

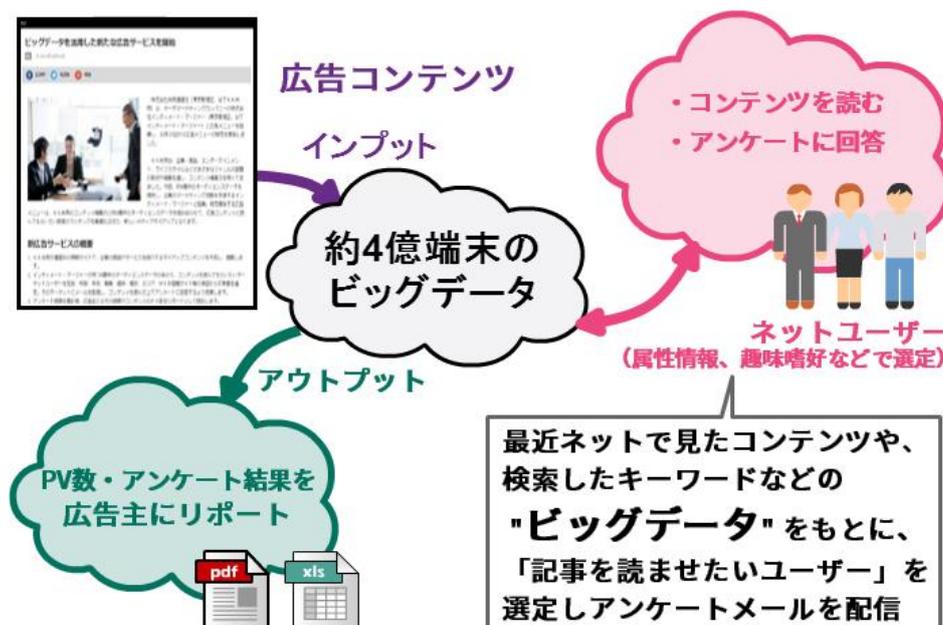
## (株)共同通信社がビッグデータを活用した新たな広告サービスを開始 コンテンツ編集力と約4億件のオーディエンスデータを組み合わせ、 読者のマッチングを最適化

株式会社共同通信社（東京都港区、以下 KK共同）は、データマーケティングカンパニーの株式会社インティメート・マージャー（東京都港区、以下 インティメート・マージャー）と新たな広告メニュー開発で協力し、10月13日から新サービスの販売を開始しました。

KK共同は、企業・商品、エンターテインメント、ライフスタイルなどさまざまなジャンルの話題の取材や編集を通し、コンテンツ編集力を培ってきました。今回、約4億件のオーディエンスデータを提供し、企業のマーケティング活動を支援するインティメート・マージャーと協業。販売を開始する広告メニューは、KK共同のコンテンツ編集力と膨大なオーディエンスデータを組み合わせ、広告コンテンツと読んでもらいたい読者のマッチングを最適化させた、新しい形のメディアタイアップとなります。

### ●新広告サービスの概要

- ① KK共同が運営中の情報サイトで、企業の商品やサービスを紹介するタイアップコンテンツを作成し、掲載します。
- ② インティメート・マージャーが提供する約4億件のオーディエンスデータの中から、コンテンツを読んでもらいたいターゲットユーザーを性別、年齢、年収、職業、趣味・嗜好、エリア、WEB閲覧サイト等の項目から選定。そのターゲットにメールを配信し、コンテンツを読んだ上でアンケートに回答するよう依頼します。
- ③ アンケート結果を集計後、広告主にはその結果やコンテンツのPV数をレポートとして提出します。



本件に関するお問い合わせ先

<http://www.kyodo.co.jp/inquiry/>