

国内最大級パブリック DMP を提供するインティメート・マージャー unerry とオンラインとオフラインを統合した マーケティング効果測定サービスを提供開始 ～オウンドメディアやデジタル広告接触者のリアル店舗への来店計測が可能に～

国内最大級パブリック DMP を提供するデータプラットフォームカンパニーの株式会社インティメート・マージャー（本社：東京都港区、代表取締役社長：築島 亮次、以下当社）とリアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」を運営する株式会社 unerry（住所：東京都港区虎ノ門、代表取締役社長 CEO：内山 英俊、以下 unerry）は、オンラインとオフラインを統合した広告効果測定サービスを2023年10月5日（木）より提供開始したことをお知らせします。



昨今、消費者がインターネットを利用して商品やサービスを購入することが日常になったこともあり、国内外のデジタル界隈で「リテールメディア」が話題になることが増えてきています。米国ではネット広告市場の中でも成長著しいジャンルの一つとなり始めており、米国のリテールメディア広告費は2024年に610億ドル（8兆円弱）で全デジタル広告費の19%を占めると予測（※1）されるほか、日本でも2023年は日本の「リテールメディア元年」と注目されておりオンラインはますます加速していくと予想されます。一方で、2020年のBtoC-ECにおけるEC化率8.08%（※2）と発表されており、いまだに購買の90%以上がオフラインで行われていることも事実です。

このような背景から、オンラインとオフラインを統合した広告効果測定サービスの需要は、今後も高まることが予想されます。しかし、従来の広告効果測定方法では、オンラインでの広告効果しか測定できず、オフラインでの購買については正確に把握することができませんでした。

unerry は、全国約216万箇所のビーコンネットワークとGPSによる位置情報技術を活用した、月間400億以上の屋内外の人流ビッグデータ（※3）をAIで解析する「Beacon Bank（ビーコンバンク）」を運営しており、全国店舗の来店や消費者の日常行動傾向（行動DNA®）等をデータ化しています。今回、当社のデータ活用技術と広告配信技術にunerryが保有するデータを掛け合わせることで、消費者の購買までの経路を補足し、オンラインとオフラインの測定ができる新たなマーケティング効果測定サービスを提供開始しました。

本サービスを活用することで、オウンドメディアやデジタル広告などオンライン上の情報接触者におけるオフラインでの来店・来場を計測することができ、より投資対効果の高い広告配信やコンテンツマーケティングが可能となります。なお、実証実験として複数の小売業にご活用いただいております。市場ニーズへの合致を確認することができました。

<多店舗展開をされているスーパーマーケット様の声>

当社では、季節のおすすめ食材やそのレシピなど、さまざまなコンテンツをオウンドメディアで配信しております。WEB 解析では、大変多くの方に当社サイトをご覧いただいていることがわかっていましたが、自店舗への来店に繋がっているかは不明でした。本サービスを通じて貢献度の高いコンテンツが明確になれば、より来店を見据えたコンテンツ設計や広告施策を検討することが可能になると期待しております。

当社は、今後もリテール領域においてデータ技術を提供していき、リテール DX 化を目指す企業が保有するデータの活用支援など、RaaS (Retail as a Service) 事業にも貢献してまいります。

■株式会社 unerry について (<https://www.unerry.co.jp/>)

リアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank (<https://www.beaconbank.jp/>)」を運営する 2015 年創業のデータカンパニーです。GPS およびビーコン技術を活用し、スマートフォンアプリから取得する月間 400 億件超、約 1.5 億 ID の屋内外の人流ビッグデータ(※3)を AI で解析。「実社会をデータ化」することで、OMO マーケティング支援や、スマートシティの実現に向けた事業等を展開しています。

■インテュート・マージャーについて (<https://corp.intimatemerger.com/>)

「世の中のさまざまな領域における、データを使った効率化」をミッションに掲げ、国内 DMP 市場導入シェア No.1(※4)のデータ活用プラットフォーム「IM-DMP」を保有するデータマーケティングカンパニー。約 4.7 億のオーディエンスデータ(※5)と高度な分析技術を掛け合わせたデータ活用プラットフォーム「IM-DMP」の提供・構築支援、データ活用に関するコンサルティングサービスを提供しています。また、プライバシー保護に関する取り組みとして、一般社団法人 日本経済団体連合会が掲げる「個人データ適正利用経営宣言」に賛同しています。今後は Sales Tech や Fin Tech、Privacy Tech などの X-Tech 領域に事業を展開し「データビジネスのプロデューサー集団」を目指します。

※1 2022 年 11 月 Insider Intelligence, Inc. US Digital Retail Media Ad Spending, 2019-2024
<https://www.insiderintelligence.com/content/what-you-need-know-about-retail-media-5-charts>

※2：経済産業省「令和 2 年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）」

※3 unerry が取得する人流ビッグデータは、特定の個人を識別することができない個人関連情報であり、LP マーク（ロケーションプライバシーマーク）に準拠して管理されています。

※4 出典元：「DataSign Web サービス調査レポート 2021.2」

※5 一定期間内に計測された重複のないブラウザの数を示します。多くの場合、ブラウザの識別には Cookie が利用され、一定期間内に計測された重複のない Cookie の数のことを示します。

本リリースに関する報道関係者のお問い合わせ
株式会社インテュート・マージャー 広報 岸田
Email:pr@intimatemerger.com