



ビデオリサーチ、LiveRamp 社 Data Store に参画 ～ACR/ex データを元にした広告配信セグメントを Data Store 上で活用可能に～

2018年10月10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)は、テレビ視聴データをはじめとした、保有するメディアデータおよびプロフィールデータを供給するデータ統合ソリューション「VR LINC(ブイアール リンク)」を、エンタープライズ向けデータ管理・プラットフォーム事業を手掛ける LiveRamp Japan 株式会社(所在地:東京都千代田区、アジア・パシフィック統括取締役:フレドリック・ジョーブ、以下 LiveRamp)保有のデータ流通・売買プラットフォーム「Data Store」と新たに接続し、同プラットフォームにデータパートナーとして参画いたしました。

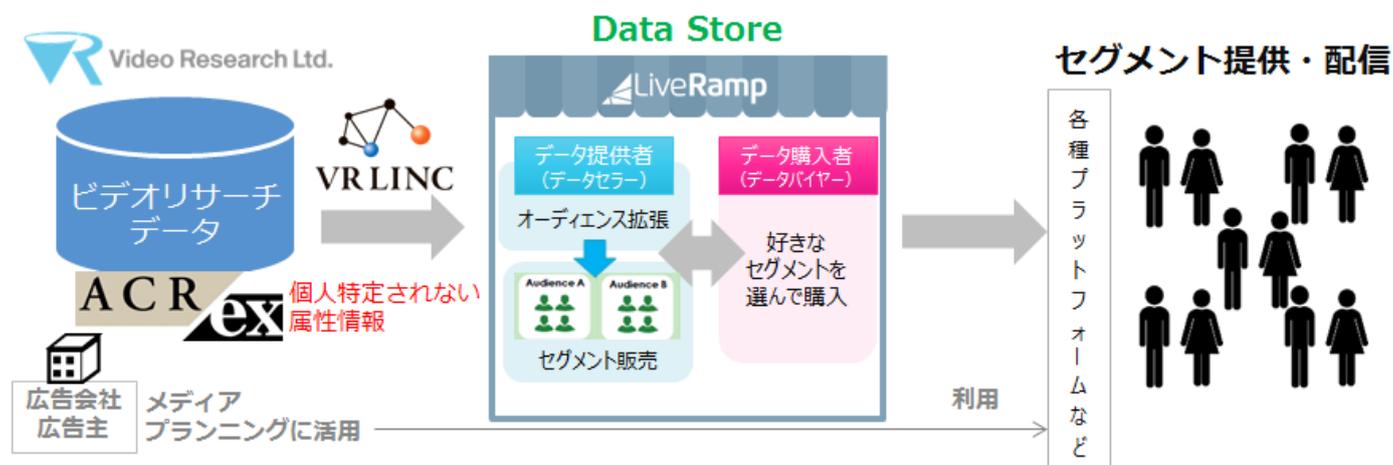
当社は2017年12月より、「VR LINC」を通じ既に LiveRamp と接続しておりますが、Data Store への追加参画により、Data Store 利用者が Facebook 広告等において、当社との個別契約の手間をかけることなく、Data Store を通じて当社のデータを元にしたデジタル広告配信セグメントを購入・利用することが可能となります。

オフライン行動を加味した配信セグメントを、更に使いやすく

当社ではこれまでも業界標準マーケティングデータ「ACR/ex」を活用し、「VR LINC」と接続している LiveRamp を通じ、オフラインのメディア接触や行動を加味したオリジナルセグメントを提供してまいりました。

このたびの Data Store との接続により、より多くの場面で当社セグメントを購入・利用いただくことが可能となりました。連携スキームは以下の通りです。

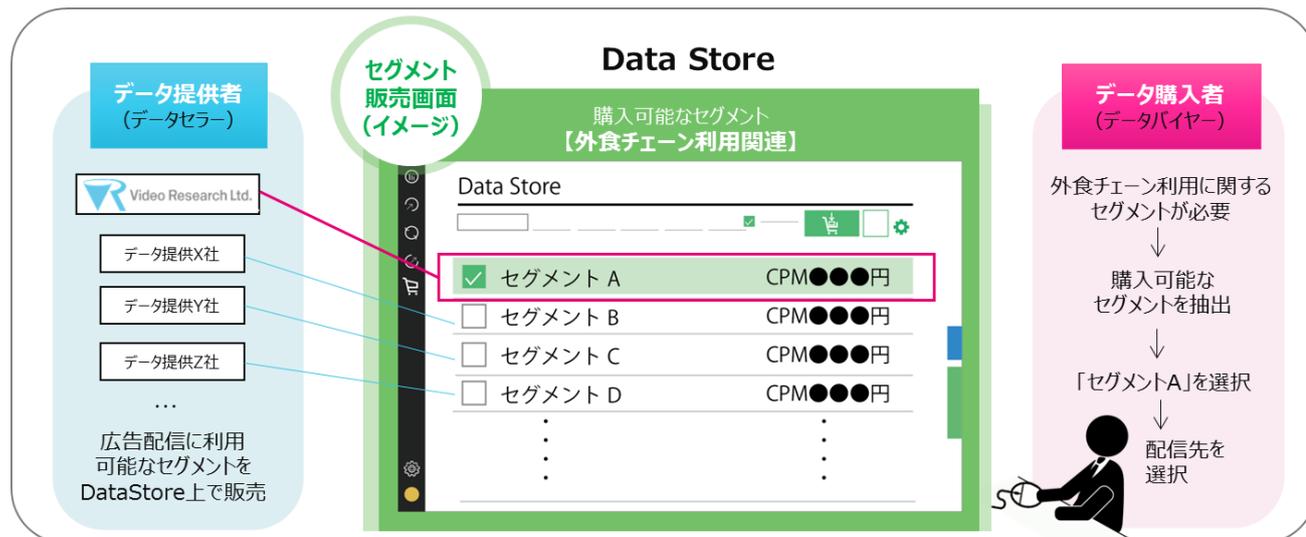
<Data Store との連携スキーム>



<Data Store について>

Data Store は、3rd party データを中心としたデータ提供企業【Seller】が売り出すデジタル広告配信セグメントを、広告会社や事業主を中心としたセグメント購入希望者【Buyer】が自由に選び、購入できるプラットフォームです。

■Data Store 利用イメージ



URL: <https://liveramp.co.jp/identitylink-data-store/>

<提供配信セグメント例> *2018年10月現在

広告業界標準のマーケティングデータである ACR/ex 等をベースに、オフラインのメディア接触や利用意向などを加味したセグメントを複数提供しております。これらのセグメントにより、オンラインとオフライン、両者を統一したメディアプランニングの検討や、実際のデジタル広告配信にご活用いただけます。

メディア   	テレビ視聴量	ファイナンス  ショッピング  外食 	クレジットカードの利用金額 (最近6ヶ月)
	テレビ視聴パターン		クレジットカードの所有枚数
	テレビ視聴ジャンル		利用している小売店
	閲読新聞		所有会員カード
	閲読雑誌ジャンル		通信販売・オンラインショッピング 支払い金額 (最近6ヶ月)
*上記以外にも、ラインナップ拡充に向け準備中です。			飲食店利用経験
			飲食店利用意向

当社では、今後も変化する生活者を捉え、企業と生活者にとって最適なコミュニケーション活動が実施できる環境作りをサポートして参ります。



■LiveRamp Japan 株式会社 概要

商号 : LiveRamp Japan 株式会社
代表者 : アジア・パシフィック統括取締役:フレドリック・ジョウブ
事業内容 : エンタープライズ向けデータ管理・分析事業
URL : <https://liveramp.co.jp/>

LiveRamp は革新的な製品と優れた経験を提供するため、ブランドとそのパートナーへアイデンティティ・プラットフォームを提供しています。LiveRamp IdentityLink はデジタルと現実の世界の壁を無くし、人、データ、そしてデバイスを結び付けており、People Based Marketing を推進し消費者を安全に好みのブランドや製品と結び付けています。より詳しい情報については、<https://liveramp.co.jp/> をご覧ください。



「VR LINC」とは

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です。

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.videor.co.jp/digestplus/title/2017/10/5997.html>



「ACR/ex」とは

生活者をフラットに捉える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・約1万人に対し、トータル2万以上の項目をアンケート形式で聴取・取得しており、来街・来店などのオフライン行動を加味したセグメント、購入意向のある商品・サービスや購買嗜好などの意識セグメントを豊富に取り揃えているのが特徴です。

これらのデータ項目は自由に組み合わせでのセグメント化が可能であり、商品・メディアプランニングにも広くご活用いただいております。

<http://www.videor.co.jp/solution/new-technology/acrex.htm>