



ProfilePassport

Profile Passport DMP

商品概要

Section 1

サービス概要

Section 2

Profile Passport DMPが「選ばれる理由」

Section 3

事例紹介

ブログウォッチャー

「リクルート」と「電通」のジョイントベンチャーとして設立
大手企業・行政と”位置情報“を活用したビジネスを中心に事業を展開しています

会社名	株式会社ブログウォッチャー Blogwatcher Inc.
住所	〒104-0028 東京都中央区日本橋新川1-3-17 新川三幸ビル9階
設立	2007年4月2日
代表者	酒田 理人
URL	https://www.blogwatcher.co.jp/
事業内容	<p>1.位置情報データプラットフォーム事業「Profile Passport（プロフィールパスポート）」</p> <ul style="list-style-type: none"> ↳データ取得/アプリ開発ツール事業（Profile Passport SDK） ↳データ活用事業（Profile Passport DMP） ↳広告事業（Profile Passport AD） <p>2.ロングテールSEO対策キーワードマッチ</p> <div style="text-align: right;">     キーワードマッチ </div>
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 月に約70億件の位置情報を取得しており、日本では最大級の位置情報データベースを所有 ✓ 大量の位置情報を生かしたジオマーケティングソリューションを展開 ✓ 各大手企業と位置情報ビジネスにおいて提携

ブログウォッチャーが展開する「位置情報データ」を活用した 【データ提供・分析・活用】事業です

集める

位置情報で
アプリに革新を



アプリに組み込むことで
位置情報サービスを
開発できるツール

【特長】

- ・高頻度で高密度な※
位置情報データを取得
- ・位置情報をもとに
プッシュ通知が可能
- ・位置情報データの
分析、活用が可能

分析・活用する

分析、データ連携、可視化
ができる



位置情報データを
蓄積・分析・活用できる
データプラットフォーム

【特長】

- ・高頻度で高密度な※
位置情報を蓄積
- ・国内最大級の
データ量
- ・柔軟で豊富な
分析メニュー

欲しい場所で
欲しい広告を



位置情報データに基づく
スマートフォンの
ディスプレイ広告

【特長】

- ・ユーザーのアクション
を把握可能
- ・国内最大級の
配信枠を持つ
- ・広告からの
来店計測が可能

来店前後のお客様
の行動を分析



自店・競合店の
来店者の行動分析ができる
マーケティングツール

【特長】

- ・直観的な操作
- ・豊富なレポート機能
- ・低コスト

「位置情報データ（デバイスロケーションデータ）」は
下記のような様々な用途で活用が可能です

例1

人流分析・混雑予測

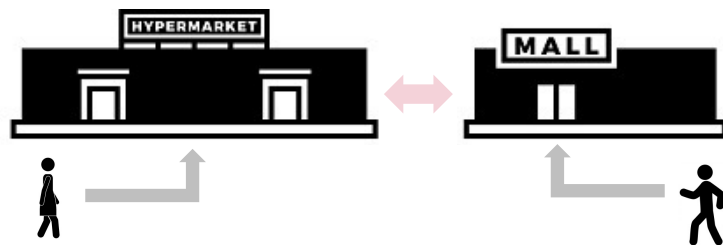
- ・人流を分析し、自治体の政策に活用
- ・混雑状況を分析し、都市計画の改善



例2

市況分析・競合分析

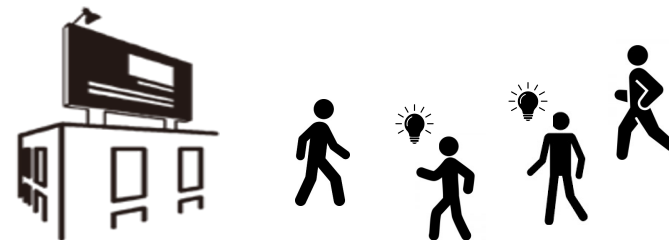
- ・時期による来店傾向の違いを分析
- ・競合との来店傾向の違いを分析



例3

屋外メディアの効果測定

- ・屋外広告への接触有無を計測
- ・屋外広告のWEB流入傾向などを分析



例4

エリア・属性に合わせた 広告配信

- ・行動エリアを限定した広告配信
- ・趣味嗜好などの特性に応じた広告配信



例5

来店効果計測

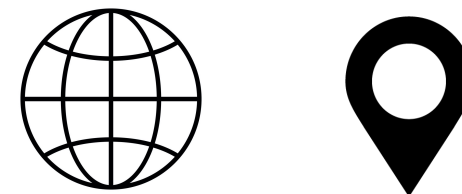
- ・広告の来店効果を測定可能
- ・広告接触者、非接触者の来店率差分も可視化



例6

各種ツールとの連携

- ・SaaSプロダクト、広告商品などとのデータ連携も可能



Section 1

サービス概要

Section 2

Profile Passport DMPが「選ばれる理由」

Section 3

事例紹介

国内最大級のデータ量を元に
分析・活用ができます

データ量 **2,500万MAU**

MAU：1ヶ月に1回以上アクティブになるユーザー数

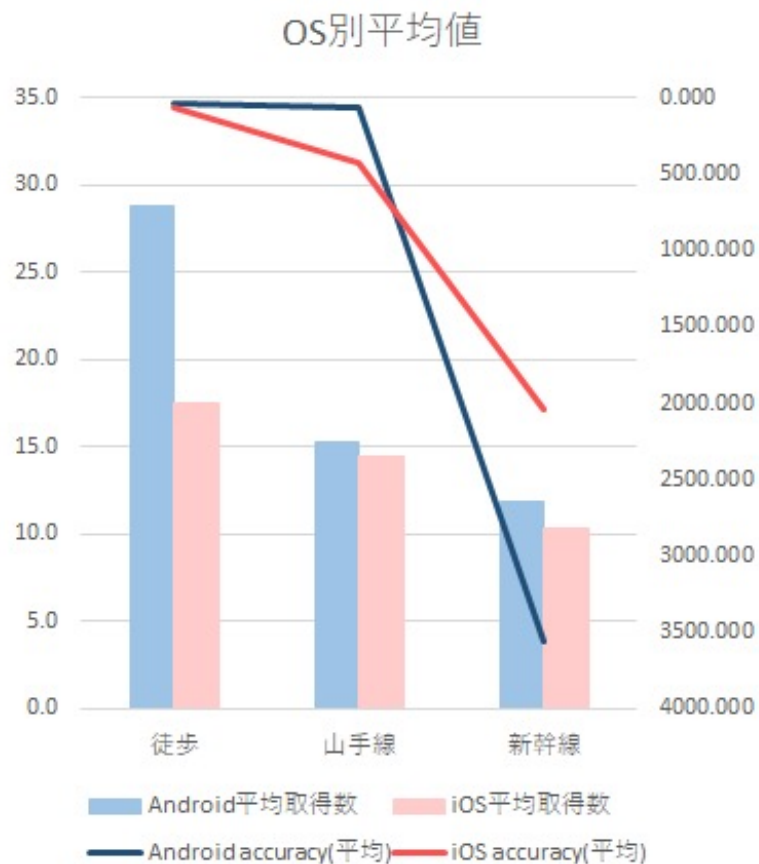
データログ量 **月間450億レコード**



【選ばれる理由②】位置情報データの「質（精度）」

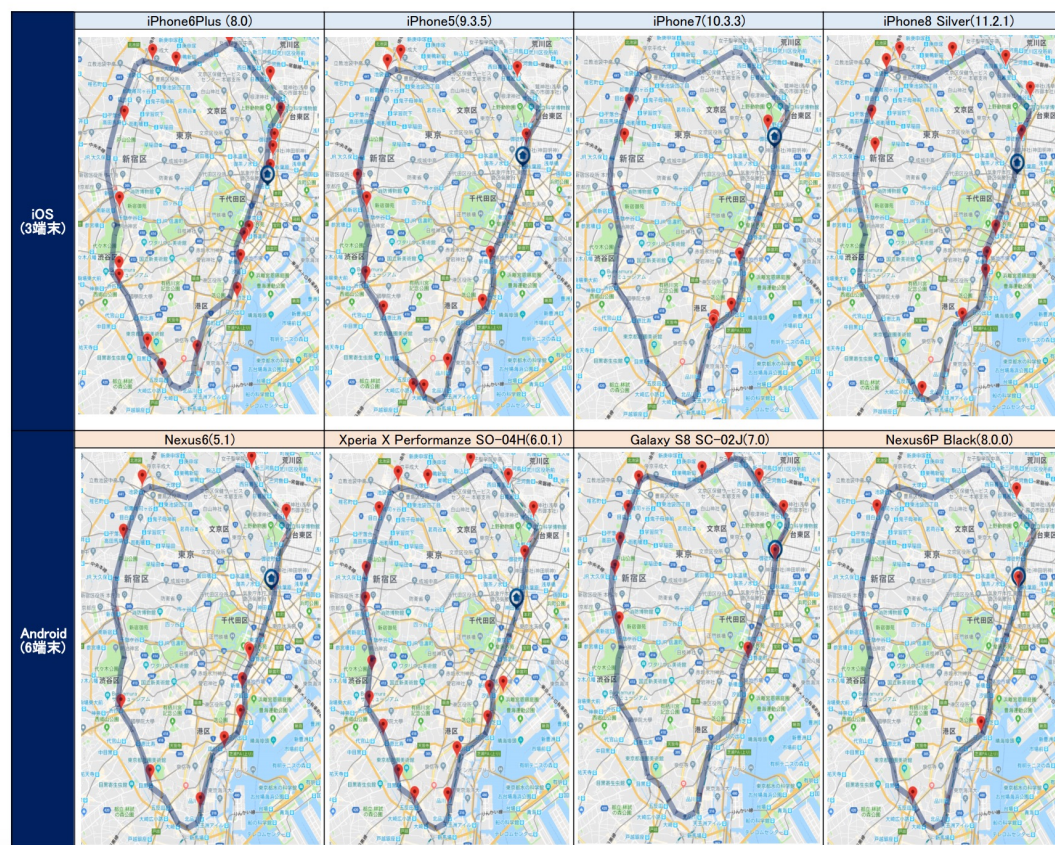
検証チームで日々位置情報データの精度検証・比較をした
信頼性のあるデータ

■ 移動手段毎の精度比較



■ 端末やVerによる精度比較

【山手線1周】point実績



【選ばれる理由③】 プライバシーに配慮した安全なデータ

アプリ利用規約内において、位置情報の利用目的を明示を必須化。
許諾を得たユーザーからのみデータを取得します。



※ 文言、体裁については必ず貴社法務部門にご確認のうえ貴社責任のうえでご記載ください。
※ 弊社の「位置情報等のデータの取得・活用について」の情報は、以下よりご確認いただけます。
<https://www.blogwatcher.co.jp/terms/>

Section 1

サービス概要

Section 2

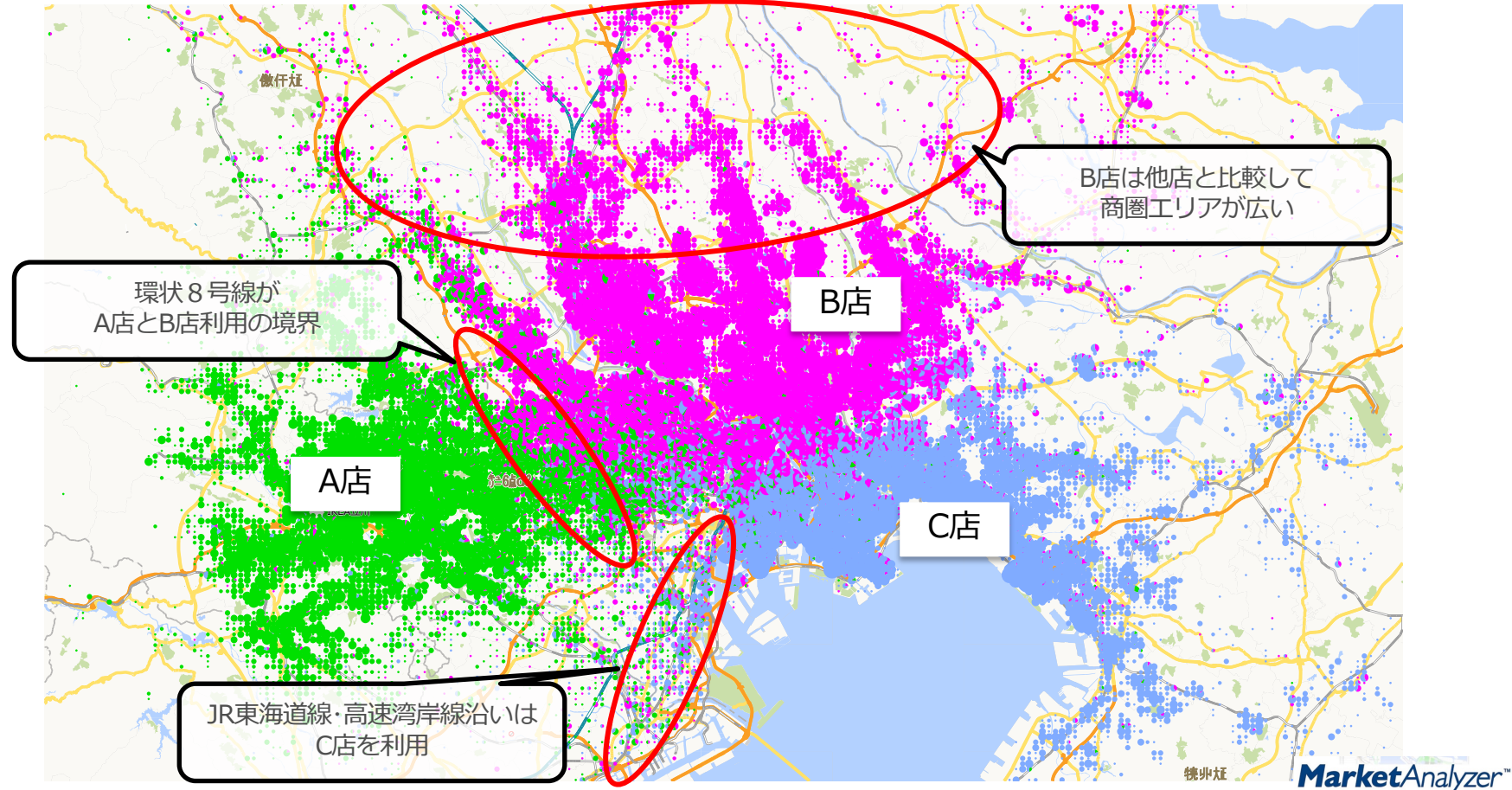
Profile Passport DMPが「選ばれる理由」

Section 3

事例紹介

店舗と居住地の“距離”ではなく“行きやすさ(交通の便)”に相関が見られる

＜同一ブランドの3店舗来訪者の居住地分析＞



※地図はMarketAnalyzerのものを使用。Blogwatcherで独自地図を使う場合は、描画方法が異なります

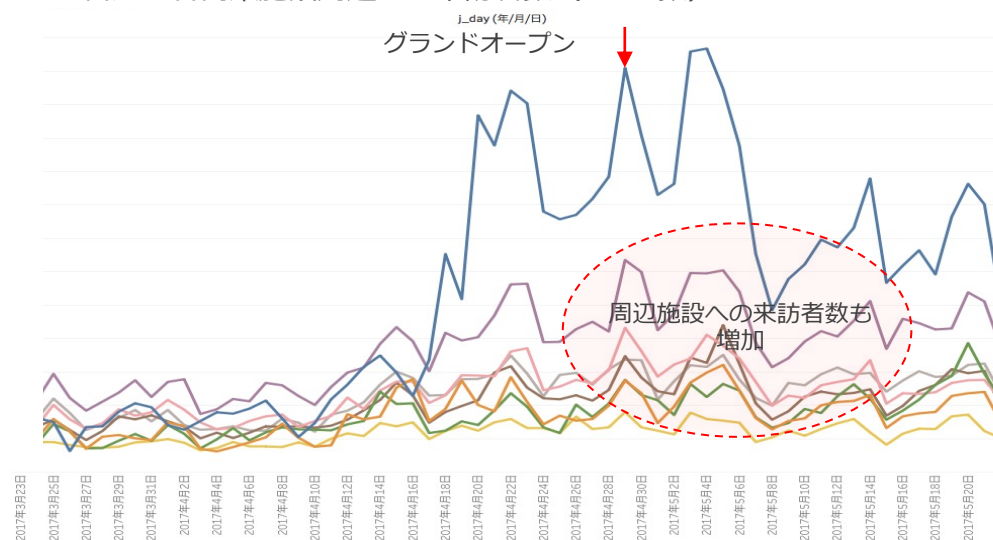
商圈内の競合店も含めた来店傾向を可視化 商業施設新規オープンに伴う近隣店舗への来店状況影響（東京銀座エリア）

対象店舗



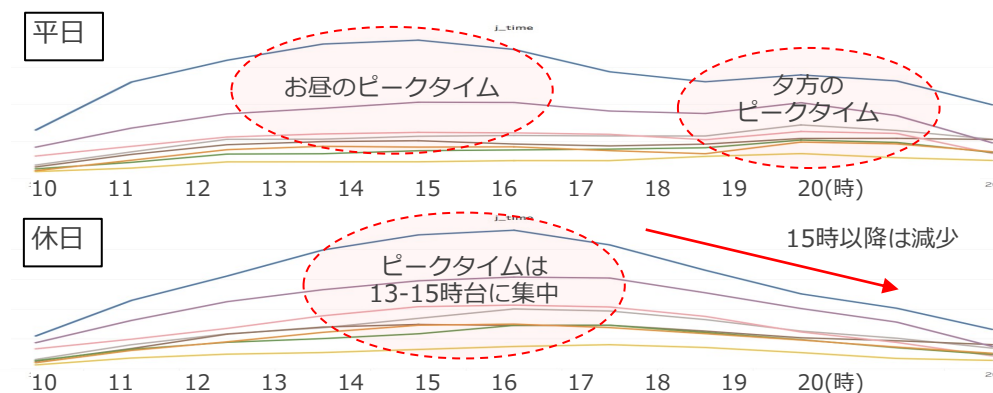
データと得られる意味合い

<日別の各商業施設周辺への来訪者数（UID数）>



新しい商業施設の開業により銀座エリアの他の商業施設の来訪者も相対的に高まったと推測される

<時間帯別の各商業施設周辺への来訪者数（UID数）>



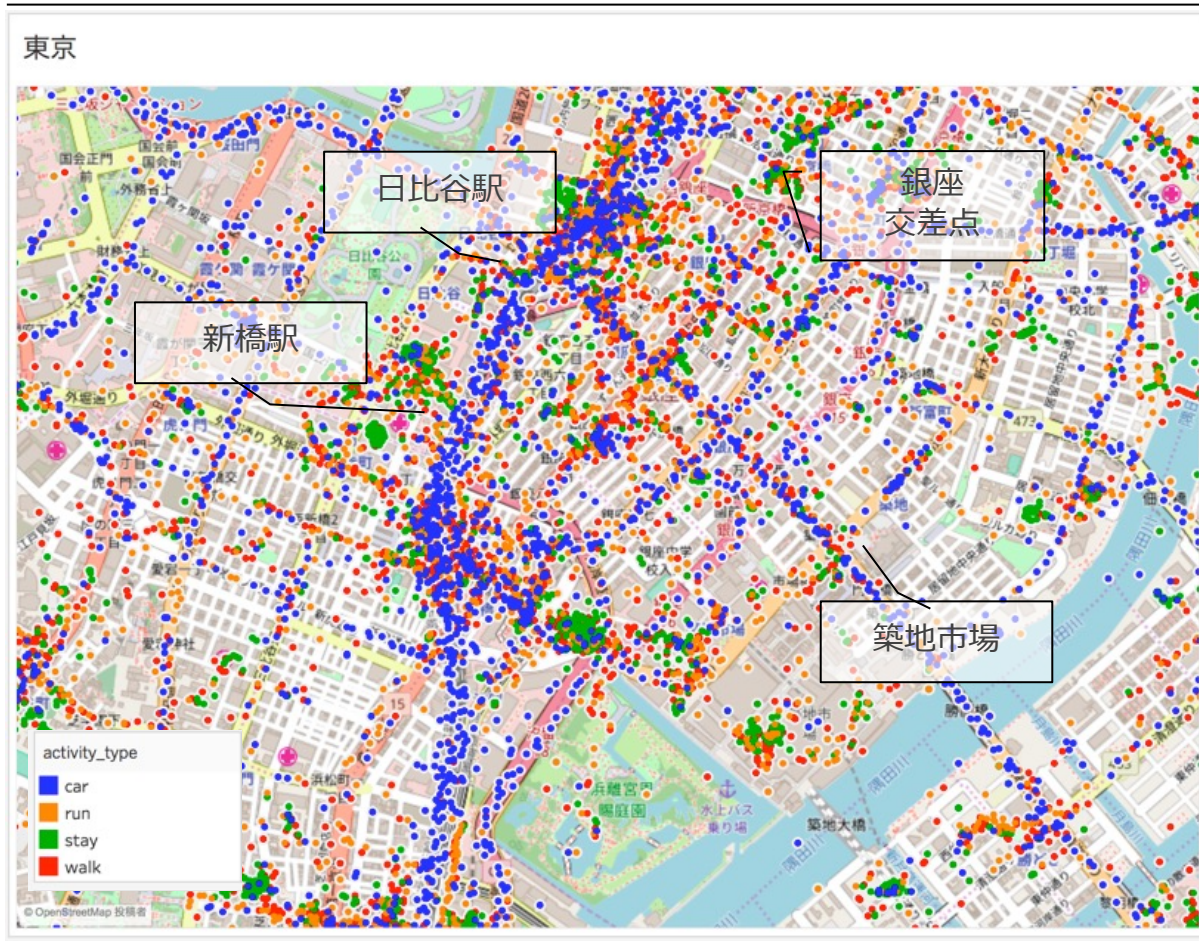
平日は午後に加えアフター5に来店が増える傾向

休日はランチを兼ねてお買い物夕方には帰宅する傾向

【事例3】人流分析

位置情報データから「人の流れ」と「移動手段」を分析することが可能
災害時の通行規制・避難ルート設計など、様々な用途で活用

東京・銀座周辺の移動手段別人流分析(車&電車・ラン・徒歩・滞在)



© OpenStreetMap

得られる意味合い

- 依頼主
地域自治体
- 課題
災害時における通行規制や避難ルート設計を通りごとに行うためのファクトが欲しい。
- 施策
人流を移動手段別に可視化することができるかを検証
- データからわかったこと
移動速度から移動手段を推測することはほぼ可能。
(山手線・京浜東北線・新幹線路線沿いと主要大通り沿いに車・電車判定が合致
／高層オフィスビルに滞在判定が多い)

【事例4】屋外メディアの効果測定

アプリ流入/WEB流入へのリフトアップ率という指標で
OOH（屋外メディア）広告の効果を可視化

電車内広告



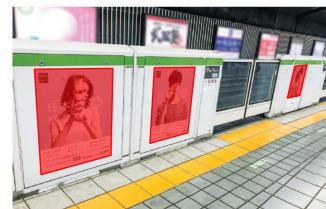
接触媒体	対象 UU数計	対象 流入率	リフト率 (DOOH / ノンターゲ)
① : DOOH接触	36,148	—	—
② : ①DOOH→スマホアプリ流入	637	1.76%	134.35%
③ : ①DOOH→Web流入	2,465	6.82%	112.17%
④ : ノンターゲティング	36,148	—	—
⑤ : ノンターゲティング→スマホアプリ流入	474	1.31%	100%
⑥ : ノンターゲティング→Web流入	2,198	6.08%	100%

野外看板広告



接触媒体	対象 UU数計	対象 流入率	リフト率 (DOOH / ノンターゲ)
① : DOOH接触	86,820	—	—
② : ①DOOH→スマホアプリ流入	2,449	2.82%	121.55%
③ : ①DOOH→Web流入	9,950	11.46%	111.59%
④ : ノンターゲティング	86,820	—	—
⑤ : ノンターゲティング→スマホアプリ流入	2,014	2.32%	100%
⑥ : ノンターゲティング→Web流入	8,917	10.27%	100%

ホームドア広告

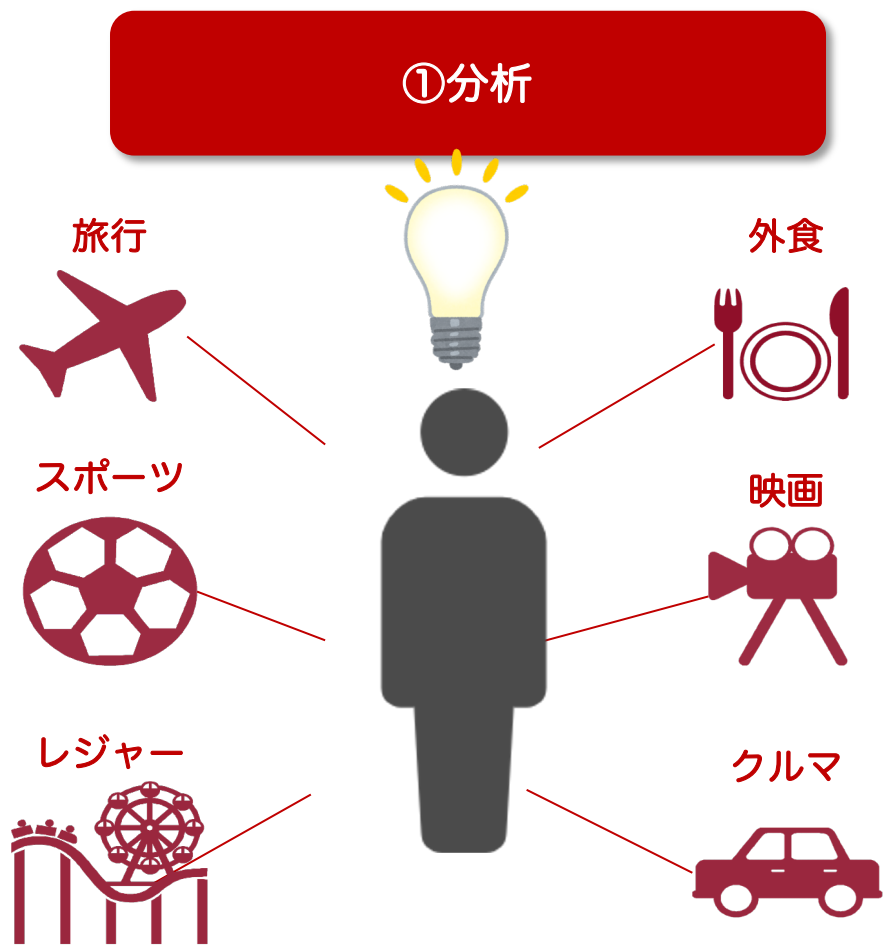


接触媒体	対象 UU数計	対象 流入率	リフト率 (DOOH / ノンターゲ)
① : DOOH接触	71,592	—	—
② : ①DOOH→スマホアプリ流入	1,502	2.10%	97.22%
③ : ①DOOH→Web流入	6,458	9.02%	104.52%
④ : ノンターゲティング	71,592	—	—
⑤ : ノンターゲティング→スマホアプリ流入	1,548	2.16%	100%
⑥ : ノンターゲティング→Web流入	6,176	8.63%	100%

地下通路広告



接触媒体	対象 UU数計	対象 流入率	リフト率 (DOOH / ノンターゲ)
① : DOOH接触	7,237	—	—
② : ①DOOH→スマホアプリ流入	147	2.03%	98.07%
③ : ①DOOH→Web流入	719	9.94%	103.54%
④ : ノンターゲティング	7,237	—	—
⑤ : ノンターゲティング→スマホアプリ流入	150	2.07%	100%
⑥ : ノンターゲティング→Web流入	695	9.60%	100%



自社/競合ユーザー理解等
マーケティング活動を深化。

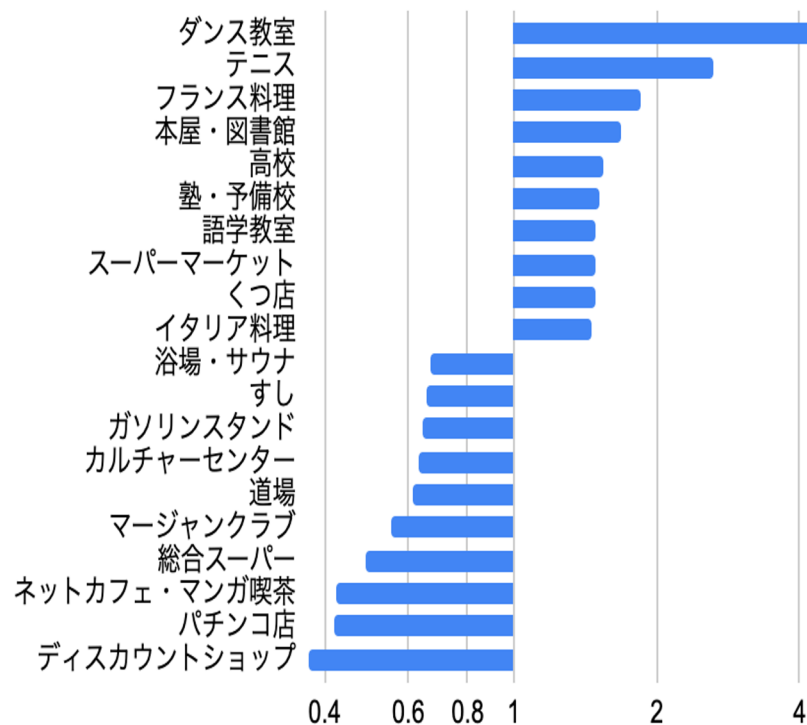
②広告における
タッチポイント選定



③その他
PR・商品開発等施策検討



行動特性の違いを把握し、 マーケティングにおける分析を深化させることが可能です



【興味関心】

- ・健康・美容（ダンス教室・テニス）
- ・読書（本屋・図書館）

【食生活】

- ・家での食事が中心（スーパーマーケット）
- ・外食が多い（フランス料理・イタリア料理）

【移動手段】

- ・車以外（ガソリンスタンド(低)）

【その他】

- ・ギャンブルは興味関心度が低い（麻雀、パチンコ店など）
- ・学生（の親）が多い（高校・予備校など）

1

自店・競合店で比較

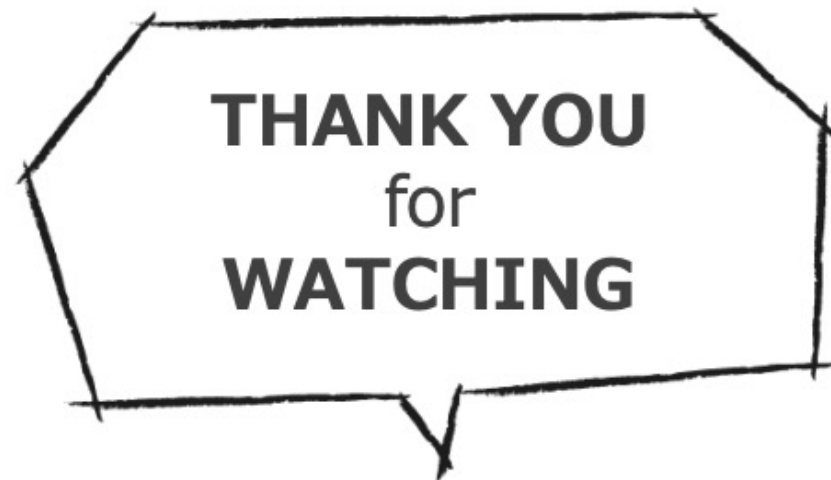
2

来店・非来店で比較

3

来店頻度別で比較

その他活用事例や料金等に関しましては
お問い合わせください



Do you have any Question?

お問い合わせ先

株式会社ブログウォッチャー

〒104-0033 東京都中央区新川1-3-17 新川三幸ビル9F

TEL:03-6705-9210(代表) 営業直通:03-6705-9205

FAX:03-6705-0207

MAIL:info@blogwatcher.co.jp