

## 『ぴあ』、国内最大級のライブ・エンタテインメント/レジャーの プライベート DMP 「PIA DMP」 本格提供開始

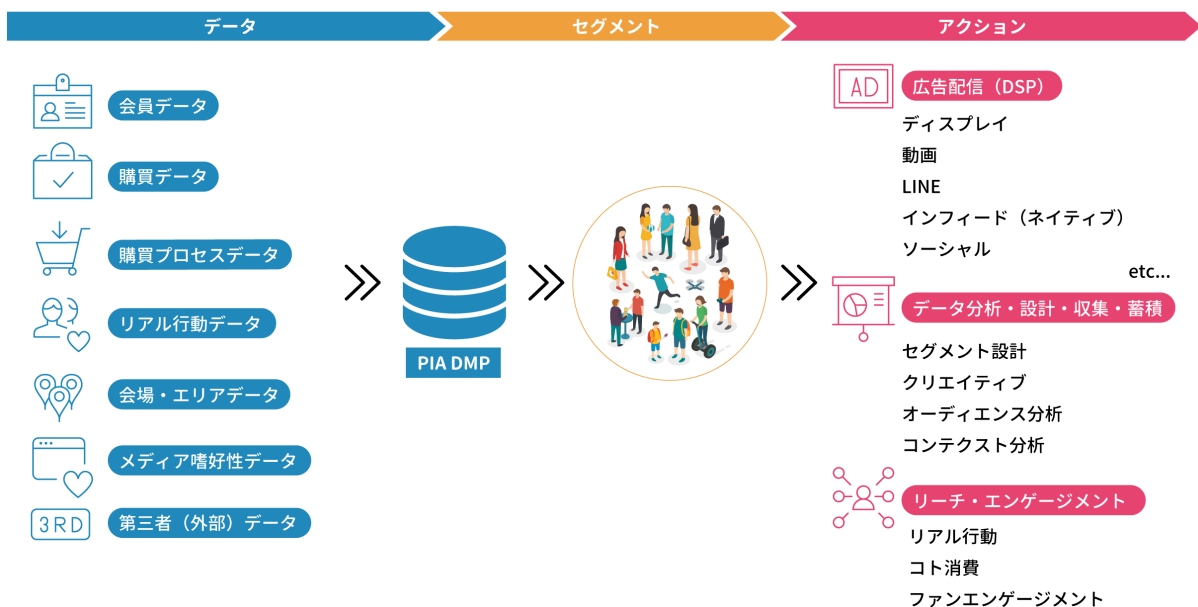
～リアル行動を起点とした、“コト消費”オーディエンスを活用できる、  
統合データマーケティングプラットフォームがいよいよスタート～

国内最大級のチケット販売サイト「チケットぴあ」、トレンド情報メディア「ウレぴあ総研」、映画情報メディア「ぴあ映画生活」を運営するぴあ株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：矢内廣、東証第一部：4337）は、このほど、国内最大級のライブ・エンタテインメント/レジャーのプライベート DMP(※1)サービス「PIA DMP」の本格提供を開始しました。

「チケットぴあ」は会員数約1,700万人（2017年3月末時点）。音楽、演劇、スポーツ、クラシック、ファミリー、レジャー、映画などあらゆるイベントを年間約15万公演取り扱っており、6,500万枚を超えるチケットが購入されています。「PIA DMP」には、「チケットぴあ」会員データ(※2)、チケット購入データ・購入プロセスデータ、アーティスト/ジャンル嗜好データなど、熱狂するファンのリアル行動データ、位置データ、嗜好性データを格納。また、メディア『ウレぴあ総研』『ぴあ映画生活』により蓄積した、嗜好性の高いオーディエンスデータや、第三者のサービス・アプリなどから得られたオーディエンスデータを連携・活用できます。

「PIA DMP」は、音楽・スポーツ・レジャー業界等コンテンツホルダーの広告・マーケティング戦略、プロモーション活動、協賛・事業パートナー開発支援とともに、企業やブランド、自治体を含むすべての皆様において、潜在・見込み客層の選定や分析、効率的なリーチや結果分析、リアル・デジタルを通じた高いエンゲージメントを支援する、統合データマーケティングプラットフォームです。

### PIA DMP 概要図



### ■ 「PIA DMP」データ 主な特徴

- (1) 熱狂的なリアル行動データ（いつ、どこで、どんなライブ・イベントに行くか）
- (2) リアルな体験（＝コト消費）で楽しい時間をすごす、消費意欲の高いアクティブユーザー
- (3) アーティストやライブが好きで行動する、“ポジティブ”なユーザーデータ
- (4) 正確なデモグラと、趣味・嗜好性の高いユーザー
- (5) 購買・会員履歴に加え、ターゲティングメディアがとらえた閲覧履歴を統合

## ■「PIA DMP」で、主にできること

### 独自のターゲティング広告配信(DSP)と最適化

「PIA DMP」で得られたデータやセグメントに対して、提携サイトで広告配信し最適化を行います。広告配信にあたっては、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社、株式会社フリークアウト、シーセンス株式会社との協力(※3)の元、各種 DSP(※4)と接続。ディスプレイ、動画、LINE、インフィード(ネイティブ広告)、ソーシャルなどさまざまな広告枠への広告配信が可能です。

### ターゲットユーザーのセグメント分析・設計・収集・蓄積

広告主にとって適切なセグメントを設計・分析・収集し、マーケティング活動全般を支援。また、広告配信におけるオーディエンス集客と弊社メディアを組み合わせることで、最適なメッセージ訴求と、独自のオーディエンス分析およびコンテキスト(文脈)分析をワンストップで行うことができます。

### “コト消費”ユーザーに向けた多面的なアプローチ

進展するデジタル化への反動か、人々が「コト」への直接的な関与やリアルな感動を求める傾向、生活の中で束の間の非日常感を味わいたいという傾向がより高まり、ライブ・エンタテインメント市場は2001年から2015年の間に、2,562億円から5,119億円へと2.0倍に拡大しています。(※5)

また、「モノ消費からコト消費」に消費傾向がシフトし、モノではなくコトの方が新しい生活ニーズをかなえてくれるとされ、“コト”=経験・体験を豊かにしてくれる手段(ツール・装置)としての、“モノ”の価値を強調・強化し、提供していくことが有効との調査結果もでています。(※6)

一方、「コト消費」シフトの中で多くの広告主が、自社のサービスや商品をどういった具体的な“コト”軸で訴求するかという課題を抱えています。今回リリースした「PIA DMP」を使えば、好きなことに消費意欲の高い消費者に対して、より自然で効果的な形でメッセージを届けられ、コミュニケーションおよびエンゲージメントの機会を創出することが可能になります。

### ファンとの長期的なエンゲージメント

「特定の嗜好性のファンが、決まった日時・時間・場所に、一斉に熱狂的な行動を起こす」。「PIA DMP」を活用することで、イベント当日だけではなく、イベント前～イベント後まで、日増しにテンションが上がるファンとのエンゲージメントが見込めます。嗜好性やイベント特性に合わせたクリエイティブの最適化、会員データと興行情報を組み合わせた未来の移動情報の把握、同様の興味・関心層へのメッセージ訴求を支援します。

※1 DMP…Data Management Platform。企業が持つ顧客データやマーケティングデータ、オフラインデータも含めた様々なビッグデータやログを一元的に管理・分析・セグメントすることにより、広告配信やマーケティング活動を最適化するためのプラットフォーム。

※2 個人情報を含まないデータを連携。

※3 2017年5月現在。

※4 DSP…Demand Side Platform。

※5 ぴあ総研調べ

※6 株式会社ジェイアール東日本企画「普段の生活に関する定性調査及び定量調査」調べ

## ■本サービスに関するお問い合わせ窓口

<http://www.pia.co.jp/sp/piadmp>

## ■マスコミ・報道関係の方

ぴあ株式会社 広報室 大木、栗田、糸井

TEL 03-5774-5294 E-mail koho@pia.co.jp