

国内最大級、信頼のファーストパーティデータで
新たなビジネス機会を創出

BP DMP

1st Party Data Targeting

日経BP DMPメニューのご案内

2024年

BP DMP

1st Party Data Targeting

貴社のマーケティングを支援する日経BP独自のデータプラットフォーム『BP DMP』。
脱クッキー時代にも精度の高いターゲティングを実現し、お客さまとのビジネス機会を創出します。

長年蓄積した日本最大級のビジネスID『日経ID』の登録属性をはじめ、
多彩な専門性をもつ日経BPメディアの記事閲覧やサイトアクセスなどの行動履歴、
雑誌・書籍・有料セミナーの購買履歴、無料セミナー・イベントの登録履歴など、
高品質の“ファーストパーティデータ”で、貴社の課題を解決します。

ぜひご活用ください。

日経BPの強み

信頼性

経済や経営、最新テクノロジーなど、仕事に役立つ情報から、日々の暮らしを豊かにする生活情報まで。確かな取材に基づくコンテンツを半世紀にわたり発信し続けてきた実績と信頼性があります。



専門性

専門分野を探究し続け、各分野に対する知見を持つ記者を多数抱え、最新ニュースの分析や事件や事象を深く掘り下げた読み応えのあるコンテンツを日々発信しています。



リーチ力

多分野のメディアを通じて幅広い読者層を形成しています。メディア閲読やイベント参加などの利便性を高める日経IDを利用して、行動履歴・興味関心に加えて所属企業などの会員データとかけあわせた会員理解やコミュニケーションが可能です。



総合力

15のネットメディア、26の専門雑誌を発行し、年間1,000を超えるセミナーやイベントを実施しています。メディアやセミナー/イベントなどを通して、貴社に多角的なソリューションを提案します。

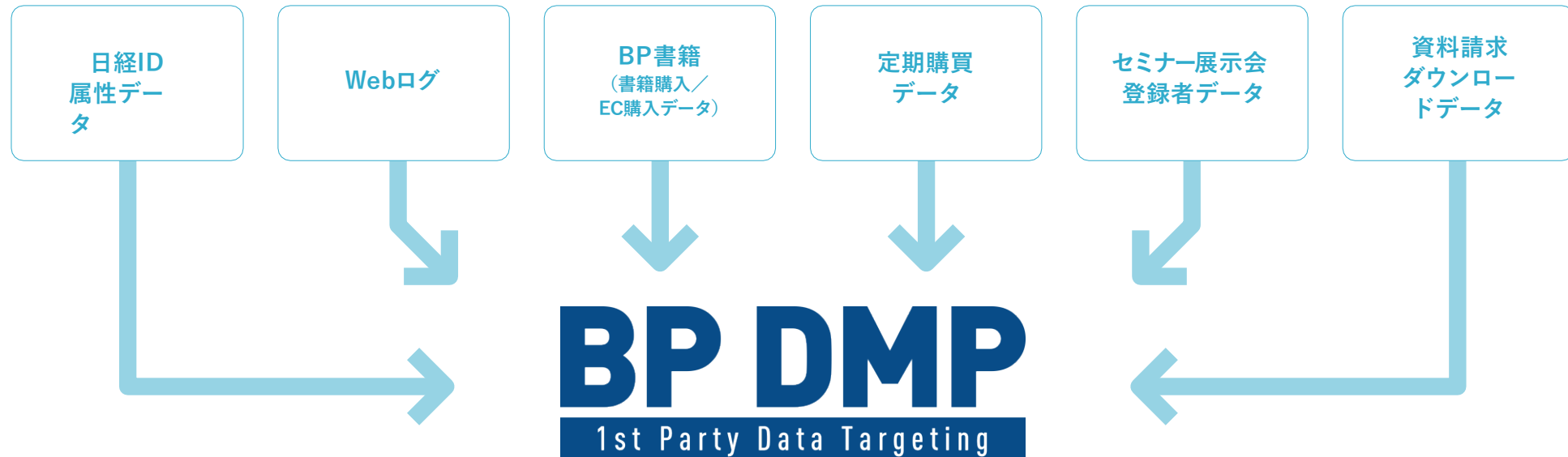


ビジネスの第一線で活躍する『日経ID』会員情報を保有

日経BPが保有するファーストパーティデータ

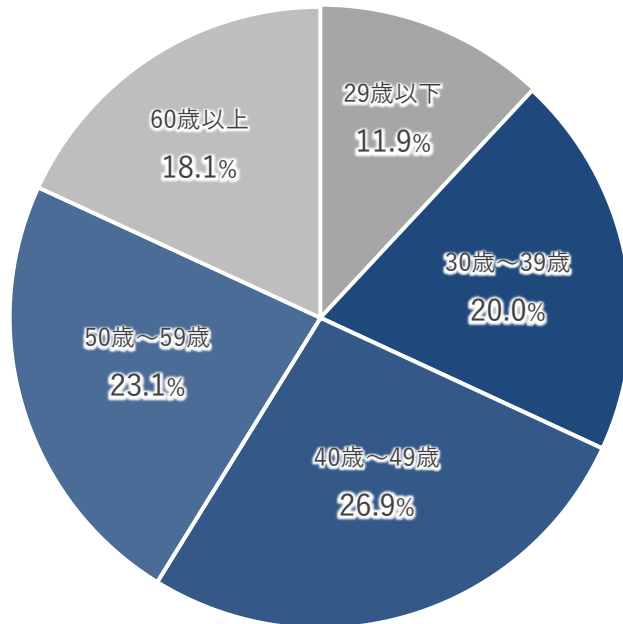
「日経ID」登録情報やサイトアクセス履歴に加え、セミナーの登録者データや雑誌の定期購読、書籍などの購入データ、資料請求データなど、日経BPだからこそ捕捉できるデータを集積しています。そのデータを活用し、業界やターゲットにあわせて、貴社の課題解決につながる深度の高いデジタルマーケティングを実現します。

日経BPでは、サードパーティクッキー規制の先を見据え、自社ファーストパーティデータの収集と活用をさらに強化していきます。



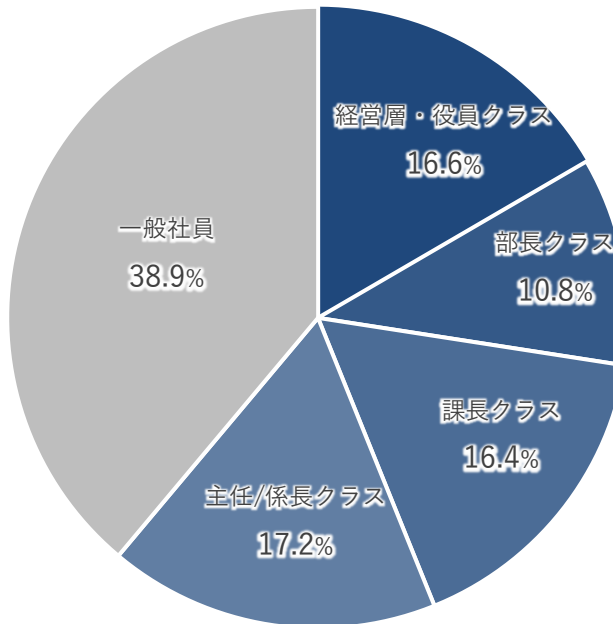
BP DMPの属性データ

年代



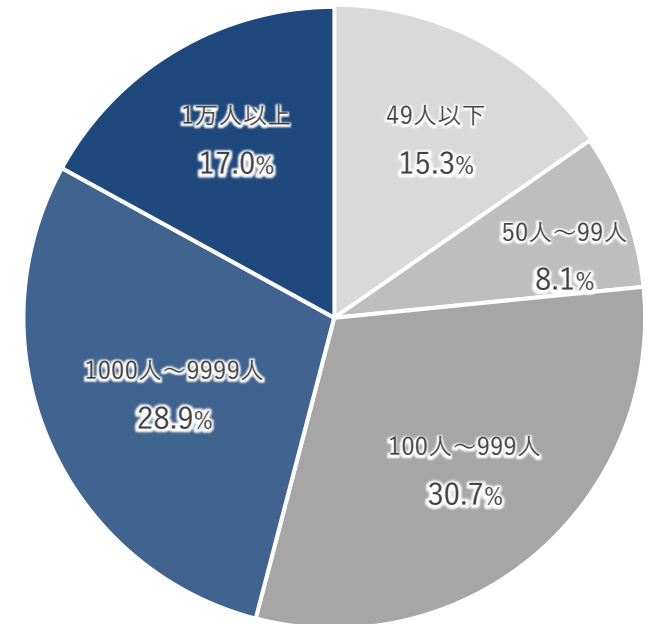
30代~50代が7割

役職



役職者が6割超

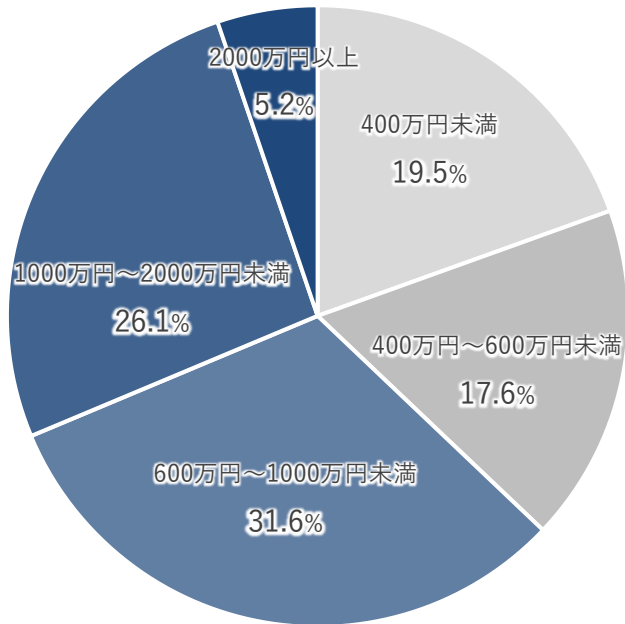
従業員規模



1000人以上が約5割

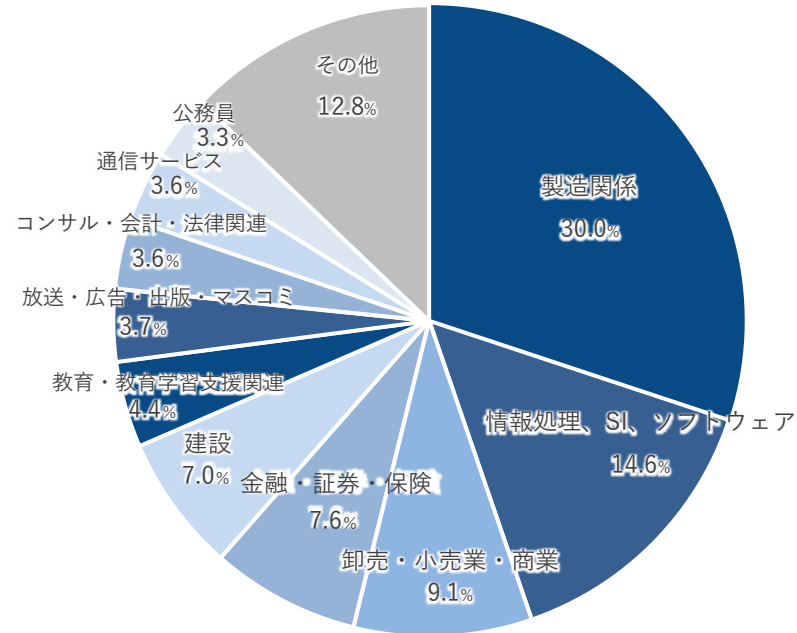
BP DMPの属性データ

世帯年収



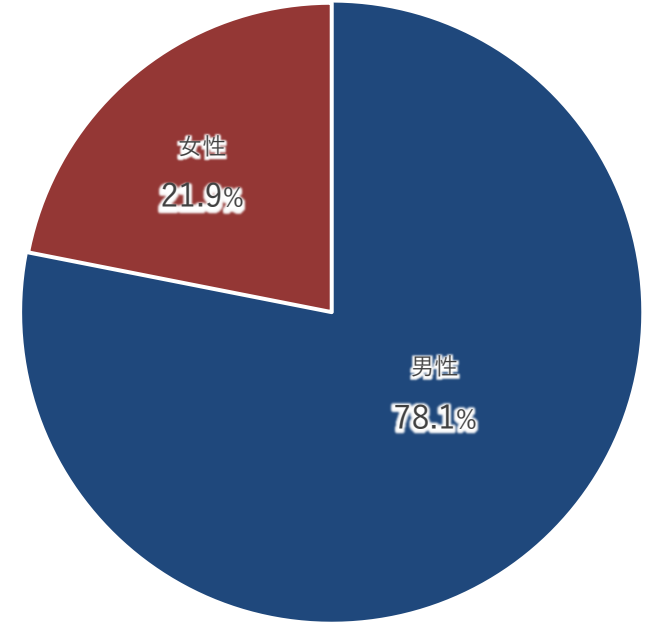
600万円以上が約6割

業種



製造関連が3割、幅広い業種構成

性別



女性が2割超

BP DMPが実現すること



日経ID登録情報や
閲覧履歴・行動履歴などを使った
広告・サイトの分析



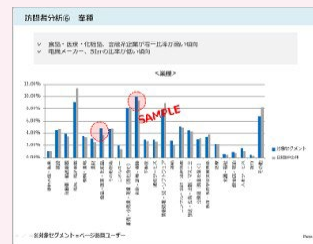
日経ID登録情報や
閲覧履歴・行動履歴などを使った
広告配信



BP
DMP



配信・分析の結果をもとにした
次回施策の提案・改善
ユーザーエンゲージメント強化





BP DMP

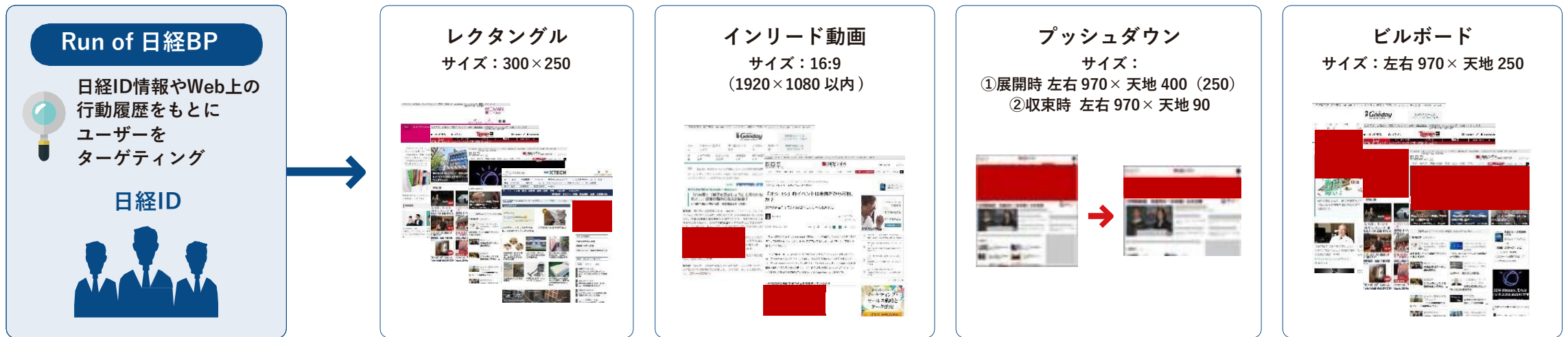
1st Party Data Targeting

広告配信でのご利用



BP DMP ターゲティングバナー

日経 ID の情報や Web サイトでの行動履歴をもとに、属性や興味分野などで抽出したターゲットに対して、各種サイズのバナー広告を配信することができます。
ご要望の多いセグメントは予めパッケージ（⇒P14～15）をご用意しています。



掲載媒体 (Run of 日経BP)

日経ビジネス電子版、日経クロストレンド、日経xwoman、日経Gooday、日経クロステック、日経クロステック Active、日経不動産マーケット情報、ナショナルジオグラフィック日本版

※※媒体によって掲載できるバナーサイズは異なります。 ※最低実施金額は 30 万円（税別）となります。

※プッシュダウンの原稿の右上部には、クローズボタン（左右 90 ピクセル × 天地 30 ピクセル程度）を付けさせていただきます。詳細は入稿規定をご確認ください。

ターゲティング手法①～属性ターゲティング

日経IDの登録情報をもとにしたターゲティングです。選択項目は以下になります。
こちらに無い項目でのターゲティングをご希望の場合は、ご相談ください。

大項目	小項目
地域	首都圏 (1都3県)
	関東 (1都6県)
	関西 (2府4県)
	中部 (10県)
	都道府県別
年代	20代
	30代
	40代
	50代
	60代以上
性別	男
	女
職業	お勤め(会社員、公務員など)
	自営・自由業
	学生
役職※	経営者
	役員クラス
	本部長クラス
	部長クラス
	課長クラス
従業員規模※	1-9人
	10-49人
	50-99人
	100-499人
	500-999人
	1,000-2,999人
	3,000-4,999人
	5,000-9,999人
	10,000-19,999人
	20,000人以上

大項目	小項目
業種※	農林水産・鉱業
	建設
	自動車・輸送機器
	電気・電子機器
	機械・重電
	素材
	エネルギー
	食品・医薬・化粧品
	その他製造業
	卸売・小売業・商業 (商社含む)
	金融・証券・保険
	不動産
	通信サービス
	情報処理・SI・ソフトウェア
	運輸
	コンサル・会計・法律関連
	放送・広告・出版・マスコミ
	公務員 (教員を除く)
	教育・教育学習支援関係
	医療
	介護・福祉
	飲食店・宿泊
	人材サービス
旅行	

大項目	小項目
職種※	経営者・役員
	経営企画
	広報・宣伝
	総務・人事
	資材・購買
	財務・経理
	一般事務
	情報処理・情報システム
	企画・調査・マーケティング
	営業・販売
	生産・製造
	配送・物流
	技術・設計
	研究・開発
	編集・編成・制作
	専門職 (建築・土木関連)
	専門職 (医療関連)
	専門職 (会計関連)
	専門職 (法律関連)
	専門職 (教育関連)

大項目	小項目
世帯年収 (任意)	600-800万円未満
	800-1,000万円未満
	1,000-1,200万円未満
	1,200-1,500万円未満
	1,500-2,000万円未満
	2,000万円以上
興味関心分野 (任意)	文化教養
	マネー情報
	住宅・インテリア
	ビジネス・経営
	コンピューター・テクノロジー
	エンターテインメント
	車
	住まいと家族
	自己啓発・学習
	ファッション
旅行・スポーツ・アウトドア	

※役職、業種、職種、お勤め先従業員規模は職業で「お勤め」「自営・自由業」選択者のみ必須の項目です。
※世帯年収、興味関心分野は任意回答の項目です。

ターゲティング手法②～閲読履歴ターゲティング

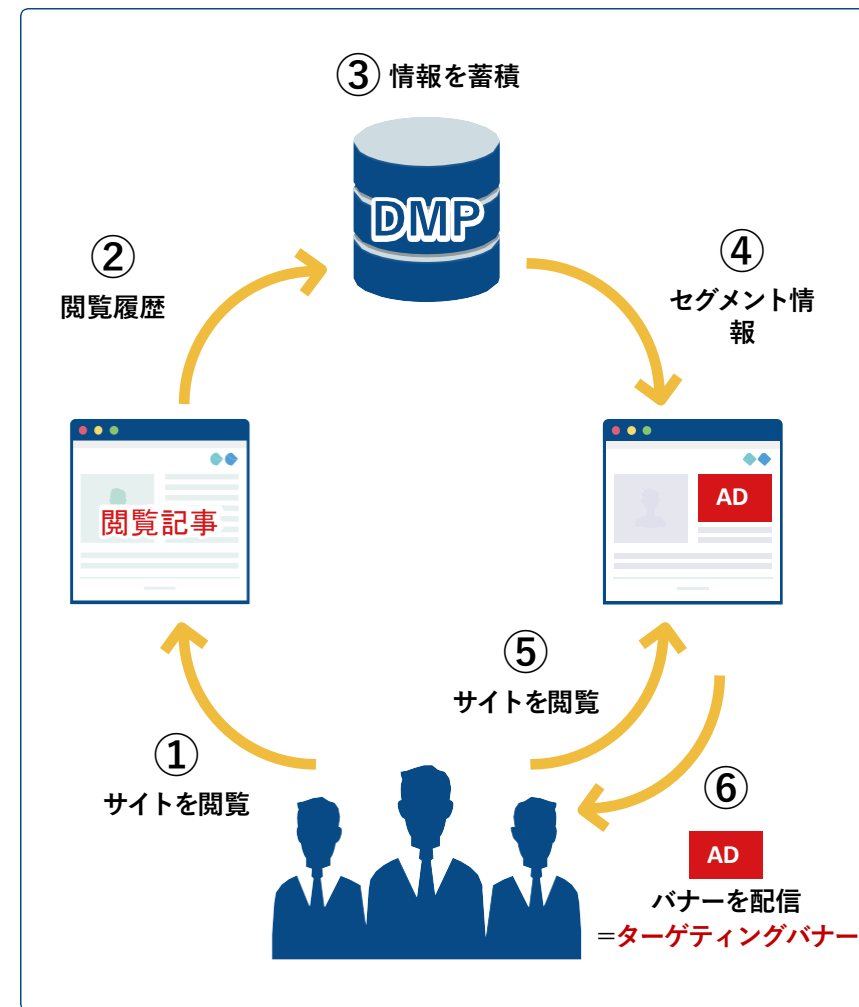
直近半年間以内に閲読された記事URLやキーワードを指定し、該当記事の閲読者をターゲティングしてバナーを配信します。**ユーザーの興味関心に沿って訴求することで高いパフォーマンスが期待できます。**希望されるURL、またはキーワードを5つ以上指定頂くか、商材・訴求内容に応じてお見積をいたしますのでお問い合わせください。

＜記事が指定できるサイト＞（直近半年間のアクセス者が対象）



＜指定できるキーワード例＞（直近半年間のアクセス者が対象）

AI/機械学習、DX、FinTech、IoT、RPA、UI/UX、VR、クラウド、サイバーセキュリティ、自動運転、スマートファクトリー、デジタルマーケティング、ビッグデータ、ワークスタイル（働き方）変革、旅行/トラベル、資産運用、ダイエット、OTC/セルフメディケーション、受験、転職



BP DMP ターゲティングバナー 実施料金

掲載先、掲載スペース、ターゲティングするセグメント条件で掲載料金（imp単価）が決まります。

基本料金 + 掲載スペース + セグメント = 配信単価

掲載媒体		掲載スペース				
		レクタングル	ビルボード	プッシュダウン	インリード	
基本 料金	Run of 日経BP ※掲載媒体を指定しない		@1.5円	@6.0円	@6.0円	@5.0円
	媒体指定 ※各媒体の第1レクタングルの単価 ※その他媒体はお問い合わせください	日経ビジネス電子版	@2.0円	@6.0円	@6.0円	@5.0円
		日経クロステック	@3.0円	@4.5円	@7.5円	@8.5円
		日経クロストrend	@2.5円	@5.0円	—	—
ターゲティング選択項目		料金				
セグメント	第1セグメント	年代、性別、地域、業種、従業員規模	+ 1.0円			
	第2セグメント	役職、職種、世帯年収、閲覧履歴、キーワード指定	+ 1.5円			
	ABM	ドメイン・企業名指定	+ 2.0円			

※最低実施金額は 30 万円（税別）となります。

※日経クロストrendにはプッシュダウン、インリードの広告メニューはございません。

※ご指定頂いた imp に到達しない場合、最大 30 日の掲載延長による imp 保証、または、不足分を差し引いた実費でのご請求とさせていただきます。

BP DMP ターゲティングバナー 実施料金（ご利用イメージ）

掲載先：Run of 日経BP

掲載スペース：レクタングルのケースで、セグメント料金の考え方をご案内します。
同一セグメント内では選択項目数に関わらず追加となる料金は一定です。

CASE 1 地域限定で製造業向けにIoT関連製品のキャンペーン情報を案内したい

<掲載先> × <掲載スペース>

@1.5円
Run of 日経BP × レクタングル

<第1セグメント>

+@1.0円
地域：首都圏
業種：製造

<第2セグメント>

+@1.5円
キーワード：IoT、M2M

配信単価
4.0円

CASE 2 特定企業の技術・設計、研究・開発部門の方にブランディングしたい

<掲載先> × <掲載スペース>

@1.5円
Run of 日経BP × レクタングル

<第1セグメント>

+@1.5円
職種：技術・設計、
研究・開発

<ABM：企業名指定>

+@2.0円
貴社からのご提供リスト

配信単価
5.0円

CASE 3 関西エリアの特定企業に勤務する経営者・経営企画・情報システム部門の役職者の方にIT製品の訴求をしたい

<掲載先> × <掲載スペース>

@1.5円
Run of 日経BP × レクタングル

<第1セグメント>

+@1.0円
地域：関西

<第2セグメント>

+@1.5円
職種：経営者・経営企画、
情報処理・情報システム

<ABM：企業名指定>

+@2.0円
貴社からのご提供リスト

配信単価
6.0円

※ご指定頂いたimpに到達しない場合、最大30日の掲載延長によるimp保証、または、不足分を差し引いた実費でのご請求とさせていただきます。

BP DMP ターゲティングバナー パッケージプラン①

ご要望の多いセグメントのパッケージプランです

ターゲット	掲載面	レクタングル	ビルボード	プッシュダウン	インリード	掲載期間	露出形式	保証形態
大企業エグゼクティブ	日経BPの各サイト	¥3.0	¥6.0	¥6.0	¥5.0	2週間～	ローテーション	imp保証
中堅・中小企業トップ	日経BPの各サイト	¥3.0						
ITマネージャー	日経BPの各サイト	¥3.0						
製造業マネージャー	日経BPの各サイト	¥3.0						
人事・総務・財務・経理	日経BPの各サイト	¥2.5						
マーケティング	日経BPの各サイト	¥2.5						
部長以上	日経BPの各サイト	¥2.5						
高額所得者	日経BPの各サイト	¥2.5						
キャリアアップ 20歳～45歳	日経BPの各サイト	¥2.5						
女性	日経BPの各サイト	¥2.0						

※最新の在庫状況についてはお問い合わせください。

※パッケージの配信媒体はRun of 日経BPです。

※ご指定頂いたimpに到達しない場合、最大30日の掲載延長によるimp保証、または、不足分を差し引いた実費でのご請求とさせていただきます。

BP DMP ターゲティングバナー パッケージプラン②

ご要望の多いセグメントのパッケージプランです

ターゲット	掲載面	レクタングル	ビルボード	プッシュダウン	インリード	掲載期間	露出形式	保証形態
興味関心：健康	日経BPの各サイト	¥2.0	¥6.0	¥6.0	¥5.0	4週間	ローテーション	imp保証
興味関心：不動産	日経BPの各サイト	¥2.0						
興味関心：自動車	日経BPの各サイト	¥2.0						
興味関心：投資・金融商品	日経BPの各サイト	¥2.0						

※最新の在庫状況についてはお問い合わせください。

※パッケージの配信媒体は Run of 日経 BP です。

※ご指定頂いた imp に到達しない場合、最大 30 日の掲載延長による imp 保証、または、不足分を差し引いた実費でのご請求とさせていただきます。

Appendix：データ活用のトレンドと2023年以降に起こること

これまでデジタルマーケティングにおけるトレンドだった「サードパーティデータ」や「クッキー」の活用に変化が生じています。
その原因となっているキーワードと今後起こり得る変化を押さえておく必要があります。

■押さえておきたいキーワード

①脱クッキー

2017年のAppleによりSafariでのサードパーティクッキーの制限に続き、Googleでも2023年後半に規制が開始されることが予定されています。自社でデータ（ID）持たない企業は、プラットフォーマーに依存した広告運用が難しくなる可能性があります。

②プライバシー保護規制

世界中でプライバシー保護の機運が高まっており、GDPR（EU 一般データ保護規則）、CCPA（カリフォルニア州 消費者プライバシー法）など法整備も急速に進んでいます。これによりブラウザ上の不特定多数のデータを取得する「サードパーティクッキー」の利用は大きく制限されます。

「クッキーとは？」 Web サイトにアクセスしたユーザーの情報を、ブラウザに一時的に保存する仕組み。サイトを横断してアクセス履歴を追跡し、様々な企業のマーケティングに活用されてきました。

■今後起こりうる変化

①広告の精度が低下

脱クッキーにより「個人」ではなく、数千単位にあてられるため、精度が落ちる

②プラットフォーマーの伸長

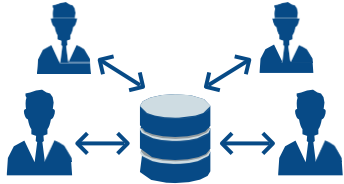

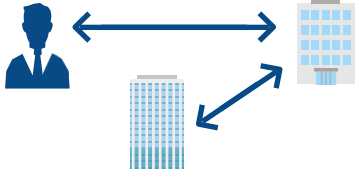



顧客データを有するプラットフォーマーが個人のデータを集積していく

③顧客情報の収集が必須に

自社のファーストパーティデータを集めることが必要に

Appendix：データ活用のこれまでとこれから

マーケティングにおけるデータは、主に3種類に分類されます。各データのこれまでと今後をまとめました。

	これまで	2023年以降
3rd サードパーティデータ データ収集を専門とする 企業が保有する 不特定多数のデータ	 <p>サイト行動履歴から類推・ 拡張した興味関心データ等 デジタルマーケティングの 主流として活用されていた。</p>	 <p>規制により利用が 厳しくなる</p>
2nd セカンドパーティデータ データを保有する 別の企業から入手	 <p>ポイントサイト、 レビューサイトのデータ等</p>	 <p>規制により利用が 厳しくなる</p>
1st ファーストパーティデータ 自社ユーザーの許諾を得て 取得した個人識別データ	 <p>メールアドレス 、 サイト閲覧記 録等 日経ID</p>	 <p>継続して利用可能。 デジタルマーケティング の主流になる可能性が高い。</p>

日経クロストレンドより引用

BP DMPに関するお問い合わせ



IDビジネス企画部

digi-ad@nikkeibp.co.jp

ご不明な点等ございましたら、お気軽にお問い合わせください