NEWS RELEASE

平成27年8月4日

トライステージ、株式会社ロックオンとの協業により新たな広告効果測定サービスを開発開始 ～オフラインメディアとオンラインメディアをまたいだ購買動向をリアルタイムに可視化へ～

株式会社トライステージ（本社：東京都港区、取締役　社長執行役員：妹尾　勲、証券コード 2178、以下「当社」）は、株式会社ロックオン（大阪市北区　代表取締役社長：岩田進、以下、「ロックオン社」）と協業し、インフォマーシャルやTVCMを見た影響によりWEBでの購入に至る消費者の動向をリアルタイムで可視化できる新たな効果測定サービスを開発いたします。本協業の新サービスは3か月後のリリースに向け、開発を進めてまいります。

これまで、TV 通販の購買ルートは電話受注すなわち、コールセンター経由での購買が大半を占めており、マーケティング効果を把握することは容易にできました。しかし昨今、PC やスマートフォンの普及により、通販番組の影響を受け Web での購入を行うというように、購買に至る経路は多様化しており、正確なマーケティング効果を把握するのが困難になっているのが現状です。

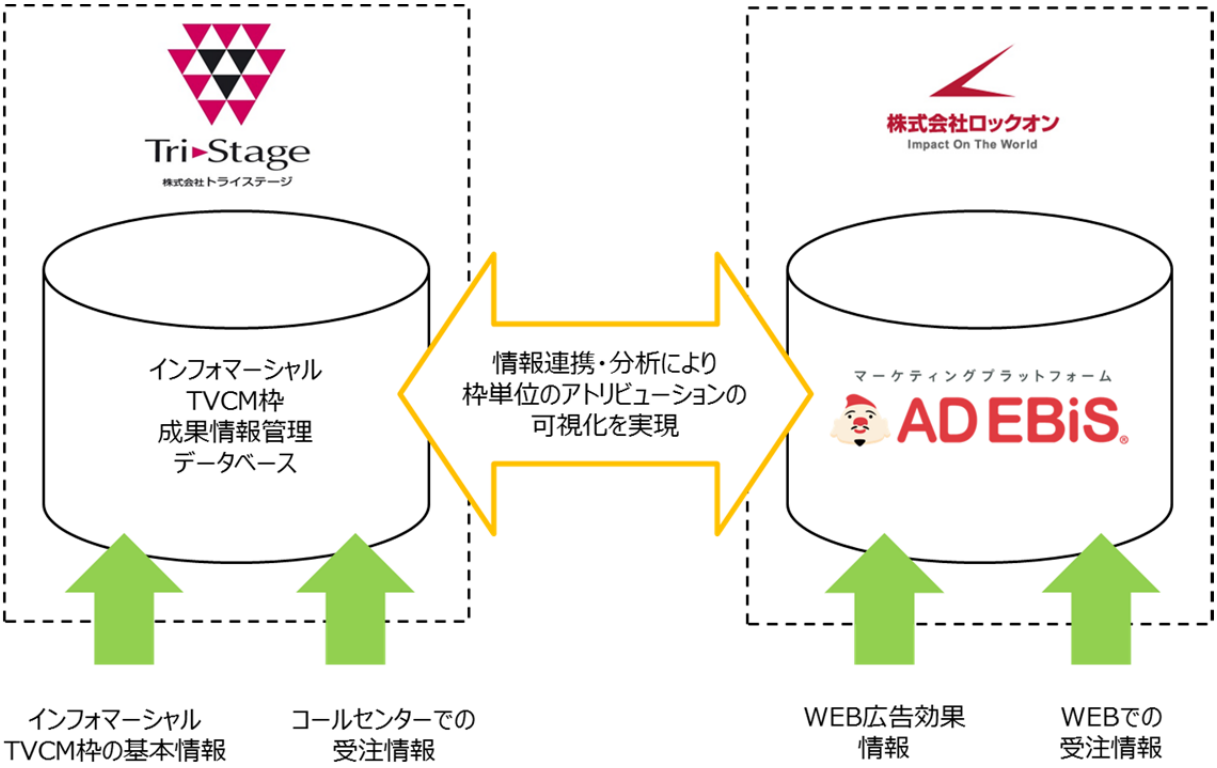
当社ではこれまで、上記のようなケースにおいても広告効果を明らかにするため、WEB での購入に対するテレビの貢献度について統計分析を用いて明らかにし、広告出稿最適化を行うオフラインアトリビューションを行ってまいりました。しかし、本手法では、大量のデータの蓄積が必要かつ分析に時間がかかるほか、インフォマーシャルやTVCMの枠単位での詳細な成果を分析できないなどの課題がありました。

この度、リアルタイムかつ正確なデータ分析を行いたいという広告主様のニーズに対応するため、当社が持つ、インフォマーシャルや TVCM の枠単位でのオフライン購買経路データと、Web の広告効果測定では国内シェアNo.1 ツール（※1）であるアドエビスのオンライン購買経路データを組み合わせ、今まで把握できなかった TV 通販から購買に至るまでの、メディアをまたいだ消費者の動向「クロスチャネル・カスタマージャーニー」を可視化できる新たな効果測定サービスを、ロックオン社と共同開発を行うことで同意いたしました。

本協業により、TV通販マーケティングの正確な効果測定が可能になり、これまでにない高速で最適なPDCA（施策立案、実行、効果測定、予算最適化）サイクルの実現と、投資対効果の改善につながることが期待できます。また、当社では、本効果測定サービスを活用し、広告出稿予算配分最適化のご提案を行うことで広告主様の売上成果拡大に貢献いたします。

※1 株式会社シード・プランニングによる「広告効果測定ツール市場調査」調べ

【連携イメージ】



【株式会社トライステージについて】

株式会社トライステージは、テレビ通信販売をはじめとするダイレクトマーケティング事業を総合的に支援する会社です。商品・サービスが「売れる」ための実効性・即効性のあるソリューションを提供しています。

URL ： http://www.tri-stage.jp/

【株式会社ロックオンについて】

株式会社ロックオンは、導入社数 7000 社を超えるマーケティングプラットフォーム『アドエビス』を始め、国産リスティング広告運用プラットフォーム『THREe』、国内 No1 EC 構築オープンソース『EC-CUBE』、マーケティング関連の研究・情報発信を行う『マーケティングメトリックス研究所』など、国内最大級のマーケティングソリューションを提供しています。

また、日本国内にとどまらず、米国シリコンバレーやベトナムに関連会社を設立するなど、海外にも積極的に展開しています。

URL ： http://www.lockon.co.jp/

【「アドエビス」について】

「アドエビス」は、広告効果測定システムを中心とした「測定」機能と、そこで蓄積されたマーケティングデータを「活用」する機能の 2 つの機能により、企業と消費者のコミュニケーションを最適化することを目的とした、ロックオン社が開発・提供するマーケティングプラットフォームです。

※ マーケティングプラットフォーム「アドエビス」：http://www.ebis.ne.jp/

本件に関するお問い合わせ
株式会社トライステージ　事業戦略部　益子　豊田
Tel 03-5402-4111（代）／ E-mail info@tri-stage.jp