



Hakuhodo DY
digital_



2017年8月7日

報道関係各位

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

株式会社博報堂DYデジタル

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社

博報堂DYグループ デジタル広告によるリアル店舗での購買効果が測定できる 「購買トラッキングツール」をオリジナルで提供開始

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：矢嶋弘毅、以下 博報堂DYメディアパートナーズ）、株式会社博報堂DYデジタル（本社：東京都港区、代表取締役社長：辻輝、以下 博報堂DYデジタル）、デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 CEO：島田雅也、以下 DAC）は共同で、デジタル広告によるリアル店舗での購買効果を測定する「購買トラッキングツール」（以下、本ツール）の提供を8月7日より開始します。

従来のデジタル広告では、クリック率などのWEB指標で効果測定を行うことは可能でしたが、広告がどの程度実店舗での購買に寄与しているかを測定することは容易ではありませんでした。また既存の購買トラッキングツールでは、購買効果を測定可能なサンプル・データ量が不足したり、チャネルや配信媒体が限定されてしまうという課題がありました。

これらの課題に対して本ツールは、博報堂DYグループが保有する大規模購買アクチュアルデータ（ID付POSデータやレシートデータ等の店舗での商品・サービス販売時に記録されるデータ）を活用することにより、複数のチャネル、複数の媒体を横断した形で、デジタル広告によるリアル店舗での購買効果の測定を可能にしました。

これにより広告主は、リアル店舗での購買指標をKPIとしてデジタル広告活動のPDCAサイクルを実施することが可能になります。本ツールのリリースに先駆けて行った実証実験では、アルコール飲料・医薬品・インスタント食品等の複数のカテゴリーにおいて、購買効果を検証するためのサンプル・データ量が十分確保できることを確認しました。また、博報堂DYグループのオリジナル高精度広告配信ソリューション「POS-AD®※」を用いた検証においても、広告接触者と非接触者で最大2.1倍の購買効果が得られたことを確認しました。

本ツールは、博報堂DYグループの「“生活者データ・ドリブン” マーケティング対応力の強化」および「生活者データ・マネジメント・プラットフォーム（生活者 DMP）」の構築の一環として提供するものです。これにより、「マーケティングの戦略立案」から、「クリエイティブ企画・制作」、「メディアプランの策定」、「広告配信の実施」、「実購買も含めた効果測定・検証」までのマーケティング PDCA サイクルをワンストップで実現いたします。

博報堂DYグループでは企業のマーケティング活動を支援するために、今後も「“生活者データ・ドリブン” マーケティング」を推進してまいります。

※「POS-AD®」とは、大規模な購買アクチュアルデータ（ID付 POS データやレシートデータ等の店舗での商品・サービス販売時に記録されるデータ）を活用した博報堂DYグループオリジナル高精度広告配信ソリューション。

<http://www.hakuhodody-media.co.jp/wordpress/wp-content/uploads/2016/04/HDYmpnews20160408.pdf>

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 岡本 03-6441-6161

株式会社博報堂DYデジタル 三石・大石 03-6441-7888

デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社 北浦・太田 03-5449-6320