

《Web 広告だけじゃない、テレビ CM にも》 広告ターゲティングにライフスタイル軸をプラス ABEMA Ads CTV パッケージのジオデモグラフィック配信に、 居住者特性が分かるデータ「c-japan®」が採用されました

技研商事インターナショナル株式会社（名古屋本社：愛知県名古屋市、東京本社：東京都新宿区、代表取締役：小島 智海、以下当社）が開発・販売するエリアセグメンテーションデータ「c-japan®」が、株式会社 AbemaTV（以下、AbemaTV）の展開するコネクテッド TV（以下、CTV）特化型広告ソリューション「ABEMA Ads CTV パッケージ」のジオデモグラフィック配信における連携データとして採用されました。このデータ連携は、CTV を利用する世帯を対象に、地域・世帯特性を基にした広告配信を可能にします。

今後も、自社の既存サービスを強化される企業、新事業・新サービスを検討されている企業様向けに、当社の GEO データ（小地域単位の各種エリアマーケティング用データベース）を連携することによって付加価値の創造・差別化の支援を行ってまいります。

■ 各種データ連携で地域・世帯特性を基にした広告配信を実現

ABEMA の保有データと、当社の提供するエリアセグメンテーションデータ「c-japan®」等を連携することで、CTV を利用する世帯を対象に、国勢調査やマーケットデータを基にセグメントされた世帯クラスターでのターゲティングを可能にします。

○ターゲティング例

【世帯特性例】

年齢や家族構成、住宅、職業等の特性に「年収」や「地価」も加味した独自の分類技術でクラスタリングした「c-japan®」との連携で、36 セグメントの世帯特性を対象にした広告配信を実現。ライフスタイルが想定できる具体的な広告ターゲット設定が可能になります。



【業種特化型例】

自動車の保有傾向や、消費傾向、チェーン店の出店傾向等がエリアごとに分かる「c-japan®」や各種統計データの組み合わせにより、業種ごとの広告配信ニーズに沿ったプランニングを支援します。

自動車ディーラー



競合ブランドの購入意向が高いエリアを抽出

商業施設



子供とお出かけする嗜好性が高いエリアを抽出

不動産



不動産購入意向が高く世帯年収が高い子育て世帯を抽出

〇エリアセグメンテーションデータ「c-japan®」とは



c-japan®は、日本全国の町丁目/郵便番号界/メッシュを、年齢/家族構成/住宅/職業等や年収/地価等を当社独自の特許技術により11の中分類・36の小分類にクラスタリング（分類）したエリアセグメンテーションデータです。

さらに、車種別自動車登録台数や業態別のチェーン店情報等を用いて、ターゲットに合わせたセグメント毎の様々な指標を生成できます。

特許第5123422号/5214054号/5284548号（地域特性を利用したプロファイリングシステム）

セグメント例：**B 都会 | B1 マンション住まいのファミリー**



▶ 詳細はこちら：<https://www.giken.co.jp/products/c-japan/>

■ 当社の DX 支援について

データの利活用や DX が進む中、企業内に蓄積する様々な保有データを、自社ビジネスや新たなビジネスに活かそうとする傾向が高まりつつあります。

当社では、データの連携や利活用により、自社の既存サービスを強化される企業、新事業・新サービスを検討されている企業様を対象に、連携可能な幅広い GEO データ（小地域単位の各種エリアマーケティング用データベース）をラインナップし、DX 支援を進めてまいります。

○ 連携のメリット ※一部抜粋

保有データの価値向上	顧客ペルソナの解像度アップ	効果測定 of 精度向上
例えば、顧客分布に GEO データの人口分布を掛け合わせ地域シェアを導き出す等、企業の持つ顧客データやその他の保有データをよりリッチにし、自社サービスの付加価値向上、差別化を支援します。	当社が特許を持つエリアセグメンテーションデータとの連携で、自社の保有する顧客データだけでは曖昧だったペルソナが具体的に把握できるようになります。	広告配信や販促イベント時の潜在有望エリアの設定や地理的要素を加えたプランニング、その効果測定 of 精緻化に貢献します。

○ テレビ・広告業界以外での活用例

【金融業界】

クレジットカード会社の決済データとエリアセグメンテーションデータの連携により、そのエリアに住む人の特性や購買傾向、ライフスタイル等を、より具体的に分析することができます。

与信管理精度の向上や、分析結果となるデータの販売等への活用が見込めます。

【保険業界】

損害保険会社の保有する様々な事故データ（事故の傾向、場所、時間帯、原因等）やコールセンターデータ等と、当社の各種統計データ、位置情報データ等の 3rd Party データを連携し、拡大推計や統計化・秘匿化を実現します。

スマートシティやスマートモビリティへの活用、リスク管理精度の向上、分析データの販売等への活用が見込めます。

【自動車業界】

自動車・自動車用品メーカーの保有する自家用車走行データや自動車交通ビッグデータと、人流データや気象データ等の 3rd Party データとの連携により、人出混雑や気象等が交通に与える影響の解析等に活用可能です。

都市開発や観光、交通施策等を行う自治体やデベロッパーへのデータ販売等への支援が見込めます。

【不動産業界】

不動産会社の保有する物件データと、当社の保有する統計データや、位置情報等の 3rd Party データを連携し、エリアの将来にわたるポテンシャルや地価を加味した賃料の設定や、顧客の潜在ニーズの把握、不動産投資の未来予測等の分析に活用できます。

営業活動の効率化や自社サービスの価値向上、与信管理精度の向上、分析データの販売等に寄与します。

■ 当社が提供する、その他のデータ・システムのラインナップ

○様々な 3rd Party データを集積した「MarketDiscovery™」



位置情報、購買情報・レシートデータ、生活者の興味関心データ等、幅広いデータベースをご用意しています。各種データは、API 連携も可能です。

▶詳細はこちら：<https://www.giken.co.jp/products/marketdiscovery/>

○顧客のペルソナを可視化するソリューション「MarketAnalyzer™ 5 仮想ペルソナ分析」



顧客データの住所や GPS 位置情報から割り出した来店者の居住地と、公的統計データを重ね合わせ、顧客や来店者全体の性・年代、富裕度、消費傾向といった属性を類推。漠然としていた顧客像を明確にし、ビジネス施策に活かしやすくなります。

▶詳細はこちら：https://www.giken.co.jp/products/virtual_persona/

※本ソリューションでは個人情報を取り扱っておりません。

搭載している各種データは、個人情報とは紐付かない形式（エリア単位）に匿名加工し、統計化した不可逆なデータです。

■ 当社について

マーケティング向けデータ分析ツールの提供・運用支援を通じ、マーケティングデータ領域のエコシステム構築を進めることで、企業のデータに立脚した事業推進をサポート

商圏分析、エリアマーケティング向け GIS (地図情報システム)の提供

- ・商圏分析/エリアマーケティング用 GIS「MarketAnalyzer™ 5」
- ・GPS 位置情報データを搭載したクラウド GIS「KDDI Location Analyzer」他

蓄積した分析データ・ノウハウの提供

- ・データ・API・GIS エンジンの提供を通じたデータ戦略高度化の支援
- ・インストアの来訪者検知の仕組みの構築
- ・デジタル広告のセグメントの高度化

【会社概要】

会社名：技研商事インターナショナル株式会社（URL：<https://www.giken.co.jp/>）

代表者：代表取締役 小畠 智海

所在地：名古屋本社：愛知県名古屋市東区主税町 2-30 GSIビル

東京本社：東京都新宿区新宿 2-1-12 PMO 新宿御苑前 7F

設立：1976年1月

資本金：231,125,000円

<本件に関するお問い合わせ先>

技研商事インターナショナル株式会社 東京本社（担当：マーケティング部 市川）

TEL：03-5362-3955 お問い合わせフォーム <https://www.giken.co.jp/contact/>