

News Release

2020年9月7日

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社

グリッドデータバンク・ラボ有限責任事業組合

DAC とグリッドデータバンク・ラボ、電力使用量データを元にした実証実験を実施

～ポスト Cookie 時代に対応、広告配信精度の向上を目的にスマートメーター統計データを活用～

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 CEO：島田雅也、以下 DAC）と電力データを活用した社会課題解決や産業の発展を目指すグリッドデータバンク・ラボ有限責任事業組合（所在地：東京都千代田区、代表職務執行者：三野 治紀、以下グリッドデータバンク・ラボ）は、エリアターゲティング広告の配信精度向上を目的に、30分単位の電力使用量を連続的に取得できるスマートメーター（※1）統計データを用いた実証実験を実施しました。スマートメーター統計データの広告配信への活用は、本取り組みが国内初の事例となります。また、本取り組みは DAC が取り組んでいるポスト Cookie 時代への対応（※2）の一環でもあります。

エリアターゲティング広告を効果的に行うには、エリア別の顧客特性を把握し、配信する広告に関心のある顧客が多く住むと推測されるエリアに対して、選択的に配信することが重要です。現在、エリアターゲティングを実施する際には、エリア別の世帯数や世帯構成比率等を把握するために、国勢調査等の公開情報を用いることが一般的です。しかし国勢調査が実施されるのは5年に1回であることから、情報鮮度の面でより良い手段が望まれていました。

スマートメーターは、国の「エネルギー基本計画」に基づき、全国の全世帯・全事業所に導入が志向されており、各電力会社が管轄区域で導入を推進しています。2024年度末までに約8,000万台が導入される予定となっており、貴重なビッグデータになると期待されています。

スマートメーター8,000万台の電力使用量をもとにした 新たなビッグデータ

電力使用量を30分単位で把握

従来は月1回の検針により1か月間の
総使用量を計測



スマートメーター

全世帯・全事業所に導入予定

2024年度末までに全国の
全世帯・全事業所に導入予定
各電力会社が管轄区域で
導入を推進



スマートメーターから得られるデータは各世帯・各事業所固有のデータであるため、その利活用にあたっては、個人情報の保護に配慮する必要があります。本実証実験では、個人を識別できないようにエリア単位で統計加工されたスマートメーター統計データを活用することで、エリア別の顧客特性を高い鮮度で把握することを目指しました。

【実証実験概要】

■目的

エリアターゲティング広告配信における、スマートメーター統計データの有効性検証

■実施期間/エリア

- ・期間：2020年3月1日～3月31日
- ・エリア：関東エリア
- ・配信広告：埼玉県内の分譲マンションの資料請求およびモデルルーム来場訴求

■プロセス

- ①：スマートメーター統計データとDMP「AudienceOne[®]」(※3) エリアターゲティングデータとを連携
- ②：スマートメーター統計データからエリア特性(下記、図内参照)を用いたクラスタを生成
- ③：本実証実験の広告主企業(業種：分譲マンション)により、CTR(※4)向上が見込めそうなクラスタを選定
- ④：③で選定したクラスタのうち、実験対象エリアに含まれるクラスタへDSP「MarketOne[®]」(※5)でターゲティング配信を行い、配信結果を検証



■結果

実際に広告を配信して検証した結果、選定クラスタを使用した方が、しなかった場合と比べて広告効果が向上した。これにより、エリアターゲティング広告の配信におけるスマートメーター統計データの有効性が確認された。

DAC ならびにグリッドデータバンク・ラボは、本実証実験で得られた結果を活用し、企業と生活者が円滑なコミュニケーションを実施できる環境を整えるべく、今後も、積極的に多様なデータを活用したソリューション開発および強化に取り組んでまいります。

(※1)通信機能を備えた電力メーターで、30分単位の電力使用量を取得することができます。スマートメーターの設置は電力会社10社によって進められており、2024年度末までに全世帯・全事業所への導入が完了する予定です。

(※2)2020年6月24日リリース：DACの「AudienceOne[®]」、ポストCookie時代に対応するデータ活用機能を強化
https://www.dac.co.jp/press/2020/20200624_aone_postcookie

(※3)広告配信結果、ソーシャルメディア、提携企業の3rdパーティデータなどを収集・解析し、見込顧客の発見や既存顧客のロイヤルカスタマー化など様々なマーケティング施策に活用できる、データ・マネジメント・プラットフォームです。収集したオーディエンスデータをもとに、多様なセグメントを作成することができ、さらにセグメントのデモグラフィック情報や、流入キーワードと掛け合わせた分析

を行うことが可能です。 <https://solutions.dac.co.jp/audienceone>

(※4) Click Through Rate の略で、日本語ではクリック率やクリックスルー率と呼ばれます。インターネット広告や自然検索で使われる指標です。

(※5) DAC の連結子会社である株式会社プラットフォーム・ワンが提供する DSP。RTB(リアルタイムビidding)取引を行う広告主が 2,000 社を超える、日本国内最大級の DSP です。 <https://marketone.jp/support/>

以 上

<会社概要>

■ デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 <https://www.dac.co.jp/>

DAC は、インターネット広告の黎明期にあたる 1996 年にメディアレップとして設立されて以来、市場の形成と業界の成長を牽引し、情報や生活のデジタル化とともに事業を拡大、発展させてきました。現在は、デジタルマーケティングにおける広告を基点としたさまざまなサービスを国内外で展開しています。

媒体社と広告会社などのパートナーとして双方に向けたシームレスなサービスを提供。広告枠の仕入れ・販売、コンサルテーションからプランニング、運用、結果の解析までをトータルに支援する広告取引関連サービス、メディアの特性を活かしたクリエイティブ制作、豊富なデータと高度なテクノロジーを掛け合わせたソリューション開発・提供や、グローバルなプロモーション支援などを行っています。

"Empowering the digital future" というブランドスローガンのもと、これからのマーケティングのあり方を追求し、新たな事業を生むイノベーションの創出をリードしていきます。

代表者 : 代表取締役社長 CEO 島田 雅也
本社所在地 : 東京都渋谷区恵比寿 4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー
設立 : 1996 年 12 月
事業内容 : メディアサービス事業、ソリューションサービス事業、オペレーションサービス事業

■ グリッドデータバンク・ラボ有限責任事業組合 <https://www.gdb-lab.jp/>

グリッドデータバンク・ラボ (2018 年 11 月設立) は、全国の電力会社が設置するスマートメーターをはじめとする電力データを活用し、社会課題の解決や産業の発展に貢献すべく、その社会実装に向けたユースケース実証や政策提言を行う組織です。

東京電力パワーグリッド株式会社、関西電力送配電株式会社、中部電力株式会社、株式会社 N T T データが組合員となり、130 を超える会員 (企業・団体) と共に運営されています。

電力使用量を 30 分単位で把握できるスマートメーター等から得られる電力データと各企業が提供するデータを組み合わせ、さまざまな活用事例の検討・共有を行っています。

代表者 : 代表職務執行者 三野 治紀
本社所在地 : 東京都千代田区一番町 13-1 新半蔵門ビル 1 階
設立 : 2018 年 11 月

本件についてのお問い合わせ先

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社
戦略統括本部広報担当 E-mail : ir_inf@dac.co.jp

グリッドデータバンク・ラボ有限責任事業組合
E-mail : support@gdb-lab.jp