



2025 年 5 月 12 日(月)
東京地下鉄株式会社
株式会社メトロアドエージェンシー
株式会社 unerry

東京メトロ、メトロアドエージェンシー、unerry の 3 社が業務提携し データ・メディアを掛け合わせたマーケティングプラットフォームの共創を開始

東京地下鉄株式会社(本社:東京都台東区、代表取締役社長:山村 明義、以下「東京メトロ」)、東京メトロのグループ会社である株式会社メトロアドエージェンシー(本社:東京都港区、代表取締役社長:川田博之、以下「メトロアドエージェンシー」)、株式会社 unerry(本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO:内山英俊、以下「unerry」)の 3 社は業務提携し、東京における移動データを核としたマーケティングプラットフォーム(以下、本プラットフォーム)の共創を 2025 年 5 月 23 日より開始します。



684 万人/日※のタッチポイントを持つ東京メトロが保有する鉄道利用データをはじめとした各種データと unerry が保有する高精細な人流ビッグデータで東京都内のさまざまな場所の状況や来訪者の行動嗜好性を捉えるとともに、東京メトロメディアをはじめとしたメトロアドエージェンシーの交通広告のノウハウ、マーケティングナレッジや unerry の広告技術を活用することで行動変容創出に取り組んでまいります。

※2024 年度の平均輸送人員

協業に至った背景

東京は国内の他の地域と比較しても、交通手段構成比における「鉄道」の構成比率が高いことが特徴です。そのため乗降データは、小売・飲食業の出店計画、不動産価値、観光による人出など、さまざまな経済活動と密接に関連していると想定していました。このことを背景に東京メトロは、地下鉄利用に係るデータを活用できる環境を整えることにより東京の魅力向上と、企業価値向上に向けた新規事業創出機会を検討していました。

そのような中、unerry が展開するリアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」と連携し、あらゆる場所の人流状況や来訪者の行動嗜好性の特徴をビッグデータで捉えたマーケティング施策等により行動変容を促進できることが推測され、さらに鉄道利用者の行動変容に直結する交通広告・メディアを扱うメトロアドエージェンシーのナレッジや提案力を加えることで、東京における移動データを核としたマーケティングプラットフォームを共創できるという仮説のもと、本構想は開始しました。

3社は2024年8月から共同研究をすすめ、東京メトロの乗降データとunerryの人流ビッグデータを掛け合わせる※2ことで、地下鉄駅直結のイベント会場における来訪人数予測の精度が向上するなどのデータシナジーをすでに確認しています。

※2: 東京メトロの乗降データ等の鉄道利用データは、特定の個人を識別できない匿名加工情報として活用を想定しています。unerryの人流ビッグデータは、特定の個人を識別することができない個人関連情報であり、LPマーク(ロケーションプライバシーマーク)に準拠して管理されています。いずれも、法令および各社のユーザーの許諾の範囲でデータ活用は行われます。

今後の展開について

第一弾の取り組みとして、イベント事業者や協賛者に対するマーケティングサービスの提供を予定しています。

東京メトロ沿線ではさまざまなイベントが開催され、地域の新たな魅力発信や地域外からの来訪者の呼び込みや消費の促進につながっています。そして、そのプロモーションに地下鉄車内や駅構内等の広告が活用されています。そこで、3社はイベント事業者向けのリサーチサービスと、プロモーションサービスを提供してまいります。

<イベント企画向けリサーチサービス> 過去の類似イベントの来訪者やイベント前後の会場周辺状況等を分析

来訪者の年代、性別、行動嗜好性、どこから来訪するか(居住エリアや交通手段、ルート)などが明らかとなり、より来場見込み者のニーズにあったコンテンツ企画やプロモーション企画、オペレーション計画が可能です。



<来訪者クラスタ例> 平日はスーツでビシッと、休みはのんびりのカレーマニア

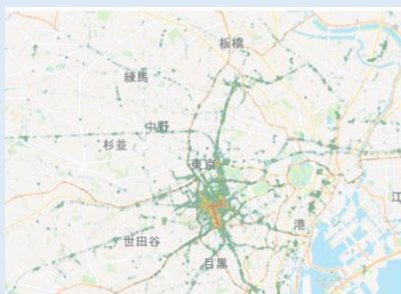
属性: 30代前半 男性

- ・平日は毎日出社し、長時間勤務も厭わない。
- ・平日ランチは時短だけどカレー店(64.8)にはこだわりあり。下北沢のカレーフェスには毎年顔を出す。
- ・友達と映画館(68.1)に行ったあと、美味しいご飯にいくのが土日の楽しみ。
- ・普段着はアウトレットモール(67.8)でまとめて購入。連休は温泉(63.6)でのんびりしたい。

※ 数値は行動嗜好性を偏差値形式で表したもの

<イベントプロモーションサービス> 来場可能性が高いエリア・人々への広告

会場来訪が高いエリアや路線・経由駅などのデータに基づいた最適な交通広告、生活圏や嗜好性にあう方に向けたデジタル広告でプロモーションを行い、集客・申込みを最大化します。



<参考> イベント開始120分前の来場者群の行動範囲

過去の類似イベントでも電車・地下鉄でのルート反応が多く、イベント会場周辺以外の行動はあまり見られないことから、立ち寄りではなくイベントを主目的とした計画行動による来訪と明らかに。

そのため、電車来訪しやすいエリアの日常動線上の交通広告と、同エリアを居住エリアとする興味関心層に対するSNSプロモーションによる重複情報接触による興味関心喚起が重要に。さらに、広告接触者の来場計測も可能なため、どの広告が効果的だったかを次回以降のプロモーションに活かすことができる。

また今後は、相互のデータを活用した駅周辺や各出口における利用者数などの予測や、そのデータを元にしたマーケティング支援にも取り組みます。これらは、たとえば近隣就業者や商業施設利用者、観光者などが、イベント時に過度な混雑に巻き込まれることを回避し、快適な暮らしをサポートすることや、小売飲食・不動産等への事業支援を想定しております。その一環として、メトロが取り組んできたキャンペーン施策等のノウハウを生かし、メトポといった付加価値を提供することで行動変容を促進するサービスも検討していきます。

そして本プラットフォームは今後、国際都市としての東京の魅力向上に向け、連携するデータホルダー、メディアパートナー、ソリューションパートナーを広く募集し、さまざまな都市の課題に対応できるよう成長してまいります。

*本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

*本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

■東京メトロについて

社 名	東京地下鉄株式会社
代 表 者	代表取締役社長 山村 明義
所 在 地	東京都台東区東上野三丁目19番6号
設 立 年 月 日	2004年4月1日
事 業 概 要	東京都区部を中心に、9路線195.0km 180 駅の地下鉄を運営し、うち7路線で他社と相互直通運転を実施する、首都圏の鉄道ネットワークの中核を担う企業です。旅客鉄道事業の運営、都市・生活創造事業の運営を行っています。新たな価値創出の源泉としてデータとデジタル技術を積極的に活用するため、データ共有基盤の整備や生成 AI の活用・DX の促進、XR 事業に取り組みます。
u r l	https://www.tokyometro.jp/index.html

■メトロアドエージェンシーについて

社 名	株式会社メトロアドエージェンシー
代 表 者	代表取締役社長 川田 博之
所 在 地	東京都港区東新橋二丁目 14 番 1 号 NBF コモディオ汐留 9 階
設 立 年 月 日	2007 年 2 月 5 日
事 業 概 要	東京メトロ 100%出資の「総合広告会社」。戦略立案から、メディアプランニング、デジタル、クリエイティブ、PR、イベントまで、クライアントの課題解決のためのあらゆる領域のコミュニケーションをプロデュース。さらには行動データなど独自のノウハウやロケーションビジネスなど、東京メトロアセットを活用した多彩なソリューションを提供しています。
u r l	https://www.metro-ad.co.jp/

■株式会社 unerry について

社 名	株式会社 unerry
代 表 者	代表取締役社長 CEO 内山 英俊
所 在 地	〒105-6901 東京都港区虎ノ門 4-1-1 神谷町トラストタワー 23F(WeWork 内)
設 立 年 月 日	2015 年 8 月
事 業 概 要	リアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank(https://www.beaconbank.jp/)」を運営する 2015 年創業のデータカンパニーです。GPS およびビーコン技術を活用し、スマートフォンアプリから取得する月間 840 億件超、約 4.2 億 ID(うち国内約 1.6 億 ID)の屋内外の人流ビッグデータを AI で解析。「心地よい未来を、データとつくる。」というミッションを掲げ、OMO マーケティング支援や、スマートシティの実現に向けた事業等を展開しています。
u r l	https://www.unerry.co.jp/