

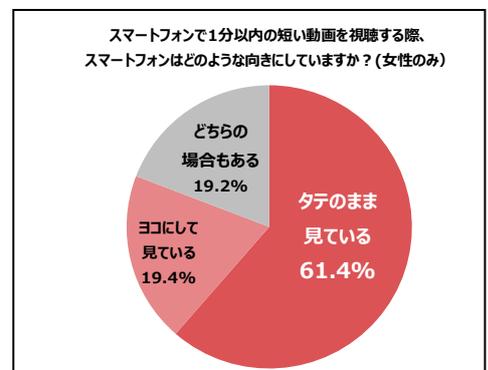
## トレンダーズ、タテ型動画広告配信サービス「TATECO」を提供開始 女性のスマホ動画視聴傾向に最適化した、タテ型動画を配信

「MarTech Company」としてマーケティング×テクノロジーを軸とした事業展開を進めるトレンダーズ株式会社(所在地:東京都渋谷区、代表:岡本伊久男、東証マザーズ上場:証券コード 6069)は、レコメンドエンジンサービスを軸とした事業展開を進める popIn 株式会社(本社:東京都港区、代表取締役:程涛)の技術提供により、スマートフォンに特化したタテ型動画広告配信サービス「TATECO」をリリースいたしました。「TATECO」は、トレンダーズが今年6月に設立した「動画マーケティング戦略室」が開発したサービスです。

### ◆女性スマホユーザーの6割以上が、「動画を観る時は“タテ向き”」

動画マーケティング戦略室ではこのたび、10～30代の男女720名を対象に、スマートフォンにおける動画視聴に関する調査を実施しました。

まず、1分以内の短尺動画を視聴する際の「スマートフォンの向き」を聞いたところ、男性の44.2%、女性の61.4%が、「スマートフォンを“タテ向きのまま”で視聴している」と回答しました。その理由としては「ヨコに傾けるのが手間」が42.2%で1位に。また、先の質問で「タテ向きで視聴する」と回答した女性のうち、60.6%が「手間」だと答えており、動画を視聴する際にわざわざスマートフォンを持ちかえない女性が多数派といえそうです。



【調査概要】

・調査期間:2017年8月28日～8月30日      ・調査実施機関:マーケティングアプリケーションズ  
 ・調査対象:10～30代男女720名(年代・性別 均等割付)      ・調査方法:インターネット調査

### ◆タテ型動画広告配信サービス「TATECO」概要

これを受け動画マーケティング戦略室は、「タテ向き」視聴に最適な形の動画広告を届けることを目的に、タテ型動画広告配信サービス「TATECO」を開発いたしました。「TATECO」は、「タテ型動画」をWEBメディアへネットワーク配信する動画広告であり、以下の特徴があります。

#### 1:視認性の高い“タテ型動画”の配信に特化

スマートフォンにおいて“タテ型動画”は、ヨコ型動画の約3倍の表示面積を確保することが可能(スマートフォンをタテ向きのまま動画再生した場合)となるため、その視認性の高さが最大の特徴です。掲載箇所はネイティブアドネットワーク「popIn Discovery」が提供するレコメンドエンジンウィジェット内で、次に読むコンテンツを探している際に動画領域の50%以上が画面上に表示されると自動再生されます。

#### 2:女性ユーザーへのセグメント配信が可能

女性系メディアを中心に約100の配信メディアをネットワーク。「若年女性」「働く女性」「ママ」などのターゲットごとに最適なメディアへ、セグメント配信が可能です。

#### 3:視聴回数保証型

広告主にとって出稿のしやすい、視聴回数保証型の動画広告メニューを提供。

トレンダーズの動画マーケティング戦略室では、消費者の動画視聴傾向を分析し、最適なソリューションを提案しています。今後はTVCM、デジタルサイネージ等のクリエイティブを活用した動画配信や、エリアセグメント配信機能を強化していく予定です。

また、今回の「TATECO」のリリースを記念したトライアルプランを用意。2017年末までに50社の導入を目指します。



■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■  
 トレンダーズ株式会社 <http://www.trenders.co.jp> 東京都渋谷区東 3-9-19 VORT 恵比寿 maxim2F・3F  
 担当:保谷(ほたに)・長谷川(はせがわ)/ TEL:03-5774-8873 / FAX:03-5774-8875  
 お問い合わせメールアドレス [press@trenders.co.jp](mailto:press@trenders.co.jp)