



2016 年 4 月 14 日
株式会社 Platform ID
株式会社デジタルインテリジェンス

Platform ID とデジタルインテリジェンス、「リアルタイム運用」にて

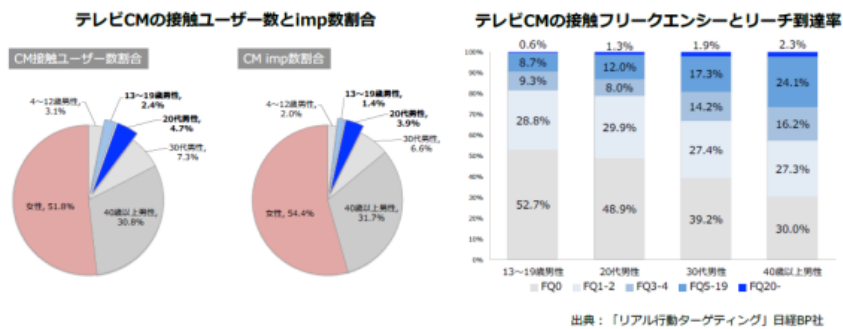
テレビ CM を補完しながら若年層へのターゲットリーチ最大化ソリューションを提供開始

株式会社 Platform ID（本社：東京都千代田区 代表取締役：野内敦 以下 PID）と、株式会社デジタルインテリジェンス（本社：東京都渋谷区 代表取締役：横山隆治 以下 DI.）は、DI. が開発したテレビ CM のターゲットセグメントでのアクチャル到達状況をほぼリアルタイムで捕捉分析し、ターゲットリーチ補完を行うデジタル広告配信システムである『CMARC（シーマーク）™』、PID が保有する『XrostDSP』を活用し、キャンペーンでの到達数および到達効率を向上、最適化するソリューションの提供を共同で開始いたします。

【テレビ広告の若年層への到達効率の悪化と解決策】

高齢化と若者のテレビ離れ（若年層の個人視聴率の低下傾向）によって、テレビ広告の若年層への到達効率は悪くなっています。下記のグラフのようにターゲットを 13～29 歳男性とした場合に、実際のスポット広告では 20 回に 1 回しかターゲットに当たっていない状況になっています。これを補うためにはデジタルデバイスへの広告配信に頼る必要があります。またテレビスポットなどはプランとアクチャルに乖離が出る場合も多く、テレビ CM のアクチャル到達状況をリアルタイムに把握しながら補完のための手を打つ必要があります。

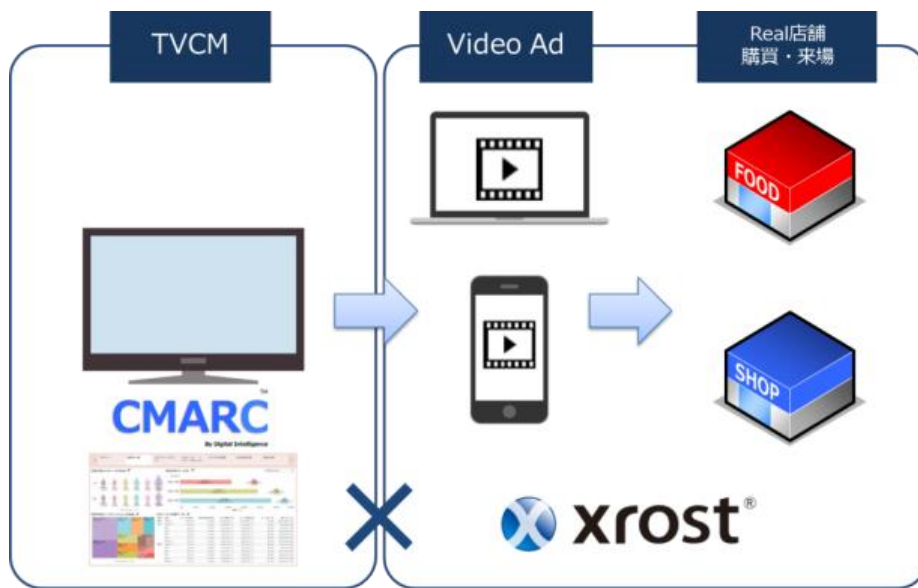
※下記参考データ：世帯 630GRP（関東地区）、男性ティーン&男性 20 代ターゲット



【リアルタイム運用】で正確なデモグラフィック（20、30代）へのターゲットリーチ最大化へ】

今回のソリューションでは、若年層を対象としたキャンペーンにおいて、テレビCM放映期間の事前もしくは同時期に、400万UU/月以上の正確な20、30代へのリーチ、また、関東圏等の地域限定でのリーチも可能となります。

さらに、DI.が開発・提供している『CMARC』において、テレビCM視聴データの分析を通じて即時にターゲットリーチをデジタル広告で補完すべきかを判断し、デモグラフィックデータ、あるいは購買行動データターゲティング（たとえば、リアル店舗において購買しているユーザーに対して、リマインド効果を促す）により若年層セグメントに対して、テレビだけでは届きにくい動画広告（CM素材）をターゲットに配信いたします。



動画広告視聴ユーザーが実際に店舗で商品を購入したかどうかといった購買態度変容分析（サービス名称：In StoreAttribution）も可能であり、ユーザーの動画広告視聴経験や購入実績に基づいた最適なシナリオ設計から検証までを一気通貫で展開していくことができます。

【2016年6月までに3社募集】

DI.とPIDでは、本ソリューションを特に若年層をターゲットとしたテレビCMキャンペーンの補完することを検討している広告主に対し、2016年6月までは3社を上限として、リーチを保証した形でのサービスを開始いたします。

その後、正式なサービスとして、広告会社への販路展開も予定しています。

【CMARC™ 概要】



『CMARC』は、テレビ CM 視聴データをほぼリアルタイムデータとして取り込み、アクチャルのターゲット到達状況を、リーチ（到達人数）とターゲットが見たCMの表示回数（ターゲットインプレッション数）およびフリークエンシー分布に分解して把握、即時にターゲットリーチをデジタル広告で補完すべきかを判断し、正確なデモグラフィックデータを配信 ID として保有する DSP などで動画広告を中心にターゲットに配信するシステム。

【Xrost 概要】



「Xrost」は、広告主・媒体社・データプロバイダーのオーディエンスデータ活用を

促進する、オープンなデータプラットフォームです。

①リアルデータを活用した正確且つ、ユニークなターゲティング配信

リアルデータによる正確なデモグラフィックターゲティングと、リアル購買履歴に基づいた行動ターゲティングが可能で、最大 1,000 万人超のユーザー（ユニークブラウザ）に動画広告の配信が可能

②動画広告による購買証明分析の実現

Xrost ID にて、配信から購買履歴までを管理することにより、動画広告の視聴経験と実店舗購買までのファネルの可視化が可能

デジタルインテリジェンスについて

【会社概要】

社名：株式会社デジタルインテリジェンス <http://di-d.jp/>

代表者：横山 隆治（代表取締役）

所在地：東京都渋谷区恵比寿西 1-32-16 COMBOX 4F

設立：2009 年 10 月 30 日

事業内容：総合デジタルマーケティング・コンサルティング業務

- ・ デジタルマーケティング対応組織コンサルティング
- ・ デジタルマーケティング人材開発コンサルティング
- ・ プライベート DMP 導入コンサルティング

DI.

- ・ DSP／RTB オーディエンスターゲティング導入コンサルティング
- ・ 入札運用型広告インハウス運用導入コンサルティング
- ・ Web サイト構造改革コンサルティング
- ・ マーケティングダッシュボード構築コンサルティング

<DI.代表者プロフィール>

代表取締役 横山隆治（よこやまりゅうじ）

82 年青山学院大学文学部英米文学科卒。同年（株）旭通信社入社。96 年インターネット広告のメディアレップ、デジタルアドバイジングコンソーシアム（株）を起案設立。同社代表取締役副社長に就任。01 年同社を上場。インターネットの黎明期からネット広告の普及、理論化、体系化に取り組む。

08 年（株）ADK インタラクティブを設立。同社代表取締役社長に就任。10 年 9 月デジタルコンサルティングパートナーズを主宰。11 年 7 月（株）デジタルインテリジェンス代表取締役に就任。

著書：

- ・「新世代デジタルマーケティング」インプレスジャパン（2015 年）
- ・「リアル行動ターゲティング」日経 BP 社（2015 年）
- ・「オンラインビデオ広告入門」インプレス R&D（2014 年）
- ・「広告ビジネス次の 10 年」翔泳社（2014 年）
- ・「DMP 入門」インプレス R&D（2013 年）
- ・「ビッグデータ時代の新マーケティング思考」ソフトバンククリエイティブ（2012 年）
- ・「DSP/RTB オーディエンスターゲティング入門」インプレス R&D（2012 年）
- ・「ポスト 3.11 のマーケティング」朝日新聞出版（2011 年）
- ・「トリプルメディアマーケティング」インプレスジャパン（2010 年）
- ・「次世代広告コミュニケーション」翔泳社（2007 年）
- ・「究極のターゲティング〜次世代ネット広告テクノロジー」宣伝会議（2006 年）

株式会社 Platform ID について



Platform ID は、オーディエンスデータを活用したデータプラットフォームである「Xrost」事業を展開しております。株式会社オプトとCCCマーケティング株式会社の合併会社として国内初のオンラインとオフラインのデータを融合した様々なサービスを展開しています。

動画広告の視聴経験と実店舗購買までのファネルの可視化が可能。

代表者： 代表取締役社長 野内 敦

所在地： 〒102-0081 東京都千代田区四番町 6 番 東急番町ビル 7 階

URL： <http://www.platform-id.jp>

事業内容： データプラットフォーム事業

<トレーディングデスク> ※DI.グループ会社

プログラマティカについて

Programmatica™

【会社概要】

社名：株式会社プログラマティカ <http://programmatica.jp/>

代表者： 榎田 良輝（代表取締役社長）

所在地： 東京都渋谷区恵比寿西 1-32-16 COMBOX4F

設立： 2013 年 10 月 1 日

事業内容：

- ・DI.のコンサルティングと連携したブランド広告主向けトレーディングデスク業務（設計・運用）
- ・メディア・SSP、DSP・アドネットワークとの連携によるオリジナル商品（開発・実施）
- ・オペレーター人財の受託（育成・運用）

【本件に関するお問合せ】

株式会社 PlatformID

Mail： info@platform-id.jp

Tel： 03-5745-3505