



*e-marketing company*

# データベース事業とBigData

# データベース事業 最新実績

## データベース事業の動向



	11Q1	11Q2	11Q3	11Q4	12Q1	11Q1対比	11Q4対比
売上高	354	390	411	479	636	+79.5%	+32.7%
営業利益	25	38	-9	0	56	+118.5%	-










### 【オプト】

- ・マーケティングデータベース分析事業、売上好調
- ・蓄積したデータベースを活用し、広告・ソリューション領域との連携強まる
- ・CCCとの協業による売上が増加

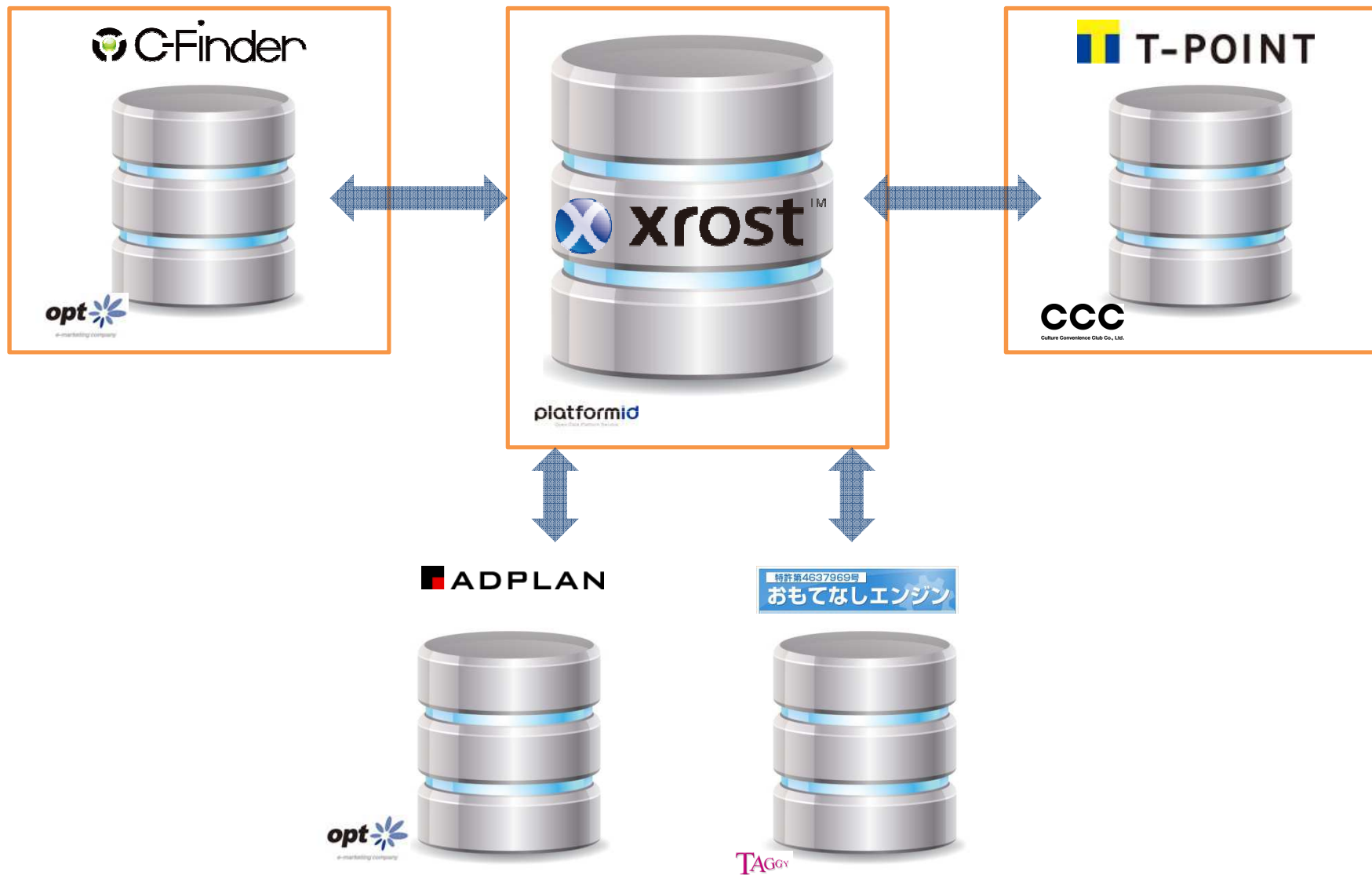
### 【子会社】

- ・Platform IDの売上順調、利益貢献フェーズへ
- ・Platform ID、リアル×ネットのXrostシリーズサービスイン
- ・ホットリンク、ソーシャルメディアのビックデータのAPI提供開始

# データベース事業領域 グループ各社とサービス

企業名	サービスブランド	サービス内容
		<p>延べ2500アカウントに導入実績がある、広告効果測定システムおよびサイト内解析システム。ADPLANのcookie IDとXrostのcookie IDは予め連携されており、広告主siteに訪問したuserをXrostの保有するアドネットワークで配信可能。(Xrost Re-targeting)</p>
		<p>1万人のシングルソースアンケートモニターから、ネットの閲覧生ログを収集し、アンケート回答内容とユーザーの行動双方を分析することにより、企業のマーケティング課題の提案・改善などを行う分析サービス。</p>
		<p>ネット上の行動履歴を複数の媒体社(マーケティングパートナー)と提携し収集。1.4億ユニークブラウザのcookieデータを蓄積し、ターゲティング広告や、マーケティング分析(Xrost INSIGHT)に活用している。</p>
		<p>日本最大の共通ポイントサービスTポイントを利用する会員は4000万人(ユニーク・アクティブ会員)を超える。アライアンス企業数は87社約46,000店舗におよぶ。Platform IDは、CCCとの合併会社。</p>
		<p>ネット上のコンテンツ内容をクローリングして、ページ単位でセマンティック解析を行うエンジン。Xrostにもこの技術を提供し、ネットユーザーを130のクラスターに自動分類している。</p>

# オプトグループの【BigData】全体図



# データベースの相関イメージ図(概念)

■ ADPLAN

延べ2500アカウント利用

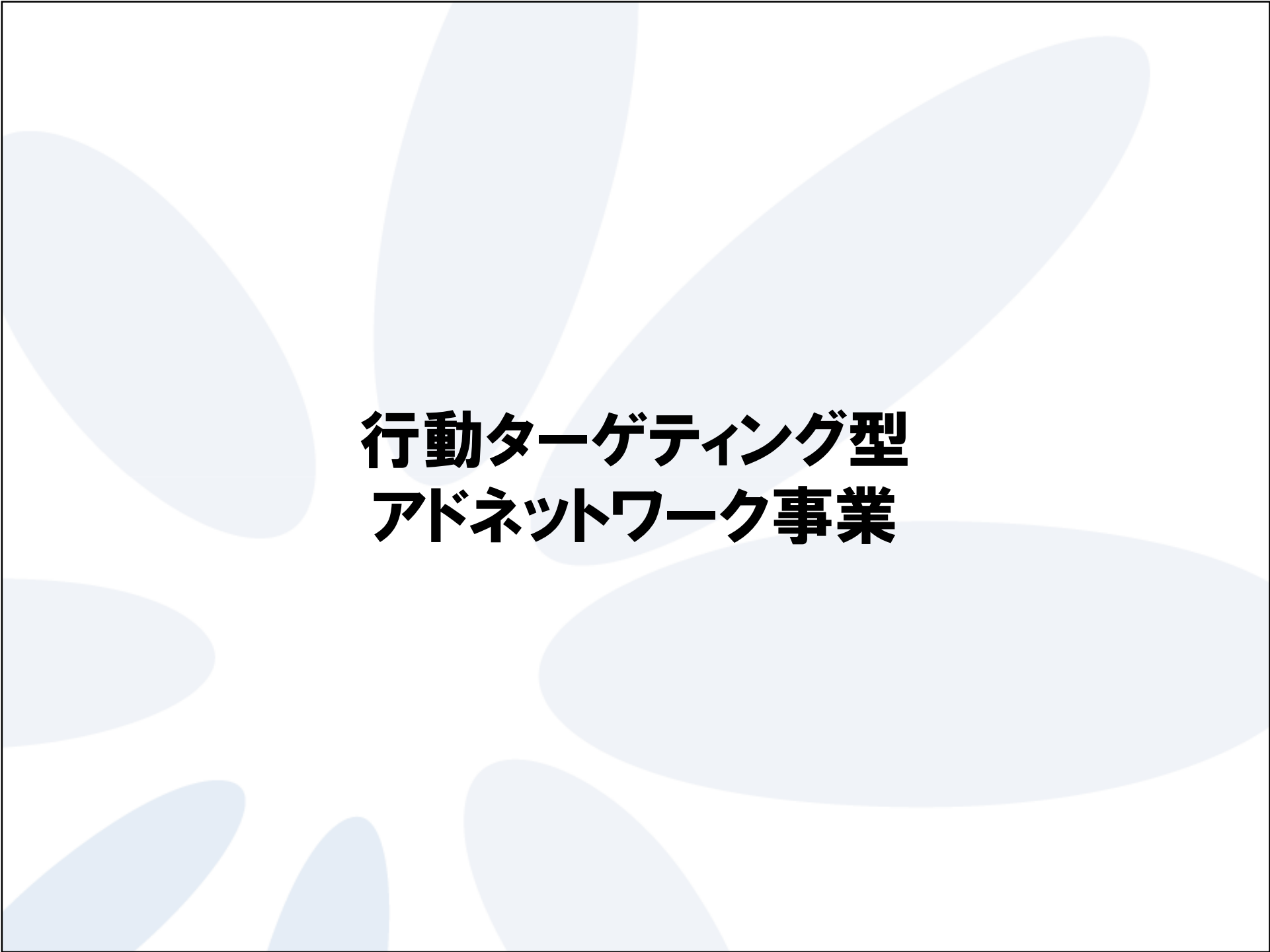
 Xrost™  
1.4億UB

 C-Finder  
1万人モニター

 T-POINT  
4,000万人

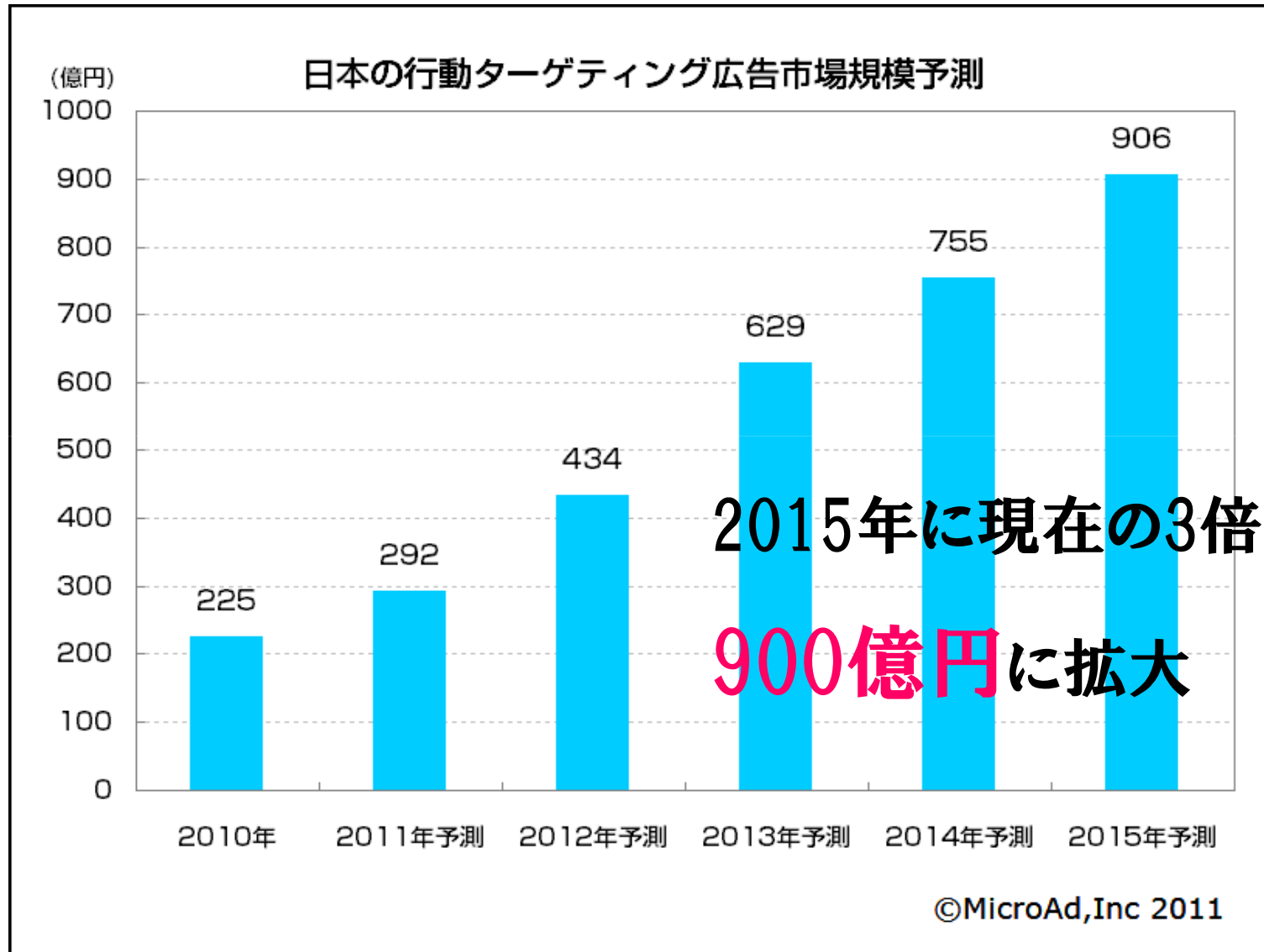
# 事業軸で整理

事業モデル	プロダクト名	特徴
行動ターゲティング型 アドネットワーク事業	Xrost ADNW Premium Audience targeting Persona targeting Re-targeting Real Audience targeting	法人媒体を軸 ファーストビュー率7割 約50億 adimp/月
	アドエクスチェンジ連携	DoubleClick adexchange等 約150億 adimp/月
データ分析・コンサル事業	C-FINDER	1万人のアンケートモニターの 閲覧生ログをベースに分析
	Xrost INSIGHT	ADPLANとXrost、T会員とXrost の参照によって分析



**行動ターゲティング型  
アドネットワーク事業**

# 日本の行動ターゲティング広告市場規模予測

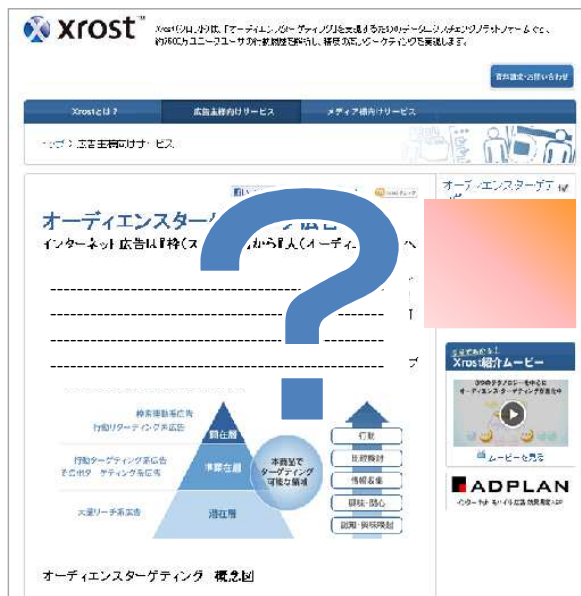




# 「オーディエンスターゲティング」という潮流

「オーディエンスターゲティング」とは、複数のサイトでの行動履歴データ（コンテンツの閲覧履歴、検索履歴、コンバージョン履歴、アクセス元履歴、デモグラフィックデータ等）を複合的に分析し、生成されるクラスタに対して、ターゲティング配信することを可能にした次世代型の広告手法です。

広告枠  
(スペース)



このサイトは、  
こんなユーザーが見てるだろう・・・

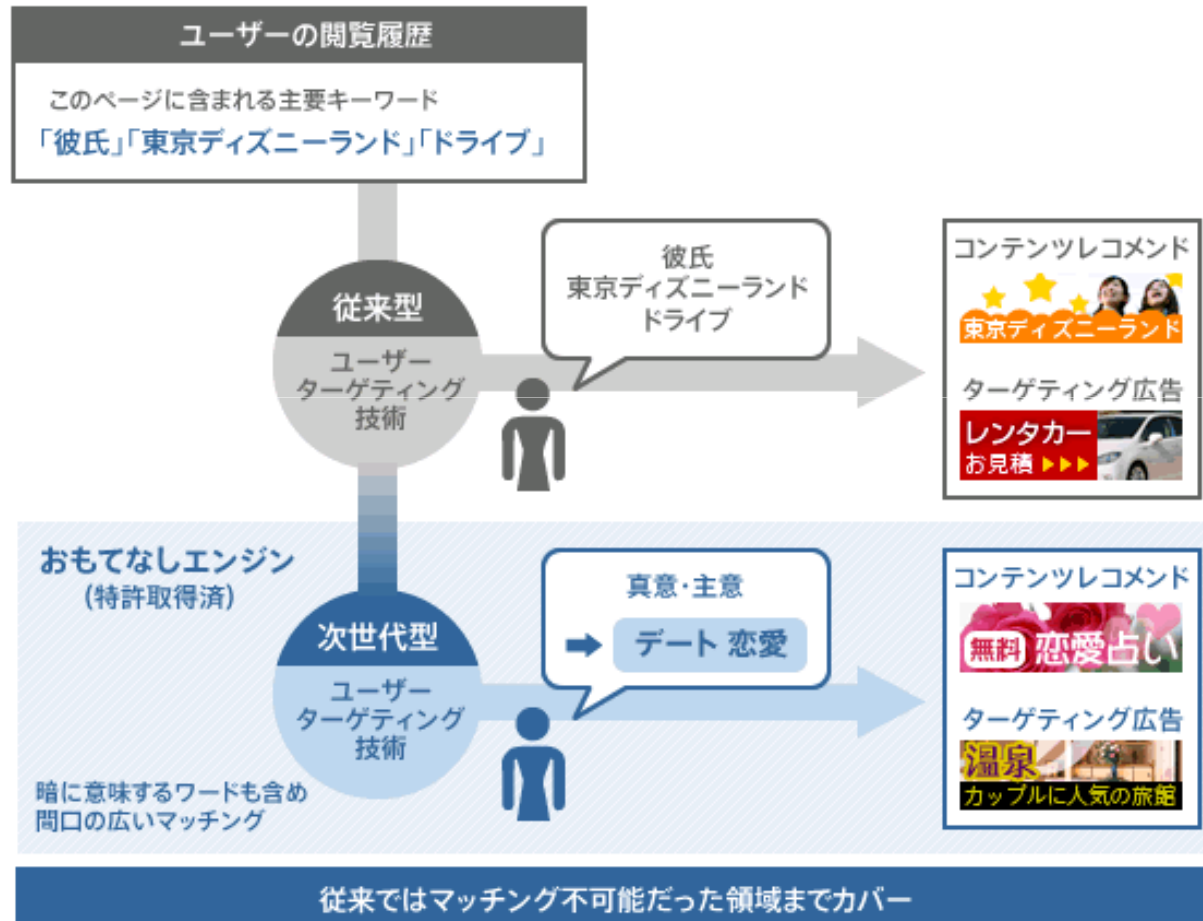
人  
(オーディエンス)



行動履歴データに基づいた広告配信

# 独自技術「セマンティック変換」の特長

単にページをクロールしてマッチングするだけの従来のターゲティング広告とは異なり、ページ(コンテンツ)の本質的な主意を導き出すことを可能にします。



セマンティック変換は、弊社が業務提携する株式会社TAGGYの「おもてなしエンジン」による特許技術です。(特許第4637969号)

# 専門書にはDSPかつDMPとして紹介(Platform ID)



横山 隆治 (著), 菅原 健一 (著), 榎田 良輝 (著)  
インプレスR&D

Copyrighted Material

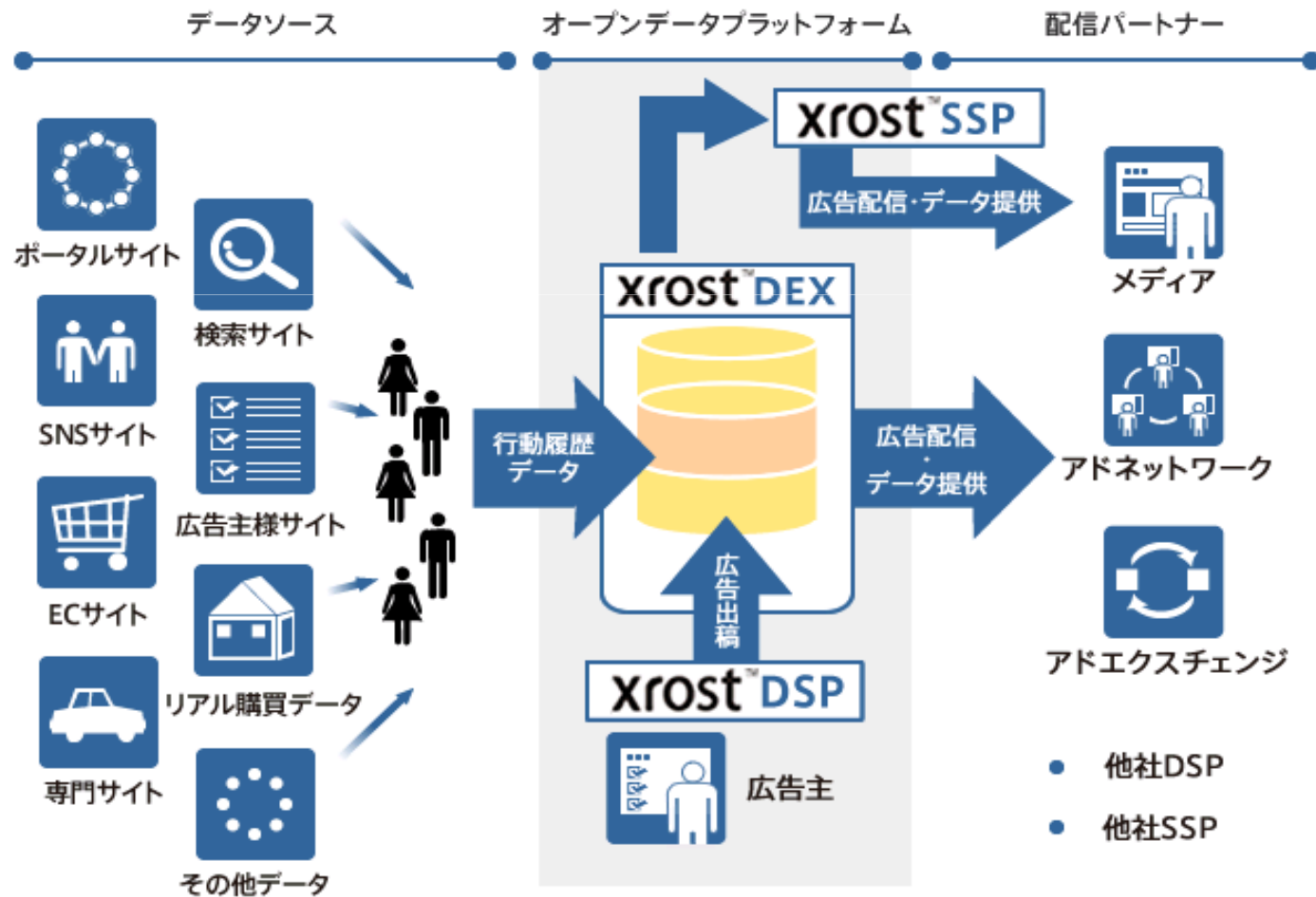
<b>第5章 DSP/RTB が切り拓く</b>	<b>137</b>
デジタルマーケティングの未来形	137
Chapter 5-1   世界中のインプレッションに アクセスできる時代	138
メディアバイイングのグローバル化	138
Chapter 5-2   ECのグローバル化で世界中に キャンペーン	141
デジタルファーストによるビジネス展開	141
Chapter 5-3   スマートフォン DSP と 4 スクリーン	143
マルチデバイスへのコンテンツ配信	143
Chapter 5-4   マスマーケティング企業のための DSP 活用	145
インプレッションを重視する商品カテゴリー	145
Chapter 5-5   トリプルメディアマーケティング時代の DSP 活用	147
自社メディアの領域拡大	147
Chapter 5-6   デジタル CMO が活躍する時代	149
トリプルメディアを統合運用できる組織形態	149
<b>第6章 プレイヤーの動向</b>	<b>153</b>
Chapter 6-1   フリークアウト「FreakOut」	154
DSP 専業会社の強み	154
Chapter 6-2   プラットフォーム・ワン 「MarketOneRTB」	157
高度なロードバケットで最適化	157
Chapter 6-3   Platform ID「Xrost」	161
リアル購買データとも連携する DMP	161
Chapter 6-4   マイクロアド「EMBLADE」	165
ビッグデータ型マーケティング	165
Chapter 6-5   プレイヤーの状況	168
外事業者	168

Copyrighted Material

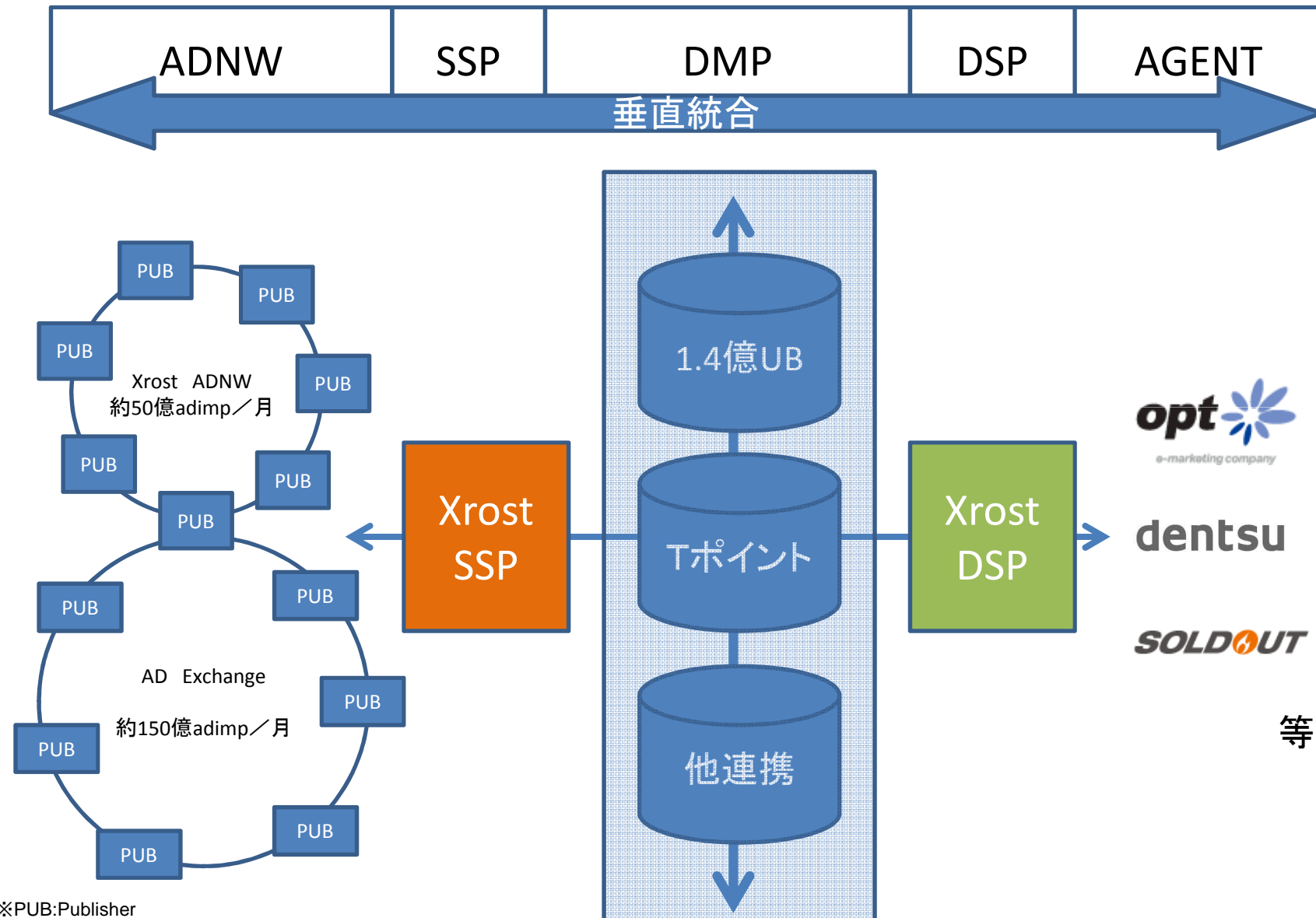
Chapter 6-3 | Platform ID「Xrost」 .....161  
リアル購買データとも連携する DMP.....161

# Xrost（クロスト）とは

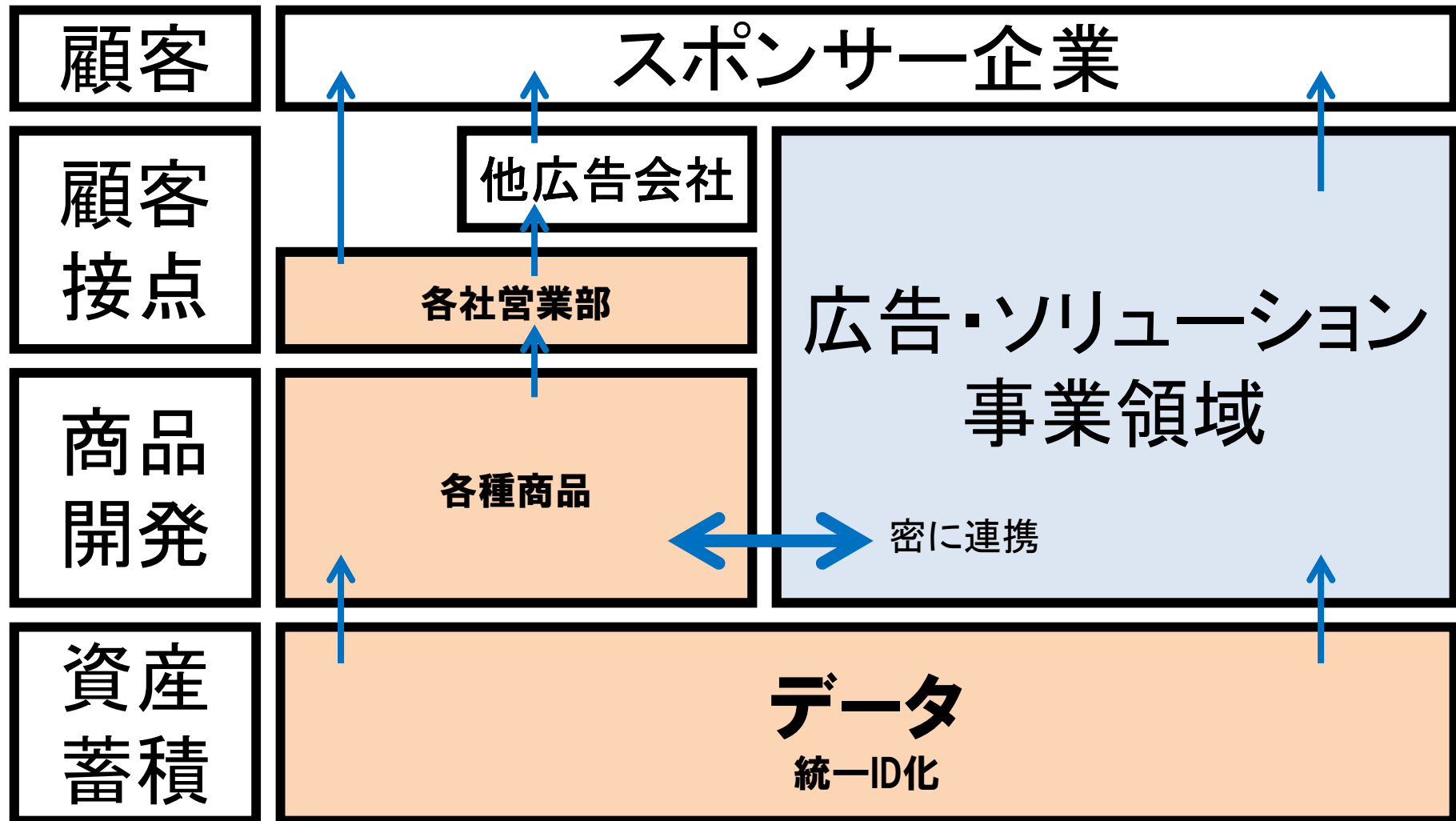
Xrostとは「オーディエンスターゲティング」を実現するためのデータエクステンジプラットフォームです。約1億4000万ユニークユーザの行動履歴を解析し、精度の高い次世代ターゲティング広告を実現します。



# オプトグループで、垂直統合型サービスの実現



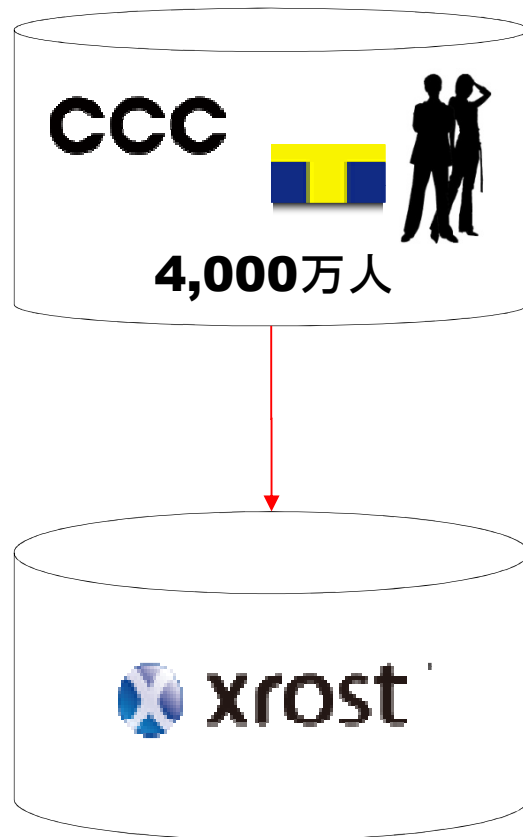
# 広告・ソリューション事業領域とデータベース事業領域



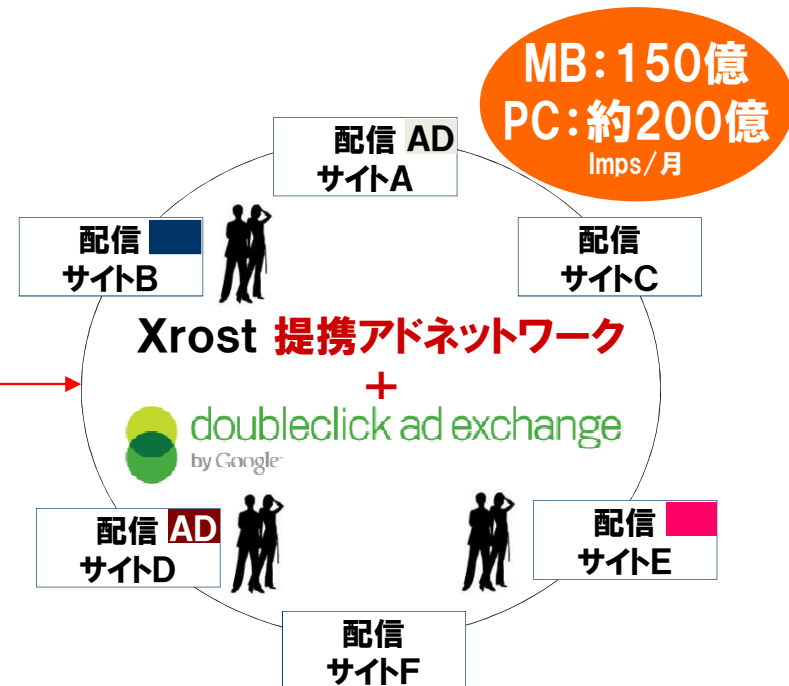


**行動ターゲティング型  
アドネットワーク事業 事例**

# Xrost × CCC リアル・オーディエンス・ターゲティング



- T会員4,000万人データ
- ↓
- 最大約200億impの媒体力で広告配信





The background of the slide features several large, light blue, abstract, teardrop-shaped elements scattered across the white space. These shapes vary in size and orientation, creating a modern and minimalist aesthetic.

# 分析事業

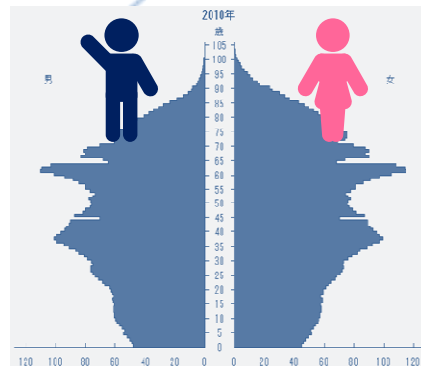
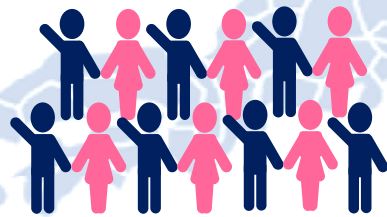
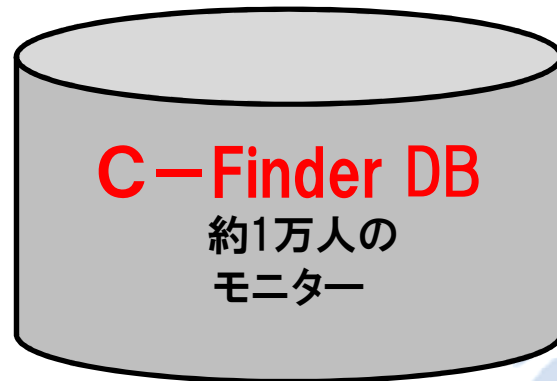
# 事業軸で整理

事業モデル	プロダクト名	特徴
行動ターゲティング型 アドネットワーク事業	Xrost ADNW Premium Audience targeting Persona targeting Re-targeting Real Audience targeting	法人媒体を軸 ファーストビュー率7割 約50億 adimp/月
	アドエクスチェンジ連携	DoubleClick adexchange等 約150億 adimp/月
データ分析・コンサル事業	C-FINDER	1万人のアンケートモニターの閲覧生ログをベースに分析
	Xrost INSIGHT	ADPLANとXrost、T会員とXrostの参照によって分析

# C-Finder 事業



# C-Finderとは



## ネットリサーチが可能

⇒130項目のアンケート取得済

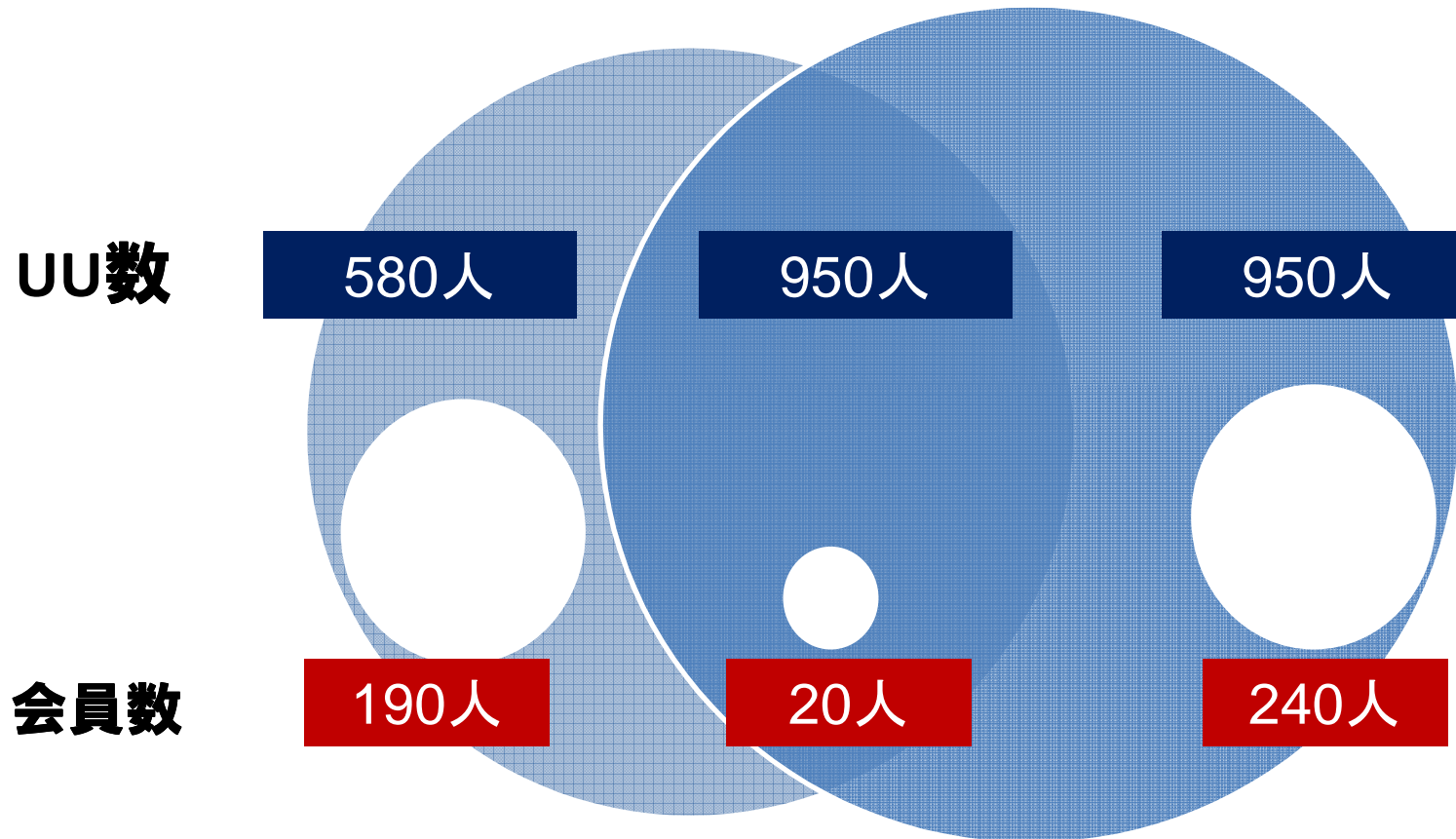
- ・デモグラ、ジオグラ  
(住所、性別、年齢、世帯年収など)
- ・ライフスタイル  
趣味・嗜好  
価値観、性格  
利用メディア  
利用(消費)ブランド

## 行動履歴を把握

- ・いつ? 誰が? 何のワードで検索?
- ・どんなサイト? 何を購入したか?

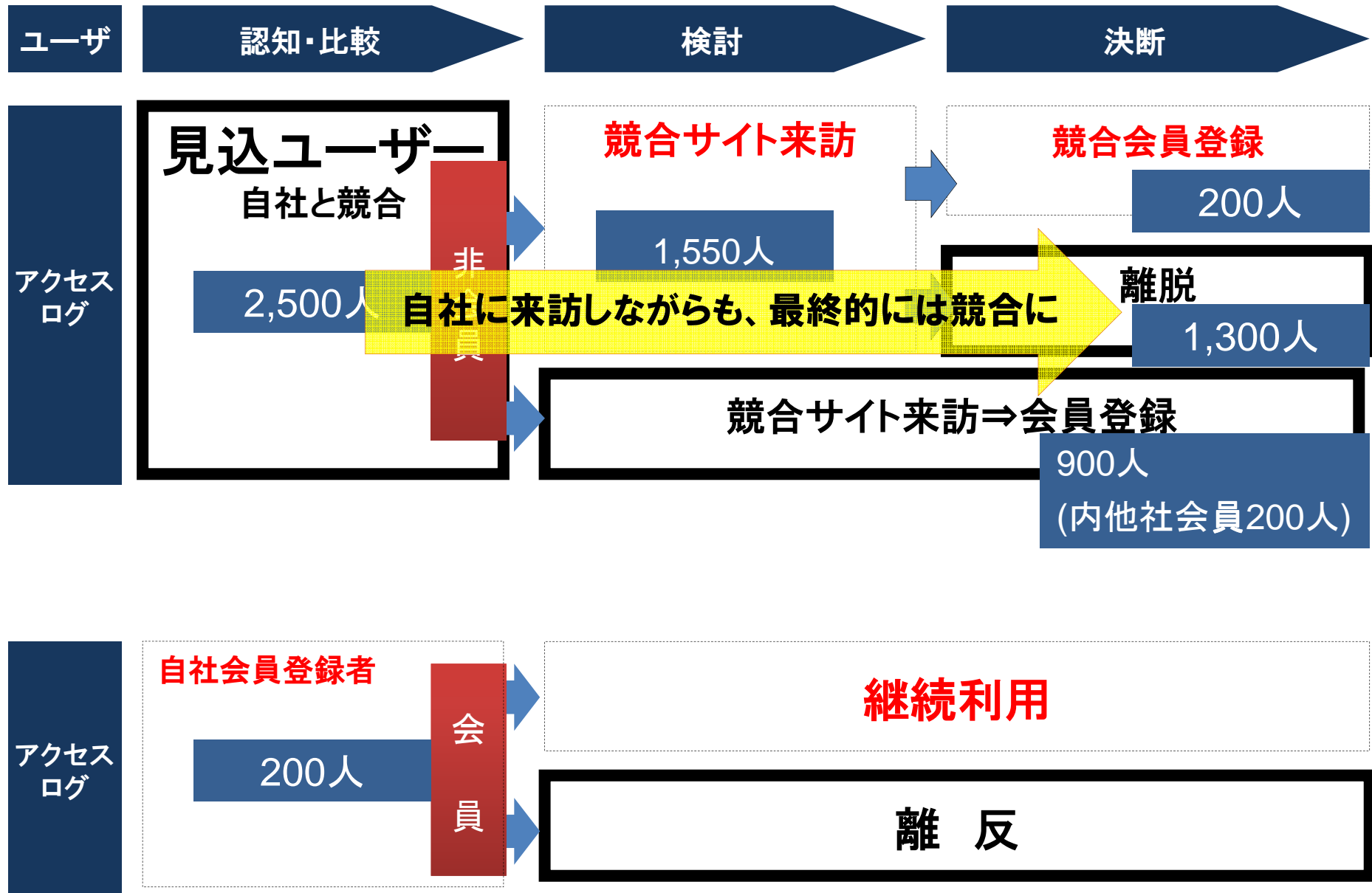


# A社とB社 C-Finderパネル重複例



弊社C-Finder DB調べ  
2011/9/1~2011/9/30

# C-Finderのアクセスログを活用してできること



# 事例(抜粋)

## 分析目的

競合サイト2サイトの集客状況・訪問者特性を把握することで、貴社サイトの置かれている状況を明らかにするとともに、以降の分析シナリオ策定時の基礎データとして構築する。

## データ概要

### 【 C-Finder データ概要 】

- ・ C-Finder (保有モニター数:約1万人)

事前リサーチにより属性・嗜好を把握 & アクセスログを取得(2011年7月より)

抽出対象期間 : 2011/7/1~2011/11/30(5ヶ月)

抽出条件 : A社・B社・C社のいずれかのサイトに  
訪問した人

→対象期間での該当モニター数 **2,500人**



主に「質」的検証に使用  
(訪問者の属性分析など)

# アクセス行動＋価値観データのクラスタ分析概要

リサーチで得られた一般的な性格特性と、ネットでのアクセス行動  
(個人がアクセスしたサイトカテゴリ)を総合的に分析し、価値観クラスタを抽出。

## 分析手順

### ステップ1

- 一般的性格特性を構成する調査項目を選択。

### ステップ2

- 因子分析を実施し、一般的な性格特定を抽出。

### ステップ3

- 因子分析結果(一般的な性格特性)とアクセスログを統合し、クラスタ分析を実施。

### クラスタ分析結果

- 一般的性格特性とサイトへのアクセス行動を相関分析することで、価値観を抽出。



## 価値観

①

ポイント好き

②

社会貢献・善意の人

③

秋葉系

④

ネット重視型

⑤

アウトドア派

⑥

熟慮・慎重派

⑦

家電好き

⑧

自己顕示欲

⑨

トレンド敏感

⑩

平均タイプ



# 因子分析: 質問票

## ステップ1

- 一般的性格特性を構成する調査項目を選択。

- 人間の性格を9種類に分割したエニアグラムに応じた質問項目を事前にピックアップ

質問内容
他人が知らなくても、自分がいいと思うものを選びたいと思う
自分が気に入れば、ブランドや評判は気にならない方だと思う。
時間や手間がかからないオンライン販売や通販などは便利だと思う
消耗品などは気に入ったものを繰り返し使い続ける
一度使って気に入った商品は同じシリーズやその会社の別商品を購入する
ある程度の品質を維持するには、それなりの価格が必要だと思う
これだ、と思う商品に出会ったら、迷わず購入することがよくある
自分は一度はまると結構のめり込むタイプだと思う
貯めたポイントは期限を調べ、使えるうちにまめに商品や特典と交換する
誰も見ていなくても、まじめに働くことが自分を成長させると思う
あくせく働くよりも、のんびりと日常を過ごせることのほうが幸せだ
自らを磨くための投資は必要だと思う
人と付き合うのに、その人の出自は関係のないものだと思う
自分の将来について漠然とした不安を感じることもある
地元で生活し、働くのに抵抗はない
最も信頼すべきは友人よりも家族だ
人が持っているのを見て、思わず欲しくなってしまうことが多い。
次から次へと欲しいものが出てきて困る。
良いと思ったものは、思わず他人にも勧めたくなってしまふ。
新商品が出ると情報をチェックせずにはいられない
流行やトレンドに敏感な方だ
一番売れているものなら、間違いがないと思う。
ブランドものを持つのが好きだ
周りの人とは違うものを持ちたいと思っている。
価格が高ければ、品質には問題はない
自分を着飾ることは生活の上で重要だ
周囲の人と比べて、自分が浮いていないかいつも気になる
商品の評判や口コミをチェックしてから買い物をする人が多い
先進性の高いものに惹かれる
今、本当に欲しいと思えるものは少ない。

質問内容
自分は考える前に行動するタイプだと思う
社会的貢献をしたいと思っている
環境問題への関心を強く持っている
自分が望まない仕事でも率先して取り組むほうだ
お金をかけるならモノよりも、記憶や思い出に残るイベントのほうが有用だと思う
自らの健康には、常に気を遣っている
目標や計画に対し、キチンと対処・遂行しないと気が済まない方だ
物事は完璧にやり遂げないと気が済まない方だ
自分はよく考えてから行動する方だと思う
ひとつのものを深く掘り下げて考えたり行動するのが好きだ
商品の出所や材料などの情報を調べるのが好きだ
人に助言するのは得意なほうではないと思う。
自分の発言や行動の真意が周囲の人になかなか伝わらないことが多い
仲間から意見を求められたり、相談されることがよくある。
初対面の人にはあまり自分のことを話したいとは思わない
自分は相手に合わせるが多いタイプと思う
今の自分の社会的地位を維持し、さらに高めることに力を注ぎたい
人の上に立つリーダーになりたいと思う
大都市で生活し、働きたいと思う
他人が羨むようなものを一つでも多く手に入れたいと思う
海外で働いたり、生活することに関心を持っている
国産よりも、海外のものに憧れる
落ち込んで、すぐに頭を切り替えられる方だと思う
思った通りにできなくても、それほど気にしない方だ
一度ふさぎこむと、その気持ちを長くひきずってしまう方だと思う
自分の将来は順風満帆だと思う
人出の多いところはあまり好きではない
人ごみには慣れている
基本的に、外出するのはあまり好きではない
多くの人を訪れる話題のスポットなどへ出かけるのが好きだ
多人数で出かけて楽しむのが好きだ

# 因子分析: 性格特性を抽出

## ステップ2

- 因子分析を実施し、一般的な性格特性を抽出。

1

### お気に入り追及

質問内容

他人が知らなくても、自分がいいと思うものを選びたいと思う  
 自分が気に入れば、ブランドや評判は気にならない方だと思う。  
 時間や手間がかからないオンライン販売や通販などは便利だと思う  
 消耗品などは気に入ったものを繰り返し使い続ける  
 一度使って気に入った商品は同じシリーズやその会社の別商品を購入する  
 ある程度の品質を維持するには、それなりの価格が必要だと思う  
 これだ、と思う商品に出会ったら、迷わず購入することがよくある  
 自分は一度はまるごと結構のめり込むタイプだと思う  
 貯めたポイントは期限を調べ、使えるうちにまめに商品や特典と交換する  
 誰も見ていなくても、まじめに働くことが自分を成長させると思う  
 あくせく働くよりも、のんびりと日常を過ごせることのほうが幸せだ  
 自らを磨くための投資は必要だと思う  
 人と付き合うのに、その人の出自は関係のないものだと思う  
 自分の将来について漠然とした不安を感じることがある  
 地元で生活し、働くのに抵抗はない  
 最も信頼すべきは友人よりも家族だ

2

### トレンド・所有欲

質問内容

人が持っているのを見て、思わず欲しくなってしまうことが多い。  
 次から次へと欲しいものが出てきて困る。  
 良いと思ったものは、思わず他人にも勧めたくなってしまふ。  
 新商品が出るや情報チェックせずにはいられない  
 流行やトレンドに敏感な方だ  
 一番売れているものなら、間違いがないと思う。  
 ブランドものを持つのが好きだ  
 周りの人とは違うものを持ちたいと思っている。  
 価格が高ければ、品質には問題はない  
 自分を着飾ることは生活の上で重要だ  
 周囲の人と比べて、自分が浮いていないかいつも気になる  
 商品の評判や口コミをチェックしてから買い物をする事が多い  
 先進性の高いものに惹かれる  
 今、本当に欲しいと思えるものは少ない。  
 自分は考える前に行動するタイプだと思う

3

### 社会貢献・善意

質問内容

社会的貢献をしたいと思っている  
 環境問題への関心を強く持っている  
 自分が望まない仕事でも率先して取り組むほうだ  
 お金をかけるならモノよりも、記憶や思い出に残るイベントのほうが有用だと思う  
 自らの健康には、常に気を遣っている

4

### 熟慮・慎重派

質問内容

目標や計画に対し、キチンと対処・遂行しないと気が済まない方だ  
 物事は完璧にやり遂げないと気が済まない方だ  
 自分はよく考えてから行動する方だと思ふ  
 ひとつのものを深掘り下げて考えたり行動するのが好きだ  
 商品の出所や材料などの情報を調べるのが好きだ

5

### コミュニケーション上手

質問内容

人に助言するのは得意なほうではないと思う。  
 自分の発言や行動の真意が周囲の人になかなか伝わらないことが多い  
 仲間から意見を求められたり、相談されることがよくある。  
 初対面の人にはあまり自分のことを話したいとは思わない  
 自分は相手に合わせるが多いタイプと思う

6

### 上昇型・リーダー

質問内容

今の自分の社会的地位を維持し、さらに高めることに力を注ぎたい  
 人の上に立つリーダーになりたいと思う  
 大都市で生活し、働きたいと思う  
 他人が羨むようなものを一つでも多く手に入れたいと思う  
 海外で働いたり、生活することに関心を持っている  
 国産よりも、海外のものに憧れる

7

### ポジティブ思考

質問内容

落ち込んで、すぐに頭を切り替えられる方だと思ふ  
 思った通りにできなくても、それほど気にしない方だ  
 一度ふさぎこむと、その気持ちを長くひきずってしまう方だと思ふ  
 自分の将来は順風満帆だと思ふ

8

### アウトドア派

質問内容

人出の多いところはあまり好きではない  
 人ごみには慣れている  
 基本的に、外出するのはあまり好きではない  
 多くの人が訪れる話題のスポットなどへ出かけるのが好きだ  
 多人数で出かけて楽しむのが好きだ

# クラスタ分析: 因子分析結果とアクセスログの統合

## ステップ3

- 因子分析結果(一般的な性格特性)とアクセスログを統合し、クラスタ分析を実施。

### 一般的な性格特性

- 1 お気に入り追及
- 2 トレンド・所有欲
- 3 社会貢献
- 4 熟慮・慎重派
- 5 コミュニケーション上手
- 6 上昇型・リーダー
- 7 ポジティブ思考
- 8 アウトドア派



### アクセスサイトカテゴリ(PV)

アクセスサイト	カテゴリリスト
車バイク	古い
twitter	女性
facebook	出会い
mixi	アダルト
2ch	ギャンブル
ameblo	秋葉系
ameba	エンタメ
wikipedia	テレビ
ブログ(その他)	レンタル
SNS(その他)	本CDDVD
知恵袋	チラシデリバリー
クチコミ掲示板	レシビ
youtube	クーポン
ニコ動	グルメ
楽天市場	地域情報
Y!ショッピング	ファッション
amazon	インテリア
ECナビ	ビューティ健康
比較サイト(その他)	語学
ニュース	資格教育
情報ビジネス	学校
通販モール	求人(就職/転職/派遣/バイト)
家電通販	結婚
オークション	出産育児
旅行出張	不動産(マンション/賃貸)
スポーツ	B2B
株/FX	ホスティング
銀行	ポータル
保険	ポイント
クレジットカード	メール
キャッシング	メルマガ
ゲーム	海外
コンピュータ	企業
ソフトウェア	懸賞
携帯電話	検索
ペット	広告
アニメ	行政
映画	天気
音楽	動画

# クラスタ分析結果: 性格特性

## クラスタ分析結果

- 一般的性格特性とサイトへのアクセス傾向を相関分析することで、価値観を抽出。

## 一般的な性格特性とアクセスログを加味した価値観(10段階)

		一般的な性格特性								
		お気に入り追及	トレンド・所有欲強い	社会貢献	熟慮・慎重派	コミュニケーション上手	上昇型・リーダー	ポジティブ思考	外出志向	
10段階指標(縦軸)	1	ポイント好き	3	1	5	7	5	1	10	3
	2	社会貢献・善意の人	8	6	9	5	8	6	6	5
	3	秋葉系	10	8	3	1	1	9	1	1
	4	ネット重視	5	4	2	8	3	4	3	2
	5	アウトドア派	2	7	7	4	9	7	9	9
	6	熟慮・慎重派	6	5	8	10	4	2	4	4
	7	家電好き	1	2	1	2	7	3	7	8
	8	自己顕示	9	9	10	9	10	10	8	10
	9	トレンド敏感	7	10	4	3	2	8	2	7
	10	平均タイプ	4	3	6	6	6	5	5	6

性格特性と、アクセス行動により、10種の価値観を形成。

# クラスタ分析結果: アクセス行動

N=8,283

## クラスタ分析結果

■ 一般的性格特性とサイトへのアクセス行動を相関分析することで、価値観を抽出。

実際のPV数は報告書の最終ページに収録

## 79サイトカテゴリのクラスタ分析結果(10段階)

	車バイク	twitter	facebook	mixi	2ch	ameblo	ameba	wikipedia	ブログ(その他)	SNS(その他)	知恵袋	クチコミ掲示板	youtube	ニコ動	楽天市場	Y!ショッピング	amazon	ECナビ	比較サイト(その他)	情報ビジネス	通販モール	家電通販	オークション	旅行出張	スポーツ	株/FX	銀行	保険	クレジットカード	キャッシング	ゲーム	コンピュータ	ソフトウェア	携帯電話	ペット	アニメ	映画	音楽		
1	8	5	2	3	2	3	4	5	5	8	4	8	4	1	8	9	7	9	7	5	8	9	9	7	6	5	9	9	10	9	9	6	8	8	7	9	6	6	5	
2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
3	6	8	7	9	7	7	8	8	8	7	7	4	9	10	3	4	8	4	4	6	7	3	3	5	2	6	2	2	2	2	2	8	7	7	4	4	9	4	9	
4	10	9	8	7	10	9	9	9	9	10	9	10	8	8	10	10	10	10	10	10	9	10	10	10	10	9	10	10	9	10	10	10	10	10	10	10	10	10	8	
5	4	3	6	4	4	5	5	3	3	3	3	3	5	6	2	3	3	2	5	4	3	2	5	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	5	2	3	2	3	
6	3	6	3	6	3	6	6	4	4	6	5	5	3	3	7	5	4	8	3	3	4	8	6	4	5	3	5	6	8	7	8	3	3	4	3	6	7	7	4	
7	7	4	5	5	8	4	3	6	7	4	6	7	6	7	6	7	6	7	8	8	6	5	8	8	7	8	8	8	7	8	7	7	6	6	8	5	5	5	7	
8	5	7	9	8	6	8	7	7	6	5	8	6	7	5	5	6	5	3	6	7	5	6	4	6	8	7	3	5	4	5	4	5	5	5	6	8	4	8	6	
9	9	10	10	10	9	10	10	10	10	9	10	9	10	9	9	9	8	9	5	9	9	10	7	7	9	9	10	7	7	5	6	6	9	9	9	9	7	8	9	10
10	2	2	4	1	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	6	2	2	2	4	2	2	3	2	6	4	6	4	5	4	2	2	3	2	3	1		

性格特性と、アクセス行動により、10種の価値観を形成。

	占い	女性	出会い	アダルト	キャンブル	秋葉系	エンタメ	テレビ	レンタル	本DVD	チャラテリバリ	レシビ	クーポン	グルメ	地域情報	ファッショ	インテリア	ビューティ健康	語学	資格教育	学校	求人(就職/転職/派遣/バイト)	結婚	出産育児	不動産(マンション/賃貸)	B2B	ホスティング	ポータル	ポイント	メール	メルマガ	海外	企業	懸賞	検索	広告	行政	天気	動画	病院	
1	5	9	10	6	8	3	7	8	9	9	9	5	10	8	5	8	7	9	6	6	3	4	9	6	9	7	7	7	9	9	8	6	10	9	7	9	4	5	5	7	
2	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
3	4	3	5	8	2	10	5	5	6	7	2	6	2	3	7	4	2	3	8	7	8	7	4	5	2	3	10	4	4	5	3	5	2	1	8	3	6	4	7	6	
4	9	10	8	9	10	8	10	9	10	10	10	8	9	10	9	10	9	10	7	10	7	9	10	8	10	10	9	10	10	10	9	10	10	10	10	10	10	9	9	10	10
5	3	2	3	4	6	1	3	3	3	2	3	2	3	2	4	5	4	2	3	3	5	5	2	3	3	4	4	3	2	2	4	3	3	3	3	2	5	6	4	5	
6	6	7	2	2	3	4	4	4	5	5	8	9	8	5	3	6	6	7	4	4	4	3	5	7	5	9	3	5	8	6	7	4	7	8	4	7	3	3	2	4	
7	7	4	7	7	7	7	8	7	8	6	6	3	7	6	6	2	5	5	5	6	6	8	4	6	6	6	6	8	7	7	6	8	8	7	6	6	7	7	8	3	
8	8	6	6	5	4	2	6	6	4	4	4	7	4	7	8	7	8	6	10	8	10	8	7	9	7	5	5	6	3	3	5	7	4	4	5	5	8	8	6	8	
9	10	8	9	10	9	9	9	10	7	8	7	10	6	9	10	9	10	8	9	9	9	10	6	10	8	8	8	9	5	8	10	9	6	5	9	8	10	10	9	9	
10	2	5	4	3	5	6	2	2	2	3	5	4	5	4	2	3	3	4	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	6	4	2	2	5	6	2	4	2	2	3	2	

# Xrost INSIGHT 事業



# XrostがID連携するデータの特長



## ①インターネット行動履歴

提携サイトでのコンテンツ  
閲覧履歴  
(PC/スマホ:約1億4000万UB)



## ②自社サイト内行動履歴

「ADPLAN」測定・解析データ  
来訪経路別の行動履歴  
(クリック・コンバージョンデータ)



## ③リアルチャネル行動履歴

T会員の属性データ  
購買・サービス利用履歴  
(約4,000万人)

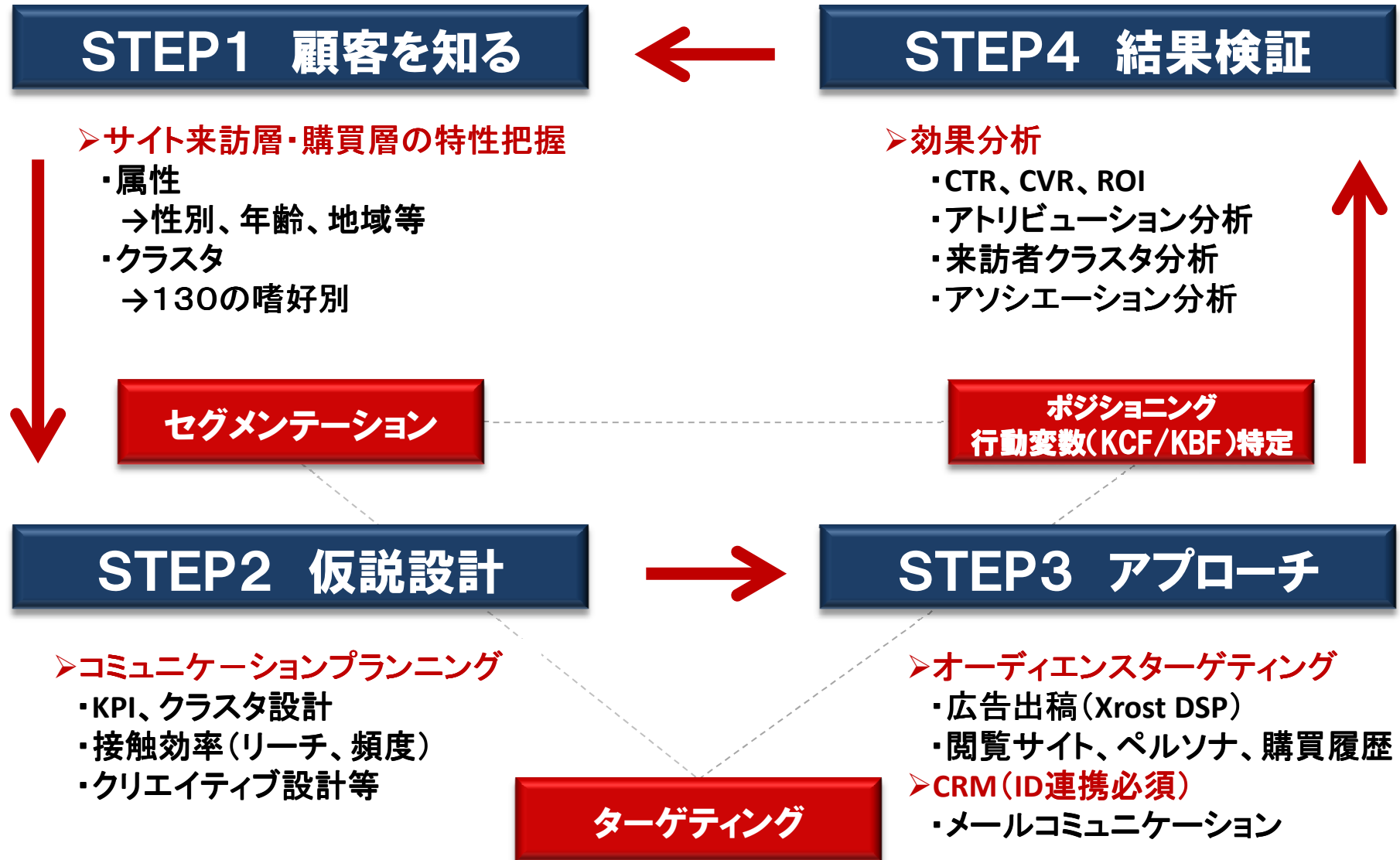


## ④全トラッキングデータ

提携ツールバーサービスを利用するユーザの閲覧URL  
(約70万人)

※分析用として連携予定

# 課題解決のためのアプローチ（STP）





# 顧客を知る

ADPLANご利用企業様

Xrostご出稿企業様

## 各経路別のサイト来訪・コンバージョンユーザ



純広告経由来訪ユーザ / リスティング広告経由来訪ユーザ / 全サイト来訪ユーザ

## Xrost広告からの来訪・コンバージョンユーザ



リターゲティング / プレミアムオーディエンスタージェティング / ペルソナターヘティング / リアルオーディエンスタージェティング



130の嗜好クラスタと参照



属性・購買履歴と参照

NO.	大カテゴリ	小カテゴリ	NO.	大カテゴリ	小カテゴリ	NO.	大カテゴリ	小カテゴリ	NO.	大カテゴリ	小カテゴリ
1	旅行	国内旅行	33	ファイナンス	税金	65	美容	美容整形	98	エンタメ	オークション
2		海外旅行	34		法律	66		コスメティク・化粧品・スキンケア	99		遊園地・テーマパーク
3		ハネムーン・新婚旅行	35		政治・経済	67		エステ・マッサージ・リラクゼーション	100	スポーツ	野球
4		航空チケット	36		債務・借金	68	健康	病状	101		格闘技
5	不動産	購入/戸建て/新築	37		クレジットカード	69		薬	102		テニス
6		購入/戸建て/中古	38	教育	幼稚園受験	70		サプリメント	103		スキー・スノーボード
7		購入/マンション/新築	39		小学校受験	71		健康食品	104		サッカー
8		購入/マンション/中古	40		中学受験	72		メンタルヘルス	105		ゴルフ
9		賃貸/マンション/新築	41		高校受験	73		ダイエット	106		アウトドア
10		賃貸/マンション/中古	42		大学受験	74		フィットネス	107	車	高級国産車
11		売却/マンション	43		専門学校受験	75	小売	生活雑貨・日用品	108		高級輸入車
12		売却/戸建て	44		資格	76		インテリア	109		一般国産車
13		住宅ローン	45		英語	77		事務用品	110		一般輸入車
14		リフォーム	46		留学	78		生活家電	111		車売却
15		引越し	47	求人	転職	79		モバイル	112		バイク
16	ファイナンス	保険/生命保険	48		新卒	80		テレビ	113		自転車
17		保険/医療保険	49		派遣	81		デジタルカメラ	114	グルメ	レシビ
18		保険/損害保険	50		起業	82		ビデオカメラ	115		レストラン
19		保険/自動車保険	51		SOHO	83		オーディオ	116		スイーツ
20		保険/女性保険	52		アルバイト/パート	84		携帯音楽プレーヤー	117		素材・食材
21		投資/FX	53	ライフステージ	恋愛相談	85		レコーダー	118		地方名産
22		投資/先物	54		出会い	86	コンピュータ	Windows	119		アルコール/焼酎・日本酒
23		投資/為替	55		結婚	87		Mac	120		アルコール/ビール
24		投資/投資信託	56		出産・育児	88		プロバイダ	121		アルコール/ワイン
25		投資/株式	57	ファッション	ファッションカジュアル	89		ウイルス対策	122		アルコール/ノンアルコール・ノンアルコール
26		ローン/自動車ローン	58		ファッションフォーマル	90	エンタメ	書籍	123		ソフトドリンク/ジュース
27		ローン/事業者ローン	59		ファッション小物	91		コミック	124		ソフトドリンク/お茶
28		ローン/消費者ローン	60		時計	92		アニメ	125		ソフトドリンク/コーヒー
29		ローン/住宅ローン	61		アクセサリー・ジュエリー	93		音楽	126		ソフトドリンク/紅茶
30		ローン/学生ローン	62		バッグ・鞆	94		映画	127	ペット	犬
31		預金	63		バッグ・鞆	95		テレビ番組	128		猫
32		年金	64	美容	ヘアケア/ヘアスタイル	96		ゲーム	129		小動物
						97		キャンブル	130		熱帯魚

基本属性	購買傾向	購買趣向
性別	先取り型	ファッション
年齢	値引き大好き型	アイドル
居住地	保守型	漫画/コミック
	深夜族	ゲーム
		ビジネス
		車
		バイク
		不動産
		子育て
		旅行
		英語
		パソコン
		建築

特定の雑誌・DVDタイトルとの参照も可能(オプション)

# レポートサンプル



サイト来訪ユーザとコンバージョンユーザと130のクラスタを参照し、  
アプローチすべきクラスタ(オーディエンス群)を見出す

Persona	AD Click index	CV index	AD Click UB	CV UB	全体
ハネムーン・新婚旅行	4.1	2.7	907	9	524,612
サプリメント	3.9	3.6	1,931	27	1,178,177
ヘアケア・ヘアスタイル	3.7	4.8	4,415	86	2,785,455
健康食品	3.6	3.1	932	12	611,444
スイーツ	3.5	3.6	2,896	45	1,944,007
地方名産	3.1	2.3	717	8	549,199
フィットネス	3.1	3.4	2,439	41	1,868,564
エステ・マッサージ・リラク...	3.0	3.1	9,354	146	7,274,227
ダイエット	3.0	3.3	11,556	190	9,027,742
遊園地・テーマパーク	3.0	2.7	1,836	25	1,454,142
ソフトドリンクジュース	3.0	3.2	4,082	67	3,233,202
ファッション小物	3.0	3.0	3,751	57	2,998,893
出産・育児	2.9	2.6	8,995	119	7,262,825
バッグ・靴	2.9	2.9	3,636	55	2,945,760
幼稚園受験	2.9	3.0	953	15	777,819

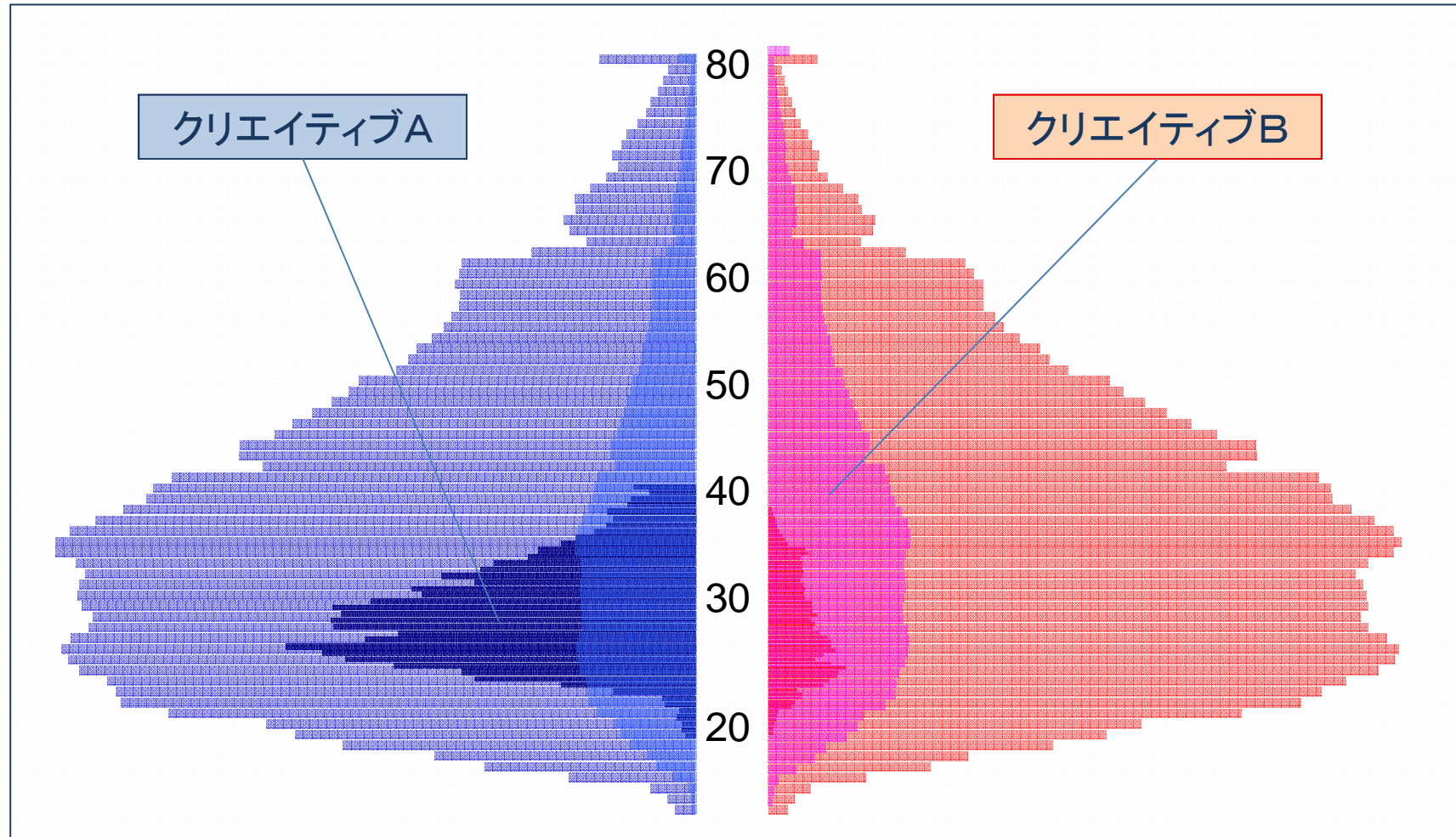
含有率の高い上位15クラスタ

Xrostでアプローチ可能なユーザ数

# レポートサンプル



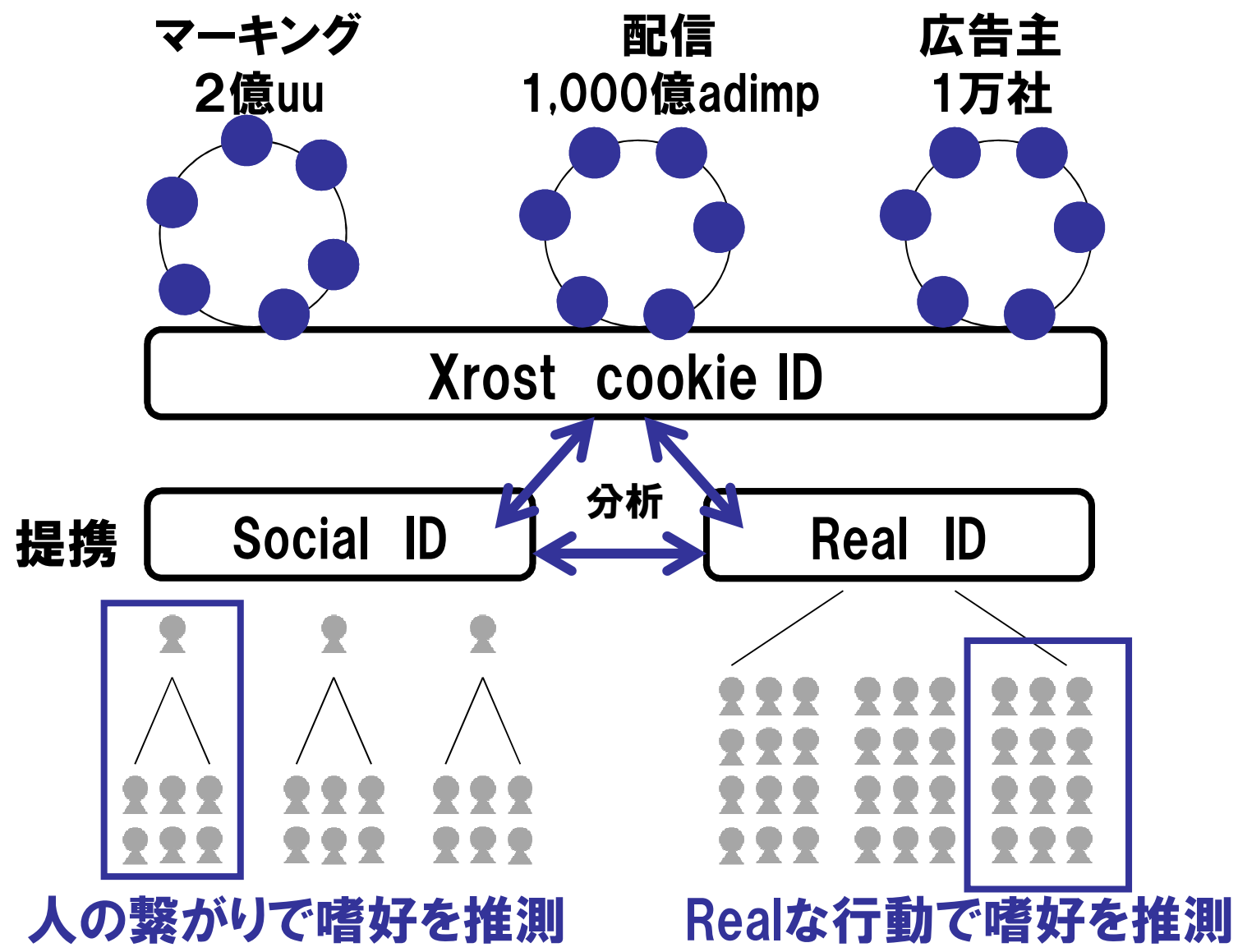
クリエイティブ毎の性別・年代別クリック構成比を抽出



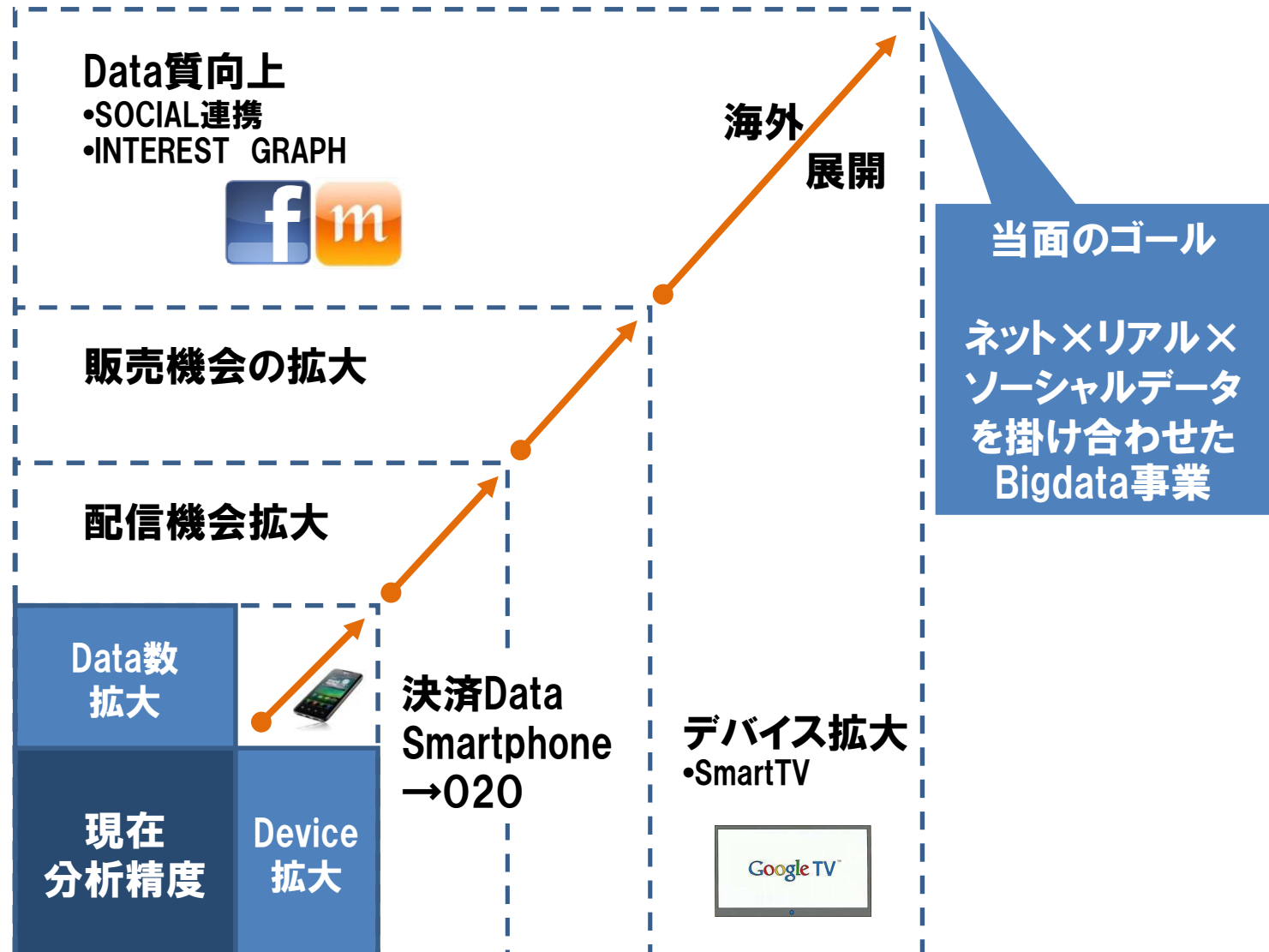
The background features several large, light blue, abstract, teardrop-shaped elements scattered across a white field. These shapes vary in size and orientation, creating a modern, minimalist aesthetic.

# データベース事業領域 将来構想

# データベース事業 中長期構想



# データベース事業の成長イメージ





*e-marketing company*

株式会社オプト

JQ2389

<http://www.opt.ne.jp/>

IRに関するお問い合わせは、  
グループ経営企画部 IR担当:山田までお願い致します。  
TEL:03-5745-3611

<注意事項>

スライドに記載されている、株式会社オプトの現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の見通しであり、これらは現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいております。実際の業績は、これら業績見通しとは異なる結果があることをご了承ください。