

2018年11月29日

## 博報堂DYメディアパートナーズ、自動車業種特化型マーケティング・ソリューション 「カテゴリーワークス Mobility」の提供開始 国内最大級の自動車専門ニュースメディア「レスポンス」と協業

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（東京都港区、代表取締役社長：矢嶋弘毅）は、自動車業種特化型マーケティング・ソリューション「カテゴリーワークス Mobility」の提供を11月29日から開始いたします。提供にあたり、国内最大級の自動車専門ニュースメディア「レスポンス」を運営する株式会社イード（東京都新宿区、代表取締役：宮川洋）と協業します。

### カテゴリーワークス Mobility

自動車は商品単価が高く、購買関与度が非常に高い商品です。そのため最近では、商品選択にあたり、WEB上で情報探索を行う生活者が増えており、企業サイトだけではなく自動車専門メディアにも注目が集まっています。また、ハイブリッド車・電気自動車などパワートレインの多様化や、安全技術の進化、インフォテイメントの広がりなど商品選択の軸が増える中、CASE<sup>※1</sup>やMaaS<sup>※2</sup>なども加わり、今後ますます市場は複雑化し、専門メディアの重要性がより高まっていくことが予想されます。

このような市場の複雑化と業界情報の高度化への対応、そして自動車におけるマーケティングの次世代化を目的に、博報堂DYグループの「生活者DMP（データ・マネジメント・プラットフォーム）<sup>※3</sup>」と、月間800万UU（うち90.6%が購入意向者）がアクセスする国内最大級の自動車専門ニュースメディア「レスポンス」のオーディエンスデータを連携し、マーケティング活用するソリューション「カテゴリーワークス Mobility」を開発いたしました。「カテゴリーワークス Mobility」を活用することで、自動車市場のトレンドや競合戦略を定量的に把握したうえでの精緻なマーケティング戦略立案から、戦略に沿ったコンテンツ制作やクリエイティブ開発、そして高精度なデジタル広告配信による自社サイトやディーラーへの効率的な送客が可能となります。



開発段階での試験導入においては、本ソリューションを活用して日本市場のトレンドや競合他社の動向を把握。その内容に基づき、車種展開・価格設定を含むマーケティング戦略を構築しました。また、戦略に沿った記事コンテンツの配信により潜在的な顧客を増やし、デジタル広告によるサイト誘導でディーラー誘導数も大幅に増加、販売台数への顕著な効果がみられました。

今回の「レスポンス」との協業を皮切りに、他自動車専門メディアとの連携や、クライアントである自動車メーカーが保有する1stパーティデータ、自動車保険/車検/走行データやディーラー来店データなど、自動車に関連する様々なデータと幅広く連携していく予定です。これにより、生活者の包括的な分析を通じたより精緻なプランニングから、各タッチポイントでの施策実施まで一貫して行える「カテゴリーワークス Mobility」をより一層強化してまいります。

※1 「CASE」

自動車市場における商品構造からビジネスモデルまで劇的に変化させ、驚異とチャンスを生む大変革

※2 「MaaS」

自動車が移動手段としてだけでなく、個々人の利便性を高めるサービスと位置付ける概念

※3 「生活者 DMP（データ・マネジメント・プラットフォーム）」

生活者の情報行動・購買行動・意識といったデータに先端テクノロジーを掛け合わせて開発した博報堂DYグループ独自のマーケティングデータ基盤

### ■ご参考 | 導入実績例

「カテゴリーワークス Mobility」が持つ3つの機能とそれぞれの実績の一部をご紹介いたします。

#### ① 市場把握～マーケティング戦略立案

「カテゴリーワークス Mobility」には過去十数年分の記事の閲覧データが蓄積されており、これらを分析する事で、日本の自動車市場のトレンドや競合他社の動向とその評価を把握できます。

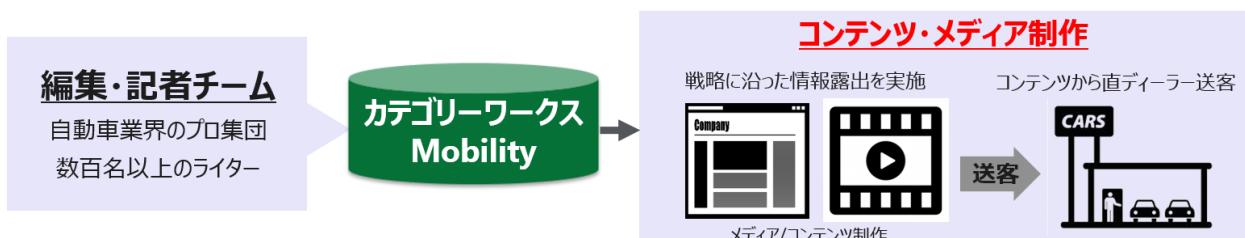
試験導入では、本サービスを活用し広告戦略はもちろん、博報堂DYメディアパートナーズのマーケティングスタッフの知見を掛け合わせて、車種戦略や価格戦略といったマーケティングの4P 全体を描き直し、販売台数の大幅な増加に貢献しました。



#### ② コンテンツ制作・クリエイティブ開発

自動車業界のプロである専門メディアの編集チームと、博報堂DYメディアパートナーズのマーケティングスタッフ・クリエイティブスタッフが共同で、戦略に沿ったコンテンツやメディア制作、広告クリエイティブ開発を行います。

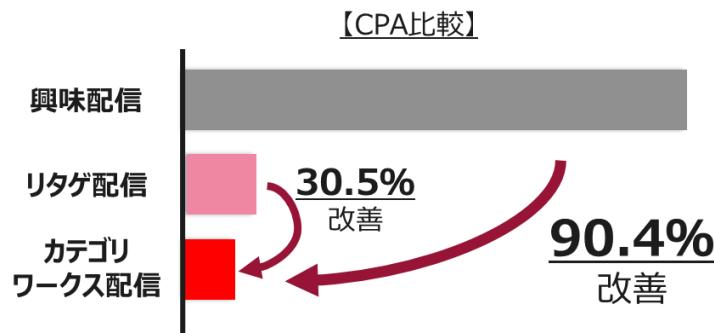
試験導入の結果では、専門メディア内にメーカー情報をまとめたコンテンツや直接試乗予約ができるページを設置。潜在顧客の掘り起こしから見込み顧客の送客まで一貫して行うことで、来店促進に貢献しました。



### ③ メディアプランニング・広告配信

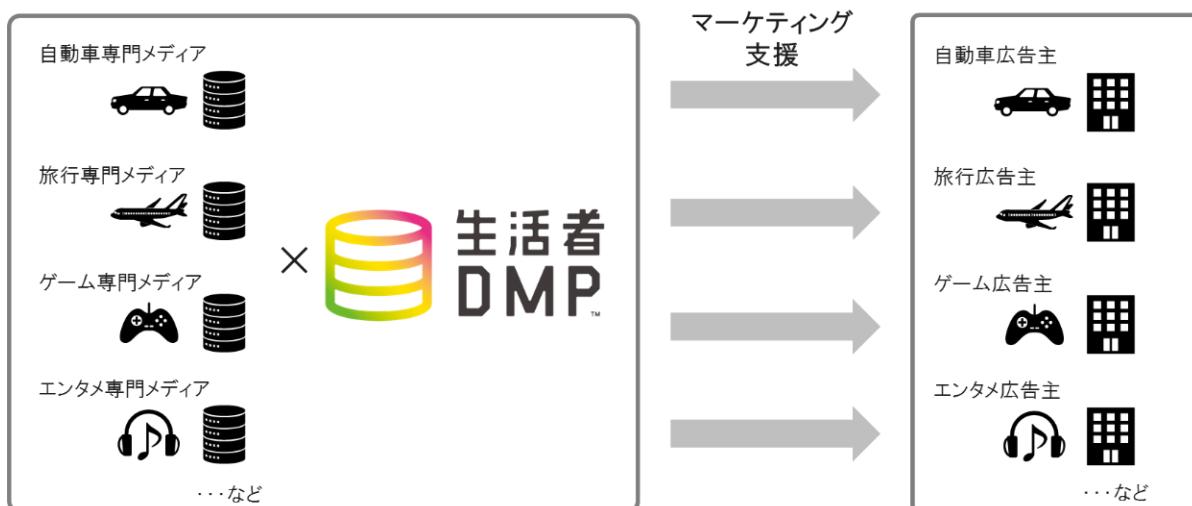
サイト来訪者の記事閲覧状況から、どのようなメーカー・車種に興味があるのかを把握することで、従来のターゲティングでは実現できない細かなセグメント設計が可能となります。そのため、それぞれの興味軸や検討度合に応じたクリエイティブを対象者へターゲティング配信することで、顧客を育成し、店頭や企業サイトへ効率的に送客することができるです。

試験導入時のデジタル広告配信では、リターゲティング配信と比べても CPA (Cost per Action / Cost per Acquisition : 顧客獲得単価) を約 3 割改善することに成功。一般的な興味関心配信と比べると約 9 割と大幅に改善することができ、本手法によって効率的な送客を実現できることが明らかになっています。



#### ■「カテゴリワークス」について

「カテゴリワークス」は、博報堂DYグループの高度なマーケティング・ソリューション群「生活者 DATA WORKS™ ※4」の一つです。今後「自動車」に加え、旅行やエンターテインメント、ゲームなど様々な領域におけるバーティカルメディアとの協業を通じ、各業種に特化した「カテゴリワークス」を順次リリースする予定です。メディアの高付加価値化、及び広告主様のマーケティング支援をより一層強化してまいります。



※4 「生活者 DATA WORKS™」

国内最大級の生活者データをもとに、従来一方向的で分断されがちなマーケティング戦略とメディア施策を相互に有機的に統合することで、顧客創造・獲得から顧客育成までのフルファネルでの成果創出を約束する、統合マーケティング・ソリューションです。これまでに 200 社を超える得意先企業の活用実績を積み上げています。

#### 【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室 玉 TEL: 03-6441-9347