

NEWS RELEASE



報道関係者各位

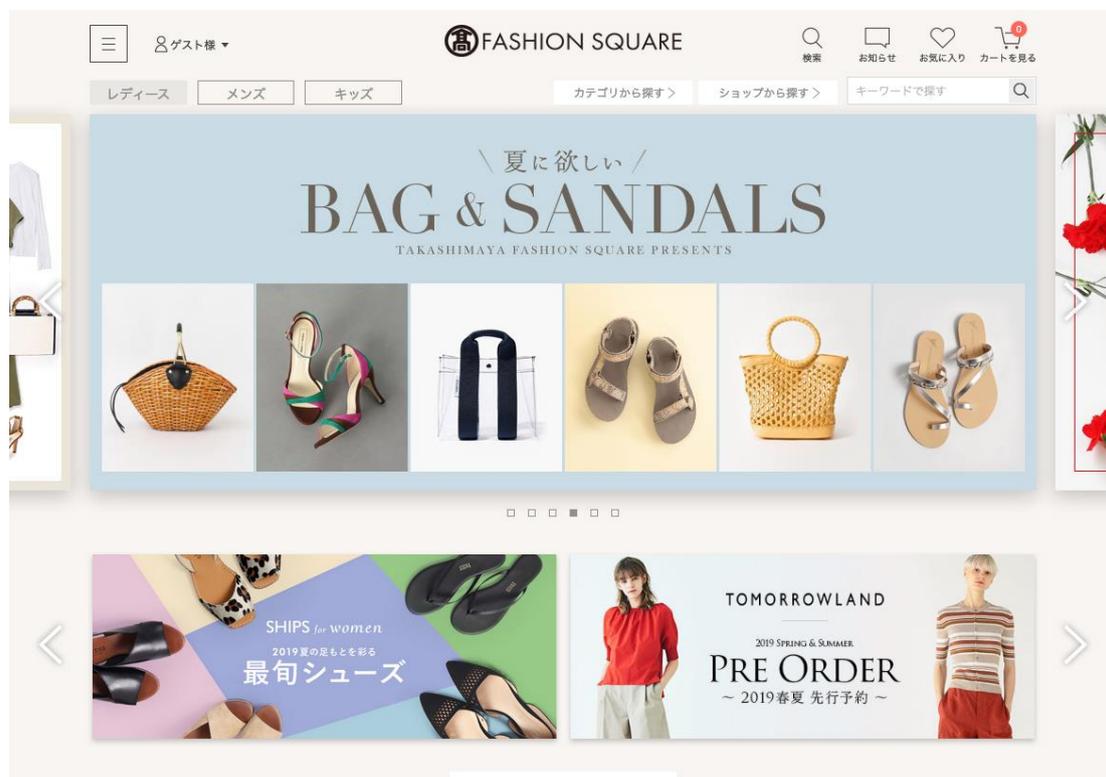
2019年5月21日
株式会社ブレインパッド

ブレインパッド、「タカシマヤファッションスクエア」の MA ツールをリプレイス、 MA 運用におけるパーソナライズの強化と業務の標準化を支援 － BtoC 向けマーケティングオートメーション「Probance」導入事例 －

株式会社ブレインパッドは、株式会社セレクトスクエアが運営する「タカシマヤファッションスクエア」におけるマーケティングオートメーション（以下 MA、*1）のリプレイスを支援し、当社が取り扱う BtoC 向け MA「Probance（プロバンス）」を導入したことを発表します。

セレクトスクエアは、日本を代表する百貨店である株式会社高島屋の子会社として、大人のための高感度ファッション通販サイト「タカシマヤファッションスクエア」を運営しています。

セレクトスクエアは以前より、EC 事業における顧客との結びつきを強化するために海外製の MA ツールを導入していましたが、海外製であるがゆえの制約があることや、シナリオ（*2）構築にかかる工数が膨大であること、運用の属人化が進む一方であることなどに中長期的な課題を感じ、「Probance」へのリプレイスを決定しました。



■「高島屋オンラインストア」での実績を評価し、数ある MA ツールから「Probance」を選定

セレクトスクエアが以前利用していた MA ツールも、このたび採用された「Probance」も海外製である点と同じですが、「Probance」は、開発元であるフランス Probance 社 (*3) とブレインパッドの緊密な連携により、日本企業の要望をかなえる独自のシナリオ設計が行えるなど、日本の MA 市場に適合した製品開発を行っている点が強みです。

また「Probance」が、高島屋が運営する「高島屋オンラインストア」に 2017 年から導入され、導入からわずか 3 ヶ月でメール経由でのサイト訪問数が 39%増、決済件数が 27%増、売上高が 33%増（すべて前年同時期対比）という成果を生み出したことも、リプレースの決め手となりました。

■株式会社セレクトスクエア マーケティング担当者のコメント

「タカシマヤファッションスクエア」は高島屋の取り扱いブランドをはじめ、有名セレクトショップの商品を取り扱うファッション通販サイトです。

このたびの MA のリプレースは、約 5 ヶ月という短期間の中、質・量ともに無理をお願いしたにも関わらず、ブレインパッドの皆さんには大変丁寧に十二分の対応をいただきました。

以前利用していた MA ツールは、グローバル展開している製品ならではのメリットとデメリットがありました。管理画面の UI の秀逸さやサーバのキャパシティなどのメリットがあった一方で、グローバル仕様に当社のビジネススキームが合わず、想定以上に工数がかかっていました。また、諸々の判断に海外本社も関係するため、レスポンスなどが当社の求めるスピード感にマッチしないという課題もありました。それに比べて「Probance」は、海外製のツールですが、当社の要望を柔軟かつ迅速に反映いただき、MA 運用業務の見える化、標準化がしやすいと感じたことから、ツールのリプレースを行いました。今後は自社の運用体制の見直しも行いながら、使いこなしていきたいと考えています。

また、シナリオの量・質をどのように高めていくかがポイントになってくると思います。ゆくゆくは商品やコーディネート画像を使用したよりパーソナルなコーディネート提案や、自社ポイント施策との連動などを取り入れ、お客様との One to One コミュニケーションを強化していきたいと思っています。

- (*1) マーケティングオートメーション (MA) とは、マーケティング活動の運用プロセスの自動化を支援するシステムの総称。
- (*2) シナリオとは、マーケティング施策のターゲットとなる顧客を、どのような方法を用いて、次のアクションへ誘導し、その行動結果によって、さらにどのようなアクションをとるのかというプロセスを設計したもの。
- (*3) Probance SAS は、フランスに本社をおく、MA ソリューションのリーディングプロバイダです。
設立：2004 年、代表者：CEO Emmanuel Duhesme。

■ご参考情報

●「Probance (プロバンス)」について <https://www.probance.jp/>

「Probance」は、機械学習を搭載し、Predictive Communication（顧客ニーズを予測するコミュニケーション）を実現する BtoC 向けマーケティングオートメーション (MA) プラットフォームです。顧客属性や取引データ、行動データなど、BtoC 企業が保有する膨大で多様なデータを安全かつ高速に処理し、機械学習アルゴリズムを用いて、個客一人ひとりの趣味・嗜好に基づいたレコメンド施策を実行します。さらに、オンライン・オフラインを統合したクロスチャネルマーケティングで、真のパーソナライズコミュニケーションを実現します。

●株式会社セレクトスクエアについて <https://www.t-fashion.jp/>

本社所在地：東京都江東区潮見 2-8-10

設立：2007年7月

代表者：代表取締役 木村 優

資本金：382.6百万円

従業員数：54名（2019年2月末日現在）

事業内容：タカシマヤファッションスクエアに関するEC事業およびその他のウェブサイト運営全般、インターネットを活用したメディア事業・サービス事業

●株式会社ブレインパッドについて <https://www.brainpad.co.jp/>

（東京証券取引所 市場第一部：証券コード 3655）

本社所在地：東京都港区白金台 3-2-10 白金台ビル

設立：2004年3月

代表者：代表取締役社長 佐藤 清之輔

資本金：332百万円（2019年3月31日現在）

従業員数：283名（連結、2019年3月31日現在）

事業内容：企業の経営改善を支援するビッグデータ活用サービス、デジタルマーケティングサービス

■お問い合わせ先

●製品・サービスに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

TEL：03-6721-7002 e-mail：info@brainpad.co.jp

●本ニュースリリースに関するお問い合わせ

株式会社ブレインパッド

コーポレート本部 総務部 広報担当

TEL：03-6721-7700 e-mail：marcom@brainpad.co.jp

*本ニュースリリースに記載されている会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

*本ニュースリリースに掲載されている情報は、発表日現在の情報です。

以上