

Press Release
報道関係者各位

2015年7月14日

ルビコン・プロジェクト、日本市場参入 1年半で 広告自動化プラットフォームに 60 以上のセラーを導入

日本のプレミアムセラーとバイヤーの集結する顧客向けイベントを東京で開催

ロサンゼルス&東京 - 広告の自動化をリードする、グローバルテクノロジープロバイダのルビコン・プロジェクト (NYSE : RUBI) は、2014 年 2 月の日本市場への本格的な参入開始以来、ルビコン・プロジェクトの広告自動化プラットフォームに日経ビジネスオンライン、@nifty、ORICON STYLE など 60 アカウント以上のプレミアムセラーを導入したことをお知らせします。

日本の広告費は 2015 年に 35.5 億ドルを占めると予想され、かつ、その一部は広告の自動化にシフトしていき、今年中には 915 百万ドルを占めると期待されています[※]。こうした中、ルビコン・プロジェクトのインターナショナルのゼネラルマネジャーであるジェイ・スティーブンスは「世界第三位の広告市場として、日本は当初の大きな成長と、広告の自動化を促進するための重要な機会を与えています」と述べています。続けてスティーブンスは次のようにコメントしています。「広告の自動化は、私たちが他の地域で経験したように、日本のバイヤーとセラーに効率性の向上を大きくもたらし、効率的にコンシューマーメディアを買い付けするための改革をもたらすでしょう」。

そして、ニフティ株式会社 WEB サービス営業部の原田博史氏は「ルビコン・プロジェクトは、私たちのプログラマティック戦略における効率性と広告パフォーマンスを向上させるうえで、重要なパートナーとなっています」とコメントしています。続けて原田氏は次のように述べています。「ルビコン・プロジェクトは、オープンオークションとプライベートマーケットプレイスの両方を通じ、当社の全体的な広告収入を増加させることができるように、優れたパフォーマンスを与えつづけています」。

また日本の成長に関して、ルビコン・プロジェクト日本支社のマネージングディレクター池田智幸は「日本におけるルビコン・プロジェクトはプレミアムなセラーとバイヤーの皆様のおかげで、短期間で大きく成長することができました。我々の日本へのさらなるフォーカスと、プレミアムバイヤーとセラーを広告自動化プラットフォームに導入していくことは、日本の広告市場のさらなる発展につながるでしょう」とコメントしています。

なおルビコン・プロジェクトは、日本市場におけるこのような成長を受け、昨年に続いて二回目のマーケットプレイスサミットイベントを、日本を代表する広告のバイヤーとセラーを招いて本日、東京にて開催します。イベントには、ルビコン・プロジェクトのジェイ・スティーブンス、ジェイ・シアーズ、クレイグ・マイトンなどが登壇し、今年の広告マーケット動向についてのインサイトをプレゼンテーションします。

以上

※ IDC Worldwide Digital Advertising Market Model, 1Q15.

ルビコン・プロジェクトについて

ルビコンプロジェクト（NYSE：RUBI）は、最大のリアルタイムのクラウドとビッグデータ・コンピューティング・システムである広告自動クラウドを開発しています。当社の使命は、グローバルにバイヤーとセラーをつなげるための革新的な製品を提供することによって、広告の売買を自動化することです。詳細は、公式ホームページ www.RubiconProject.com や Twitter [@RubiconProject](https://twitter.com/RubiconProject) をご覧ください

お問い合わせ

報道関係者様からのお問い合わせ

（株）トレイントラックス（広報代理店）

担当：小牧、原田

Tel：03-5738-4177 Fax：03-5738-4178

E-mail：pr@traintracks.jp