



VR LINC

「VR LINC」クレディセゾンの購買データとの連携に着手 ～メディアと購買データを連結し、マーケティングを支援～

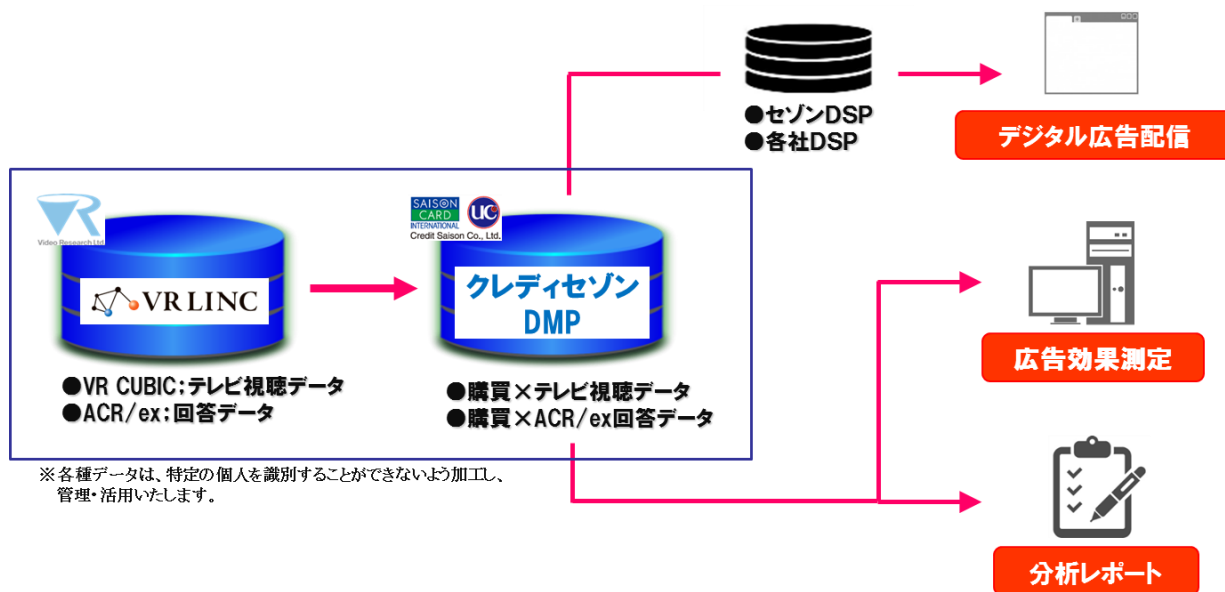
2019年2月7日
株式会社ビデオリサーチ

株式会社ビデオリサーチ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:加藤 譲、以下 当社)は、データ統合ソリューション「VR LINC」^(注1)を、株式会社クレディセゾン(本社:東京都豊島区 代表取締役社長:林野 宏、以下クレディセゾン)が保有するオンライン・オフラインの購買ビッグデータと連携し、メディアデータと購買データを連結した企業のマーケティング活動を支援する取り組みに着手いたしました。

「VR CUBIC」および「ACR/ex」と、クレディセゾンの購買データの連結

具体的には、当社の実施する「VR CUBIC」^(注2)および「ACR/ex」^(注3)の各種データとクレディセゾンのビッグデータ基盤であるプライベート DMP を、個人を特定しない形で連結いたします。

これにより、当社の保有するテレビ視聴状況やプロフィールデータとクレディセゾンの保有する決済データを活用したメディアと購買の関係性や効果確認が実現し、調査や分析、レポートによるマーケティングの支援が可能となります。また、クレディセゾンの DMP が連携されている同社の DSP「セゾン DSP」^(注4)や各社の DSP を通じ、両社のデータから生成したセグメントにおいてデジタル広告の配信も可能となる予定です。



今後も、当社「VR LINC」とクレディセゾンが保有する膨大なデータを掛け合わせた各種サービスの拡充を進めてまいります。

VR LINC

「VR LINC」とは (注1)

テレビ視聴データをはじめとするメディアデータおよびプロフィールデータを、DMPを通して企業が保有する各種データに連結・統合し、付加価値をつけるデータ統合ソリューション。

Video Research Logical Integration for New Communication の頭文字をとったもので、データ統合機能に特徴があり、意識と行動ログ、オフラインとオンライン、メディア接触と会員情報といった各種データを ID マッチングやデータフュージョン(2種類の異なるデータを融合させること)、推計モデルを用いて統合し、メディアプランニングや WEB 広告配信等にご活用いただくことが可能なサービスです。

<https://www.vidoor.co.jp/digestplus/title/2017/10/5997.html>

「VR CUBIC」とは (注2)

近年のメディア環境の変化により生じている、「生活者の多様化」、「各種デバイスの登場によるメディア接触の複雑化」

「コンテンツ視聴形態の多様化」のそれぞれに対応するため、シングルソースでテレビ/ネットの接触を機械式で測定するサービスです。

<https://www.vidoor.co.jp/solution/marketing-data/vr-cubic/index.htm>

「ACR/ex」とは (注3)

生活者をフラットに捉える新たなシングルソースデータです。

「生活者属性」「商品関与」「メディア接触」という3つの視点を同一サンプルに調査することで、人・ブランド・メディアを多角的に捉えます。関東・関西・名古屋など主要7都市で約1万人に調査を実施しています。

<https://www.vidoor.co.jp/solution/new-technology/acrex.htm>

■株式会社クレディセゾン 概要

代表者 : 代表取締役社長 林野 宏

所在地 : 東京都豊島区東池袋 3-1-1 サンシャイン 60・52F

設立 : 1951年5月1日

事業内容: クレジットサービス・リース・ファイナンス・不動産関連ほか

URL : <https://corporate.saisoncard.co.jp/>

「セゾン DSP」とは(注4)

クレジットカード国内最大規模の会員数を有するクレディセゾンのビッグデータ基盤に蓄積するデータを活用し、広告主の目的に応じて柔軟な配信設計を行う運用型広告サービスです。また、国内外の様々な SSP と接続しており、国内最大級となる1,000億インプレッション以上の月間広告在庫を保有し、アウトストリーム形式の動画広告やバナー、インフィード形式でのディスプレイ広告に対応しています。