

広告プラットフォームから越境ECに 事業拡大するマイクロアド

台湾微告股份有限公司は、サイバーエージェントの子会社で広告プラットフォーム事業と広告ネットワーク事業を展開しているマイクロアドの孫会社として2009年1月に設立された。2013年から自社ディスプレイ広告配信技術を活用した広告プラットフォーム事業を開始し、大手日系企業だけでなく数多くの台湾現地企業にもサービスを提供している。また、今年から日台越境ECに注力し、台湾市場へ商品の売り込みを目指す日本企業に対して短時間で越境EC体制を構築するワンストップサービスを提供している。今回は、台湾微告股份有限公司の松尾総経理を訪ね、台湾進出の経緯や現在の事業内容、そして今後の事業展開についてお話を伺った。



台湾微告股份有限公司 松尾泰幸総経理

一 貴社事業の概要及び進出の経緯

当社は、複数の広告枠の配信最適化を行うDSP（デマンドサイドプラットフォーム）技術と、複数の広告枠を一元管理しメディアサイドの広告需給と収益を最適化するSSP（サプライサイドプラットフォーム）技術を活用し、広告主・メディア双方にとって最適なソリューションを提供しています。2009年に台湾現地法人を設立し、台湾事業を本格的に開始しました。設立当時は、当時台湾のSNSサービス最大手の尚凡資訊と連携し、当社が日本でサービス提供していたペット育成型SNS「メロメロパーク」を台湾向けにローカライズして展開していました。

その後2013年から現在の主要事業である広告プラットフォーム事業の展開を始めました。私自身は、2008年に日本マイクロアドに入社し、大阪支社の立ち上げや福岡営業所の立ち上げなど、新拠点の設立に携わってきました。その関係から、台湾拠点が新しく広告プラットフォーム事業の立ち上げを行うにあたって2013年から台湾に赴任しています。

一 台湾における事業状況

当社は広告プラットフォーム事業及び広告代理事業を展開しています。どちらの事業も好調を維持しており、お陰さまで今年8月から台湾事業の黒字化を達成することができました。

事業が好調な理由は、バナー広告からFacebook等を中心

としたインフィード広告（Webサイトやアプリのコンテンツとコンテンツの間に表示される体裁の広告のこと）やネイティブ広告（企業の広告コンテンツをメディアの記事と同様のデザインやスペースに掲載したもの）へ転換するトレンドに乗れたこと、ローカルの優秀な人材を確保できたことが挙げられます。また、台湾の他社競合と比較しての当社の強みがお客様に受け入れられたことが大きいと考えています。当社の主な強みは以下の3点です。

1点目は広告配信時のターゲット絞り込み方法の多様さです。一般的にインターネット上で広告を出す際には、ターゲット層のペルソナ（提供する商品・サービスにとって最も重要で象徴的となる人物像）を作りこみますが、台湾他社では性別、年齢別など定量データ程度の粒度でペルソナを作っているのに対して、当社では更に細かく好きな食べ物、休日の過ごし方、個人の好みなど定性的な情報を特定してターゲットのペルソナを作り上げます。2点目はPDCA（計画、実施、チェック、改善）サイクルのスピードです。ターゲットを特定して広告を打っても、初めから100%満足する結果が得られるわけではありません。その際に、素早くターゲットを見直し、次の一手を打つ必要があります。当社では、PDCAサイクルを高速で回し、より精度の高いターゲットの絞り込みを素早く実現します。3点目は実施の正確さです。広告を出す際にいくら優れたターゲットの絞り

日本企業から見た台湾

込みを行っても、実施する際にプログラムを打ち間違っているとアクションが正確に実行されず、すべてが台無しになってしまいます。基本的なことではありますが、細かな作業ミスの排除を徹底することを大切にしています。

—台湾市場の特徴について

当社は、台湾にて幅広い産業のお客様にサービスを提供しています。特に、健康食品、化粧品、総合通販などのお客様に当社のサービスを活用いただいています。また、台湾現地企業の顧客が多いのも当社の特徴です。顧客数では、現地企業が7割、日系企業が3割という割合です。一方、金額ベースでは地場企業と日系企業と比率は半々になります。これは、台湾企業が割いている広告予算が日系企業に比べて低いことに起因します。

日本企業の場合、広告の効果がみられた際には、広告予算を増やして更なる売り上げ拡大を目指します。一方で、台湾企業は売上拡大目標に対して広告が一定の効果を示すと、同じ効果をより安い広告予算で達成してほしいというリクエストを出します。この点は、日本企業と台湾企業の大きな違いであり、その違いを理解したうえで今後如何にお客様の商品の広告効果をアップし、売上拡大の力になれるような提案ができるかという点を常に念頭に入れておく必要があります。

—日台越境ECサービス提供開始の狙い

越境ECに注力する背景は、当社の内部要因と外部環境との2つの面があります。内部的要因としては、台湾事業が好調に伸び黒字化も達成したことで、台湾拠点の次の柱になる新しい事業を立ち上げる絶好のチャンスだと考えています。外部環境については、日本国内の内需の中長期的停滞が挙げられます。日本国内の人口減少により需要が頭打ちになるため、海外市場に販路を求める日本企業が数多く存在します。一方で、台湾に拠点を設けて本格的に市場開拓をするためには、人材や資金の面で大きなハードルがあります。そこで日本から台湾への越境ECは急速に伸びており、日本企業が台湾に拠点を設立せずに商品販売を可能にするため、台湾側に市況分析、ECサイトの設計開発、ネット広告を使った集客、購入後の顧

客フォローをワンストップで対応できる事業者が必要になると考えています。当社は、それらのサービスの他にも商品の審査、関税支払い代行、中国語ウェブサイト制作、コールセンターの開設と運営、決算処理などを地場企業と連携しながら支援可能な体制を構築しました。

現時点で既に数十社の日本企業に関心を持っていただいております。2016年9月期までに、日本国内のEC事業者100社へ「ワンパッケージ型の越境EC」の導入を目指しています。日系事業者と同様に日台越境EC支援を行っている企業がありますが、実際に台湾拠点を設けて台湾の消費者のニーズを理解している点で当社のサービスは他社と差別化できると考えています。

—今後の事業展開について

今後は、自社で展開する広告商品のラインアップを増やしていくことを考えています。バナー広告からネイティブ広告に移行していく中で、ネイティブ広告の中に動画広告を挿入するサービスについても展開を検討していきます。また、日台越境EC事業を軌道に乗せることも直近の目標です。

台湾の広告配信市場は競争環境が大変厳しく、今後も新規参入が続くと予想しています。その際に、最も重要なことは、当社のサービスを利用していただいたお客様の広告効果を向上することです。提供するサービスラインアップの拡大はあくまでも、その目的を達成するための道具にすぎません。今後も継続して在 Taiwan 企業のお客様に寄り添ったサービスを展開していきたいと考えています。

—ありがとうございました

台湾微告(股)有限公司の基本データ

会社名	台灣微告股份有限公司
董事長	田中宏幸
設立	2009年1月
資本金	600万NTD
従業員	13名(内、日本人1人)
事業内容	広告プラットフォーム事業/広告代理事業

注)2015年12月時点のデータによる
出所)公開資料及びヒアリングよりNRI整理