

# NEWS RELEASE



報道関係者各位

2017年6月29日  
株式会社ブレインパッド

## ブレインパッド、高島屋オンラインストアに MA ツール「Probance」を提供 — オンライン上も一人ひとりに最適に接客し、新たなお客様の創出と定着化を目指す 高島屋のデジタルマーケティングを支援 —

株式会社ブレインパッドは、株式会社高島屋が運営する「高島屋オンラインストア」に、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「Probance (プロバンス)」を提供し、高島屋のデジタルマーケティングを支援したことを発表します。

「高島屋オンラインストア」は、日本を代表する百貨店である高島屋が運営する EC サイトです。同サイトは、2011 年より百貨店の強みのひとつであるギフト販売に注力し、圧倒的なギフトアイテムの中から、お中元・お歳暮などのギフトシーン、贈る相手、予算などをふまえて多角的に商品を検討できる機能を充実させています。

ブレインパッドは、高島屋が、「ギフトを買うなら高島屋」としてギフト購入を目的とする顧客の期待に応えるだけでなく、百貨店として競争力が高く品揃えも豊富なワインやコスメなどの自家需要にも注力することで、新規顧客の獲得や既存顧客の定着化を促進し LTV (\*1) を高めていきたいと考えていることを受け、これらを実現できるツールとして「Probance」を提供いたしました。



TAKASHIMAYA  
ONLINE STORE



### ■数多くの MA ツールの中から「Probance」が選ばれた理由

ブレインパッドは、「一律の情報を、一律のタイミングで、一律のチャネルへ手動配信」していた従来の高島屋の施策から、顧客ごとに「パーソナライズした情報を、最適なタイミングで、最適なチャネルへ自動配信」できる仕組みとして、「Probance」を提供しました。

「Probance」が、複数の MA ツールの中から選ばれた理由は以下の 4 点です。

## 1. 「高島屋オンラインストア」の運営メンバーが考えるシナリオが実現できる

「Probance」が、高島屋にて MA ツールの採用条件としていた「これまで運用していたシナリオ (\*2) を問題なく引き継げる点」、「新たに実施するイベントをトリガーとしたシナリオが実装できる点」を満たすだけでなく、同サイトの運営メンバーのアイデアに基づくシナリオを自在に実現したうえで、顧客一人ひとりの特徴を捉えて購入につながりそうな商品やタイミングを予測し、顧客ごとに最適なメッセージを発信できる点が評価されました。

## 2. データのインプット・アウトプットに拡張性がある

「Probance」は、ダイレクトメール (DM) や LINE など多彩なチャンネルを横断したコミュニケーションが可能であり、すでにこれらのチャンネルとの連携の実績があります。この点を、将来的にチャンネル横断のコミュニケーションを実施したいと考えている高島屋より評価いただきました。さらに、当社提供のレコメンドエンジン搭載プライベート DMP (\*3) 「Rtoaster (アールトースター)」などの他ソリューションに蓄積されたデータを活用し、MA のシナリオと連動することでウェブサイトの表示をパーソナライズできる点など、データのアウトプット面の拡張性が高い点も重視されました。加えて、高島屋が構想する、店舗も含めたオムニチャンネル施策を実現できる基盤を持つことも、重要な採用ポイントとなりました。

また、ブレインパッドは重要なデータを余すことなく機械学習の材料とするための「DMS (\*4)」を構築し、効果的かつコストを抑えて機械学習を行える仕組みを実現しました。同サイトが保有するデータは、「商品の構造 (例：フードやビューティなど商品分類を表すカテゴリ、テナントやブランドを表すカテゴリ)」や「売り方の構造 (例：特集、ギフトシーン、贈る相手、予算)」が多次元に紐付けられるなど複雑であるため、ブレインパッドが構築した「DMS」は効果的にデータ活用を行うための重要な機能として、評価いただきました。

## 3. ブレインパッドのサポート体制が充実している

各チャンネルで保有するデータを統合・連携し、顧客の属性や行動に合わせた本格的な One to One マーケティングを実施するのが初の試みとなる高島屋に対して、デジタルマーケティングに精通したブレインパッドが「提案～導入～運用」までをトータルにサポートできる点が評価されました。

## 4. 効果的・効率的な業務運営につながる

「Probance」は、これまで高島屋がほぼ手作業で行っていたメールマガジンの配信や、複数のツールを用いて実装していたカート放棄対策などの機能を内包しており、かつ、運用を自動化することができるため、業務効率の向上につながります。また、ツールを一本化することで、個々に実施していたシナリオ間の齟齬もなくなり、より効果的な One to One コミュニケーションが実現する点が評価されました。

### ■株式会社高島屋 クロスメディア事業部 カタログ・ネット・テレビ販売部

#### ネットチャンネルグループ グループマネジャー 長峰 崇 様からのコメント

最終的に採用の決め手になったのは、2016 年末のイベント「Probance Day」にて、実際に「Probance」を活用して成果を得ている企業の話聞き、自社での運用イメージが持てたことでした。

今回の MA 導入により、店頭での接客をオンライン上でも実現することに一歩近づいたと考えています。まずは、お客様の属性や行動履歴を踏まえ、最適なタイミングで最適な情報をお届けしたり、離反予兆のあるお客様にはクーポンを発行するなど、購入を後押しするシナリオを実施していきます。今後は、結婚内祝いや出産内祝いを起点として、出産時にはベビー用品、小学校入学時にはランドセルを提案するなど、お客様のライフイベントを長期的にフォローし、お客様と「高島屋オンラインストア」のお付き合いが継続的に続くことを目指していきます。そして、店舗も含めたオムニチャンネル施策を具現化していくためにも、豊富なマーケティング支援の実績があるブレインパッドとの取り組みに期待しています。

- (\*1) LTV (Life Time Value) とは、一人の顧客が取引期間を通じて企業にもたらす利益 (価値) のこと。
- (\*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) 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基盤のこと。
- (\*4) DMS (Data Management Service) とは、システム間のデータ連携や加工、蓄積を実現するサービスのこと。

## ■ご参考情報

### ●「Probance (プロバンス)」について <http://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 One to One コミュニケーションを実現します。

### ●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、250 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。

また、ツールの提供に留まらず、豊富な経験を有するデジタルマーケティングコンサルタントによる導入・運用支援 (要件定義から KPI の設計、施策の設計・実行、効果測定・改善案の提示) までをトータルに提供しております。

### ●株式会社高島屋について <https://www.takashimaya.co.jp/>

本社所在地：大阪府大阪市中央区難波 5 丁目 1 番 5 号

設立：1919 年 8 月 20 日

代表者：代表取締役社長 木本 茂

資本金：660 億 25 百万円 (2017 年 2 月 28 日現在)

従業員数：13,943 名 (連結、2017 年 2 月 28 日現在)

事業内容：百貨店事業/法人事業/通信販売事業/グループ事業

### ●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 (2017 年 3 月 31 日現在)

従業員数：202 名 (連結、2017 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  
ソリューション本部 営業部

TEL : 03-6721-7002 e-mail : [info@brainpad.co.jp](mailto: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 : [marcom@brainpad.co.jp](mailto:marcom@brainpad.co.jp)

\*本ニュースリリースに記載された会社名・商品名は、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、発売日現在の情報です。

以上