

NEWS RELEASE



報道関係者各位

2020年1月21日
株式会社ブレインパッド

ブレインパッド、「チケットぴあ」に MA「Probance」と マッチングエンジン「Conomi」を導入し、 導入2ヶ月後に CVR が対目標 1.5 倍、作業工数の削減を実現

株式会社ブレインパッドは、ぴあ株式会社が運営するチケット販売サイト「チケットぴあ」に BtoC 向けマーケティングオートメーション（以下 MA、*1）「Probance（プロバンス）」と自社開発のマッチングエンジン「Conomi（コノミ）」を導入したことを発表いたします。

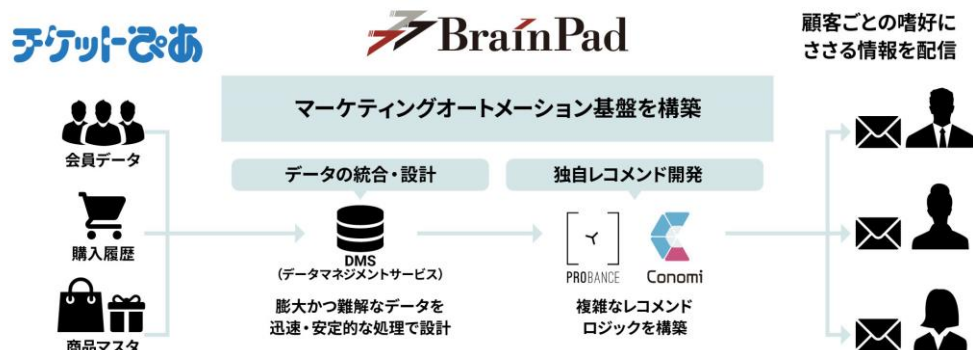
これにより、導入からわずか2ヶ月で施策効果が対目標の1.5倍という成果創出に加え、メール配信にかかる工数が従来に比べ大きく削減されました。

ぴあは、チケット販売市場トップシェア（*2）のオンライン販売サイト「チケットぴあ」を運営し、取り扱い興行数は常時2万件、会員数は1,700万人超を誇ります。

同社は、チケット情報を発信するチャンネルの1つとしてメールを活用しており、さらなる販売促進のために、「チケットぴあ」会員の嗜好に合わせたプッシュ型のコミュニケーションとして、メール配信をさらに強化したいと考えてきました。

しかし、「チケットぴあ」の取り扱うチケットは、[音楽][スポーツ][演劇]をはじめとする多数のジャンルに分類されています。また、あるアーティストのコンサートチケットを購入したお客様が、そのアーティストのファンなのか、そのジャンルが好きなのか、たまたま近くのイベントに足を運んだのかなど、お客様の好みを適切に推定することは困難でした。また、メール配信業務において、複数の担当者が対象者リストの抽出からメール配信までの一連の工程を手作業で行っていたため、配信できるメール本数は限られていました。

そこで、MA 導入によるメール運用工数を削減しつつも、“顧客ごとの嗜好にささる”プッシュ型のコミュニケーションの両立を図るために、「Probance」、「Conomi」の導入を決定いたしました。



複数担当者で行っていた配信作業を1人にし、かつ施策効果は対目標1.5倍
「Probance」×「Conomi」で顧客ごとの嗜好にささるおすすめを実現

■通常の数十倍の膨大かつ難解なデータから、“顧客ごとの嗜好にささる”レコメンドロジックを構築

ブレインパッドは、この“顧客ごとの嗜好にささる”レコメンドを実現するため、商品マスタや会員データ、購入履歴など 100 を超えるデータソースから、独自のレコメンドロジックを設計・構築しました。

このレコメンドロジックは、チケットの発売タイミング、イベントに関する情報解禁日などチケット販売事業ならではの制約条件を組み込むために、複雑な紐づけや重みづけを行っているのが特徴です。また、一般的なレコメンドのデータソースが 5 つ程度であるのと比較すると、「チケットぴあ」の場合はその数十倍にのぼるデータソースを活用しており、これらの膨大かつ難解な構造のデータを利用しながら迅速・安定的な処理で成果創出に結びつけるために、ブレインパッドのデータ分析・活用に関する豊富なノウハウが活かされています。

■メール運用工数を削減しつつも、施策効果が対目標 1.5 倍となる効果創出に貢献

「チケットぴあ」のメールプロモーションは、「Conomi」で生成した独自のレコメンドデータを、メールの発射台としての「Probance」に連携させることで実現しています。

「Conomi」は、嗜好性やこだわりが複雑な商材でも、個社ごとに独自のレコメンドロジックを構築し、ヒト単位でマッチングさせることが可能です。「チケットぴあ」のメールプロモーションにおいても、独自かつ高精度なレコメンドロジックを生成し、導入後わずか 2 ヶ月で、当初の目標に対し、開封率と訪問率は 1.5~2 倍、CVR は 1.5 倍程度上回る結果となり、当初の目標を大きく上回る成果を出しています。

また、大量のメール配信を効率的に実施できる「Probance」の強みを生かし、従来のメールマガジン以外に月に数百万通の高精度なレコメンドメールが配信できるようになっただけでなく、従来は複数の担当者で実施していたメール配信業務が 1 名で完結できるようになり、メールプロモーションにかかる工数を大幅に削減することに成功しました。

■「運用開始から 2 ヶ月で目標を上回る成果が出ており、お客様に喜んでもらっている実感も持てました。」

ぴあ株式会社 ライブ・エンタテインメント本部 ライブ・チケットティング事業局

セールスプロモーション部 Web プロモーションユニット ユニット長 勝間 晴香様のコメント

「チケットぴあ」で取り扱うチケットの中から、お客様の好みにマッチした商品を最適なタイミングでおすすめできるプッシュ型のメール配信を強化したいと考えてきました。

MA ツールを選定するにあたり、大量のメール配信が可能であることとレコメンドの精度を重視して数社の MA ツールを比較検討しましたが、レコメンドに活用したい当社のデータソース量を伝えると、実現には複雑なシステム構築が必要なことがわかり、ツール選定にも時間を要しました。その中でブレインパッドは、当社の要望を実現するために、難解なデータ構造を通じたビジネス理解や想定以上に苦労したレコメンドロジックのチューニングなど、当社以上の熱量で納得のいくまで粘り強く対応してくれました。

「Probance」「Conomi」の導入後、運用を開始して 2 ヶ月で当初の目標を大きく上回る成果が出ています。また、「ぴあにオススメされたチケットを買いたくなってきた」などのお客様からの嬉しいコメントもいただき、お客様個人のニーズを捉えられるようになってきているという実感を持っています。

今後は MA ツールの活用により、「チケットぴあ」会員の方々により最適な内容・方法による情報提供を行い、集客・アクション・再訪問の流れを作るような施策を展開していきたいと考えています。

■「チケットぴあ」による「Probance」「Conomi」活用方法の詳細を、導入事例として公開しています。

ぜひご覧ください。

URL : <https://www.probance.jp/case/pia>

- (*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) 「チケットぴあ」は、1,700 万人を超える会員組織、国際大会での豊富な実績等のほか、これまで培ってきたチケット販売の技術・システム・ノウハウ等の強みにより、チケット販売市場にてトップシェアを誇っています。<https://t.pia.jp/>

■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。

●「Conomi (コノミ)」について <https://www.conomi.plus/>

「Conomi」は、ブレインパッドが開発・提供するマッチングエンジンです。標準搭載された多彩なマッチングロジックを組み合わせることで、商品や記事、人同士のマッチングを高精度に実現することが可能です。また、組み込み先や利用データを選ばない柔軟性から、店舗の POS データや基幹システム、DWH などに蓄積されているデータに基づくビジネスへのマッチング技術の活用を実現します。

●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 草野 隆史

資本金：332 百万円 (2019 年 9 月 30 日現在)

従業員数：306 名 (連結、2019 年 9 月 30 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