

## 楽天オーディエンスデータの量

### マタニティ層がターゲットの場合 (楽天市場Top>キッズ・ベビー・マタニティ>マタニティ)

世の中



国内出生数



雑誌



某有名ママ雑誌



楽天

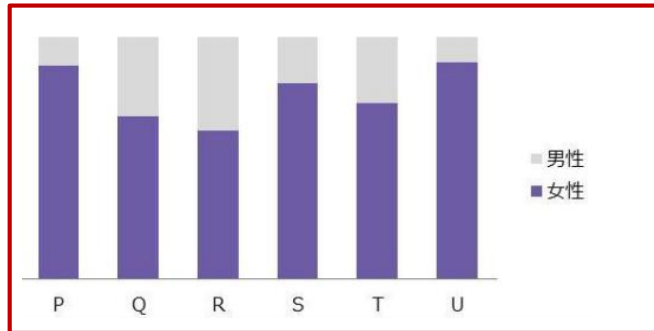


マタニティ・ママ市場  
当該品の年間購買者UU数



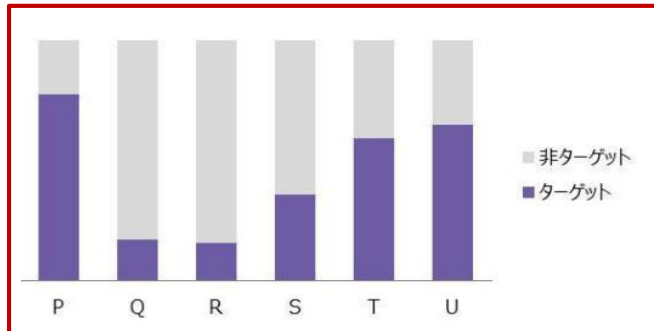
マタニティ層の60~70%にあたる人数が楽天市場でお買い物。

## 参考：各DSPやネットワーク広告ベンダーのターゲティング精度



女性の割合だけでも

**60~90%**のバラつき



年齢まで絞ると

**20~80%**のバラつき

出典：株式会社カンタージャパン  
2015.7.27「Knowledge Share」

ターゲティング精度はベンダー毎で明確に異なっている

# 楽天オーディエンスデータの質

## デモグラ情報の正確性



楽天市場での決済時などにユーザー自らが登録するため情報精度が高い。

## 類推無しの興味・関心/状態データ



楽天市場での決済直前の商品ページクッキーのため類推では無いデータ

・興味/関心



ファッション



ゴルフ



ワイン

・状態



子持ち



ペット保有



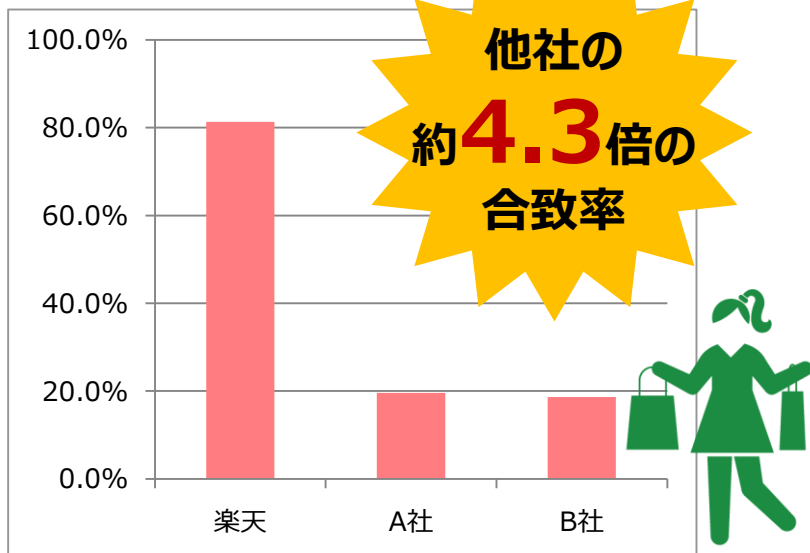
出産

お買物をしている商品カテゴリからユーザーの興味・関心情報および状態情報を把握

会員登録情報や、決済に紐付くデータなど精度の高い属性・興味情報を保有

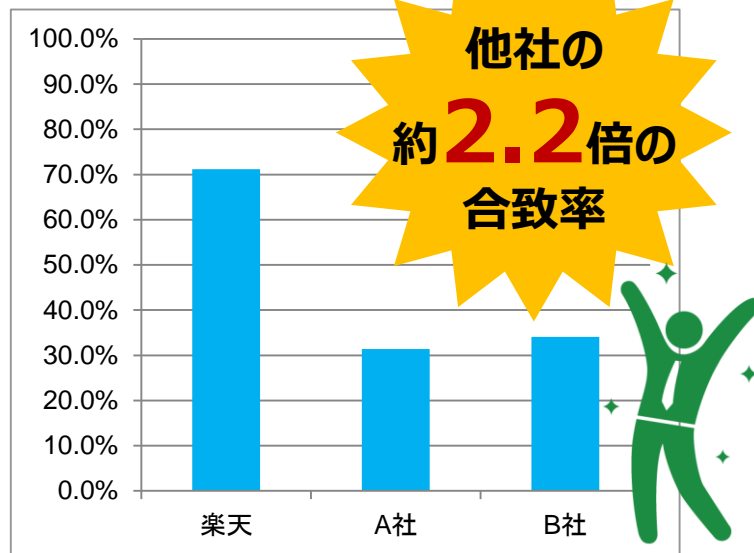
## 楽天オーディエンスデータの質

### F1層



■調査概要① (F1層)  
サンプル回収数：計2,297s  
実施期間：2015年1月  
実施方法：各社「20-34歳女性」セグメントでバナーを配信し、接触ユーザーに年代・性別を問うアンケート

### M1層



■調査概要② (M1層)  
サンプル回収数：計1,510s  
実施期間：2015年3月  
実施方法：各社「20-34歳男性」セグメントでバナーを配信し、接触ユーザーに年代・性別を問うアンケート

広告接触ユーザーに事後調査を行ったところ、  
実際に狙っていたターゲットとの合致率が非常に高い結果に

# 楽天オーディエンスデータの幅

国内最大級の旅行予約サイト



ファミリー/カップル層  
ビジネスホテルに泊まるサラリーマン

国内最大級のゴルフ予約サイト



ゴルファー/高可処分所得層  
自動車利用者

就職活動生の登録率80%超

楽天みんなの就職活動日記



就職活動生  
3,4年生を中心とした大学生

楽天市場以外のサービスデータも一部利用可能

## 楽天オーディエンスデータの幅

### 商品名(KW)



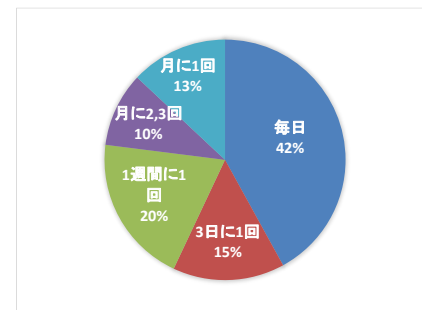
- ・○○という自社商品
- ・商品名に「▽▽」というKWを含んだ商品

### 価格帯



- ・○○円未満の商品
- ・●●円以上の商品
- ・金額上位20%の商品

### 時期・頻度



- ・母の日関連商品の購入
- ・1カ月以内に閲覧
- ・3か月間に2回閲覧

豊富なデータ量を背景にした、幅広いターゲティングが可能