

2022年11月16日

**博報堂DYメディアパートナーズ、
消費財カテゴリーに特化したMMM「Analytics AaaS for CPG」を提供開始
～流通施策や店頭配荷の影響を組み込み、投資配分を最適化～**

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ(本社：東京都港区、代表取締役社長：矢嶋弘毅、以下 博報堂DYメディアパートナーズ)は、飲料、食品、トイレタリーといった消費財ブランドに最適化したデータドリブなマーケティングマネジメント手法をパッケージ化した「Analytics AaaS for CPG」の提供を開始します。博報堂DYグループ「ショッパーマーケティング・イニシアティブ®(※1)」が開発したトレードマーケティング分析ソリューション「配荷方程式™(※2)」と連携することで、施策の改善箇所を抽出、配荷力の向上、マーケティング投資配分最適化を通じてセールス最大化をめざします。

“Analytics AaaS”は、博報堂DYメディアパートナーズが提唱する、広告主の広告効果最適化を通して事業成長に貢献する次世代型モデル「AaaS」(※3)のソリューションのひとつです。マーケティング・ミックス・モデリング(以下MMM)により、広告主のメディアやマーケティングの投資配分最適化や目標達成のためのKPI設定をご提供します。

一般消費財(CPG)カテゴリーでは「生活者がブランドを選択するのは店頭が多い」という購買行動の特性上、施策効果を可視化・診断・予測するにあたり、以下の3つの課題がありました。

1. 販売店舗数や棚割の状況などの流通・店頭施策の影響度が大きい
2. ソーシャルネットワーク上での拡散・ブランドとの繋がりがブランド選択へもたらす影響度が年々拡大
3. 購入前の検索行動や比較検討行動が限定的で捕捉データが少なく、予測モデルの構築が困難

Analytics AaaS for CPGでは、この3つの課題に対応、消費財カテゴリーでのマーケティング施策とセールスとの関係を解明し、プロモーションだけでなく店頭・流通施策、配荷力に対しても改善に向けた示唆を得ることを可能にしています。

<Analytics AaaS for CPGの特徴>

① 店頭・流通施策の配荷力への貢献を可視化し、分析・改善可能に

博報堂DYグループ「ショッパーマーケティング・イニシアティブ®」が開発したトレードマーケティング分析ソリューション「配荷方程式™」と連携することで、“販売店率”、“棚割におけるカテゴリー内の優位性”、“店頭における棚割実現率(棚割が実際に各店舗においての実現度合い)”、“価格優位性”といった要因について改善箇所を抽出し、流通施策をアップデート、配荷力の向上をめざします。

② ソーシャルネットワークでの情報拡散のブランド力への貢献を可視化し、分析・改善可能に

ソーシャルネットワークで拡散されている情報を、ブランド力に貢献する意味的分類に集計する新たな方法を開発し、ソーシャルネットワークでの情報拡散をMMMモデルに取り込めるようにいたしました。

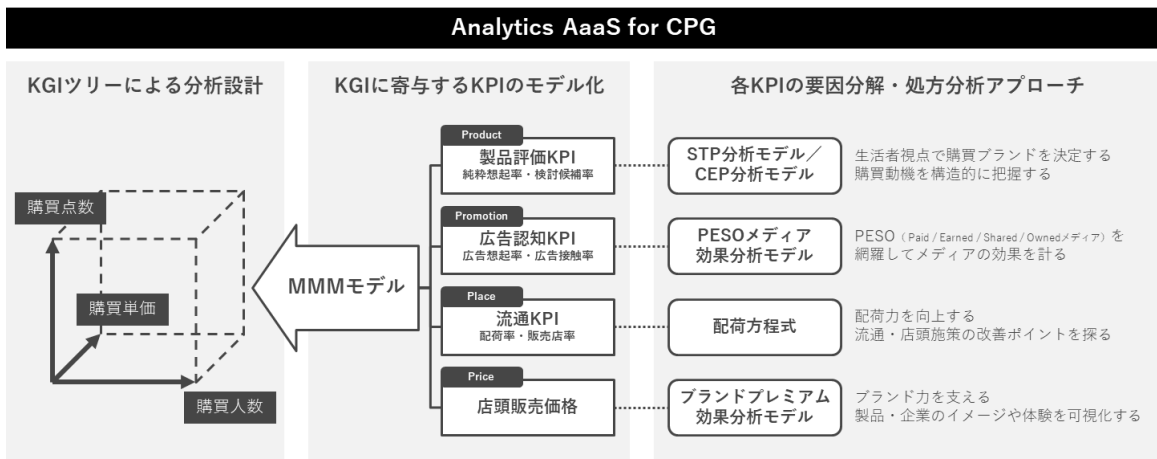
③ 消費財カテゴリーの購買行動に適した、ブランド選択確率を用いた数理モデリングを提供

「生活者が店頭であるブランドを選択する確率」である負の二項分布（NBD）を採用した MMM モデルに、配荷力とソーシャルネットワークについての分析が強化されることで、消費財カテゴリーで求められる要素を網羅した MMM ソリューションとなっています。

消費財カテゴリーでは、昨今の原材料高・円安環境下におけるマーケティング最適化に対する需要が高まっています。また、個人情報保護の観点から Cookie 規制が強化される中、ポスト Cookie 時代におけるマーケティング施策の効果可視化手法として、MMM への注目が高まっています。

博報堂 D Y メディアパートナーズは、消費財メーカー各社様に MMM「Analytics AaaS for CPG」をご提供し、一体となって商品力・プロモーション力・配荷力・価格力を向上させる戦略・メディア・クリエイティブ・プロモーションをご提供いたします。

▼消費財カテゴリーにおけるマーケティング活動とビジネス成果の関係



▼配荷方程式™ の構造



博報堂 D Y メディアパートナーズは、これからも、企業のマーケティング活動を支援できるさまざまなサービスを順次導入し、博報堂 D Y グループの各広告事業会社とともに広告主の事業目標の達成に貢献いたします。

(※1) ショッパーマーケティング・イニシアティブ®は博報堂、博報堂D Yメディアパートナーズ、博報堂D Yホールディングス、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム、博報堂プロダクツ、博報堂D Yアウトドア、セレブリックス、エクスペリエンス D、バックスグループの博報堂D Yグループ 9 社で構成される「販促・コマース領域」でソリューション提供を行う戦略組織。

<https://smi-wow.jp/>

(※2)配荷力を左右する、“販売店率”、“棚割におけるカテゴリー内の優位性”、“店頭における棚割実現率”、“価格優位性”といった要因について、改善箇所を抽出し、小売店における消費財メーカーの売上成長をめざすトレードマーケティング分析ソリューション。

・配荷方程式™は特許出願中、商標登録出願中です。

(※3) 広告業界で長く続いてきた「広告枠の取引」によるビジネス（いわゆる「予約型」）から「広告効果の最大化」によるビジネス（いわゆる「運用型」）への転換を見据えた、博報堂D Yメディアパートナーズが提唱する広告メディアビジネスのデジタルトランスフォーメーションを果たす次世代型モデル<AaaS（博報堂D Yメディアパートナーズの登録商標）>

本件に関するお問い合わせ

■株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ

広報室 山崎・戸田 TEL:03-6441-9347

E-mail: mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp