

リアル世界の行動傾向が似ている潜在顧客にアプローチできる  
「類似行動オーディエンス広告」を提供開始  
～人流ビッグデータを解析し、類似する行動傾向を持つ  
広告配信対象者グループにアプローチが可能。  
「Location Ad 2.0」のラインナップを拡充～

クロスロケーションズ株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：小尾一介。以下、当社）は、独自開発の位置情報ビッグデータ解析エンジン「Location Engine™」の機能を利用した次世代の「位置情報マーケティングサービス（Location Marketing Platform、以下 LMP）」を提供していますが、そのサービスにおいて提供されている「Location Ad 2.0（注 1）」のラインナップに、資本業務提携先の Near 社（本社：シンガポール）が開発した、人々のリアル世界での行動傾向を分析し、類似した行動傾向のオーディエンス（注 2）を構築する「類似行動オーディエンス（Act Alike）」を活用した広告配信を加えました。このオーディエンスは Near 社の「Allspark（注 3）」で人流ビッグデータを独自の機械学習のアルゴリズムを用いて構築され、クロスロケーションズが広告主向けに提供している「リアル人流 DMP（注 4）」や、スマホ向広告配信サービスで活用することができます。

# 類似行動オーディエンス

実世界の行動パターンでオーディエンスを構築

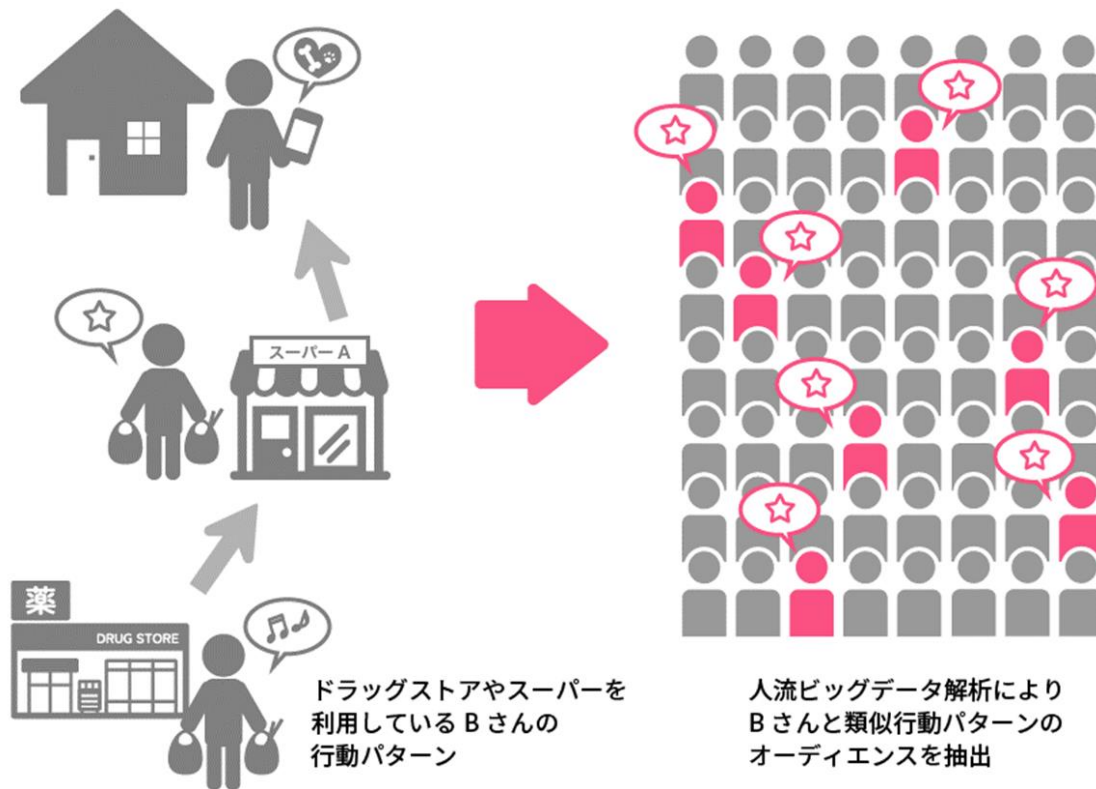


図 1. 「類似行動オーディエンス (Act Alike)」

## 現在のウェブ広告、位置情報広告の課題

現在のインターネット広告においては、ウェブサイトの訪問履歴やコンテンツの閲覧履歴などをベースにユーザーの行動を分類し、オーディエンスの構築を行うことが主流です。もちろん、このウェブベースでのオーディエンスは、リアル世界での行動様式を取り込むことができず、訴求する商品やサービスの内容によっては、十分でないこともあります。例えばスポーツブランドがサッカーのスパイクを EC サイトで販売する場合、実際にサッカーをプレイしているオーディエンスに広告を配信することが効率的だと思えます。

ウェブサイトの行動履歴に基づいた広告配信では、サッカーの記事を見ている人や自社サイトで関連する商品などを閲覧した人に広告を配信することになります。しかしこの場合、サッカー観戦が趣味のユーザーや、ファッションとしてスポーツブランドを購入している層が可能性として含まれることになります。今までも、スマートフォンアプリから取得されるユーザーの承諾を得た位置情報を活用し、サッカー場にいたユーザーでオーディエンスは構築可能でした。この場合ユーザーの数は位置情報が取得できるスマートフォンアプリがサッカー場で利用される確率などにも左右され、構築できるオーディエンスのボリュームが小さくなるという問題がありました。また、飲食業や流通小売業の企業様においても、店舗あるいは店舗周辺によく来訪するユーザーにセール情報などを届ける為に位置情報広告が活用されてきました。その場合においても、店舗での位置情報の履歴はないが、実際に来訪しているユーザーに対しての配信に課題がありました。

## 類似行動オーディエンスによる課題解決

「類似行動オーディエンス」はこれらの課題を解決します。店舗やサッカー場、ゴルフ場等趣味嗜好を表す場所などデータを収集したい箇所を「リアル人流 DMP」に登録します。「リアル人流 DMP」は Near 社の「Allspark」と連携されております。「Allspark」は機械学習や AI により日本国内で 6,000 万にもおよぶオーディエンスデータの行動パターンを分析し、登録された場所に来訪したユーザーと類似するオーディエンスを膨大な人流データの中から抽出します。拡張されたオーディエンスは「リアル人流 DMP」と連携したクロスロケーションズ社の各種広告配信サービスで配信が可能です。いままで困難だったリアル世界での行動分析を基にした潜在顧客へのアプローチを、高額なデータ分析費用やインフラ構築費用の負担なしに手軽な費用で自社のマーケティング、CRM 活動に取り込むことができるようになります。

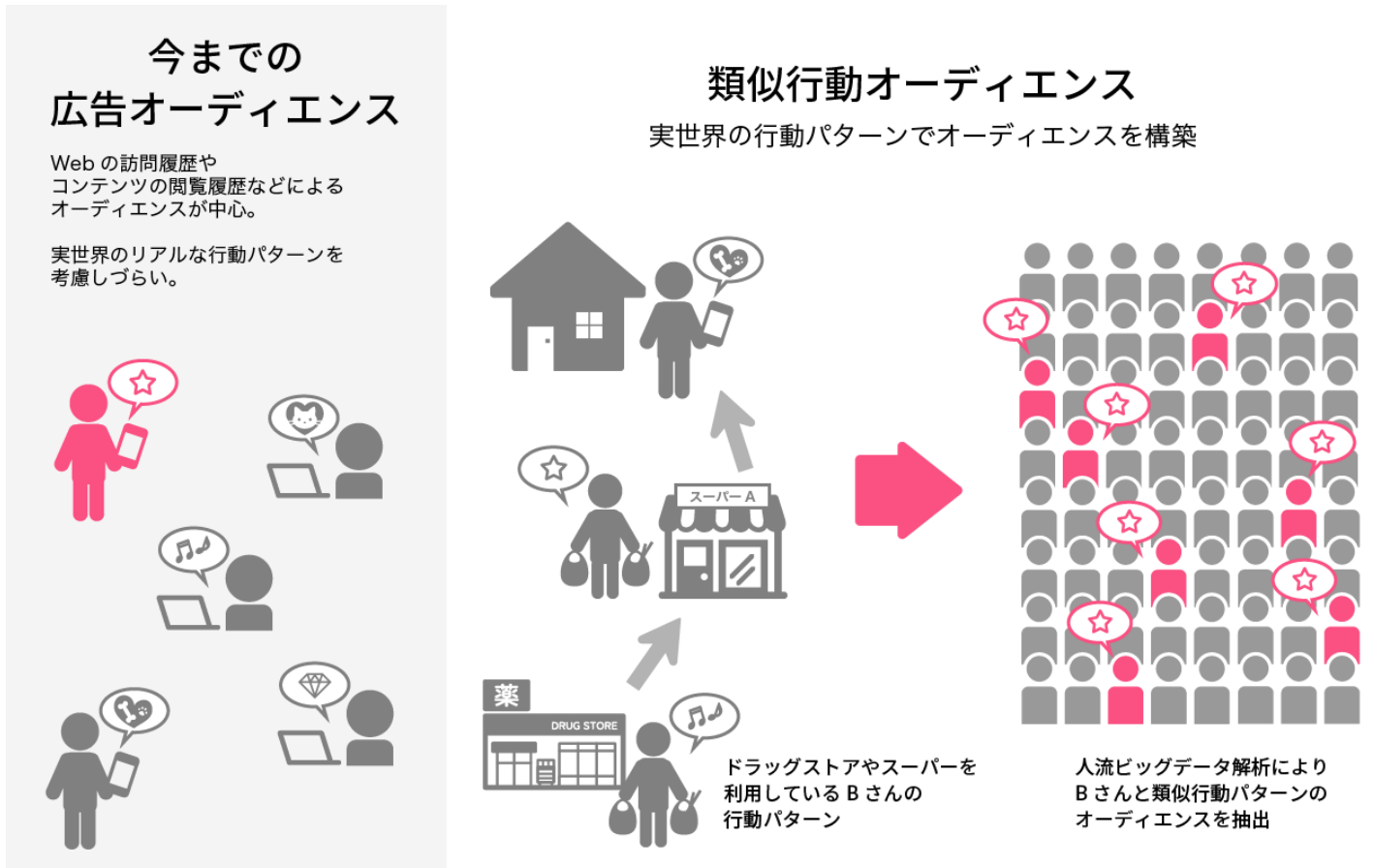


図 2. これまでのウェブ配信、位置情報広告と類似行動オーディエンスの差

## 活用イメージと効果

### 1. EC サイトへの新規ユーザー誘導

ゴルフ場にいたユーザーにゴルフ関連商品を訴求など、実行動とネット上の購買行動に関連性があるようなオーディエンスに広告配信を行い、サイトへの新規流入を促す。類似行動オーディエンスを活用することで、多くの潜在顧客とコミュニケーションが可能に。

## 2.ブランドの認知向上キャンペーン

スポーツジムあるいはその周辺によく出現するオーディエンスにサプリメントを訴求など、ターゲットとなるオーディエンスの実世界の行動様式に合わせたキャンペーンを実施し、ブランドの認知度向上や製品への興味関心度を高める。

## 3.店舗の潜在的優良顧客にアプローチと CRM 会員化

スーパーや飲食店などに来訪したオーディエンスデータを基に類似行動オーディエンスを構築し来店促進や CRM の会員化のための広告を配信する。店舗に来訪したが位置情報の履歴のない潜在顧客にアプローチすることで、競合への離反を防ぎ自社店舗の収益を向上させる。

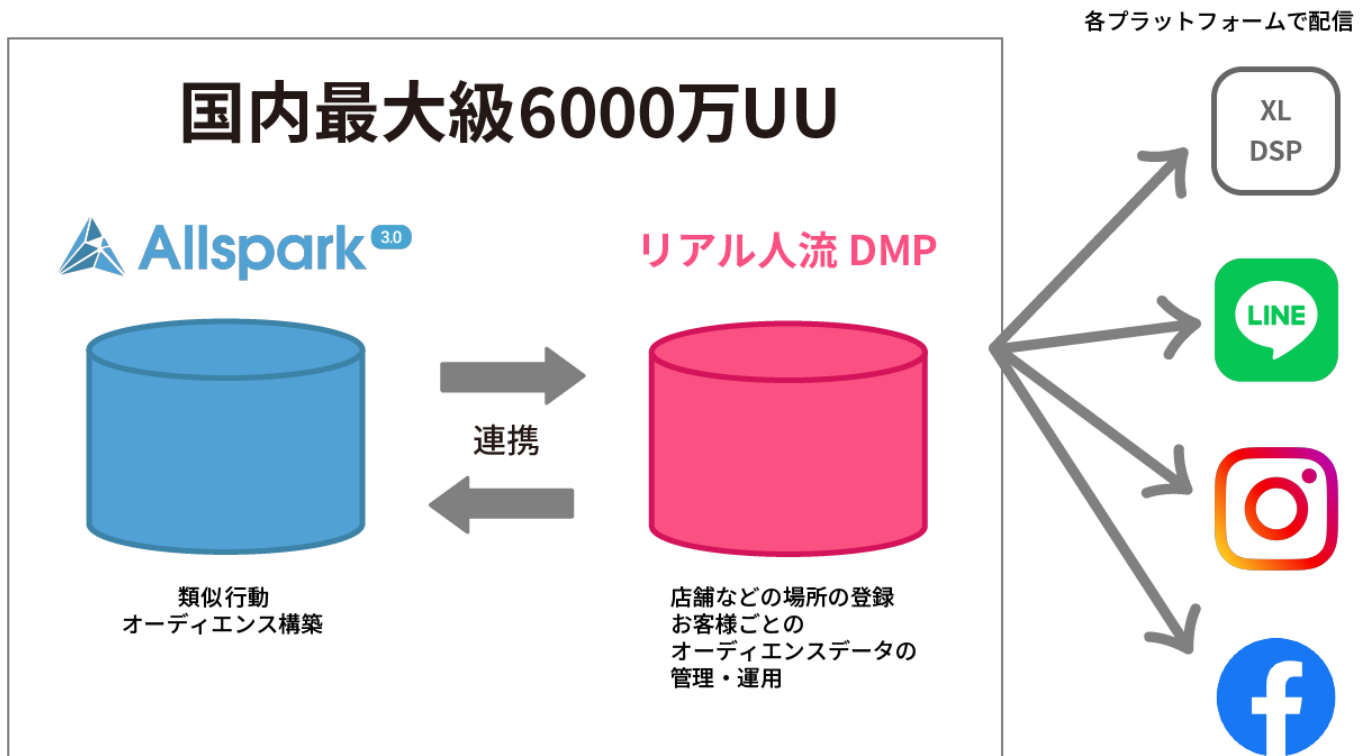


図 3. 「リアル人流 DMP」、「Allspark」とクロスロケーションズ社の広告配信の連携イメージ

### ご利用の方法と提供金額

#### 1. キャンペーン単位での利用の場合

新製品発売や販促強化月間など特定期間のキャンペーンでの類似行動オーディエンス広告配信となります。最低出稿金額 55 万円（税込）から

#### 2. 「リアル人流 DMP」で継続してデータを蓄積する場合

キャンペーン期間のみではなく、契約期間に応じて店舗来訪者などのデータを蓄積し、同一のオーディエンスに適切な間隔で繰り返しコミュニケーションができます。会員化されていないリピート顧客に継続して CRM 会員化のアプローチが可能になります。

月額基本料金 22 万円（税込）から

注）キャンペーン実施時は別途広告配信費用が必要になります。

【本サービスに関するお問い合わせはこちら】

<https://www.x-locations.com/contact/>

クロスロケーションズでは、今後も位置情報ビッグデータの解析を通じて、地域の人々の生活に役立つサービスをサポートできるよう、開発を進めてまいります。

なお、当社のデータの取り扱いについては下記のリンクをご覧ください。

<https://www.x-locations.com/news/20200624/>

#### 注1) 「Location Ad 2.0) について

従来のスマホ向け位置情報データ（スマホの緯度経度情報）広告は「ジオ・ターゲティング広告」と呼ばれ、広告配信対象となるスマホのシンプルな緯度経度情報を利用したものでした。位置情報ビッグデータの AI による分析システム（当社の「Location Engine™」）の開発が進み、単純な「スマホの位置（緯度経度）」から、分析データによってより詳しい消費者の「リアル世界での推定居住地や行動傾向」を把握したり、見える化が可能となりました。このリアル世界での行動傾向データをスマホ広告配信に利用した次世代の位置情報広告サービスメニュー（当社「リアル人流 DMP」や「類似行動オーディエンス広告」など）を「Location Ad 2.0」と呼んでいます。

#### 注2) オーディエンスについて

オーディエンス (audience) は日本語で「聴衆」や「観客」という意味を持ち、Web 広告を配信する際のターゲットのことを指します。例えば、天然水の広告を配信する際、Web ページ来訪者の訪問履歴データや、購買履歴、閲覧商品などを基にこのオーディエンスを構築します。この場合は天然水のページをみた来訪者や実際に購買した履歴のあるユーザーに天然水の広告を出すことになります。

#### 注3) 「Allspark」について

「Allspark」は、AI を活用したオーディエンス構築およびターゲティングソリューションであり、マーケターがターゲットオーディエンスの実世界の訪問履歴、年齢、性別、その他の予め用意された属性に基づいてオーダーメイドのオーディエンスセグメントを作成するのに役立ちます。「Allspark」のターゲティング機能により、マーケターは、Near のデマンドサイドプラットフォームである「Engage」を使用して、

「Allspark」内からキャンペーンを実施できます。「Allspark」のオーディエンスインサイトツールは、ターゲットオーディエンスの人口統計、行動プロファイル、デバイスミックスなどを明らかにし、マーケターはキャンペーンを最適化して ROI を向上させることができます。

#### 注4) 「リアル人流 DMP」について

クロスロケーションズの Location Engine™ や、Near 社の Allspark と連携し、個別企業・広告主の要望に応じて店舗や特定の場所に訪問した ID や類似した行動様式の ID を蓄積するデータベースを構築します。こ

の「リアル人流 DMP」に蓄積した ID を潜在的な CRM 会員として、キャンペーン 1 回限りではなく継続して DSP や SNS を通じたコミュニケーションをすることができます

## 【Near 社について】

データインテリジェンスの世界的リーダーである Near は、人、場所、製品に関するデータを収集し構築されたデータインテリジェンスの基となる世界最大のソースを、それらのプライバシーを守りながら提供しています。Near は、44 か国の 16 億人を超える月間ユーザーからのデータを処理し、マーケティングやデータ分析の責任者たちがマーケティング活動を行う上で、オーディエンスを理解し、ターゲットを絞りリーチし、最適化を行いビジネスに成果を出すことを実現し、自身の戦略に確信が持てるようにします。

Near は、シンガポール、ロサンゼルス、ニューヨーク、ロンドン、パリ、バンガロール、東京、シドニーにオフィスを構え、小売、CPG、不動産、レストラン、観光、テクノロジー、マーケティング、その他の業界の主要ブランドにサービスを提供しています。詳細については、[www.near.com](http://www.near.com) をご覧ください。

※Near 社はプライバシーを重視したサービスの設計と運用を行っており、同社が取り扱うデータはエンドユーザーの了承を得たものであり、かつ完全に匿名化されています。

## 【クロスロケーションズ株式会社について】

「多種多様な位置情報や空間情報を意味のある形で結合・解析・視覚化し、誰でも活用できるようにすること」をミッションとしています。位置情報ビッグデータを AI が解析・視覚化する独自技術である「Location Engine™」の開発と、それをビジネスに生かすプラットフォームである「Location AI Platform®」の開発・提供により、「ロケーションテック」を推進しています。

社名：クロスロケーションズ株式会社

URL：<https://www.x-locations.com>

代表者：代表取締役 小尾 一介

所在地：〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南 1-2-9 小林ビル 6F

事業内容：位置情報ビッグデータ解析エンジン「Location Engine™」の開発

ビジネス活用クラウド型プラットフォーム「Location AI Platform®」の開発・提供

次世代の位置情報マーケティングサービス「Location Marketing Platform」の提供



---

【本件に関するお問い合わせ先】

TEL 03-5734-1666, Email [pr@x-locations.com](mailto:pr@x-locations.com)

クロスロケーションズ株式会社 広報担当