

PRESS RELEASE

報道機関各位
プレスリリース

2018年6月7日
株式会社ロックオン
代表取締役 岩田 進

アドエビス、AI（人工知能）搭載「クロスデバイス機能」を8月より提供開始。 年間120億超のビッグデータと独自アルゴリズムで同一ユーザーを推定。

株式会社ロックオン（本社：大阪府大阪市北区 代表取締役：岩田 進）は、デバイス/アプリ/ブラウザ間を横断してユーザー行動を可視化する「クロスデバイス機能」を2018年8月より提供開始することを発表します。

国内の効果測定ツールとしては初めてデバイスやブラウザ間で分断されたユーザー行動の推定を実現、より高い精度で広告効果測定/アトリビューション分析を実現します。

The banner features a blue background with a white grid pattern. At the top left, a yellow circle contains the text '国内計測ツール初' (First domestic measurement tool), followed by '人工知能搭載' (AI equipped) in white text on a dark blue background. The ADEBiS logo is in the top right. The main headline 'クロスデバイス機能、8月リリース。' (Cross-device functionality, August release) is in large yellow characters. Below this, a diagram shows three users (A, B, C) on the left, each with a device icon (LINE, Facebook, Google) and a red flag icon. A central cartoon character with a red hat and blue suit points towards the right. On the right, a text box says '人工知能で1つにつながる! 同一ユーザーの特定可能!' (AI connects them! Identification of the same user possible!). Below this, a single user 'ユーザーA' is shown with icons for Facebook, LINE, and Google, all leading to a red flag icon.

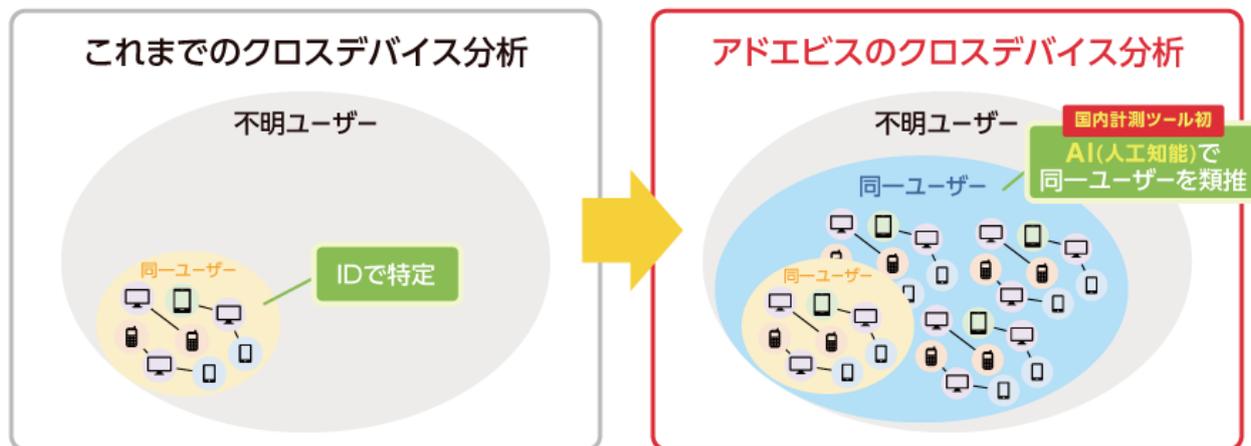
■国内広告効果測定ツール“初”「デバイス間の同一ユーザー推定」を実現

「平成29年版 情報通信白書 第1部 特集 データ主導経済と社会変革（※）」によると、スマートフォンが消費に及ぼす影響は、スマートフォンを介した消費行動の他に、購入前の情報収集端末としての利用があり、スマートフォンやタブレットによる情報収集がきっかけで商品購入に結び付いた間接効果は、個人消費額の22%を占めているとされています。

スマートフォンで情報収集を行ったユーザーが最終的にPCを介して購入に至った場合、従来のCookieを用いた計測では同一ユーザーと見なされないため、デバイスを跨いだ間接効果の可視化が難しい状況でした。

また、これまで一般的とされてきた“IDやメールアドレスを使ったクロスデバイス分析”では、PC/スマートフォンの各端末で取得したユーザー情報(IDやメールアドレス)を基に同一ユーザーの判定を行うため、情報を取得している限られたユーザーのみが対象となり、活用範囲が限定的でした。

この度アドエビスに搭載されるクロスデバイス機能は、アドエビスが取り扱う年間 120 億を超える国内のアクセスログデータと 3rd Party データを、独自に開発した AI(人工知能)へ組み込むことにより、国内の広告効果測定ツールとしては初のデバイス/ブラウザを横断した同一ユーザーの類推を実現しました。これにより、クロスデバイスの紐付け対象ユーザーを飛躍的に増加し、より高い精度でデバイス/ブラウザを横断したユーザーの購買行動の分析が可能となりました。



■デバイス・ブラウザを横断した態度変容を可視化

デバイス/ブラウザを横断したユーザー行動を可視化することで、顧客が商品やサービスを知り、最終的に購入するまでカスタマージャーニーを正しく捉えることが可能となります。

従来の計測ではスマートフォンで情報収集したユーザーが、PCでコンバージョンした場合、別ユーザーとして計測されていました。クロスデバイス機能では、これらのプロセスを「同一ユーザー」として紐付けを行うため、認知から購買までデバイス/ブラウザを横断した態度変容が可視化されます。

これにより、アプリ横断を加味した広告効果測定や、デバイスを横断したカスタマージャーニーの分析といった、マーケティング戦略のパーソナライゼーションを実現します。

<本機能に関する詳細はこちら>

<https://pages.ebis.ne.jp/crossdevice.html>

※出展：「平成 29 年版情報通信白書」（総務省）

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/pdf/29honpen.pdf>

■「アドエビス」について

「アドエビス」は、顕在層向け施策である、刈り取り型の広告の効果測定はもちろん、潜在層向け施策であるコンテンツマーケティングや動画広告等、マス媒体であるテレビ CM に至るまで、あらゆるマーケティングにおけるユーザー接触ログデータを蓄積することができます。蓄積したログデータを用いることにより、マーケティングにおけるパフォーマンス最大化のための仮説立て・予算最適化・検証を行うマーケティングプラットフォームです。

URL: <https://www.ebis.ne.jp>

■株式会社ロックオン概要

会社名：株式会社ロックオン

大阪本社：〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田 2-4-9 ブリーゼタワー13F

東京本社：〒100-0006 東京都千代田区有楽町 2-2-1 X-PRESS 有楽町 12F

代表者：岩田 進（いわた すすむ）

設立：2001年6月

URL：<https://www.lockon.co.jp/>

事業内容：マーケティング ロボットの提供

- ・ マーケティングプラットフォーム「AD EBiS（アドエビス）」「THREe」
- ・ 商流プラットフォーム「EC-CUBE」
- ・ ビッグデータの分析及び最適化「マーケティングメトリックス研究所」

■本件に関するお問い合わせ先

株式会社ロックオン 広報担当：金 ナリ（きむ なり）

問い合わせフォーム：<https://www.ebis.ne.jp/contact/>

TEL：06-4795-7500