

道新DSP

Powered by UNIVERSE

北海道のマーケティングは、
北海道のデータで。

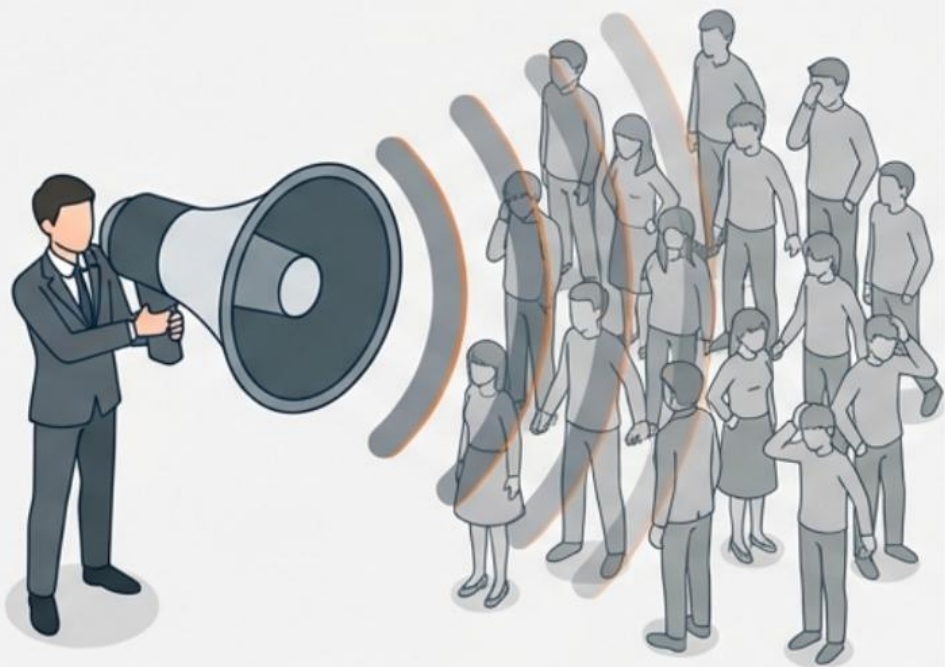


北海道新聞社

いま、広告は『目的に応じた使い分け』の時代へ

従来の手法だけではなく、ユーザーの「関心・意図」や「タイミング」を捉えるマーケティング設計へ。
「認知を広げる広告」と「関心層に届ける広告」それぞれの役割を意識した設計がより重要になっています。

マス型で多くの人に発信



広く認知を形成する

関心・意図 x タイミング



欲しい人に、欲しいときに届ける

北海道民へのWeb広告は「北海道文脈」で最適化すべき

北海道は、地理・季節・生活圏が本州とは異なるため、一般的なWeb行動データだけでは捉えきれない「特殊な行動文脈」が存在することから、地域に特化したアプローチが必要です。



移動距離が長く商圈が広い



冬の生活課題が購買行動へ影響



道内ニュース/天候への関心が高い

全国共通の運用では、北海道の「生活」が見えてこない



広域な移動や厳しい冬の課題など、北海道ならではの「生活文脈」は、一般的なWeb行動データだけでは埋もれてしまいます。

結果として、本当に届けるべき層へのアプローチが「推測」止まりになってしまいます。

解決策：地域に特化した「事実データ」を活用すること

信頼とアドテクの共創（パートナーシップ）

北海道新聞社



道新のデータ価値を、UNIVERSEの技術で成果に変える。

- 道民からの圧倒的な認知と信頼
- 北海道文脈の強い情報接点
- 「刺さる入り口」を創る



- データ活用型広告の技術基盤
- 運用改善ノウハウと知見
- 「成果に変換」する

解決策：道新DSP powered by UNIVERSE

道民の関心データ（入力）を、成果が出るセグメントに変換し、最新の技術で配信（出力）します。



北海道新聞デジタル閲覧データ
道民の関心・記事テーマ

北海道特化セグメント
意図・関心の抽出

バナー広告によるアプローチ
最適な人へ配信 & 成果分析

データ抽出方法

北海道新聞デジタルの「記事タグ」をキーに、閲覧ユーザーデータを集計し、ターゲティングに活用。

日本ハム、オープン戦2戦目で初白星 西川がソロ<Fキャン プ2026>

石井純太 須貝剛 会員限定記事

2026年2月23日 21:17(2月23日 21:41更新)

あとで読む



末尾にコメント欄があります。ご意見をお聞かせください。

ファイターズ

#ファイターズ

#スポーツ

#コメントできます

#北海道新着

日本ハムはオープン戦2戦目にして初白星。打線は1-0の四回、西川のソロとカストロの2ランで突き放した。投手では先発の達が4回無失点で6奪三振。古巣相手だった島本も1回無失点だった。阪神は七回に3安打を集めたが1得点にとどまった。

ファイターズ関心

ファイターズ関連記事を北海道新聞デジタル上で閲覧しているユーザーとしてターゲティングに活用

スポーツ関心

スポーツ関連記事を北海道新聞デジタル上で閲覧しているユーザーとしてターゲティングに活用

「誰が」ではなく「何に興味があるか」

属性（デモグラフィック）だけでなく、北海道新聞デジタルの記事閲覧履歴から「現在の関心」を抽出。
ニーズが高まっている瞬間を逃しません。

従来の属性ターゲット

40代
男性

これだけではニーズが不明

興味関心ターゲット



ラーメン、
転職、
キャンプ、
コンサドーレ



「いま」何に興味があるかが分かる

道民の生活文脈に刺さる、独自のターゲティング設計

北海道新聞デジタルの閲覧データを元に、道民ライフスタイルに合わせた多彩なターゲティングが可能です。

グルメ関心層



飲食店、食品メーカー向け

スポーツ関心層



ファイターズ・
コンサドーレファン等

ビジネス関心層



B2B、セミナー、資料請求

子育て関心層



住宅、ファミリー向け商材

就職・転職関心層



採用イベント、
リクルーティング

※その他多数ご準備がございます

セグメント例（一部抜粋）

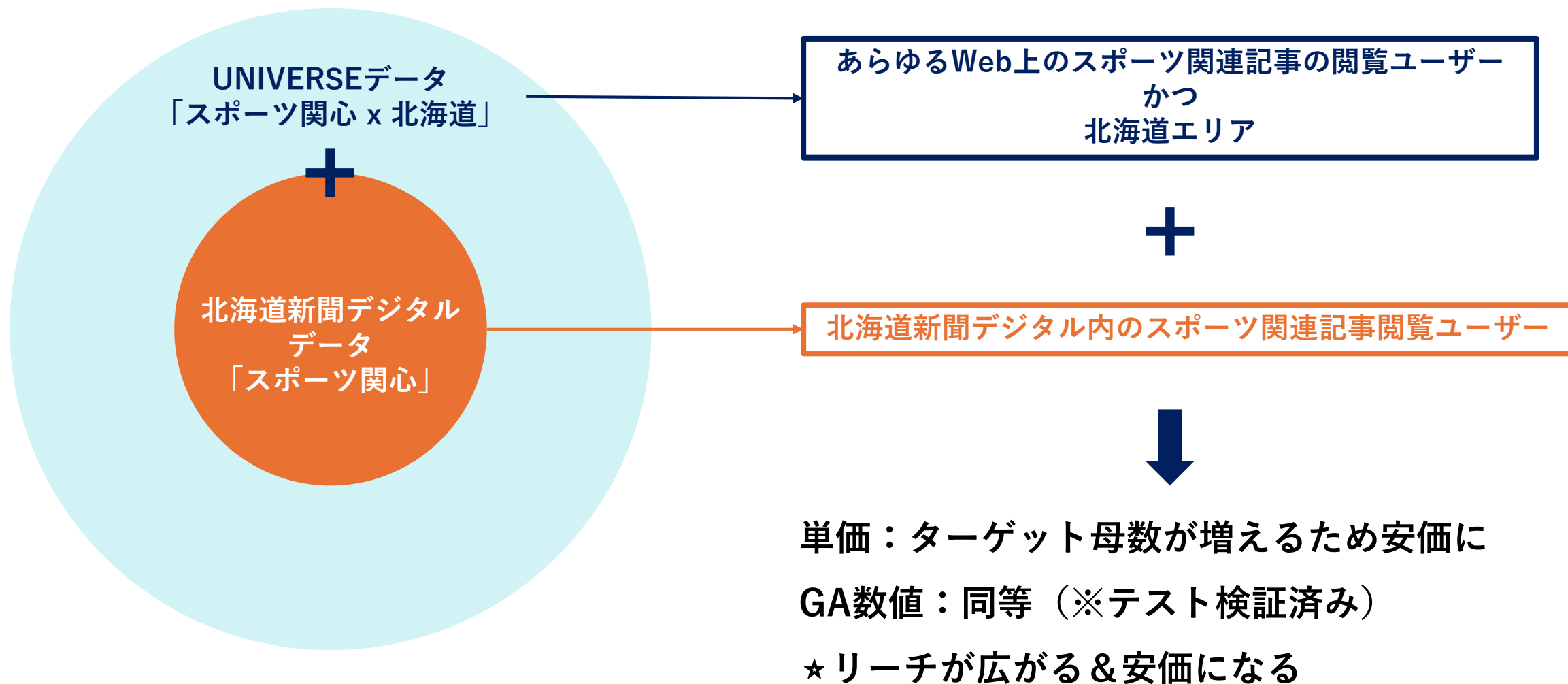
グルメ	スポーツ	ビジネス	子育て	就職・転職
#グルメ	#スポーツ	#道内企業	#子育て 教育	#就職 働く
#道産品	#ファイターズ	#エネルギー・GX	#中学生	#転職
#北の食☆	#コンサドーレ	#札幌再開発	#小学生	
#北海道のお酒	#レバンガ	#スタートアップ	#大学	
#グルメ(さっぽろ10区)	#カーリング	#AI・DX	#高校受験	
#押しグルメ(さっぽろ10区)	#五輪	#人事	#乳幼児	
#Dフード&トラベル	#北海道マラソン	#プレスリリース	#北のZ世代	

セグメント例（一部抜粋）

アウトドア	文化・エンタメ	観光
あさってキャンプページ 閲覧ユーザー	#文化 芸能 美術	#観光
	#映画 音楽	
	#本 文学	
	#アイヌ民族	
	#カーリング	
	#文化・歴史(さっぽろ10区)	
	#Dライフ&カルチャー	

UNIVERSEデータを活用したユーザー拡張機能

北海道新聞デジタルのデータにUNIVERSEデータをプラスし、潜在ユーザーを網羅的にターゲティング可能

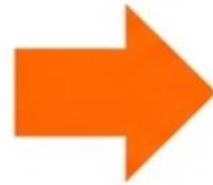


ターゲティング起点でクリエイティブも「北海道文脈」へ

地域課題や季節要因（雪、気温、イベント）をバナーに反映させることで、反応率が変わります。
ABテストで勝ちパターンを見つけましょう。



一般的（反応は薄い）

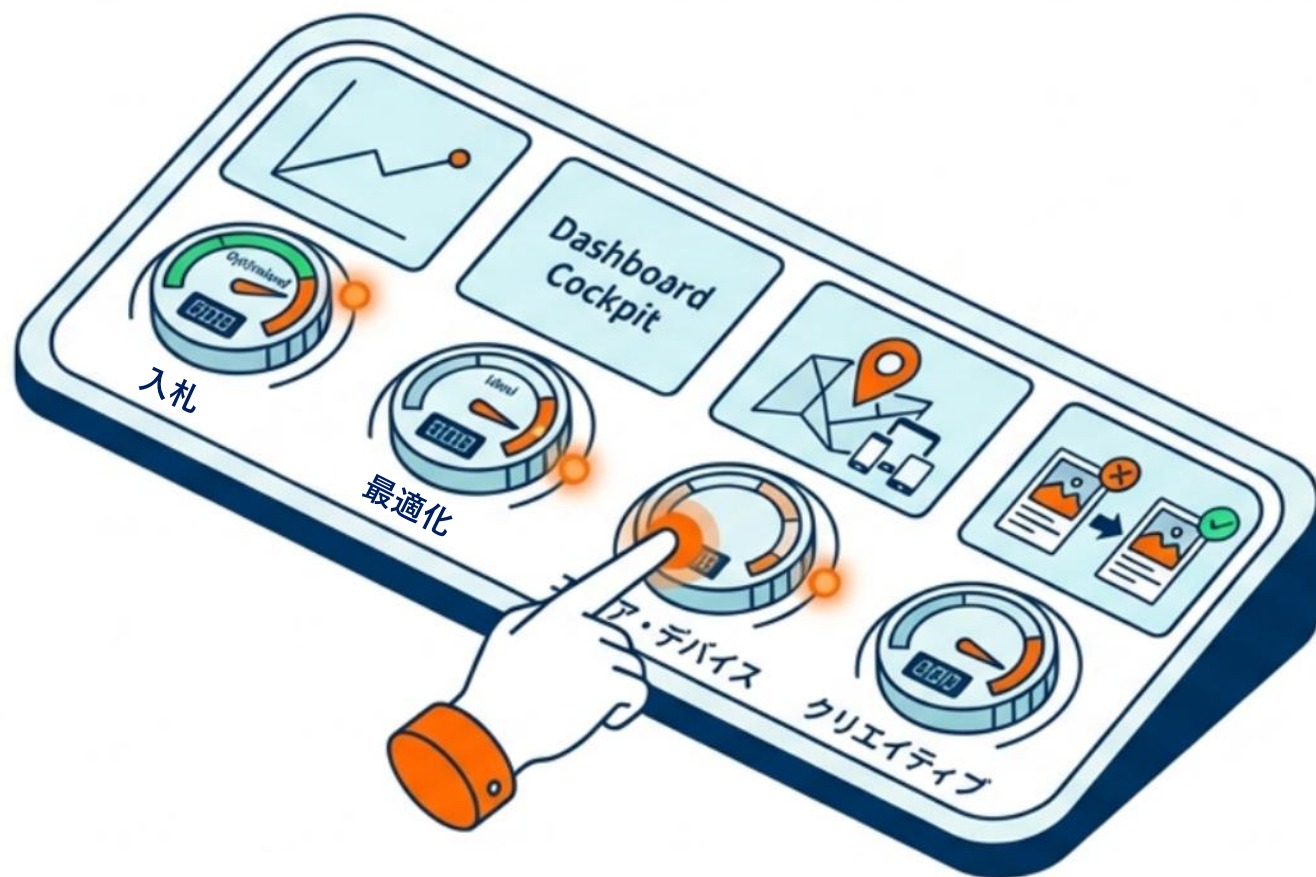


北海道文脈（自分ゴト化させる）

最適な人へ最適なタイミングで広告を届ける

マイクロアドが持つ技術基盤と知見で、入札単価や接触頻度を綿密にコントロール。

「認知」「検討」など、目的に応じて最適な配信設計を行います。



「道新DSP powered by UNIVERSE」の役割

認知や興味関心を目的とした訴求で強みを発揮します。

顧客フェーズ	施策内容/目的	代表媒体	当社
<p>認知 課題感はあるが商材を知らない段階</p> <p>母集団形成</p>	<p>動画広告</p> <p>イメージ訴求を行い商品・サービス名を想起してもらう</p>	<p>YouTube Ameba</p>	<p>道新DSP Powered by UNIVERSE TVer PMP</p>
<p>興味関心 選択肢から有力候補を絞り込む段階</p> <p>上手く認知されれば ショートカットが可能</p>	<p>ディスプレイ広告</p> <p>WEBサイトにアクセスしてもらいユーザーが取得できる情報量を高め、理解してもらう</p>	<p>YDA Yahoo! ディスプレイ広告 運用型 Google ディスプレイ広告 facebook Instagram</p>	<p>道新DSP Powered by UNIVERSE</p>
<p>比較検討 選択肢から1つに決める段階</p>	<p>検索広告</p> <p>関連サービスに関心がある人に自社商品・サービス情報との接点をつくる</p>	<p>YAHOO! JAPAN 広告 Google リスティング広告</p>	<p>-</p>
<p>行動 購買/成約</p>	<p>リターゲティング・検索広告</p> <p>行動に移す為の意思決定の動線をつくる</p>	<p>criteo RTBHOUSE =</p>	<p>-</p>

多種多様な業種パッケージ

北海道新聞デジタルだけでなく、国内No.1の連携データベンダー数を誇り、多彩なメディアやアプリ等のデータを持つUNIVERSEとの共創により、各業種に特化したターゲティングパッケージを多数ご用意。

自治体



自動車



B2B



飲料食品



人材



ママ



富裕層



美容・化粧品



エンタメ



医療・製薬



たばこ



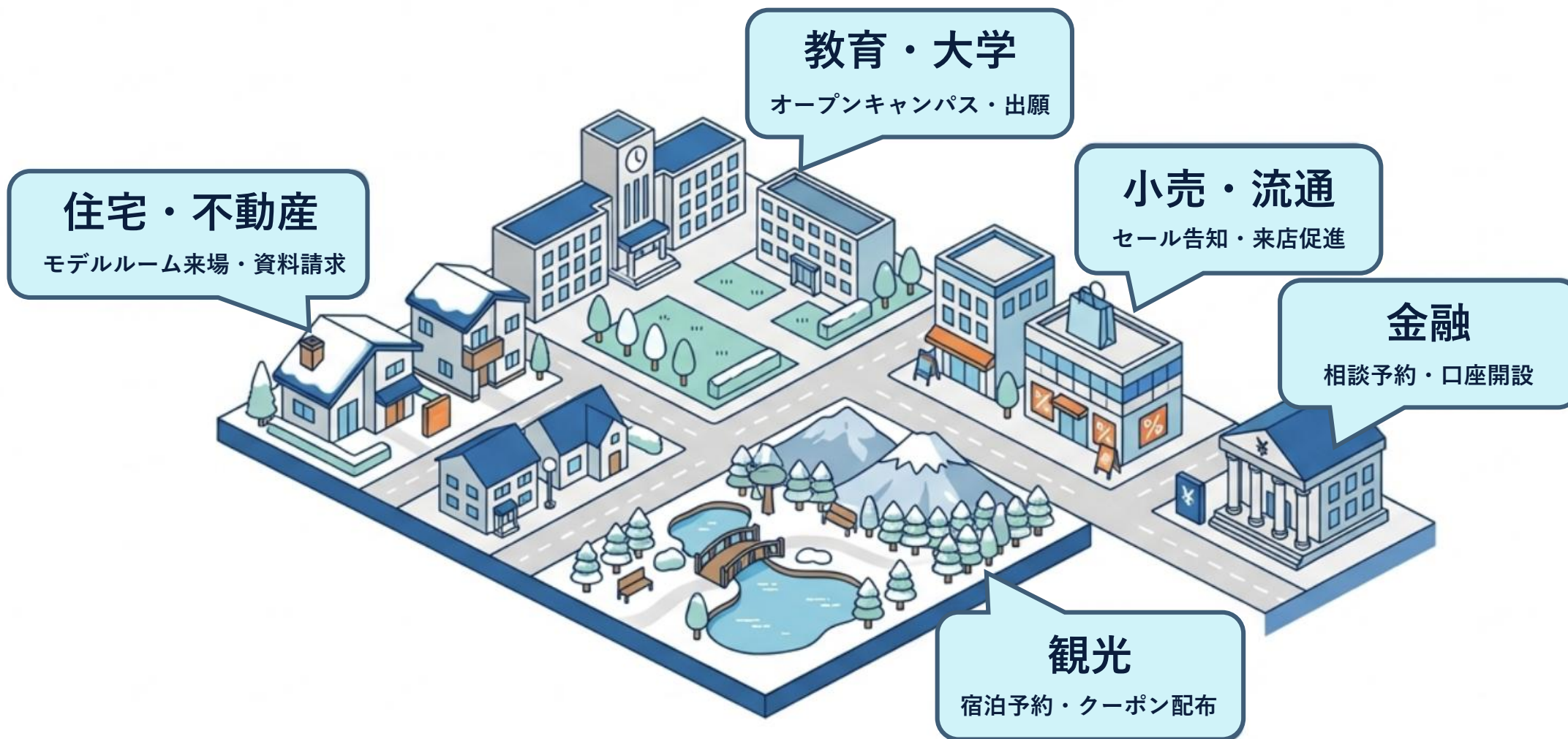
家電



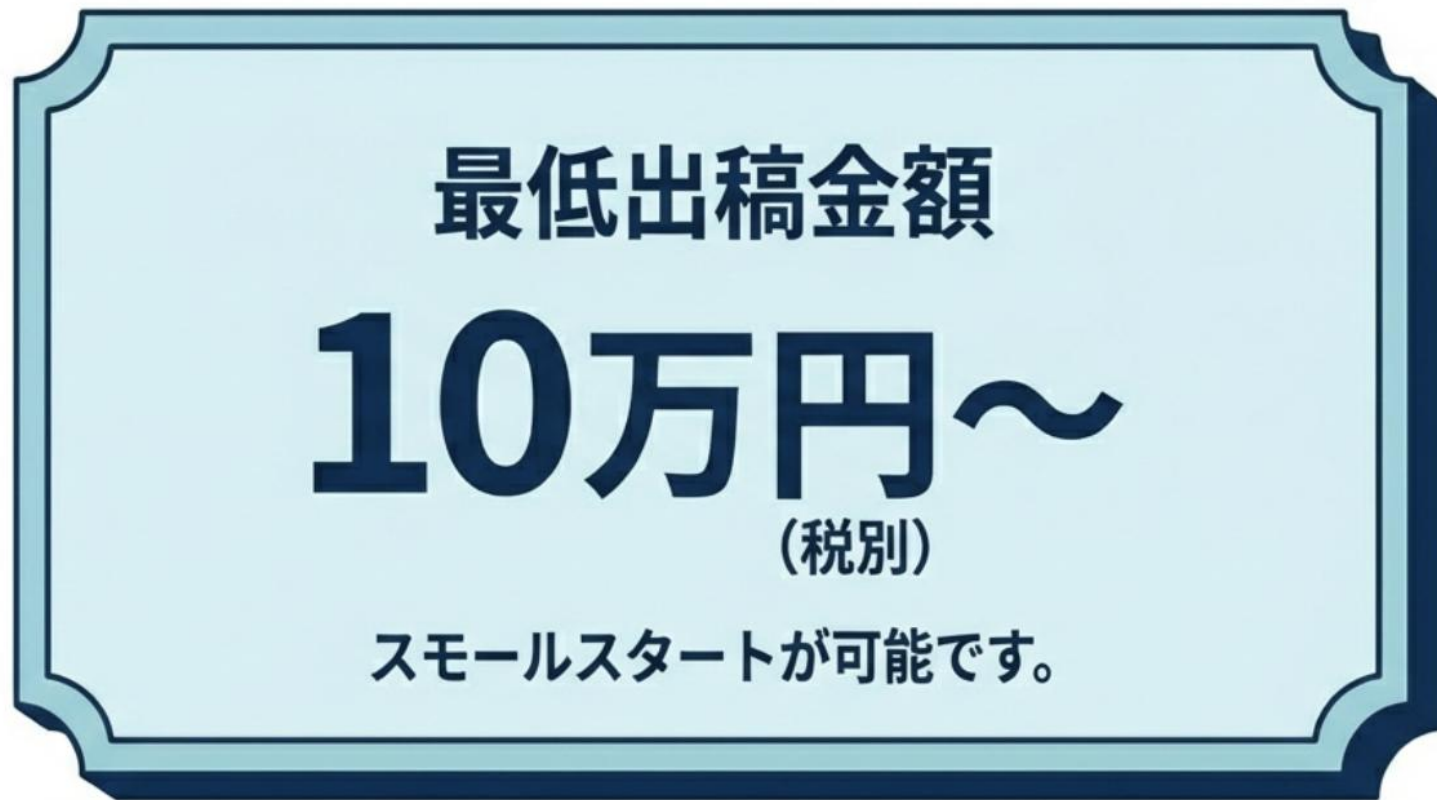
※その他多数ご準備がございます

期待できる活用シーン例

様々な訴求シーンで幅広くご活用が可能です。



料金プラン



※詳細なユーザー分析レポート（オプション）をご希望の場合は、最低出稿金額30万円（税別）～となります。
※バナー制作は別途3万円（税別）程度～お受けいたします。

レポートニング：次につながる知見を

■通常：配信実績レポート

配信概要

広告主	株式会社〇〇	※配信イメージ
訴求内容	〇〇訴求	
配信期間	2025/04/01-2025/04/28	
配信媒体	UNIVERSE Ads	

期間別概要

▼総計

総計	配信金額	Impression	Click	CV	CTR	CVR	CPM	CPC	CPA
	¥118,182	268,470	5,615	0	2.09%	0.00%	¥440	¥21	¥0

▼キャンペーン別

キャンペーンID	キャンペーン名	配信金額	Impression	Click	CV	CTR	CVR	CPM	CPC	CPA
38286	Aエリア	¥90,909	202,385	4,243	0	2.10%	0.00%	¥449	¥21	¥0
38287	Bエリア	¥9,091	24,371	502	0	2.06%	0.00%	¥373	¥18	¥0
38288	Cエリア	¥9,091	22,049	454	0	2.06%	0.00%	¥412	¥20	¥0
38289	Dエリア	¥9,091	19,665	416	0	2.12%	0.00%	¥462	¥22	¥0

▼広告別

広告ID	広告名	配信金額	Impression	Click	CV	CTR	CVR	CPM	CPC	CPA
290068	300-250	¥48,554	62,451	1,343	0	2.15%	0.00%	¥777	¥36	¥0
290069	320-180	¥2,556	7,435	148	0	1.99%	0.00%	¥344	¥17	¥0
290070	336-280	¥60,492	87,900	3,852	0	4.38%	0.00%	¥688	¥16	¥0
290071	320-50	¥3,220	66,624	97	0	0.15%	0.00%	¥48	¥33	¥0
290072	320-100	¥3,361	44,060	175	0	0.40%	0.00%	¥76	¥19	¥0

・XXXXX

■最低出稿金額30万円～：ユーザー分析レポート

クリックユーザー分析 | デモグラフィック分布

■男性 ■女性

男性 XX.XX%
女性 YY.YY%

・考察文

クリックユーザー分析 | 興味関心

■興味関心カテゴリ

カテゴリ	キーワード	特徴量
ファイナンス	消費者金融	5.8
ビジネス	プライバシー保護	5.4
教育・学習	カラーコーディネート	5.0
社会	GNP	4.9
健康	デリケートゾーンのかゆみ	4.8
ビジネス	中古車	4.8
住まい・暮らし	ホームセキュリティ	4.8
健康	整体・整骨院	4.7
生活	浮気	4.6
健康	風邪	4.6
社会	ボランティア	4.5
生活	離婚	4.3
ビジネス	消費者金融	4.3
ビジネス	玩具	4.2
ショッピング	百貨店・デパート	4.2
教育・学習	集団指導塾	4.2
社会	貿易	4.2
生活	デート	4.2
生活	婚約破棄	4.2
ペット	爬虫類	4.1

・考察文

■特徴量判定ロジック

約4億UB分のWeb行動実績の平均値と
分析対象のWeb行動実績を抽出し比較

Web行動全体

20%

分析対象

40%

例： 全UB数：400,000,000
「サッカー」ページ閲覧者：80,000,000

分析対象の「サッカー」の特徴量：2.0
※分析対象のサッカー割合が全体より2倍高い

実際の配信イメージ（静止画バナー）

数ある配信先メディアの中から、ターゲットユーザーが訪れたタイミングで静止画バナー広告を表示します。



※サイトはイメージです。

広告配信の流れ

データ

ターゲティング

配信

目的や訴求内容に応じてターゲティング

北海道新聞

DIGITAL

+

専門サイト

オフライン購買

位置情報

所属企業・大学



ターゲット条件を確定

●自動車購買検討層



●健康食品購買者



●理系 & 就活生

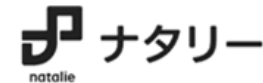
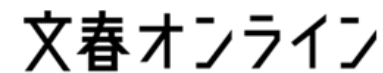


配信先

(配信先例)



配信先メディア例（静止画バナー）



導入事例 ～住宅展示場集客～

北海道新聞デジタル“子育て”セグメント + UNIVERSE 「ママパパターゲティング」 拡張

■ 広告主課題

それまで活用していたディスプレイ広告では、リーチが頭打ちになりクリック率が低下していたほか、遷移先での平均エンゲージメント時間が低下しており、ターゲティングの改善が必要だった。

■ 活用目的・プラン

北海道新聞デジタルの“子育て”関連記事の閲覧データを元にターゲティングし、**新しいユーザーへのリーチを広げるとともに、確かなユーザーへと配信の質を高めることで、クリック率の向上、遷移先でのエンゲージメント時間向上**を目的とした。また、同時にUNIVERSEデータのママパパターゲティングも**併用して拡張配信することで、配信ボリューム（＝リーチ数）の増加**を目指した。

■ 実施メニュー（併用）

- ①北海道新聞デジタル“子育て”セグメント
- ②UNIVERSEデータ「ママパパターゲティング」

【配信結果】

・平均クリック率

= どれだけ興味がある人にターゲティングして配信できたか

約1.1倍

0.48% ▶ 0.54%

UNIVERSEデータのみ

道新DSP

・表示回数

= どれだけユーザーに広告を表示できたか（配信ボリューム）

約1.3倍

1,092,118回 ▶ 1,373,694回

道新データのみ

道新DSP

・平均エンゲージメント時間

= クリックユーザーがどれだけ遷移先を見てくれたか

約4倍

一般的なディスプレイ広告

道新DSP

※平均エンゲージメント時間：ユーザーが実際にサイトを閲覧・操作（スクロール・クリックなど）していた平均時間。

併用により認知・流入を相互補完し、ユーザーの質も高めた配信に！

導入事例 ～就活・転職イベント～

北海道新聞デジタル“就職・転職”セグメント+UNIVERSE「人材」拡張

■ 広告主課題

就活・転職イベントへの来場者を確実に増やすため、就職・転職希望層に有効なリーチができるような高精度なターゲティングを求めている。

■ 活用目的・プラン

北海道新聞デジタルの“就職・転職”関連記事の閲覧データを元にターゲティングし、親世代も含めて**多くの対象者にイベントを周知**するとともに、UNIVERSEデータで就職・転職系メディアの閲覧データ・アプリ利用データも併用することで、LP遷移後に**イベントの申込みボタンのクリック数増加**を目的とした。

■ 実施メニュー（併用）

- ①北海道新聞デジタル“就職・転職”セグメント
- ②UNIVERSEデータ「人材」

【配信結果】

・クリック数

= どれだけのユーザーを遷移先に誘引できたか

約1.7倍

4,536回

一般的な
ディスプレイ広告



7,517回

道新DSP

・アクティブユーザーの申込ボタンクリック率

= どれだけ申込み確度の高いユーザーを遷移先に誘引できたか

約5.1倍

0.08%

一般的な
ディスプレイ広告



0.41%

道新DSP

クリック数増加とユーザーの質向上を実現！

導入事例 ～アウトドアイベント～

北海道新聞デジタル“自然・アウトドア”セグメント + UNIVERSE 「キャンプ・アウトドア」 拡張

■ 広告主課題

イベントをより多くのユーザーに知ってもらうとともに、一般的なセグメントではなく、実際に道内にいて来場してくれそうなターゲットへの配信強化を求めている。

■ 活用目的・プラン

北海道新聞デジタルの“自然・アウトドア”関連記事の閲覧データを元に道内で関心の高いユーザーにターゲティング。UNIVERSE 拡張との併用により圧倒的な配信量でイベントの認知向上を目指すとともに、ランディングページへの遷移も重視した。

■ 実施メニュー（併用）

- ①北海道新聞デジタル“自然・アウトドア”セグメント
- ②UNIVERSEデータ「キャンプ・アウトドア」

【配信結果】

・表示回数

= どれだけのユーザーに広告を表示できたか（配信ボリューム）

約1.5倍

1,121,778回

一般的な
ディスプレイ広告



1,662,078回

道新DSP

・平均クリック率

= どれだけ関心がある人にターゲティングして配信できたか

約1.2倍

0.22%

一般的な
ディスプレイ広告



0.27%

道新DSP

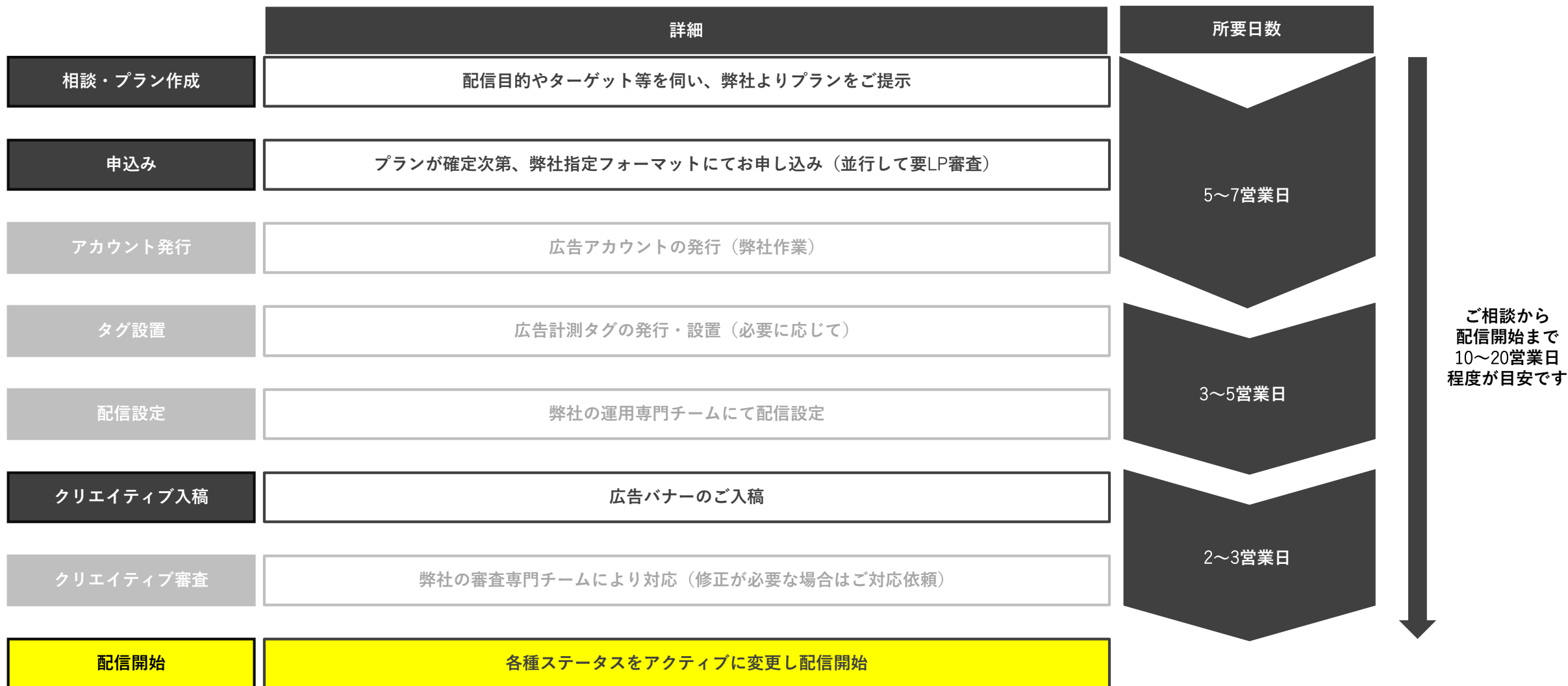
圧倒的な認知拡大に寄与したとともに、関心の高いユーザーへの配信も実現！

入稿規定（静止画バナー）

※水色 = 入稿推奨サイズ

配信タイプ		
静止画バナー	サイズ（PC&SP共通）	300×250 / 336×280
	サイズ（PC）	728×90 / 160×600 / 970x250 / 468×60 / 200×200 / 300x600 / 160x600
	サイズ（SP）	320×50 / 320×100 / 320×480（アプリ面） / 480×320（アプリ面） / 320×180
	容量	500KB以下（推奨）
	備考	アニメーション可（GIF無限ループ可） / 高解像バナー対応可

申込から配信開始までの流れ



※上記はあくまで目安となります。ご利用メニューや状況により必要日数は変動します。

※バナー制作が必要な場合は、入稿までに別途5~10営業日程度を要します。