

2021年11月8日

株式会社電通デジタル

## 電通デジタル、位置情報ビッグデータを使って DMの効果最大化を実現 - JPメディアダイレクト、GroundTruth と共同開発 -

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：川上 宗一 以下、電通デジタル）は、日本郵政グループの株式会社 JP メディアダイレクト（本社：東京都港区 代表取締役 CEO：中島 直樹 以下、JP メディアダイレクト）、xAd, Inc. dba GroundTruth（本社：米国ニューヨーク州 President and CEO：Stephen McCarthy 以下、GroundTruth）と、企業の商圏において、居住者のデモグラフィック情報に実際の競合店舗訪問等の行動位置情報データを加えて見込み顧客を抽出し<sup>※1</sup>、効果的なアプローチを実現する DM（ダイレクトメール）発送ソリューション「Core Targeting DM（コア・ターゲティング・ディーエム）」を開発しました。

今後、大都市圏を中心にテストマーケティングを進め、2021 年内に全国で提供開始予定です。

【「Core Targeting DM」のロゴマーク】



昨今、デジタル化に伴う CRM（顧客関係管理）活動が進む一方で、印刷物による DM も生活者が直接手にしたり視覚に訴えたりするなどの利点から開封率や行動喚起率に貢献しており<sup>※2</sup>、改めて注目されています。しかしながら、無作為に投函する折込チラシやエリア集中型ポスティング等だけでは効果は低く、見込み顧客への確実なアプローチを行うための施策は課題となっています。

そのような背景から、3 社で確実性の高いデータ分析からより有望顧客にアプローチができるソリューションを開発しました。企業の商圏内 DM 発送において、まず、電通デジタルがターゲット設計からリード獲得までの一連のプランニング設計を行います。そのうえで、JP メディアダイレクトが保有する全国のジオデモグラフィック（地理・統計）情報に GroundTruth の移動位置情報データによる実際の自社、競合店舗の来訪履歴データを組み合わせることで有望見込み顧客を抽出した「重点 DM エリア」として商圏マップ上に可視化します。さらには、デザイン性の高い DM 制作と日本郵便による配達<sup>※3</sup>まで、全体戦略構築からアプローチ実施まで一気通貫でサポートします。

これにより、企業は、商圏内において確度の高いターゲットに対し、重点的な DM 発送を実施できるほか、商圏外から自店舗に来店する顧客などこれまでターゲティング対象ではなかった顧客へのリーチも可能となり、高水準且つ幅広い層へのアプローチを可能としました。

さらには、その後の新規顧客に対する MA（マーケティングオートメーション）等を活用した

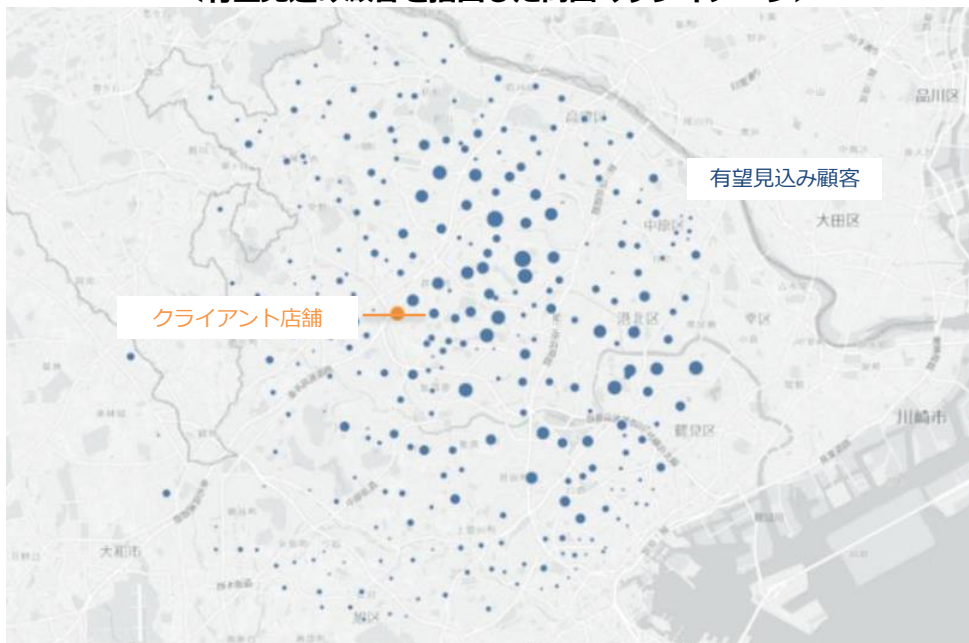
CRM サポートも対応し、ロイヤリティ向上や LTV（顧客生涯価値）最大化に繋がります。

今後も電通デジタルは、JP メディアダイレクトと GroundTruth との連携を強化し、DM 領域においてデジタルとリアルとの融合による新たな可能性を模索し、クライアント企業の事業成長に貢献します。

## <本ソリューションの概念図>



## <有望見込み顧客を抽出した商圈マップイメージ>



既存店舗の約 10km 商圈において、直近約 1 年間に競合店舗へ訪問したことがある居住者を抽出。

上記抽出データを元に「重点 DM エリア」を決定。

【株式会社 JP メディアダイレクトについて】 <https://www.jp-md.co.jp/>

JP メディアダイレクトは日本郵便株式会社、株式会社電通グループ、株式会社電通テック 3 社の出資により 2008 年 2 月に設立。郵便物流・郵便局ネットワーク等を活用した DM メディアの企画・開発・販売および、ダイレクトマーケティング・BPO 関連サービス等を提供しています。生活者の皆様のニーズも拡大、多様化する時代のなか、JP メディアダイレクトは、全国に広がる日本郵便の「郵便物流」や「郵便局ネットワーク」を基盤に、マーケティングノウハウや ICT を的確に融合することで、常に「新世代のダイレクトマーケティングサービスをデザイン」し、企業や生活者の皆様に提供します。

【xAd, Inc. dba GroundTruth について】 <https://www.groundtruth.com/>

GroundTruth は、ロケーションを主要な情報源としてマーケティングに活用する世界屈指のテクノロジー企業です。オフラインとオンラインのデータを統合し、「訪問データ」と呼ばれる独自のデータセットを提供しています。これにより、ブランド、広告代理店、SMB、および非営利団体は、パフォーマンスの高いビジネス成果（ROI）の推進が期待できます。セルフサービスの広告プラットフォームやフルサービス、またはパートナーシップを通じて、これらのデータを有効活用しています。また、独自の Blueprints テクノロジーと、第三者から提供されるモバイル位置情報を組み合わせた独自の精査プロセスを構築し、グローバルで年間 300 億回以上の訪問をより正確に計測しています。

※1：本ソリューションでは個人情報を使用しません。また同様に、エリア内に 10 件以下の位置情報データは、個人情報保護の観点から使用しません。

※2：「DM メディア実態調査 2020」調査報告書要約版（出典：一般社団法人日本ダイレクトメール協会）  
<https://www.jdma.or.jp/upload/research/20-2021-000018.pdf>

※3：宛名のない DM「JPMD タウンプラス」による配達のため、個人情報は使用しません。

以 上

【株式会社電通デジタルについて】 <https://www.dentsudigital.co.jp/>

国内最大級のデジタルマーケティング会社として、データとテクノロジーを駆使した次世代マーケティングの戦略策定・実行、その基盤となる IT プラットフォームの設計・構築、クライアントの事業革新を支援する DX コンサルティングなどのサービスを提供。国内外のプラットフォーム各社との緊密なパートナーシップのもと、高度な専門性と統合力により、クライアントの事業成長に貢献しています。

### 【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部

竜野・横田 TEL : 03-6217-6036 Email : [press@dentsudigital.co.jp](mailto:press@dentsudigital.co.jp)

### 【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル ダイレクトメディア事業部

小林・塚本 Email : [xp-dm-all@group.dentsu.co.jp](mailto:xp-dm-all@group.dentsu.co.jp)

プラットフォーム戦略部

室賀・高橋 Email : [gt\\_sales@group.dentsu.co.jp](mailto:gt_sales@group.dentsu.co.jp)