

## ドコモデータを活用した分析レポート第 5 弾を公開 「不動産関心ユーザープロファイリングレポート」

株式会社 D2C(本社:東京都港区、代表取締役社長:高田 了)と株式会社 D2C R(本社:東京都港区、代表取締役社長:豊永 雅史)は、株式会社 NIT ドコモ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:前田義晃、以下ドコモ)が保有する約 1 億(※1)の会員基盤をベースにしたドコモデータ(※2)を活用した、ユーザープロファイル分析レポートの第 5 弾として、「不動産業」にフォーカスを当てた「不動産関心ユーザープロファイリングレポート」を公開いたしました。

※1 2024 年 3 月末時点の d ポイントクラブ会員数

※2 個人が特定されるデータは含まれていません。



D2C グループでは、これまでドコモ広告に関する調査・分析を自社、または第三者調査会社の協力のもと過去 4 回に渡り「ユーザープロファイル分析レポート」として公開し、多くの広告主・広告会社にご提供して参りました。

## ■ これまで公開したユーザープロフィール分析レポート

第1回:[「d ポイントクラブ ランク別ユーザープロファイリングレポート」](#)

第2回:[「高所得ユーザーのプロファイル分析から見る消費行動と生活」](#)

第3回:[「ドラッグストア高額利用ユーザーのプロファイル分析から見る消費行動と生活」](#)

第4弾:[「d メニュー利用ユーザー分析レポート」](#)

第5弾となる本レポートは、昨年末に D2C R より公開したプレスリリース「ドコモデータを活用した不動産(賃貸・売買)向けの広告配信メニューの提供を開始」(<https://www.d2cr.co.jp/archives/4336>)への反響と、住宅購入需要や核家族化・未婚率増加による若年層～中年層での賃貸需要の上昇といった国内における継続的な不動産需要を背景に、ドコモデータを活用したより精緻なユーザープロファイリングを、不動産関連事業に役立てていただくべく企画・公開いたしました。

## ■ レポート概要

目的 :ドコモユーザーにおける不動産賃貸・購入・売却関心ユーザーの特徴把握

使用データ:ドコモデータ(ユーザー契約情報、キャリア決済データ、アプリ利用ログ、  
位置情報データ(Wi-Fi)、d ポイント加盟店利用情報、アンケートデータ

分析方法 :各データソースにおける上記分析軸と比較実の回答率などの差分スコアを  
特徴としたプロファイリング分析

## ■ レポート内容

- ・ドコモデータについて
- ・不動産関心ユーザープロファイリング
- ・プロモーションへの活用法
- ・Appendix

## ■ ダウンロード方法

・以下のリンクより無料でダウンロードできます。

[https://canvas.d2cr.co.jp/whitepaperlist/d2cr\\_ddpreport\\_estate\\_202407/](https://canvas.d2cr.co.jp/whitepaperlist/d2cr_ddpreport_estate_202407/)

資料抜粋

SUMMARY

	「不動産賃貸」 関心層	「不動産購入」 関心層	「不動産売却」 関心層
			
1. デモグラ	30-40代女性社員	50代男性会社役員	60代男性
2. 趣味・興味関心	スマホでの音楽・動画視聴	国内旅行、温泉、おでかけ・行楽	ウォーキング、スポーツ・フィットネス 国内旅行、ポイントサービス、保険・貯蓄・資産運用
3. 健康の悩み	不規則な生活、野菜不足	-	薄毛、抜け毛
4. 生活行動	仕事とプライベート（友人・恋人）との両立	子供・家族と過ごす時間を大切にしている	SNS、無料動画
5. 媒体接触	X (twitter)	新聞広告、チラシ	スマホでのニュースサービスの閲覧
6. 消費行動	コンビニ利用、ポイント活動	旅行、様々な保険への加入	ネットショッピング「食品」「アルコール」

9

## 施策への展開 補足:ドコモデータターゲティングの有用性

契約者情報などユーザーが登録している「確定データ」に基づいたターゲティングができるため、主要媒体への配信は確実にターゲティングしておきたい要素がある場合に有効です。

媒体データ

推定データ

媒体セグメントのデータソースはあくまで各媒体上で取得可能なユーザー行動のみ。つまり、購買や行動に至っているかまではあくまで推定の領域を出ないため、精度に懸念あり。



コンテンツへの接触状況や反応状況などから推測



ドコモデータ

実行動データ

ドコモの提供するサービスを利用する場合に、登録必須である情報に基づいたデータや購買情報や位置情報、コンテンツの利用ログなど実際の行動に基づくデータが活用できるため、より正確な情報で精度の高いターゲティングが可能。



実際の行動データを基にターゲティング

今後も D2C グループでは、ドコモデータに基づく高精度なターゲティングやドコモメディア特性を生かした商品開発に取り組み、広告主の多様なニーズに応えてまいります。

## ■ 「ドコモデータ」について

D2C が、ドコモから提供を受けている第三者提供に同意されたユーザーデータ(広告識別子・属性情報・位置情報・行動履歴など)。約 1 億(2024 年 3 月末時点の d ポイントクラブ会員)の会員基盤を持ち、属性データ(性別、年齢など)だけでなくキャリアならではの位置情報・購買履歴などの実行データを保有しています。D2C R では、これらのドコモデータを活用した業種別広告商品の取り扱いも行っています。なお、これらのドコモデータには個人が特定されるデータは含まれておりません。

## ■ 株式会社 D2C R について

D2C R は、あらゆる広告主のニーズにマッチした、効果的な広告の開発・提供を行うデジタルマーケティング会社です。D2C R では、データを基軸にした広告と考え抜かれたクリエイティブで、企業が提供する良質なコンテンツやサービスに関する情報を、より多くの生活者に届けることを通じて、生活者の生活をより豊かにします。また、市場の健全な発展に寄与すべく、安心かつ効果的なデジタルマーケティングサービスを提供しています。

株式会社 D2C R (<https://www.d2cr.co.jp/>)

代表取締役社長 : 豊永 雅史  
本社所在地 : 東京都港区東新橋 1 丁目 9-1 東京汐留ビルディング  
設立年月日 : 2013 年 2 月 1 日  
資本金 : 5,000 万円  
事業内容 : インターネット広告事業 / アドテクノロジー事業  
マーケティングメディア: <https://canvas.d2cr.co.jp/>

---

### D2C について

D2C は、2000 年 6 月 1 日に、株式会社 NTT ドコモ、株式会社電通、株式会社 NTT アドの 3 社合弁で設立された、デジタル広告 / マーケティング会社です。D2C では、ドコモのメディアやデータを中心とした広告・マーケティング事業を展開しています。また、広告代理店事業、制作・クリエイティブ事業、インバウンド事業などを展開する D2C グループを擁し、グループ全体で「統合マーケティングパートナー」標榜し事業を推進しています。

URL : <https://www.d2c.co.jp/>

### 報道関係者からのお問い合わせ先

株式会社 D2C 経営企画部 広報担当: 金、山口

E-mail: [press@d2c.co.jp](mailto:press@d2c.co.jp)

