を解消し、パートナー各社との取引規模拡大と、広告主へのさらなる還元を両立させるため、トラフィックの増大に柔軟に対応できる拡張性と、コストパフォーマンスに優れた「AWS RTB Fabric（※2）」を適用し、運用を開始いたしました。

※1 プログラマティック広告とは、データとアルゴリズムを用いて広告の買い付け・配信を自動で行う手法

※2 レイテンシーとは、データ転送における指標のひとつ。転送のリクエストから、実際にデータが送られてくるまでに生じる通信の遅延時間を指す

AWS RTB Fabric とは

AWS RTB Fabric は、SSP と DSP 間のリアルタイム入札通信を最適化する AWS のフルマネージドネットワークサービスです。RTB ワークロードは大量のビッドリクエスト/レスポンスを高頻度で交換するため、通常のインターネットエグレス料金が膨大になりがちですが、AWS 内の RTB 専用ネットワークを経由することでデータ転送コストを大幅に圧縮できます。（※3）

※3 AWS RTB Fabric の詳細については、以下のブログ記事をご覧ください

<https://aws.amazon.com/jp/blogs/news/introducing-aws-rtb-fabric-for-real-time-advertising-technology-workloads/>

「AWS RTB Fabric」の適用による成果

UNICORN と fluct の両社は「AWS RTB Fabric」の適用を行い、相互取引基盤において以下の成果を実現いたしました。

1. データ転送に伴うコストの 80%削減を実現

「AWS RTB Fabric」の専用ネットワーク環境を活用することで、従来の公衆インターネット経由と比較し、データ転送量に対するネットワーキングコストを 80%削減することに成功しました。

2. 応札数の拡大によるビジネス成長機会の獲得

ネットワークコストの大幅な削減により、より多くの入札リクエストの流入が期待できるほか、従来コストを理由に抑制していた応札数を増加させることが可能となりました。今後より多くの応札機会を創出することで、広告効果の最大化を実現し、両社の事業成長に直結するビジネス成果を生み出してまいります。

3. データ増大にも耐えうる強固な配信基盤を確保

トラフィック増加に伴うインフラコストの課題を大幅に抑制できたことで、今後の事業成長や急激なデータ増大にも耐えうる強固な配信基盤を確保いたしました。インフラの最適化によって創出されたリソースを、アルゴリズムや新たな広告フォーマットの開発などへ重点的に投資することで、広告主へより高品質なサービスを提供できる体制を整えています。

アマゾン ウェブ サービス ジャパン合同会社 常務執行役員 技術統括本部長 巨勢 泰宏氏 コメント

AWS は、Amazon の広告ビジネスで培った大規模データ処理と低レイテンシー技術の知見を活かし、広告業界のイノベーションを推進してまいりました。AWS RTB Fabric は、DSP と SSP を同一プラットフォーム上で直接接続することで、広告業界が長年抱えてきた大量データ転送と低レイテンシーという課題を解決し、広告の収益性と効果を最大化するサービスです。UNICORN 様、fluct 様をはじめとするお客様がこのテクノロジーを活用し、新たなイノベーションを生み出すことで、日本の広告業界のさらなる発展につながるものと確信しております。AWS は今後も、広告業界の未来を切り拓くテクノロジーの提供を通じて、業界全体の成長に貢献してまいります。

UNICORN 取締役 塚 暁毅 コメント

AWS RTB Fabric の PoC を通じて特に可能性を感じているのは、既存の配信基盤へ比較的容易に組み込めるアーキテクチャである点です。導入や接続にかかる負荷を低減できることで、より多くのパートナーが参加しやすいオープンなエコシステムの実現が期待できます。また、コスト効率の改善に加え、UNICORN と SSP 間の処理経路が最適化されることで、広告取引におけるレイテンシの短縮も期待しています。これは広告主やメディアにとっての価値向上だけでなく、ページ表示や広告配信の高速化を通じて、ユーザー体験のさらなる改善にもつながると考えています。今後、こうした取り組みが業界全体の接続性と効率性を高め、オープンインターネットにおけるプログラマティック広告市場のさらなる発展につながることを楽しみにしています。

今後の展望

今後、UNICORN は、今回開始した「AWS RTB Fabric」の適用をはじめとして、AWS ジャパンとの協力のもと、さらなる技術基盤の強化を継続的に進めてまいります。また、強固な基盤を核とした事業の拡大を図ることで、広告エコシステム全体に寄与する価値の創造を目指してまいります。

本取り組みをイベントにて紹介

今回のリリースに際し、2026年7月17日（金）にAWS ジャパン主催イベントが開催されます。UNICORN がAWS RTB Fabric を軸としたオープンエコシステムへの参画を決めた背景と、DSP・SSP が共に加わることで生まれるネットワーク効果の真価を、対談を通じてご紹介します。また当日は、参加企業同士のネットワーキングも予定しています。

イベント名	AdTech meet up ! 「変わる広告、変わらない価値 — いま AdTech 事業者が AWS に集まる理由」
開催日時	2026年7月17日（金）16:00-19:00
場所	麻布台ヒルズ森 JP タワー 36階 セミナールーム（東京都港区麻布台1-3-1）
参加費	無料
登壇情報	パネルディスカッション：アドテク事業者はどこに投資すべきか？—オープンエコシステムが切り拓く次の成長戦略 UNICORN 株式会社 取締役 塚 暁毅 ※本セッションの登壇者、詳細については、特設サイトをご確認ください。
お申し込み	登録フォーム https://aws-experience.com/apj/smb/event/8d666140-9340-4775-b5af-1b114470dca2?post-event-lounge=true&survey=true

アドウェイズグループでは、今後も市場のニーズにいち早く対応し、全世界に「なにこれ すげー こんなののはじめて」を届け、当社に関わるすべての方々の可能性をひろげる「人儲け」の実現に向け、尽力してまいります。

fluct について

株式会社 fluct は、「パブリッシャーの未来を、パブリッシャーと創る。」をビジョンに掲げ、国内最大級の SSP を開発・運営しています。fluct SSP 以外にも多彩なプロダクト開発とコンサルティングを展開し、Google 認定の最上位資格「GCPP プレミアパートナー」として Google 社とも連携しながら、パブリッシャーの成長をトータルでサポートしています。CARTA HOLDINGS グループが擁するデジタルマーケティングの知見と技術力、NTT ドコモのデータ基盤を強みに、国内デジタル広告市場の健全な発展に貢献してまいります。

<https://corp.fluct.jp/>

UNICORN について

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、ポリュ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。

<https://unicorn.inc/>

UNICORN 株式会社について

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。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。

<https://unicorn.inc/>

株式会社アドウェイズについて

2001 年設立。2006 年に東京証券取引所に上場。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。

<https://adways.net>
