

平成25年6月4日
株式会社アサツー ディ・ケイ

ADK と Stipple、 日本含むアジア地域での戦略的なビジネスパートナーシップ契約を締結

株式会社アサツー ディ・ケイ(本社:東京都中央区 代表取締役社長:植野伸一、以下ADK)は5月31日、インターネット上で使用する画像に多様な情報を付加することが出来るサービス"Stipple"を展開する米 Stipple 社と、日本含むアジア地域での戦略的なビジネスパートナーシップ契約を締結しました。

Stipple 社は米国サンフランシスコに拠点を置くベンチャー企業であり、これまで、Floodgate、Relevance Capital、Kleiner Perkins Caufield & Byers などから計900万ドルの投資を受け、"Stipple"サービスの開発を進めています。

"Stipple"は、画像に様々な情報を埋め込むことで(インテリジェント化)、そこにカーソルを合わせるだけで多様な情報を提供できることを実現したサービスです。付加できる情報は多岐にわたり、テキストや画像、動画へのリンクの他、画像内に登場する商品のEコマースサイト情報なども埋め込むことが可能です。

また、"Stipple"によってインテリジェント化された画像は企業等の運営するWebサイトのみならず、Facebook、Twitterをはじめとしたソーシャルメディアでもその効果を発揮するため、ソーシャルメディア上で完結するEコマース、通称In Line Commerce(注1)分野においても非常に高い期待を持たれているサービスとなります。

これまで、米国及び海外での広告キャンペーンへの導入実績があり、日本でも本契約に先んじて、昨年11月に公開された映画「のぼうの城」(©2011「のぼうの城」フィルムパートナーズ)のプロモーションへの導入など、実績を重ねておりましたが、ADKのデジタル領域における成長戦略の一環として、またStipple社のグローバル戦略の一環として、今回のパートナーシップ契約の締結に至りました。

今後、本契約に基づいてADKは、新たなインターネット広告の指標であるエンゲージメント(注2)単位での成果報酬型の広告や、広告手法の新潮流とされるNative Advertising(注3)の流れを汲んだ広告・PRサービスの開発、そしてEコマース事業向けの各種サービス開発など、デジタル領域のサービス拡充に取り組んでいくことで、新たな収益モデルの構築と、競争力のある広告会社としてのプレゼンスアップを目指します。

また併せて、6/5-6 に福岡にて行われるデジタルマーケティングカンファレンス"アドテック九州"にて、Stipple のサービスを体験していただけるブースの出展、及びワークショップ開催を予定しております。

<Stipple 社 会社概要>

社名：Stipple, Inc.

オフィス所在地：360 Ritch Street 3rd Floor, San Francisco, CA, 94107 USA

設立年月：2010 年（H22 年）6 月

代表：Founder & CEO Rey Flemings

従業員：16 名

資本金：900 万ドル(\$9M)

Web サイト：<https://stipple.com>

<アドテック九州概要>

平成 25 年年 6 月 5 日・6 日 福岡国際会議場にて開催

<http://www.adtech-kyushu.com/>

ADK ワークショップ開催時間：6 月 5 日 15 時 10 分～16 時

タイトル： 世界が注目するサンフランシスコ発ユニークテクノロジー
全く新しい形の画像広告ソリューション
Stipple ついに日本上陸！！

(注 1) In Line Commerce

SNS やブログなどのソーシャルメディアのタイムライン上に E コマースの購入画面を設置し、タイムライン上にてすべての決済を完了できるようにするサービスの総称。ページを遷移せずに決済を完了させることが可能になるため、ユーザーの離脱を防ぐことが期待できるほか、ソーシャルメディア上での友人関係を通じて波及させることで、購入へのより強い後押し効果が期待できるとされている。

(注 2) エンゲージメント

ユーザーが広告に興味関心を持って起こした行動を、広告効果のひとつとして定義するもの。従来のクリックやインプレッション(表示回数)などの指標に加えて、広告へカーソルを合わせる行為や、広告内のコンテンツへの参加などを商品及びサービスへの興味関心の表れと捉えて計測し、広告掲載の最適化へのデータとして活用するなど、広告効果を高めるための考え方として研究が進められている。

(注 3) Native Advertising

従来のような固定された形式の広告枠ではなく、記事などコンテンツの文脈の中で対象の商品/サービスを取り上げ、

ユーザーに訴求する形式の広告手法。従来の記事型広告(Advertorial)の進化系とも言われ、PC/スマートフォン/タブレットなどとユーザーの閲覧デバイスが多様化していくこれからの Web メディア上での効果的な広告手法として、2012年夏ごろから米国を中心に注目され、議論のトピックとなっている。

＜本件に関する代表問い合わせ先＞

株式会社アサツー ディ・ケイ 広報室 大内

[TEL:03-3547-2003](tel:03-3547-2003)/Email:adkpr@adk.jp

Team Stipple(ADK 内プロジェクト) 並河・河野・徳竹

TEL:03-3547-2721/Email:stipple_prj@adk.jp