

NEWS RELEASE



報道関係者各位

2016年4月25日
株式会社ブレインパッド

ブレインパッド、プライベート DMP「Rtoaster」で神立高原スキー場の集客手法を一新 データを活用したコミュニケーション設計、O2O 施策により売上を 1.3 倍に向上

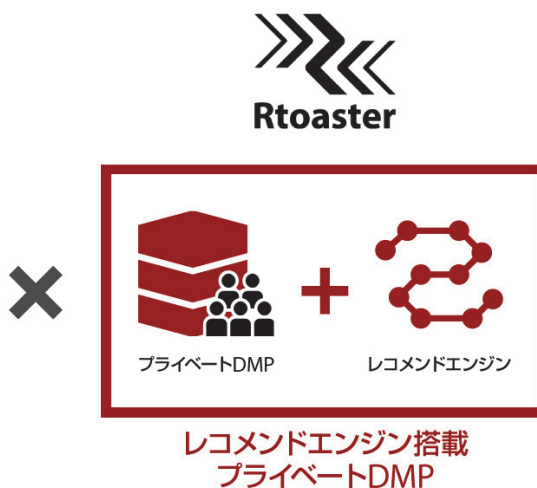
株式会社ブレインパッド（本社：東京都港区、代表取締役社長：佐藤 清之輔、以下ブレインパッド）は、神立高原スキー場（新潟県南魚沼郡湯沢町、<http://www.kandatsu.com/>）に、レコメンドエンジン搭載プライベート DMP（*1）「Rtoaster（アールトースター）」を導入したことを発表します。

その結果、データを活用した「Rtoaster」でのコミュニケーション設計により、旧来の集客手法を一新した O2O（Online to Offline）（*2）施策を展開することで、売上高が 1.3 倍に向上いたしました。

■導入の背景

近年のウィンタースポーツ人口の減少により、各地のスキー場は来場者増加につながる施策の展開を課題としています。特に昨シーズン（2015年12月～2016年4月）は、全国的な暖冬による雪不足によりスキー場のオープン時期が遅れるなど、厳しい状況にありました。

このような中、神立高原スキー場は、オンライン上で取得したデータを用いてスキー場への来場に繋げる O2O の仕組みを構築するため、データの蓄積からアクションまでをワンストップに実現できる「Rtoaster」を導入いたしました。



▲「Rtoaster」にて神立高原スキー場の O2O 施策を実施

■「Rtoaster」を活用した施策と効果

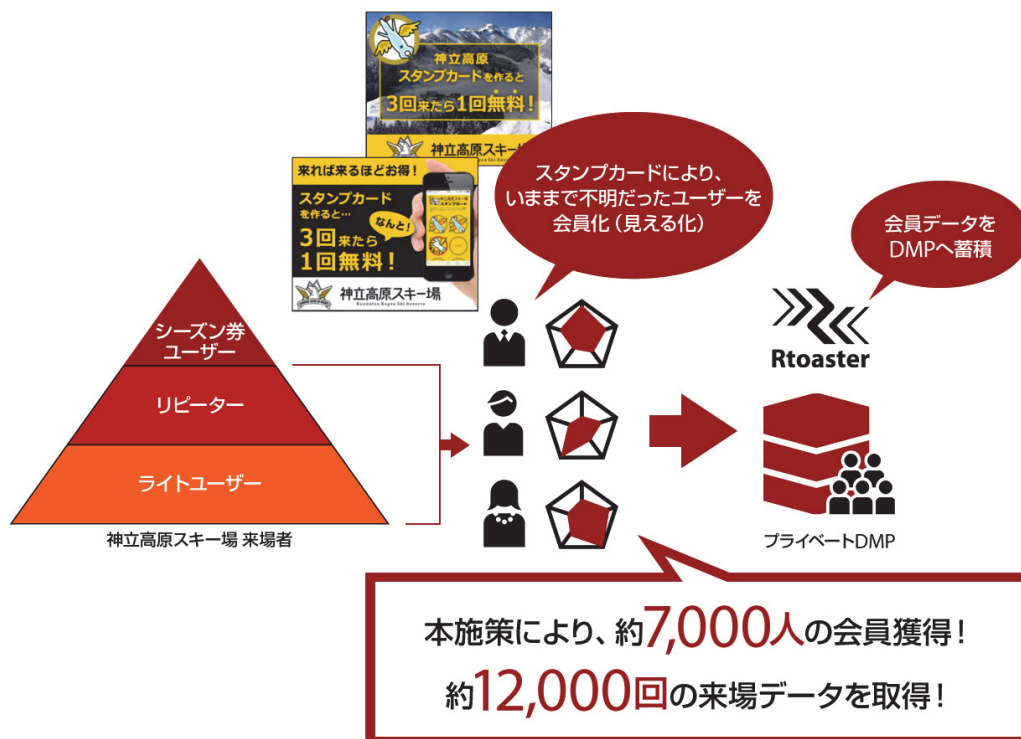
神立高原スキー場は、「Rtoaster」による新たな集客施策を行った結果、雪不足などの厳しい状況にもかかわらず、売上高を昨年比 1.3 倍に拡大することに成功いたしました。

「Rtoaster」を活用して実施した主な施策は、「スタンプ会員施策」「ポップアップアンケートによるユーザーインサイトの把握」「レコメンドによる One to One コミュニケーション」の 3 点です。

(1) スタンプ会員施策

ウェブサイトで会員登録をしたユーザーが、スキー場に来場した際にスマートフォンで QR コードを読み込むことで、スタンプを集めることができる仕組みを構築いたしました。「3 回来場する（スタンプを 3 つ集める）と、1 回無料（リフト 1 日券が無料）」となる施策の実施により、さらに多くのユーザーにリピートしていただけるようになりました。

また、従来同スキー場には、シーズン利用券を購入するようなヘビーユーザー向けの会員システムしかありませんでしたが、この施策により、リピートユーザー、ライトユーザーの会員化・囲い込みを実現いたしました。その結果、約 7,000 人の新たな会員を獲得し、その来場数は約 12,000 回にのぼりました。さらに、ユーザーごとのスタンプ収集数、性別、年齢、居住地、利用スタイル（スキー/スノーボード）などのスタンプ会員の顧客情報の見える化に成功いたしました。



▲スタンプ会員施策により会員を獲得

(2) ポップアップアンケートによるユーザーインサイトの把握

同スキー場は、スタンプ会員施策で取得したスタンプ会員の顧客情報や、PC・スマホサイトでのユーザー行動情報だけではなく、より精緻なコミュニケーションを行うために、ユーザーのインサイト（行動のもととなる意識・意欲など）も把握する必要があると考えました。

そこで、「Rtoaster」でのポップアップアンケート機能を活用し、「今シーズンは何回滑る予定？」「スキー場へ行く交通手段は？」「あなたが感じる神立高原スキー場の魅力とは？」などの設問をウェブサイト上に表示させる施策を実施いたしました。ポップアップでのアンケートバナーが現れるタイミングを「Rtoaster」で適切にコントロールすることにより、予想をはるかに超えた 20,000 件を超えるアンケートの回答を集めることに成功しました。

また、アンケート回答内容（回答タイミング）と、サイトでのユーザー行動情報、スタンプ会員施策で取得したスタンプ会員データを掛け合わせ、より精緻なユーザーコミュニケーションプランを設計することで、ユーザーを来場につなげるための大きな示唆を得ることができました。



▲ 「Rtoaster」のポップアップアンケート機能を活用したアンケート施策を実施

(3) レコメンドによる One to One コミュニケーション

設計したコミュニケーションプランをもとに、「Rtoaster」でのレコメンドを実施し、車を持たない日帰りスキーユーザーには、「日帰り新幹線スキーツアー」をおすすめするバナーを表示させる施策などを実施いたしました。これらのユーザーに寄り添ったオンラインでの One to One コミュニケーション施策により、実際のスキー場への来場を促進し、O2O を実現する環境を「Rtoaster」で構築いたしました。



▲ 「Rtoaster」での One to One コミュニケーション施策

今後もブレインパッドは、「Rtoaster」を中心に最先端のマーケティングプラットフォームを提供することで、お客様の高度かつ精緻なマーケティング活動を強力に支援してまいります。

■ 神立高原スキー場 代表 越山 進一様からのコメント

「神立高原スキー場は、集客力強化のために、テレビ CM よりも広告費を抑えながらスキーやスノーボードに関心のある層に広くアプローチできるデジタルマーケティングを活用したいと考えており、その実現に最適なマーケティング基盤として、『Rtoaster』を導入いたしました。昨シーズン、さまざまな施策を投じた結果、昨年度は延べ 15 万人であった来場者を延べ 19 万人に増加させることができました。来年度も引き続き『Rtoaster』を活用し、マーケティング施策を強化していきたいと考えています。」

(*1) プライベート DMP (Data Management Platform) とは、企業がさまざまな自社データや外部データを集約し、活用するために構築するデータ基盤のこと。

(*2) O2O (Online to Offline) とは、ネット上 (オンライン) から、ネット外の実地 (オフライン) での行動へと促す施策や、オンラインでの接触行動からオフラインでの購買行動に影響を与えるような施策のこと。

■ご参考情報

●Rtoaster (アールトースター) について <http://www.rtoaster.com/>

Rtoaster は、ブレインパッドが開発・提供する最先端のレコメンドエンジンが搭載されたプライベート DMP です。データの蓄積・管理から、スマートフォンアプリ／ウェブサイト／デジタル広告／メールなどの多様な顧客接点におけるパーソナライズアプローチ、行動ターゲティング／レコメンドといったアクションまで、デジタルマーケティングを強力にサポートします。複数のチャンネルを横断した最適な顧客コミュニケーションを高度かつ精緻に行うことが可能な、国内最大規模のプライベート DMP として、150 社以上のさまざまな企業に導入・活用いただいております。

●株式会社ブレインパッドについて <http://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：331 百万円 (2015 年 12 月 31 日現在)
従業員数：159 名 (連結、2015 年 12 月 31 日現在)
事業内容：アナリティクス事業／ソリューション事業／マーケティングプラットフォーム事業

■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
マーケティングプラットフォーム本部 営業部
TEL：03-6721-7002
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 経営企画部 広報担当
TEL：03-6721-7700 e-mail：pr@brainpad.co.jp

*本ニュースリリースに掲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