

Osaka Metro ADERAとAdmix、現実世界のデジタルOOH広告と仮想世界・ゲーム内のIn-Play広告で業務提携

In-Play広告とプログラマティックDOOH広告のパッケージ商品の提供を開始

海外では一般的になりつつあるゲーム内のIn-Play広告は、仮想世界・メタバースに現実世界と似たNFTサイネージを設置しブロックチェーンゲームへ展開する新しい広告も生まれています。日本ではゲーム内のIn-Play広告もこれからという状況ですが、2025年大阪・関西万博の開催に向けて新たな広告開発に積極的に取り組むOsaka Metro ADERAとIn-Play広告のパイオニアであるAdmixは、現実世界と仮想世界の広告の融合を目的に業務提携しました。

In-Play広告は、仮想世界・ゲームの世界に溶け込んだ形で、ユーザー体験を損なうことなく表示されるデジタル広告です。



『ファミ通ゲーム白書2021』によれば、2020年の日本国内のゲーム人口は5,000万人を超えており、ゲームはソーシャルメディアに並ぶ巨大メディアとなっています。また、『総務省 年齢階層別インターネット利用の目的・用途（2020年）』によると、オンラインゲームの利用は10代：59%、20代：55%、30代：40%と全体32%に対して10代～30代の利用者が多くなっています。

「Osaka Metro DOOH Ads Platform」によるプログラマティックDOOH広告は、ターゲットのトラフィックの多い時間帯や場所に効果的にデジタルOOH広告を配信します。ビューアビリティ、ブランドセーフティがIn-Play広告と同様に確保でき、且つメディアカレンシーとしての国際標準指標のメジャメント（Reach、Viewable impression）が可能のため、Osaka Metro プログラマティックDOOH広告とAdmix In-Play広告を固定CPMでパッケージにした広告商品の提供を始めます。

●Admix In-Play広告+Osaka MetroプログラマティックDOOH広告パッケージ資料のダウンロードはこちらから
<http://osakametro-adera-21226217.hubspotpagebuilder.com/admix>

◆Admixについて

Admix（CEO：Samuel Huber、日本カンントリーマネージャー：菊田 元樹、本社：ロンドン）は、ブランド企業を仮想世界・ゲームの世界に導くテクノロジー企業で、In-Play広告のパイオニアです。あらゆるデジタルコンテンツに自然に溶け込むプロダクトプレイスメントを提供することで、クリエイターエコノミーに貢献し、またデジタル上の土地や建物の

ディベロッパー、仮想世界のクリエイターに積極的に投資をしています。

Admixは2018年にSamuel HuberとJoe Bachle-Morrisによって設立され、これまで3,700万ドルの出資を受け、300を超えるゲーム企業やSomnium Spaceのような仮想世界を提供する会社、Calvin KleinやMcDonaldsなど500社を超える広告主と取引があります。

<https://admixplay.com/jp/advertisers>

◆大阪メトロ アドエラについて

大阪メトロ アドエラ（本社:大阪府大阪市、代表取締役:大矢 雅士）は、Osaka Metro Group広告事業のDX（デジタルトランスフォーメーション）や新規メディア開発などの事業拡大を担っていくため、2021年4月に独立会社化した広告会社です。

<https://www.osakametro-adera.jp/business/>

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社 大阪メトロ アドエラ

東京オフィス：荒井（080-7601-4252）

お問い合わせ：https://www.osakametro-adera.jp/pdooh_form/