

2019年2月8日

株式会社電通デジタル

電通デジタル・電通・電通テック、 販促・店頭領域におけるデジタル・ソリューションのプロジェクトチーム 「Boostore」始動

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、代表取締役社長：鈴木 禎久、以下 電通デジタル）と株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博、以下 電通）、株式会社電通テック（本社：東京都千代田区、代表取締役社長執行役員：松原 靖広、以下 電通テック）の三社は共同で、販促・店頭領域のデジタル・ソリューションをグループ横断で推進するプロジェクトチーム「Boostore（ブースストア）」を発足し、2019年2月より本格的に始動しましたのでお知らせします。



「Boostore」のロゴマーク

従来の店頭販促では、商品の購入を条件とするマストバイキャンペーンなど、短期的な売上向上に焦点を絞る施策がほとんどでした。しかし、マーケティングのデジタル化の進展とともに個人認証や電子決済などが進んでおり、今後はOMO（Online Merges with Offline：オンラインとオフラインの融合）時代の到来が予想されます。販促・店頭領域でも生活者ごとの購買状況や行動状況を踏まえた、中長期的なマーケティングに寄与し、生活者の購買状況・行動状況を可視化するソリューションのニーズが高まっています。

電通デジタルでは、これまで日本を代表するナショナルクライアントや、世界をリードするグローバルカンパニーにデジタル領域のソリューションを提供してきた実績があります。電通では、店頭での来店や購買の計測および促進につながる各種ソリューションを開発しており、電通テックでは販促キャンペーンにおいて総応募口数が約1,500万口という大量の応募者情報を取り扱っています。今回、三社の連携により、専門性を担保しながら、スピード感のある包括的なソリューションの開発・提案を行います。

第一弾ソリューション強化として、電通デジタルが大きな取扱いシェアを誇るサービス「LINE Sales Promotion」において、LINE 株式会社と連携し、ソリューションを開発・提供します。国内 MAU7,900 万人^{※1}を誇る LINE の中で、キャンペーンプラットフォームを提供する LINE Sales Promotion で得られた販促領域における生活者行動データと、電通グループの保有する人基点のデータ「People Driven DMP^{※2}」を掛け合わせながらマーケティング施策を推進し、デュアルファンネルでビジネス成長をサポートします。

※1：LINE 株式会社 2018 年 12 月期通期決算説明会資料より

※2：People Driven DMP

People Driven DMP は、PC やスマートフォン由来のオーディエンスデータと、テレビの視聴ログデータ、WEB 広告接触データ、OOH 広告接触データ、ラジオ聴取ログ、パネルデータ、購買データ、位置情報データ等を人（People）基点で活用することができる、People Driven Marketing のデータ基盤です。さらなる強化のために、People Driven パートナーシッププログラムを通じ、「メディア/コンテンツ」「デジタルプラットフォーム」「EC・購買」「パネル/メッセージメント」「位置情報」などの各種パートナーと、データやテクノロジーの連携によるビジネス・アライアンスを推進しています。

以 上

【本件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・島津 TEL : 03-6217-6036

Email : 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/電通/電通テック Boostore チーム

Email : Boostore@dentsudigital.co.jp