

JR 東日本交通広告と位置情報系ターゲティング広告配信をセット商品化！ 首都圏移動者をターゲットとしたオンオフ連携商品のテスト販売を開始します。

- 株式会社ジェイアール東日本企画（以下、jeki）は、デジタル広告配信を行う位置情報系プラットフォームである株式会社unerry（以下、ウネリー）、Cinarra Systems Japan株式会社（以下、シナラ）、株式会社スイッチスマイル（以下、スイッチスマイル）の3社(五十音順)とそれぞれ連携し、IoTセンサー等を用いた広告商品のテスト販売を開始します。
- BeaconやWi-FiといったIoTセンサーで捉えた首都圏移動者をターゲットとし、JR東日本交通広告とスマートフォンへのターゲティング広告配信をセット商品化します。
- 2021年1月～同3月にてテスト販売で検証を行い、次年度（2021年4月以降）の商品化を目指します。
- 当社は、交通広告とスマートフォンの連動により、鉄道をご利用いただくお客様に「新しい、楽しい、便利な」体験をお届けするため、様々なパートナー企業の皆さまと連携を図って参ります。

◎株式会社 unerry との連携商品について

「Beacon Bank」^{*1}がJビーコン^{*2}を通じて山手線利用者・改札付近利用者を推定し、SNS（Facebook / Instagram /LINE）広告を配信します。視認性の高い交通広告と身近なSNS広告の組み合わせにより、高頻度で多面的な広告接触を実現し、広告認知の拡大を図るパッケージ商品のテスト販売を開始します。

^{*1}：ウネリーが運営しているDXプラットフォーム。全国約210万個のビーコンやIoTセンサー、GPS等により、リアル行動ビッグデータを蓄積・AIマーケティングサービスを提供している。



◎Cinarra Systems Japan 株式会社との連携商品について

駅周辺から取得した位置情報を活用することで、駅ナカ・駅周辺ユーザーのスマートフォンに対し広告主の情報をターゲティング配信し、交通広告との相乗効果を狙います。また広告配信だけでなく「年代・性別」「店舗送客」「サイト送客」「心理指標」という4つの指標で広告の効果測定もできるパッケージ商品のテスト販売を開始します。



◎株式会社スイッチスマイルとの連携商品について

POI位置情報を使った広告配信システム『pinableAd』を開発・提供しており、jekiが機能提供を行っているJビーコン^{*2}と、フリーWiFi自動接続アプリ『タウンWiFi』^{*3}を連携させ、広告と連携したリアルタイムプッシュ広告として、今回「山手線プッシュアド」のテスト販売を開始します。



^{*2}：山手線全編成の各車両、および山手線内各駅の各改札口に設置されているBluetooth規格のビーコン。Jビーコンはjekiが各企業に機能提供を行っており、山手線車内や駅改札口といったユーザーの位置情報を活用したプロモーションやマーケティング活動のツールとしてご利用いただくことができます。

※駅のJビーコンについては、一部設置されていない駅や改札口があります。

※Jビーコンは(株)ジェイアール東日本企画の登録商標です。

*3: Wi-Fi 自動接続アプリ「タウン WiFi」とは

タウン WiFi アプリは 2016 年 5 月にリリースした Wi-Fi 自動接続アプリです。

2020 年 11 月現在、累計ダウンロード数 1,000 万、月間のアクティブユーザー数 380 万に拡大しています。

タウン WiFi アプリをダウンロードすると、街中の無料 Wi-Fi に自動で接続でき、Wi-Fi 通信の保護機能により通信を暗号化しているため、Wi-Fi をより安全に利用することが可能です。



■背景①

新型コロナウイルスの影響により、「新しい生活様式」の定着が図られ、生活者のライフスタイルは変化しました。オンラインでの商品購入やサブスクリプションサービスへの加入、テレワークや Web 会議ツールを駆使した遠隔会議など、生活のデジタル化が急速に加速しました。しかしながら、外出に関心がなくなったというわけではなく、コロナ収束後にやりたいことを調査^{*1}した結果によると、トップ 3 は「国内旅行」55.4%、「外食」51.9%、「遊園地・テーマパーク・動物園などへのお出かけ」31.8%となり、依然として外出に対して高いモチベーションがあることがうかがえます。また、別の調査^{*2}によると、コロナ収束後、店舗でも購入を予定している理由として「実物を確かめたいから」、「店舗に行くこと自体が楽しみだから」、「店舗だと知らなかった商品を発見できるから」といった理由が続き、コロナ禍を経て改めて外出やオフラインの価値といったものが認められていることが分かります。交通広告は、外出時の生活者との重要なコミュニケーションの接点であると考え、この接点において交通広告と相性がよいとされているスマートフォン広告との組み合わせを図ることで、外出する生活者に対して今までにない気づきや、新しい発見、および体験を提供できると考えました。

*1: 株式会社ヴァリユーズニュースリリース (2020 年 6 月 3 日) より抜粋。新型コロナウイルスの感染拡大によって変化した働き方や消費意識に関するアンケート

*2: アドビ株式会社「COVID-19 (新型コロナウイルス) 禍における消費行動の変化に関するリサーチ」

■背景②

電車の車両内においては、従来から存在する中張り広告などの紙媒体に加えて、デジタルサイネージを活用した動画広告も普及し、多様なチャネルを通じて広告の掲載や配信が行われています。指定地域に居住する男女を対象とした広告の種類ごとの閲覧率に関する調査^{*1}では、「電車の車内広告」がテレビに次いで 54%というデータがあり、非常に高い到達力を誇るメディアです。さらに、スマートフォンと電車内広告の親和性の高さに関する調査^{*2}では、電車内広告を閲覧した後の行動として、「スマートフォンを使って気になった広告に関する情報を調べた」という回答が最も多く、電車内広告とスマートフォンの親和性の高さも注目されています。一方で、詳細な情報にアクセスするためには、鉄道利用者自身が検索等を通じてウェブ上で情報を探す必要があり、このような背景を受け、さらに便利で価値あるユーザー体験の提供に向けて、本広告商品のテスト販売を実施いたします。

*1 「広告・駅メディアに関する調査 (2017 年 8 月実施)」

調査機関: マクロミル・翔泳社 (共同調査)、調査方法: インターネットリサーチ (2017 年 8 月 4 日~2017 年 8 月 7 日実施/全国 15~59 歳の男女 (マクロミルモニタ会員) を対象 サンプル数 1,000)

*2 「交通広告共通指標調査 (2012-2017 年)」

調査機関: 日本鉄道広告協会・日本広告業協会・関東交通広告協議会の 3 団体による「交通広告共通指標推進プロジェクト」、調査方法: インターネットリサーチ (2012 年~2017 年実施/1 都 3 県 (東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県) 在住で、調査当日調査指定路線に乗車した人を対象、サンプル数 1 素材あたり 300 人、調査広告素材数 1,264 素材)

【今回の取り組みで一緒させて頂くパートナー企業さま】

◎株式会社 unerry について

本 社：東京都千代田区丸の内 3-2-3 丸の内二重橋ビル 21 階

代表取締役社長：内山英俊

事業内容：全国約 210 万個のビーコンや IoT センサー、GPS 等による月 100 億件のリアル行動ビッグデータを蓄積・AI 解析を行う DX プラットフォーム「Beacon Bank」を運営。リテール事業者向けに DX 支援・マーケティングサービスを提供するほか、スマートシティ、MaaS に向けた人流解析やレコメンドエンジンを手掛けている。

U R L : <https://www.unerry.co.jp/>

◎Cinarra Systems Japan 株式会社について

本 社：東京都港区芝公園 1-6-8 泉芝公園ビル 7 階

C E O : 細谷正人

事業内容：インターネット広告配信事業および分析事業

U R L : <https://cinarra.co.jp/>

◎株式会社スイッチスマイルについて

本 社：東京都千代田区神田錦町 2-2-1 KANDA SQUARE 11 階

代表取締役社長：長橋大蔵

事業内容：POI 位置情報プラットフォーム開発・提供／オープンビーコンネットワーク構築・提供行動・体験の DMP 構築・解析／位置情報連動アプリ開発／LINE Bot プラットフォーム開発・提供／位置情報戦略コンサルティング

U R L : <https://switch-smile.com>