

2016年11月18日

電通、繁華街の行動データを分析する「マチログ」を12月から提供開始
— 第1弾は渋谷・表参道、街中の人の流れを動的・精細に可視化 —

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、株式会社ドコモ・インサイトマーケティング（本社：東京都港区、社長：大竹口 勝）、株式会社マイクロベース（本社：東京都港区、社長：仙石 裕明）と協業し、生活者の行動データに基づく分析ソリューション「マチログ」を12月上旬から提供開始します。

「マチログ」では、全国で約7,000万台におよぶドコモ携帯電話の基地局情報を活用した「モバイル空間統計®」データのうち、特定の1カ月間のデータを活用した分析が行えます。このモバイル空間統計では、集団の属性と人数のみを表す人口統計情報であるためユーザー個人を特定することはできませんが、その人口カバー率の高さから、現時点で最も実態に近い数値が捕捉できます。

モバイル空間統計データは、最小でも250mのメッシュサイズですが、屋外広告のプランニングでは、特に都市部において、より細かな粒度での人の流れの捕捉が求められるため、位置情報・統計情報の分析を得意とするマイクロベース社のテクノロジーを使い、マイクロメッシュ（25mメッシュ）への“ダウンスケーリング”を行っています。今回、その第1弾として渋谷・表参道エリアの分析ソリューションをローンチしました。

これにより、今まで数値化・可視化が難しいとされていた屋外広告のサーキュレーションを、25mメッシュごとに性別・年代別・曜日別・時間帯別の軸で集計することが可能になりました。このソリューションを使うことで、同じエリア内に点在する複数の媒体ロケーションを各軸ごとのサーキュレーションで比較・評価できるほか、時間帯や曜日などによって大きく異なると考えられるターゲット層の行動データを動的・詳細に把握・可視化することもできます。このため、ターゲットの異なる複数の広告素材を、ロケーションごとに最適なタイミングで配信する仕組みの構築が可能になりました。

現在は渋谷・表参道エリアの分析で、年2回のデータ更新を行う予定ですが、今後は東京の他エリアを含む、全国主要7地区（東京／大阪／名古屋／札幌／福岡／仙台／広島）の繁華街エリアへとサービスを拡大していく予定です。また、ソリューションの強化・拡充に向けて、年末年始やゴールデンウィーク、ハロウィンといった特異な行動パターンが想定される“特別な時期”の分析・可視化にも取り組んでまいります。

以 上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション室 広報部
長澤、溪 TEL : 03-6216-8041

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 アウト・オブ・ホーム・メディア局 マーケティング推進部
TEL : 03-6216-8018