

報道関係各位

株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ
株式会社博報堂D Yデジタル
シナラシステムズジャパン株式会社

**博報堂D Yメディアパートナーズ、博報堂D Yデジタル、シナラシステムズジャパン、
生活者のオフライン行動データを活用した
高精度な広告配信及び来店者分析・来店効果計測ソリューション「ACTAG™」を開発・提供開始**

株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：矢嶋 弘毅、以下 博報堂D Yメディアパートナーズ）、株式会社博報堂D Yデジタル（本社：東京都港区、代表取締役社長：辻 輝、以下 博報堂D Yデジタル）、シナラシステムズジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：アレックス・ジニン、以下シナラ）は共同で、お互いが保有する生活者のオフライン行動データを活用した高精度な広告配信及び来店者分析・来店効果計測ソリューション「ACTAG™（アクタグ）」（※1）の提供を開始します。

「ACTAG™」とは、ユーザーセグメントを用いた広告配信及び来店者分析・来店効果計測ソリューションです。ユーザーセグメントとは、シナラのパートナー事業者である大手通信キャリアが保有する、あらかじめ店舗や施設、イベント会場に設置したWiFiスポットにユーザーが検知されることで蓄積される来訪履歴データなどの、匿名化処理を十分に施したオフライン行動データと、博報堂D Yグループが保有する生活者行動インサイトや生活者DMP（※2）を活用した意識・行動データ/イベントデータ/消費特性データの分析結果などのセグメンテーションの知見を掛け合わせて分類した独自のユーザーのグループです。ユーザーセグメントには行動特性セグメント（「アーリーアダプター」や「上昇志向」「リア充」などパーソナリティや嗜好性をもったユーザーグループ）、イベントセグメント（「モーターショー」や「スポーツ観戦」「音楽フェス」などの特定の興味を持つ人が集まるイベントへ参加したユーザーグループ）、消費特性セグメント（「生鮮食品」や「旅行」「自動車」などの多様な支出項目において特定の消費傾向を持つユーザーグループ）の3つがあります。

従来のデジタルマーケティングでは、デジタル広告配信はWEB上の閲覧履歴に基づいたターゲティングに留まっていることが多く、オフラインでの実際の行動や消費行動といった強い関心を捉えることが難しいという課題がありました。また、特に有店舗業態の広告主がWEB上で広告配信を行う場合、現状の来店者の行動を店舗外の行動を含めて詳細に分析することと、広告を配信した人が実際に来店したかの効果検証を行うことが難しいという2つの課題がありました。

「ACTAG™」はこれらの課題を、独自のユーザーセグメントを用いての高精度な広告配信及び来店者分析・来店効果計測により解決します。

高精度の広告配信による効果を図るために複数の広告主で実施した実証実験では、デモグラフィック属性によるターゲティングとユーザーセグメントとを比較して、結果的にブランド好意度上昇で2.1～2.9倍、購入意向率上昇で1.9～2.1倍、来店率で1.8～8.5倍、購入率上昇で1.7～1.9倍を記録するなど、高い広告効果を得ました。

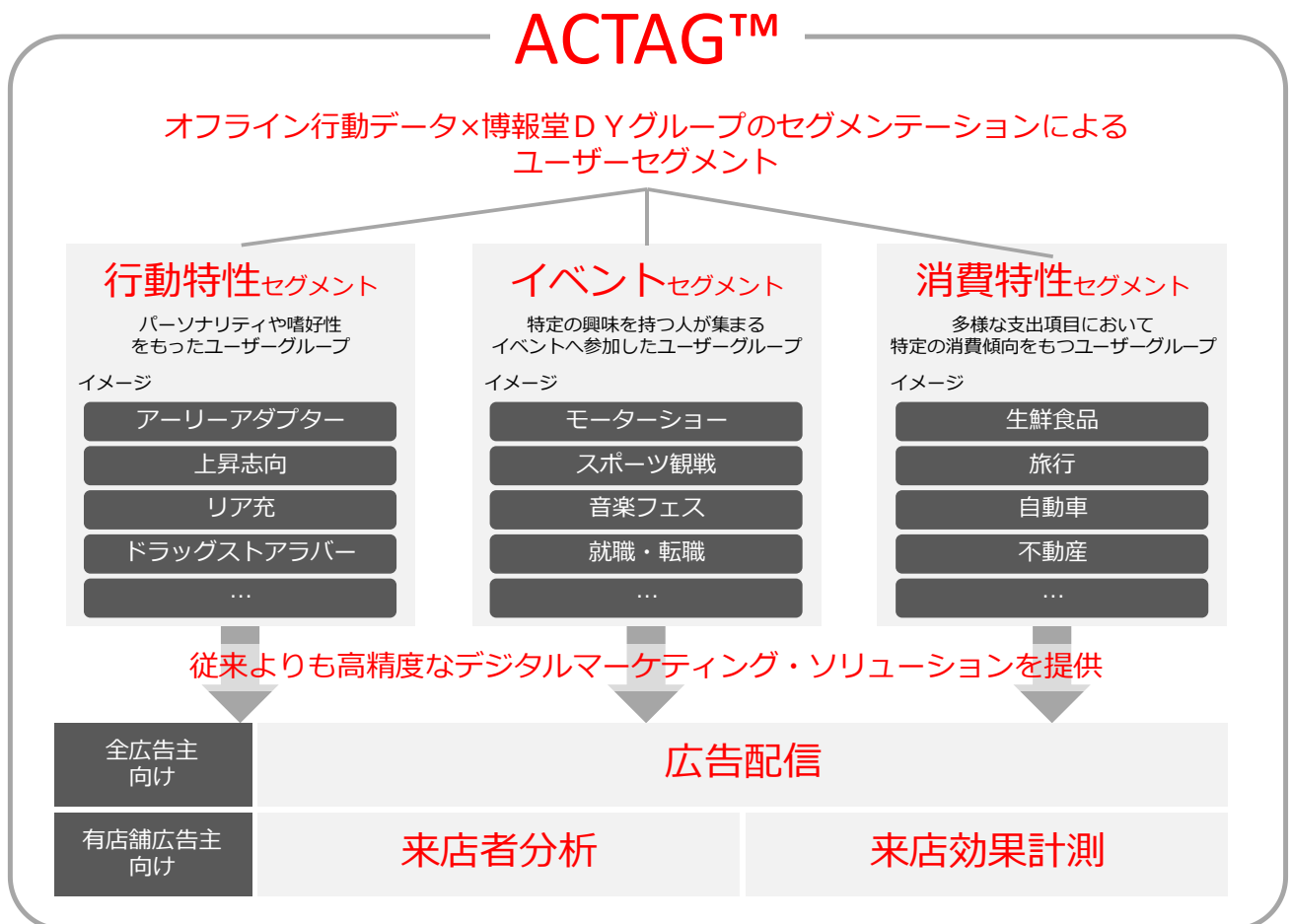
今後、博報堂D Yメディアパートナーズ、博報堂D Yデジタル、シナラは、生活者のオフライン行動データと生活者DMPとの連携強化を行うことで、広告主の幅広いマーケティング課題に応えるための、新たなソリューションの開発を推進してまいります。

※1「ACTAG™」は、特許出願中です。

※2 博報堂D Yグループが保有する「生活者 DMP」について

博報堂D Yグループでは、生活者 DMP(データ・マネジメント・プラットフォーム)を、博報堂D Yグループが蓄積してきた独自の生活者データに、デジタルテクノロジーの進化によって入手可能となった「リアルタイム・365 日の生活者の情報行動や購買行動のデータ」「メディアやコンテンツなどの接触・嗜好データ」と「先端テクノロジー」を掛け合わせた、あらゆるマーケティング活動を計画・実行・管理する上での基盤として開発しています。

<「ACTAG™」のサービスイメージ>



<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ 広報室 大久保・戸田 03-6441-6161

株式会社博報堂D Yデジタル 経営計画本部 広報担当 三石・大石 03-6441-7888

シナラシステムズジャパン株式会社 セールスチーム 仲山・興梠 cjp-sm@cinarra.com