



## 株式会社サイバーエージェント

### 「21世紀を代表する会社」に求められるスピードと戦略をテクノロジーとハイクオリティなビジュアルで全面サポート。

株式会社サイバーエージェント（以下サイバーエージェント）は、インターネット総合サービス企業として、国内最大の会員数を誇るコミュニケーションサービス「Ameba」やスマートフォンサービス・ソーシャルゲームなどを運営するインターネットメディア事業とインターネット広告事業が主な柱となる。特に業界のパイオニア的存在の「インターネット広告事業」において、ゲッティ イメージズの提供するAPI（アプリケーション・プログラム・インターフェイス）を日本で初めてFacebook のオンライン広告と結びつけ、柔軟かつスピーディーに顧客の要望に応じている。

今回は同社インターネット広告事業本部 メディア局

ソーシャルメディアグループ プランナーの藤後亮平氏にお話をうかがった。



### 「生きた広告」を実現するスピードとテクノロジー

一般に、インターネット広告の効果測定に用いられる数値は大きく2つ、広告そのものの露出数を計測して、その広告がいかにも多くの人の目に触れたかを指標とする「インプレッション」と、実際にそこからクリックなどのアクションに結びついたかを指標とする「レスポンス」があるといわれる。まず認知され、しかるのちに購買などのアクションを引き出すために両者は共に重要視されるが、限られたスペースにおいていかに効率よくその精度を高めるか、その点でビジュアルは欠かせなかったと、藤後氏はビジュアルの重要性を強調した。

サイバーエージェントが採用したゲッティ イメージズのサービスは、API「CONNECT」だ。これは、ゲッティ イメージズの数千万にも及ぶビジュアルアセットが格納されたデータベースを、あたかも手元にあるかのように検索し、ダウンロードできるAPIである。ひとくち

にビジュアルのデータと言っても画像だけではなく、そこにはメタタグや属性など大量のデータが紐づいているため、それを自社で管理したりデータベースを確保することなく利用できる点が好評だ。海外では投稿+画像によって運営されるニュースサイトの「bleacher report (<http://bleacherreport.com/>)」や、Tシャツやマグカップをサイト上でデザインして購入できる「zazzle (<http://www.zazzle.com/>)」、また米国Yahoo! のイメージサーチ (<http://images.search.yahoo.com/>) など採用例も多いが、実は日本では、サイバーエージェントが初の、「CONNECT」採用企業になる。海外で実績があるとはいえ、日本ではまだ未採用の技術を、しかもサイバーエージェントの最も成長著しい分野に導入することについて、実際はどのような流れや経緯があったのだろうか。



実はサイバーエージェントでは、ライブラリの規模や検索システムの優秀さを評価して、以前からGetty Imagesと、ストックフォトの利用という取引はあったという。そこで培った信頼関係が、今回サイバーエージェントが2012年4月から提供を開始する「クリエイティブオプティマイザー」への「CONNECT」の導入と言う形に結実した。

「ちょうど営業担当者が独自のサービスの必要性を感じていて、それに応えてクリエイティブ部門がシステム開発を検討していたタイミングでの提案でした」（藤後氏）

「クリエイティブオプティマイザー」は、Facebook内広告であるFacebook Marketplace Adのバナー広告画像を制作・出稿できるツールである。Getty Imagesのテクノロジーとの融合で、8,000万点以上の画像からセレクトした約100万点の人物や風景、建物などの写真の中から、広告のプロフェッショナルであるサイバーエージェントのコンサルタントが最適のイメージをピックアップし、Facebook Marketplace Adの広告クリエイティブを制作できる。Getty Imagesの検索ツールの利用によって、単なる数勝負ではなく、よりパフォーマンスの良いキーワードから写真を検索するなど質も担保され、数多くのビジュアルインパクトの強いクリエイティブをスピーディーに制作することが可能になった。

また、つねにチャレンジとスピードを求めるサイバー

エージェントとGetty Imagesのサービスの親和性は、APIの組み込みが複雑ではなかったことも要因だった、と、藤後氏は語る。基本的な開発は2ヶ月程度で済み、

そのあとはすぐに運用テストフェーズに入ることができたので「かなり腰を落ち着けてテストに時間を割くことができたのは、安心感につながりました」

「CONNECT」の利用で「クリエイティブオプティマイザー」は、オンライン広告に必須の条件であるスピードと、加えてビジュアルのインパクト、豊富なバリエーションと品質と言うそれぞれの要素を、非常に上手くトレードオフできたと思っています。生きた広告、と言いますか、即時に試してより改良してゆける、そのようなオンライン広告のライフサイクルモデルをずっと考えていたのですが、まさに「CONNECT」はその一翼を担ってくれるサービスだと思います」（藤後氏）

今後は、社内のコンサルタントが利用しているAPIの利用を社外に向けて開放し、自社サービスとしてさらに展開するという成長戦略も視野に入れていると語る藤後氏。ますます競争が激化する最先端の現場で「生きた広告」を提供し続けるオンラインの雄、サイバーエージェント社の今後の展開から目が離せない。



## ➡ 会社概要

サイバーエージェントはインターネットサービス「Ameba」を運営するほか、数多くのソーシャルゲーム、スマートフォンサービスを運営する一方でインターネット広告事業において国内トップクラスの売上高を誇るインターネット総合サービス企業です。1998年の設立以来、インターネット業界のパイオニアとして事業の拡大・成長を続けています。

## ➡ 企業情報

会社名：株式会社サイバーエージェント

URL：http://www.cyberagent.co.jp//

住所：東京都渋谷区道玄坂1丁目12番1号

設立：1998年3月18日

代表者：代表取締役社長 CEO 藤田 晋

事業内容：Ameba 関連事業、インターネットメディア事業、インターネット広告事業、投資育成事業

