

2021年3月10日

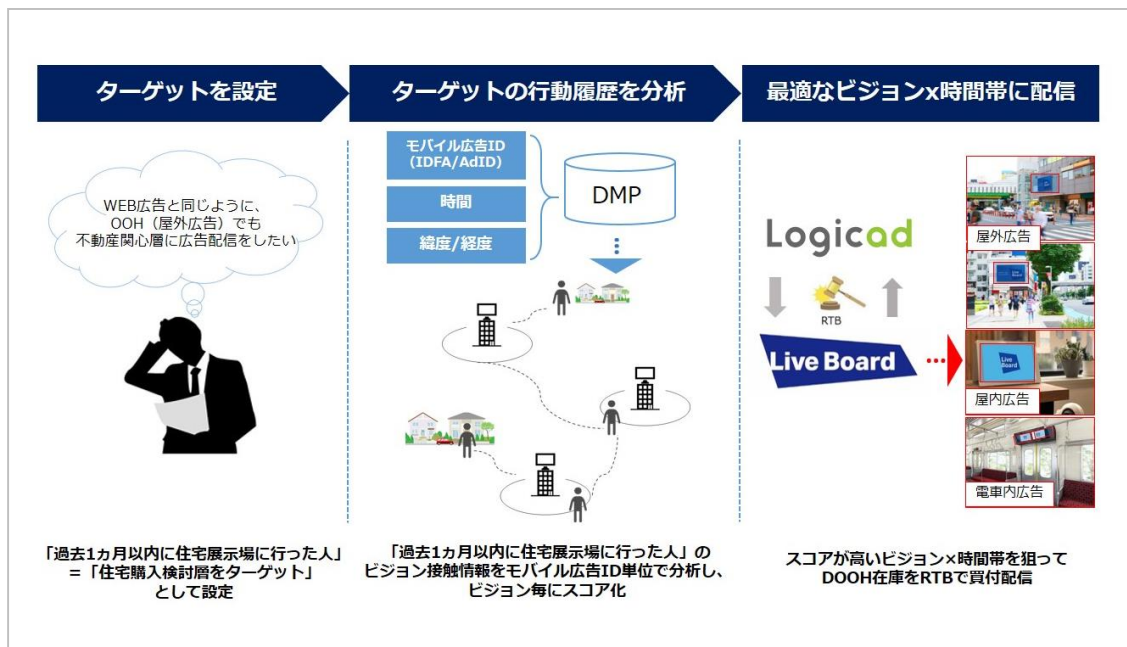
SMN 株式会社

「Logicad DOOH」、新たなメニューとして 「インタレストターゲティング」を開始 ～国内 DSP としては初めて、人の行動を起点にした興味・関心層 への配信を実現～

SMN 株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：石井 隆一、以下 SMN）は、提供する DOOH（Digital Out Of Home/*1）向け広告配信サービス、「Logicad DOOH」において、新メニュー「インタレストターゲティング」を 3 月 10 日より開始いたします。

「インタレストターゲティング」は、行動データをもとに、特定の 카테고리へ興味・関心がある人に向けて DOOH 広告を配信するターゲティングメニューになります。具体的には、広告主が選択したターゲット（カテゴリー）に対して、モバイルデバイスの広告 ID（IDFA/AdID）単位で蓄積された過去の行動データをもとに、ビジョン毎の接触機会（興味・関心がある人が「いつ」、「どこ」に居たのか）をスコア分析し、興味・関心スコアが高いビジョンと時間帯を狙って DOOH 広告を配信するものです。

■ イメージ図 「インタレストターゲティング」の配信例



（※広告画像出典：LIVE BOARD 社プレスリリース）

「Logicad DOOH」は、既存メニューとして、ビジョンを視認した計測データをもとに性別、年代、エリアを選定する「デモグラフィックターゲティング」をはじめ、天候に応じた配信を行う「ウェザーターゲティング」を提

供してまいりました。今回、「インタレストターゲティング」の拡充により、人の行動を起点とした興味・関心層の抽出が可能となり、「Logicad DOOH」は「枠から人」への配信精度が更に強化されました。

「Logicad DOOH」は、「LIVE BOARD マーケットプレイス」(*2)との連携により、DOOH 向けビジョンを対象とした広告配信の一元的な管理が可能になります。「LIVE BOARD マーケットプレイス」は、現在 726 面(2021 年 2 月末現在)の DOOH 向けビジョンをネットワーク化し、広告配信を行っています。今後も屋内広告(交通機関、リテール向け店舗、駅内コンコースなど)での利用を含めた様々な分野へ展開を予定しています。

また、株式会社 NTT ドコモの携帯電話ネットワーク運用データを基にした人口統計「モバイル空間統計[®]」などのデータを活用した広告視認数の計測のほか、計測データに基づいたターゲティング、時間帯を指定した配信を実施することができます(※個別のビジョンへの指定配信は不可)。その他、天気、気温をはじめとした外部データと連動し、状況に応じたクリエイティブの配信も併せて行えます。

SMN は、今後も多様化する広告配信の要望に対し、提供する各サービスを通じて積極的にサポートをしていくことで、企業のデジタルマーケティングの最適化を支援します。

*1 DOOH (Digital Out of Home)

交通広告、屋外広告およびリテールショップなどに設置されたデジタルサイネージを活用した広告媒体を指します。OOH は、交通広告や屋外広告など、家庭以外の場所で接触する広告媒体の総称。

*2 「LIVE BOARD マーケットプレイス」

株式会社 LIVE BOARD が取り扱っている様々なデジタル OOH 広告枠の総称。

■ SMN 株式会社 < <https://www.so-netmedia.jp/> >

2000 年 3 月に設立。ソニーグループで培った技術力をベースに、マーケティングテクノロジー事業を展開しています。「技術力による、顧客のマーケティング課題の解決」を実現するため、ビッグデータ処理と人工知能のテクノロジーを連携し進化を続けています。現在、DSP「Logicad」、マーケティング AI プラットフォーム「VALIS-Cockpit」、実店舗事業者向けマーケティングプラットフォーム「Marketing Touch」のほか、テレビ視聴データ広告配信サービス「TVBridge」を新たに提供するなど、マーケティングに関する様々な課題解決を実現しています。

※記載されている会社名、団体名、商品名、サービス名は各社、各団体の商標または登録商標です。

<本件に関する問い合わせ先>

SMN 株式会社

コーポレートカルチャー & リレーション推進課 広報担当：渡部

TEL: 080-1378-3157 / E-Mail: pr@so-netmedia.jp