

2021年10月12日

楽天グループ株式会社

東急株式会社

楽天東急プランニング株式会社

東急、楽天、楽天東急プランニングが第1弾となるWEB広告商品を共同開発

～東急ストアのスーパーマーケット購買データを新たに追加し、機能を拡充～

楽天グループ株式会社(本社:東京都世田谷区、代表取締役会長兼社長:三木谷 浩史、以下「楽天」と東急株式会社(本社:東京都渋谷区、取締役社長:高橋 和夫、以下「東急」)、両社が設立した楽天東急プランニング株式会社(本社:東京都世田谷区、代表取締役社長:笠原 和彦、以下「楽天東急プランニング」)は、第1弾となるWEB広告商品(以下「本商品」)を共同開発しました。なお、本商品は、楽天がWEB広告メニューとして販売します。

楽天は、オフラインでの購買データに基づくIDマーケティングソリューション「RMP - Omni Commerce」において、企業が出稿するディスプレイ広告や動画広告など WEB 広告の効果を、実店舗での購買に基づいて計測することができるメニュー「Instore Tracking」を提供しています。このたび、分析対象のデータに株式会社東急ストア(本社:東京都目黒区、代表取締役社長:須田 清、以下「東急ストア」)が運営するスーパーマーケットのデータを新たに追加し、「Instore Tracking」の機能を拡充しました。これまで、「Instore Tracking」では、「楽天ポイントカード」加盟店の消費行動分析データ(注)をデータ分析に活用する場合は「ドラッグストアやコンビニエンスストアなどの購買データ」を使用し、広告配信および効果測定を実施していましたが、今回新たに「東急ストアが運営するスーパーマーケットの購買データ」を活用することが可能となりました。これにより、ドラッグストアやコンビニエンスストアなどで商品を販売されているメーカー企業に加えて、スーパーマーケットで商品を販売されているメーカー企業も本商品を活用することができます。

東急は2020年9月より、東急ストアをはじめとする東急グループのリテール各社に「楽天ポイントカード」の導入を推進しています。本商品は、メーカー企業の広告効果を生みやすいセグメント作成手法や販売条件の整理など、「東急ストアが運営するスーパーマーケットの購買データ」を広告販売に活用できるように様々な検証を重ねた結果、開発されました。

東急と楽天は2020年7月に楽天東急プランニングを設立し、包括的業務提携に基づき、両社が蓄積するデータやアセットを生かしたソリューションの開発を推進しており、本商品はその第1弾の取り組みとなります。また、楽天東急プランニングでは広告領域のほか、データ領域、OMO領域でのソリューション開発も進めています。

東急と楽天は、楽天東急プランニングを通じて、今後も、東急線沿線を中心にオンラインとオフラインの垣根のない利便性の高いサービスの実現を図ることで、より一層の利便性、生活価値の向上を目指します。

(注)マーケティング施策におけるデータ利用に同意している店舗のみが対象となります。

以上

【別紙】

「Instore Tracking」とは

概要： 企業が出稿するディスプレイ広告や動画広告などオンライン広告の効果を、実店舗での購買実績に基づいて測定することができる広告メニュー

URL: https://adsales.rakuten.co.jp/products/rmp_omni_commerce/

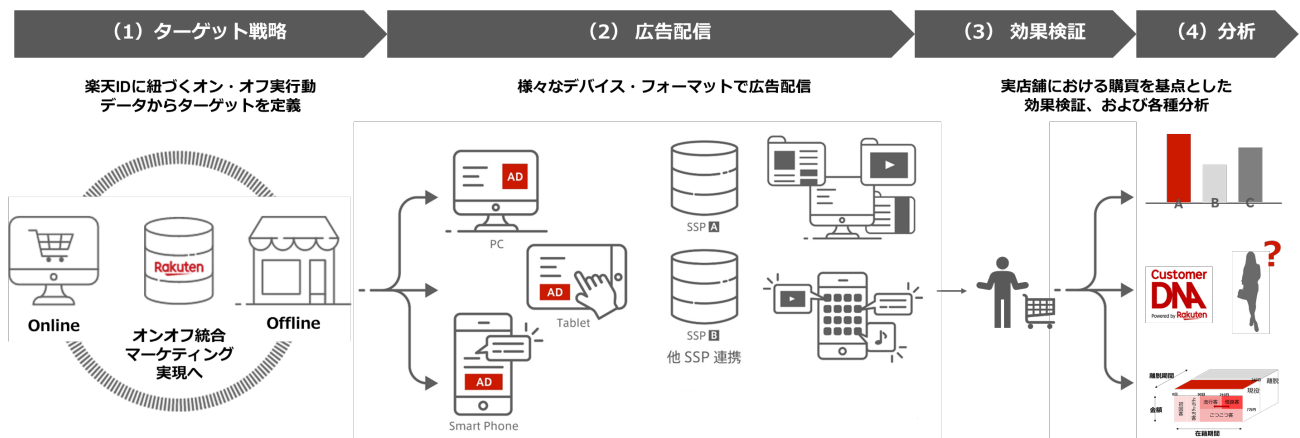
対象企業： オンライン広告をより効果的に活用したいメーカー企業など

特長：

実店舗での購買実績に基づき、オンライン広告の効果を測定したり、商品の購買層の特性を把握し広告の配信先やクリエイティブの改善につなげたりすることが可能

Instore Tracking

1億以上の楽天会員IDと、70以上のサービスから生成されるオン・オフ実行データを活用した、広告配信と、事後分析ソリューション。



【参考】

■ 楽天東急プランニング株式会社 概要

・社名： 楽天東急プランニング株式会社

・設立日： 2020年7月30日(木)

・出資割合： 楽天グループ株式会社(51%)、東急株式会社(49%)

・所在地： 東京都世田谷区玉川一丁目14番1号 楽天クリームゾンハウス

・代表取締役社長： 笠原 和彦

・資本金： 20百万円

・事業内容： オンラインとオフラインを活用したデータマーケティングソリューションの提供

1. データマーケティング事業の事前調査 2. 広告事業の事前調査 3. OMO事業の事前調査

・事業詳細：

① データマーケティング事業

楽天によるオンラインのデータと東急によるオフラインのデータを活用し、両社のデジタルマーケティングの強化や東急グループの店舗マーチャндаイジングへの活用に取り組みます。2020年10月より順次、「東急ストア」などの東急グループの店舗で、データ分析による販促・品揃え・価格設定の見直しといった店舗運営力の向上および効果検証を開始しています。

② 広告事業

楽天によるオンラインのデータと東急によるオフラインのデータを軸に、広告パフォーマンスの最大化を図ります。東急グループの取引先企業を中心に、両社のデータをターゲティングや購買計測に活用したWEB広告、広告接触から購買までを計測するデジタルサイネージなどの広告媒体を販売します。2020年11月より、WEB広告媒体の実験販売および、二子玉川エリアにおいて二子玉川駅や東急ストア二子玉川ライズ店内のデジタルサイネージ広告媒体の実験販売を開始し、検証しています。

③ OMO事業

両社のオンラインとオフラインのアセットを連携したOMOによる購買体験の提供を共同で検討しています。

以 上