

2025年3月11日

株式会社 TimeTree
株式会社ドコモ・インサイトマーケティング
株式会社 インテージ

**広告配信プラットフォーム「TimeTree Ads」において、大規模 DMP「di-PiNK」のデータを含む「ドコモ データクリーンルーム」活用に関する連携を開始
～初期分析では、「予定データ」と「実行データ」の間に有意な相関関係があることを実証～**



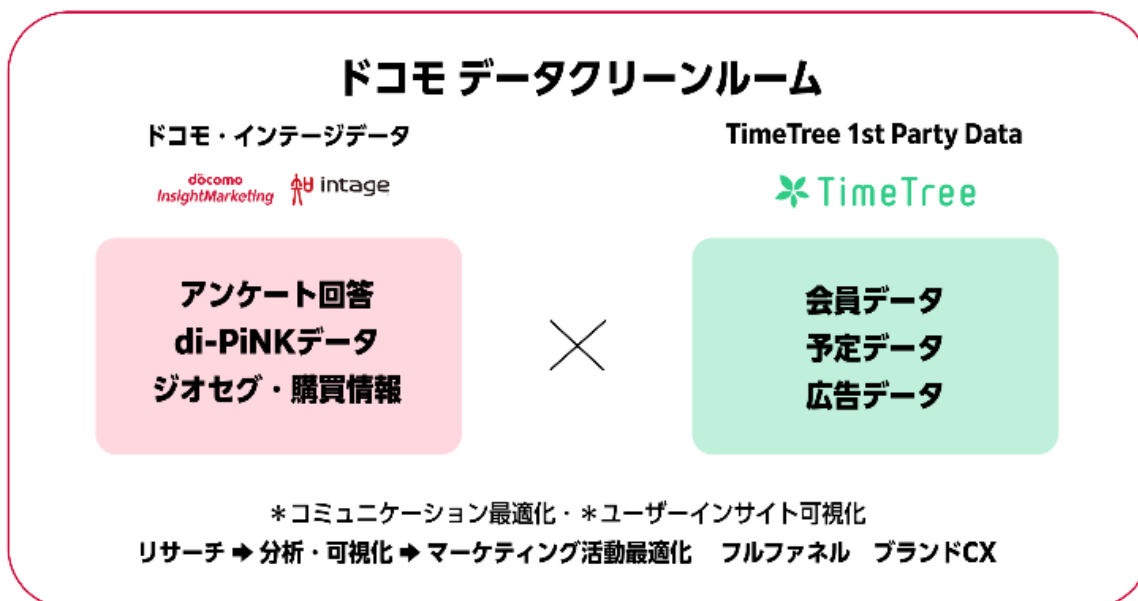
株式会社 TimeTree（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：深川泰斗、以下 TimeTree）と株式会社ドコモ・インサイトマーケティング（本社：東京都豊島区、代表取締役社長：伊丹亨、以下、DIM）と株式会社インテージ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：檜垣歩、以下、インテージ）は、このたび広告配信プラットフォーム「TimeTree Ads」において、インテージと株式会社 NTT ドコモ（以下、ドコモ）が共同で推進するワン ID×フルファネルデータを介したコミュニケーション最適化支援の枠組みで、DIM が提供する「ドコモ データクリーンルーム（以下、ドコモ DCR）」の活用に関する連携を開始しました。

これにより、TimeTree の持つ予定データ（1st Party データ）とドコモおよびインテージが保有する di-PiNK DMP データやアンケート回答データを、プライバシーに配慮したセキュアな環境でかけ合わせ、これまで以上に深いユーザーインサイトに基づく顧客分析が可能になります。

取り組み実施の背景

近年、3rd Party Cookie 規制の強化に伴い、従来多く行われていた 3rd Party Cookie を活用した広告配信や効果測定が難しくなっております。TimeTree ではこれまで、広告配信プラットフォーム「TimeTree Ads」において、グローバルで 6000 万を超えるユーザーが登録する累計 100 億超の予定という 1st Party データを活用し、ライフイベントや実行動に基づくオリジナリティーの高い広告配信を実現してきました。

今回の「ドコモ DCR」活用の取り組みは、TimeTree が保有する「予定データ」と、ドコモが保有する1億を超えるdポイントクラブ会員の属性情報、位置情報などの各種データや、インテージおよびインテージ子会社が保有する「SCI®」「買いログ®(CODE)」「di-PiNK DMP」といった消費者の購買行動分析に強みを持つ各種データを掛け合わせることで、広告主や媒体社に対し、顧客に関する深い洞察を提供可能にするものです。



※プライバシーが保護されたセキュアな環境 ※データの紐づけには個人の特ができない匿名化された項目（突合キー）を使用

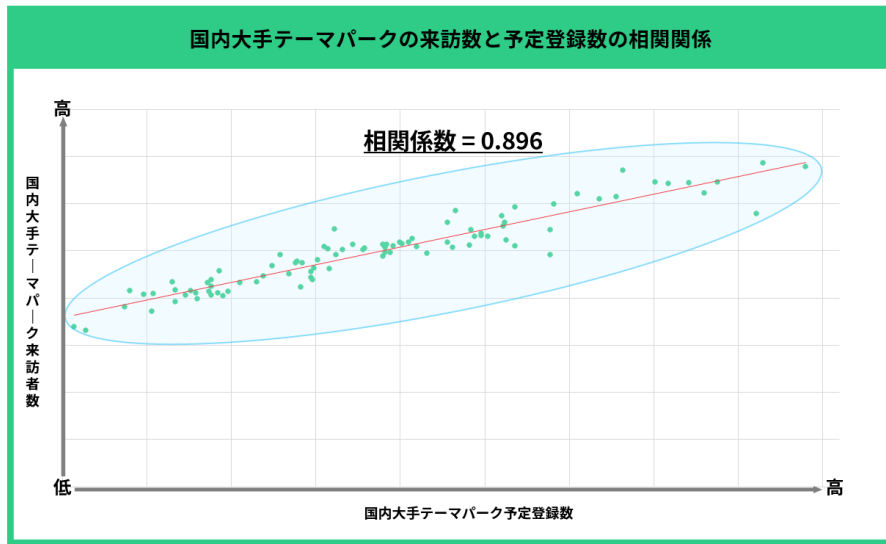
ドコモ DCRとの連携により、例えば TimeTree 内の広告に接触もしくはクリックしたユーザー群を深掘りして広告主の顧客理解を促進したり、TimeTree 内の広告に接触したユーザー群がイベント会場、商業施設といった特定の場所に訪問したかといったデータを分析したりといったことが可能になります。

データの取り扱いについて

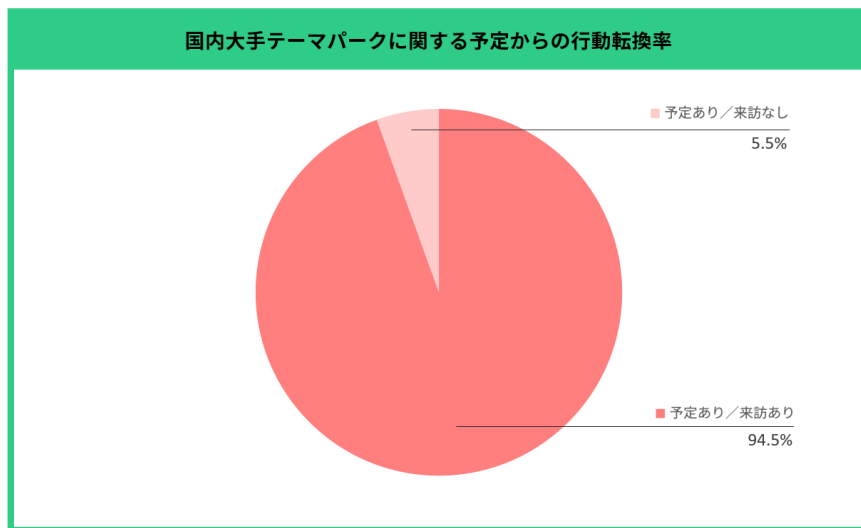
外部企業とのデータ連携にあたっては、TimeTree のプライバシーポリシー (<https://timetreeapp.com/intl/ja/terms/privacy>) に則り、個人情報保護法をはじめとする関係法令を厳格に遵守しております。本取り組みにおけるデータの紐づけは、個人の特ができない匿名化された項目(以下、「突合キー」)を使用しており、ドコモ DCR に対し TimeTree に登録されている予定データ自体の提供は行っておりません。

ドコモ DCR を活用した初期分析により、予定データが生活者の実行動に繋がる重要な指標であることを実証

「TimeTree Ads」においてドコモ DCR を導入し始めるにあたっての初期分析として、TimeTree 内で「国内大手テーマパーク」の予定を登録しているユーザーデータと、ドコモ DCR 上で同テーマパークの位置情報を持つユーザーデータをそれぞれ日別に集計し分析した結果、「予定数」と「来訪者数」の間には相関係数が「0.896」となる高い相関関係が確認されました。



また、予定データが行動にどの程度影響を与えるかを測定するため、TimeTree 内でテーマパークの予定を登録しているユーザーデータとドコモ DCR 上で同所の位置情報を持つユーザーデータを掛け合わせ、予定からの行動転換率の分析も行ったところ、TimeTree 内で同所の予定を登録しているユーザーが実際に同所に足を運んでいた割合は 94.5%となり、予定からの行動転換率はきわめて高くなっていました。



未来の行動を予測するには、これまで過去の「検索」や「閲覧」といったデータを用いることが一般的でしたが、今回の初期分析結果からは「予定データ」が未来の行動と密接な関係にあることが立証されました。

「TimeTree Ads」では今後、ドコモ DCR を活用したさらなる分析を通じて、企業の顧客理解やマーケティング活動に貢献するとともに、予定データという「未来の行動」に密接に結び付いた TimeTree 独自の資産を活用し、広告ソリューションの提供価値を一層高めてまいります。

TimeTree Ads について

TimeTree Ads は、「予定」へのターゲティングとカレンダーサービスならではの UI・UX を活かしたプロモーションを特徴とする広告ソリューションです。

グローバル 6000 万以上のユーザーが利用する「TimeTree」に毎日登録されるさまざまな「予定」。TimeTree Ads はカレンダーサービスならではのデータを活用して、ユーザーのこれからの予定や行動にあわせた最適なターゲティングを実現します。「TimeTree Ads」公式サイト: <https://timetreeapp.com/intl/ja/ads>

ドコモ データクリーンルームについて

「ドコモ データクリーンルーム」は、ドコモが保有する 1 億を超える d ポイントクラブ会員の属性情報や位置情報などの各種データや、インテージおよびインテージ子会社が保有する消費者の購買行動分析に強みを持つ「SCI」や「買いログ (CODE)」などの各種データのうち、顧客から必要な同意を得られているデータを活用し、クライアント企業自身でドコモ データやインテージデータを掛け合わせて顧客データを分析することができる SaaS サービスです。ドコモが発表(※)したプロファイリングデータを含めた搭載データの拡充、非分析者でも簡単に活用可能な簡易分析ツールの提供などを予定しています。※https://www.docomo.ne.jp/binary/pdf/info/news_release/topics_250120_00.pdf

【株式会社 TimeTree】

所在地：東京都新宿区西新宿 6-6-3 新宿国際ビルディング新館 503

代表者：代表取締役社長 深川 泰斗

営業開始日：2014 年 9 月 1 日

URL：<https://timetreeapp.com/intl/ja>

主な事業内容：株式会社 TimeTree は「誘おうをつくる」をミッションにかかげ、世の中の人々のよりスムーズな予定管理を可能にするためにカレンダーシェアアプリ「TimeTree」を開発運営しています。

カレンダーシェアアプリ「TimeTree」は、共有とコミュニケーションを前提にしたカレンダーサービスです。家族、パートナー、サークル、職場など複数人数の予定共有が簡単にできて、目的に応じたカレンダーを複数つくることができます。2015 年 3 月 24 日よりサービスの提供を開始、2024 年 10 月には全世界で登録ユーザー数が 6,000 万を突破しました。「スマホの中の壁掛けカレンダー」として、ユーザーのみなさまの毎日の生活の中で幅広くご利用いただいています。

【株式会社ドコモ・インサイトマーケティング】

所在地：東京都豊島区東池袋一丁目 18 番 1 号 Hareza Tower 17 階

代表者：代表取締役社長 伊丹 亨

営業開始日：2012 年 4 月 2 日

URL：<https://www.dcm-im.com>

主な事業内容：ドコモ・インサイトマーケティングは、株式会社 NTT ドコモと株式会社インテージホールディングスのジョイントベンチャーとして設立され、ドコモの携帯電話ネットワークのしくみを活用し、人流把握を行う人口統計情報「モバイル空間統計」や、顧客基盤や行動データなどのドコモが保有するデータとインテージのリサーチデータなどを統合して利用できるプラットフォーム「di-PiNK」、見込み顧客蓄積型プロモーションパッケージサービス「di-SCHOP」、自社データを外部に出すことなくドコモ、インテージのデータと掛け合わせた顧客分析を可能にする「ドコモ データクリーンルーム」など、両社の長を活かした独自のマーケティングサービスを提供しています。データから新しい価値を生み出し、データので生活者一人ひとりを幸せにし、より豊かな社会の実現に貢献していきます。

【株式会社インテージ】

所在地：東京都千代田区神田練堀町 3 番地インテージ秋葉原ビル

代表者：代表取締役社長 檜垣 歩

営業開始日：1960 年 3 月 2 日設立

URL：<https://www.intage.co.jp/>

主な事業内容：株式会社インテージは 1960 年に創業。インテージグループとしてアジア No.1*であるマーケティングリサーチ/インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9 か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとし“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用の高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。

*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2024」に基づく(グループ連結売上高ベース)

***** 使用されている用語に関する注釈 *****

※ データクリーンルームとは、プライバシーに配慮したセキュアな環境で、パートナー企業が保有する顧客データの分析ができるクラウド環境のことをさします。

※ 本サービスにより得られる分析結果はあくまで統計情報に限られ、分析結果から直接特定の個人を識別することはできません。

※ 位置情報については、利用に関する同意をいただいているお客さまのデータのみ使用します。同意の状態はパーソナルデータダッシュボードでご確認いただけます。また、位置情報そのものを本サービス上で提供するものではなく、趣味嗜好等、マーケティングに有用なデータに変換してご提供いたします。

※ 「SCI」とは、インテージが提供する、全国 15 歳～79 歳の男女 53,600 人の消費者から継続的に収集している日々の買い物データです。食品、飲料、日用雑貨品、化粧品、医薬品、タバコなど、バーコードが付与された商品について、「誰が・いつ・どこで・何を・いくつ・いくらで、購入したのか」という消費者の購買状況を知ることができます。

<https://www.intage.co.jp/service/platform/sci/>

※ 「買い物ログ(CODE)」とは、インテージ子会社の株式会社リサーチ・アンド・イノベーションが提供する、買い物情報や商品評価情報が登録できるスマホアプリです。「買い物ログ(CODE)」の購買データは、レシートとバーコード単位で捉えられ、買い物登録 MAU31 万人、月間 4,400 万件のお買い物情報や累計 1.1 億件の商品評価情報を保持します。

<https://code.r-n-i.jp/>

【本件に関するお問い合わせ先】

■株式会社 TimeTree マーケティングソリューション本部

MAIL: ads@timetreeapp.com

■株式会社ドコモ・インサイトマーケティング

MAIL: data-clean-room@ml.dcm-im.com (担当: 森・牟田)

■株式会社インテージ

マーケティングソリューション本部 データアライアンス室

MAIL: data-alliance@intage.com

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社 TimeTree 広報担当: 西尾

MAIL: pr@timetreeapp.com

■株式会社ドコモ・インサイトマーケティング

MAIL: data-clean-room@ml.dcm-im.com (担当: 森・牟田)

■株式会社インテージ 広報担当: 水口(みずぐち) / 下河原(しもがわら)

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>