

【報道関係各位】

unerry のリアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」、 電通「STADIA」のテレビ実視聴データと連携

～「視聴」「来店」「購買」のデータ統合で、テレビ視聴者へのフルファネルの効果測定が可能なデジタル広告配信
&番組視聴者の特徴を AI 解析し、テレビから店頭まで一気通貫のメディアプランニングを実現～

株式会社 unerry（東京都港区：代表取締役 CEO 内山英俊 以下、unerry）が運営するリアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」は、株式会社電通（東京都港区：代表取締役社長執行役員 樽谷 典洋 以下、電通）が提供する統合マーケティングプラットフォーム「STADIA」のテレビ実視聴データと連携いたしました。



『STADIA』の実視聴データと 『Beacon Bank』の来店・購買データが連携



認知

来店

購入

リピート

ファン化



- 1

テレビ広告とデジタル広告の
組み合わせによる
プロモーション効果の最大化
- 2

“視聴” “来店” “購買” から
“ファン化” まで
フルファネルでの効果検証
- 3

日常行動データから
番組視聴者のペルソナを分析
メディアプランニングを最適化

「STADIA」のテレビ視聴データと「Beacon Bank」の人流データなど、オフラインデータを強みとする 2 つのプラットフォームが連携し、「視聴」「来店」「購買」のデータが統合されることで、テレビ視聴者へのフルファネルでの効果検証が可能なデジタル広告の配信が実現します。また、unerry が蓄積する月間 300 億件超（2022 年 6 月現在）のリアル行動データを AI 解析することで番組視聴者の特徴を明らかにし、ブランディングから販売促進に繋がるメディアプランニングをサポートいたします。

※データ連携および活用は、各サービスにおけるユーザーの許諾・法令の範囲内で行われます。

「Beacon Bank」×「STADIA」の連携で実現すること

① テレビ広告とデジタル広告の組み合わせによるプロモーション効果の最大化

テレビ番組・CM 視聴者もしくは非視聴者グループに対して、unerry の提供する「Beacon Bank AD」を配信可能です。「Beacon Bank AD」は位置情報を活用したデジタル広告配信サービスです。リーチ拡大や重複接触による興味・購買促進等

を目的に、SNS やアプリのリアルタイムプッシュ配信など幅広い配信面において、お客様のシチュエーションに応じた配信を行うことができます。

② 「視聴」「来店」「購買」から「ファン化」まで、フルファネルでの効果検証

「STADIA」の視聴データと「Beacon Bank」の来店および購買データを統合することで、広告接触者の効果検証を行うことが可能です。GPS やビーコンを活用した unerry の位置情報技術により、店舗や商品棚への来訪を計測。また購買分析も組み合わせることで、LTV・ROAS での施策評価ができます。

③ リアル行動ビッグデータ解析による番組視聴者のペルソナ分析

番組視聴者に対するリアル行動データを AI 解析することで、ペルソナ分析を行うことができます。年齢層や性別、居住地、勤務地といったデモグラ情報だけでなく、日常の行動傾向から推定される趣味嗜好や、業態・チェーンへの来店傾向などを推計し、消費者像を明確にすることができます。その上でブランディングから販売促進に繋がる、テレビとデジタルを横断したペルソナ像に適したメディアプランニングを実現します。

活用イメージ

■ 飲料メーカー（目的：新商品のスポーツドリンクのプロモーションを行いたい）

1. テレビ CM を全国で配信
2. テレビ CM 接触者（及びテレビ CM 非接触者）のうち、購買可能性が高いと推測される「運動習慣がある人」にデジタル広告配信（「Beacon Bank」のデータから「普段よくジムに行く人」を抽出し、セグメント作成等）
3. 広告配信対象グループがどのチェーンストアに来訪したか、実際に商品購入に至ったのかを検証

■ 化粧品メーカー（目的：自社提供番組中の CM 商材とメディアプランニングを最適化したい）

1. 自社の提供番組の視聴者のペルソナや、よく行く店舗・施設を分析
2. 「百貨店やサロンに行く傾向が強く、自分磨きに余念がない 40 代～50 代のおしゃれ女性」という結果が得られた
3. 提供番組中の CM 商材は、アンチエイジングのデパコスブランドに
4. ターゲット女性が百貨店のある街を訪れた際に、デジタル広告を配信
5. 百貨店付近の地下鉄、ヘアサロンやネイルサロンのサイネージにも出稿

メディア、消費者、広告主企業への新たな価値提供に向けて

テレビ広告はマスでの認知獲得と強い訴求力を持ちながらも、オフラインであるがゆえに、視聴者像や広告効果が見えにくいという課題がありました。この度の「Beacon Bank」との連携は、テレビ広告接触者を分析し、その行動変容も観測可能となったことでテレビメディアにおける広告媒体としての価値を押し上げるものと考えております。電通と unerry は、2018 年に資本業務提携を締結し、これまでも共にメディアと広告主企業のビジネス成功に貢献して参りました。今後も、互いのデータの特徴を活かすことで発展的な手法の開発につとめ、メディア、消費者、広告主企業に新たな価値提供を図って参ります。

株式会社電通からのコメント

テレビ広告とデジタル広告を掛け合わせる配信や分析は日常的に実施しており、「来店」「購買」その先の「LTV」まで行動を可視化し、顧客行動の因数分解をしていくことが求められています。弊社は、2016年に「STADIA」を立ち上げ、約1400案件以上、クライアント様に導入頂いてきましたが、今後はunerry様のソリューションと連携させて頂くことによって、更に深く、幅広く、クライアント様の課題解決を行ってまいります。今後も、クライアント様個々の課題に、真摯に向き合い、事業成果の向上に貢献させて頂けるように努めてまいります。

*本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

*本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

■「Beacon Bank」について

unerryが開発・運営するリアル行動データプラットフォームです。月間300億件を超える人流および購買ビッグデータを蓄積、AI解析を行うことで生活者行動を理解し、分析/可視化、広告、One to Oneマーケティングソリューションを一元的に提供しています。GPSだけでなく、ビーコン相互シェアを可能にする特許技術を活かした全国約210万箇所のビーコンネットワークと1.1億IDのユーザー規模により、精度の高い人流解析やきめ細やかなマーケティング施策を実現しています。

■「STADIA」について

電通が提供する、テレビの実視聴ログに基づくデジタル広告配信・効果検証の統合マーケティングプラットフォーム。

2022年5月時点で約960万台のテレビの視聴ログデータと、約910万台のモバイル広告IDや約1.1億件のCookieIDのオーディエンスデータ規模を有しています。

<お問い合わせ>

株式会社unerry 広報 内山、柳田

information@unerry.co.jp