



平成 27 年 9 月 3 日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 メ タ ッ プ ス
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 佐 藤 航 陽
(コード番号：6172 東証マザーズ)
問 合 せ 先 取 締 役 山 崎 祐 一 郎
(TEL. 03-5325-6280)

統合分析ツール「Metaps Video Analytics」の提供開始（企業化）に関するお知らせ

当社は、スマートフォン向け動画広告とテレビCMの効果を統合的に分析可能な「Metaps Video Analytics」の提供を開始致しますので、以下のとおりお知らせいたします。

1. 企業化に至るまでの経緯

国内のスマートフォン契約数は 6,850 万件（※1）にのぼり、スマートフォン利用者の 65.9%（※2）が動画を視聴しているという調査結果が出ています。

一方で、30 歳以下の若年層の「テレビ離れ」が顕著になっており、テレビはシニア向けメディアとしての傾向を強めています。そのため、今後はスマートフォンとテレビを融合させた新しいマーケティング戦略が重要になってくることが予想されます。

当社は、これまでスマートフォンアプリのマーケティング支援において培った解析技術と、スマートフォン広告やテレビ CM の知見を活かし、スマートフォン時代に最適なプロモーションを支援し、今後も顧客ニーズに合わせた機能・サービスの拡充を図っていきます。

※1：2015 年 6 月発表「スマートフォン契約数および端末別の月額利用料金・通信量」MM 総研調べ
(<http://www.m2ri.jp/newsreleases/main.php?id=010120150611500>)

※2：2014 年 7 月発表「情報通信白書」総務省調べ
(<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h26/html/nc141120.html>)

2. 新製品「Metaps Video Analytics」の概要

(1) Metaps Video Analytics の概要

統合分析ツール「Metaps Video Analytics」の主な機能は以下の 4 点になります。

① 動画広告の効果分析

主要な動画メディアへの配信データを 1 つの管理画面で統合的に管理することが可能です。複数の管理画面を使い分ける手間を削減し、日々の視聴データが分析出来ます。

② TVCM との統合分析

動画広告とテレビ CM の効果を 1 つの管理画面で統合的に分析することができます。ネットとテレビの比較や、相乗効果など様々な指標から広告の効果を分析することができます。

③ 人気動画の統計情報

主要な動画メディアにおける、日々の人気動画の統計情報を可視化して提供しています。人気動画のトレンドや統計を知ること、動画の企画や配信などに役立てることができます。

④ ネット上の口コミ分析

動画広告の配信後における、ソーシャルメディア上でのクチコミデータを可視化します。動画を見た視聴者がどのような反応や感想を持ったのかを分析し、次回の改善に活かします。

(2) Metaps Video Analytics の連結売上高への影響

本件に関連した売上高の業績に与える影響は現在精査中であり、今後内容が明らかになった段階で必要に応じて速やかに開示致します。

(3) Metaps Video Analytics の企業化のために支出する費用及びその内訳

本件企業化のために特別に支出する費用は予定しておりません。

3. 日 程

(1) 決 定 日	平成 27 年 9 月 3 日
(2) 提 供 開 始 日	平成 27 年 9 月 3 日

以 上