

2021年8月30日

## 鉄道路線利用者データを活用した新たな取組みを開始します

- 株式会社ジェイアール東日本企画（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：赤石 良治）は、株式会社 unerry（本社：東京都千代田区、代表取締役 CEO：内山 英俊）が運営するリアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank\*1」により推定する鉄道路線利用者データを活用して、交通広告を起点とした生活者とのコミュニケーションを促進する新たな取組みを開始します。
- 今回の取組みにより、交通広告とスマートフォン広告との組合せによるコミュニケーション最適化や、交通広告を活用したキャンペーンにおける広告効果の可視化などへの対応を目指します。
- コロナ禍により鉄道利用者が減少している中、広告主企業さまがマーケティング目標の達成に向けて交通広告をご活用いただけるよう、当社は広告主企業さまと鉄道利用者をつなぐリアル領域のコミュニケーション・プラットフォームとして、交通広告の DX を推進して参ります。

今回の取組みは、当社が企画・販売を行う J ビーコン\*2 を通じて蓄積している山手線利用者の緯度経度、移動方向、移動スピードなどの位置情報データを活用して、株式会社 unerry の Beacon Bank により得られる「それと似たユーザーの位置情報」を AI により抽出することで、特定の鉄道路線の利用者を推定する、といった独自性のある手法が特徴です。

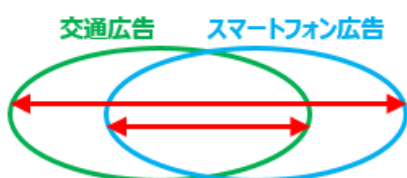


山手線に乗車したユーザー（=ビーコン受信者）の位置情報データ（緯度経度、移動方向、移動スピードなど）を蓄積しています。

山手線乗車ユーザーの位置情報データと似た位置情報を AI により抽出することで、山手線以外の特定の鉄道路線利用者を推定します。

上記で得た特定の鉄道路線利用者データを活用することで、「①交通広告とスマートフォン広告との組合せによるコミュニケーション最適化」「②広告効果の可視化」を図り、交通広告におけるデータを活用した PDCA サイクルの実現を目指します。

### ① 交通広告とスマートフォン広告との組合せによるコミュニケーション最適化



交通広告と交通広告放映（掲出）路線を日常的に利用する生活者をスマートフォン広告でターゲティングを行う重複接触による広告効果の最大化や、交通広告と交通広告放映（掲出）路線を日常的に利用しない生活者をスマートフォン広告でターゲティングを行うリーチ最大化など

### ② 広告効果の可視化



交通広告の効果を可視化するため、アスキング調査による態度変容効果や、位置情報を活用した来店効果などを、交通広告の接触者と非接触者に分けて分析することでリフト値を把握するなど

\*1 Beacon Bank とは、unerry が運営する、日本最大規模のリアル行動データプラットフォームです。月間 100 億件を超える屋内外のスマートフォン位置情報ビッグデータを蓄積し、AI 解析を行います。GPS 活用だけでなく、ビーコン相互シェアを可能にする特許技術を活かし、全国約 210 万箇所のビーコンネットワークを構築。また、延 1.1 億ダウンロードの連携アプリによるユーザカバレッジ、デジタルプラットフォームや購買データとの連携により、分析から施策までワンストップでの支援が可能となっています。

\*2 Jビーコンとは、山手線各車両、および山手線内各駅の各改札口に設置されている Bluetooth 規格のビーコンです（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ビーコンは当社が各企業へ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。（Jビーコンは株式会社ジェイアール東日本企画の登録商標です）