

【報道関係各位】

unerry、アプリ内広告のオフラインコンバージョンを計測する 「Beacon Bank 来店計測」を提供開始

～アプリメディアの広告配信データと「Beacon Bank」の人流ビッグデータを連携し、
アプリ広告接触のリアル店舗への来訪寄与を高精度に計測～

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、アプリメディア企業向けに、広告接触者の店舗来訪を高精度に計測する新サービス「Beacon Bank 来店計測」の提供を開始いたしました。

「Beacon Bank 来店計測」は、アプリメディアが保有する広告配信データと「Beacon Bank」の約 1.5 億 ID の人流ビッグデータを重ね合わせることで、広告接触者がリアル店舗へ来訪したかの判定を可能とするものです。高精度なオフラインコンバージョンの検証により、広告主企業様の広告戦略の成功に貢献すると同時に、アプリメディア企業様の広告価値向上に寄与してまいります。

Beacon Bank 来店計測

unerry、アプリ内広告のオフラインコンバージョンを計測する
「Beacon Bank 来店計測」を提供開始

メディアアプリ

広告配信データ



Beacon Bank

来店・来訪データ



アプリへの追加開発不要で実現する「Beacon Bank 来店計測」

unerry は、これまで位置情報技術を SDK（ソフトウェア開発キット）としてメディアアプリにご提供する形で、アプリ利用者の来店計測等の実現をご支援しています。また、広告配信サービス「Beacon Bank AD」の標準機能として、SNS 広告やディスプレイ広告・動画広告等についても来店計測にもとづいた最適化を図っております。オフラインコンバージョンの判定は、人流ビッグデータを解析可能な unerry ならではの機能としてご好評いただき、多くのクライアントに継続利用いただく理由のひとつとなっています。

新たに提供開始いたしました「Beacon Bank 来店計測」では、SDK の組み込みなどの追加開発不要でアプリメディアにおける来店計測が可能です。特に、リアル店舗への来店人数最大化が売上向上に直結するスーパー・ドラッグストア・ホームセンター・商業施設・アパレルなどの流通・小売業、外食、観光施設および消費財メーカー様などのアプリ広告出稿において、革新的な広告戦略の実行を支援いたします。

「Beacon Bank 来店計測」の特徴

1. 「Beacon Bank」に蓄積される月間 400 億件超、約 1.5 億 ID の人流データと連携

「Beacon Bank 来店計測」は、アプリメディアが保有する広告配信データと「Beacon Bank」の人流ビッグデータ（※1）を重ね合わせることで来店計測が可能になります。「Beacon Bank」には月間 400 億件超、約 1.5 億 ID の屋内外の人流ビッグデータが蓄積されているため、さまざまなジャンル、規模のアプリメディアにおける来店計測に必要な十分なデータ量を得ることができます。広告主企業様の広告戦略成功に向けた、効果的な運用を実現することができます。

※1：人流データは、エンドユーザーの同意（オプトイン）に基づき蓄積された、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。

2. 「地下」「ビル内テナント」など高難度の店舗にも対応する高精度な来店計測

「Beacon Bank」は、ビーコン技術を活用することで GPS だけでは捉えにくい「地下」や「商業施設内」の来店計測に対応しています。全国 215 万箇所以上のビーコンネットワークを活用し、GPS データと掛け合わせた AI アルゴリズムを用いることで、高精度な来店判定を実現しています。また、広告主企業様の店舗立地により、追加でビーコン設置計測手法のご提案も可能です。

「Beacon Bank 来店計測」先行活用事例

事例 1) テレビコンテンツ配信アプリ × ドラッグストア A 社

- ・テレビコンテンツ配信アプリにて、ドラッグストア A 社の広告視聴者の来店率を計測。広告配信期間中、期間後の来店リフトや広告接触により来店影響を与える広告効果の残存日数を計測。
- ・デバイス別の効果計測により、モバイルアプリだけよりも、コネクティッド TV 接触者の方が、来店効果が高いことがわかった。

事例 2) 動画配信アプリ × アパレル B 社

- ・動画配信アプリにて、アパレル B 社の広告視聴者の来店率を計測。広告接触者と非接触者の来店を比較することで、来店リフトを計測。

事例 3) ラジオアプリ × 飲食チェーン C 社

- ・ラジオアプリにて、飲食チェーン C 社の音声広告視聴者の県別の来店率を計測。
- ・広告配信一週間後より来店効率が上がり、音声広告の重複接触効果を示唆。
- ・ランチ・ディナータイムだけでなく、15 時台のアイドリングタイムの集客にも貢献したことがわかった。

今後の展望

unerry は、オフラインコンバージョンを判定可能な「Beacon Bank 来店計測」を通じて、広告主企業様、メディア企業様双方のビジネス成長を支援してまいります。また unerry は今後も「実社会をデータ化」するため、人流ビッグデータとさまざまなデータとの連携を拡大。データプライバシーとその安全性に業界最高水準で配慮しながら、幅広い分野での革新的な技術・サービス開発に努めてまいります。

■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。

*本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は当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。

<お問い合わせ>

株式会社 unerry 広報 内山、柳田

information@unerry.co.jp
