



澁標アナリティクス株式会社（本社：東京都中央区 代表取締役：井原渉 以下澁標アナリティクス）と、株式会社ディレクタス（本社：東京都品川区 代表取締役：岡本泰治 以下ディレクタス）は、本格的な AI 活用による『次世代型 One-to-One マーケティング』の実現を目的に協業を開始しました。

AI 活用で One-to-One マーケティングを完全自動化

“透明性の高い AI” でターゲット抽出から施策実行までを全て自動化する『次世代型 One-to-One マーケティング』を支援

■ 協業の背景

現在多くの企業が推進する DX（デジタルトランスフォーメーション）の大きな目的の一つとして「One-to-One の顧客体験」が挙げられます。そのための顧客データ統合基盤や MA（マーケティングオートメーション）などコミュニケーション自動化の仕組みは整いつつありますが、ターゲット顧客の抽出やシナリオの設計・管理は多くの場合マーケティング担当者に依存したままです。

既に一部の企業では AI を活用した機械学習によるターゲット抽出も行われていますが、変数の使い方や予測結果の理由がブラックボックス化しているために打ち手を考えにくく、またその精度を高めることが難しく、本格的な活用に至っていないという声も聞かれます。

そこで、AI などのデータ分析事業において高い分析力と豊富な実績を持つ澁標アナリティクスと、クロスチャネル One-to-One マーケティングを支援するディレクタスは、双方の得意分野を活かした『次世代型 One-to-One マーケティング』の提供を推進するべく業務提携契約を締結し、サービスの提供を開始しました。既に複数社にサービスの提供を始めています。

■ サービスの概要

AIによるターゲット抽出からMAによる施策実行まで全てを自動化することで、マーケティング目的の達成をより効率的に実現します。

ディレクタスがプロジェクト全体をマネジメントし、KPIの設定やMAのシナリオ設計、実装などを支援。滯標アナリティクスがデータ分析とAIの開発を担当します。

<サービスの流れ>

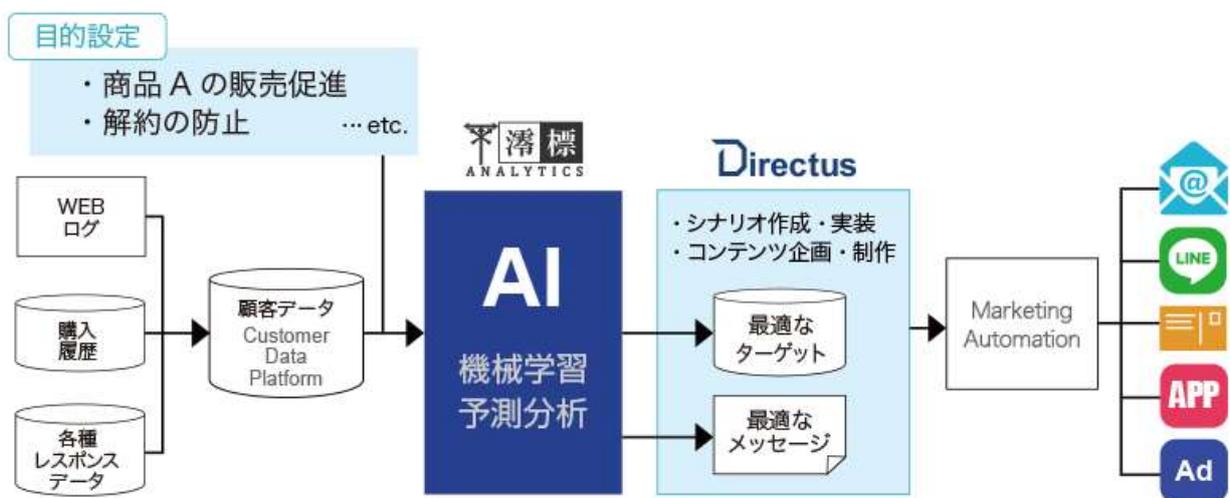
- ・達成すべきマーケティング目的（「商品Aの販売」「解約の防止」など）を設定し、分析に必要な顧客データを整備。
- ・機械学習などを活用したデータ分析により目的に繋がる顧客の行動を予測します。POCを経て開発したアルゴリズムによってアプローチすべき最適な顧客を自動的に抽出します。
- ・抽出した顧客データをターゲットセグメントとしてSalesforce Marketing CloudなどのMAに自動連携し、事前に設計・設定したOne-to-Oneのシナリオに基づいてメールなどでアプローチ。顧客の態度変容を促します。
- ・アプローチの結果を分析しアルゴリズムを継続的にチューニングします。

■ サービスの特徴

◎ 初期分析の過程で専門の分析官がデータ処理のプロセスを説明し、クライアント企業と摺合せを行いながらアルゴリズムを構築するため、ブラックボックスが生まれにくい透明性の高いAIを開発できます。

◎ 分析、AI開発とシナリオの企画、実行を連動して行なうことができるため、抽出したセグメントを施策実装にそのまま活かしてPDCAサイクルを回すことができます。

マーケティング目的に応じて最適なターゲットを自動抽出し、
クロスチャネルで自動的にアプローチ



■ 濤標アナリティクスについて

統計学、データマイニング及び数理最適化をコア技術とする「データ分析」により、クライアントのビジネス課題の解決や利益創出に取り組むデータ分析特化型のコンサルティング企業です。

「AI は統計学・データ分析の一部に過ぎない」という考え方を基本スタンスとし、AI を包含する濤標独自の「データ分析」を定義しております。データ分析結果の提供やシステム構築だけでなく、ビジネス課題の解決を目指し、改善反映可能な分析を実施することでクライアントの課題解決に貢献しています。

>>濤標アナリティクス株式会社 ウェブサイトはこちら

<http://www.mioana.com/>

■ 株式会社ディレクタスについて

企業と顧客の強い結びつきを作るデータドリブンなクロスチャネル One-to-One コミュニケーションの実行を支援。

コミュニケーション戦略立案、マーケティングソリューションの導入・設計・運用、コンテンツ企画・制作、Eメール配信や各種ソリューションのオペレーション業務など、One-to-One マーケティングの実行支援をワンストップで提供しています。

>>株式会社ディレクタス ウェブサイトはこちら

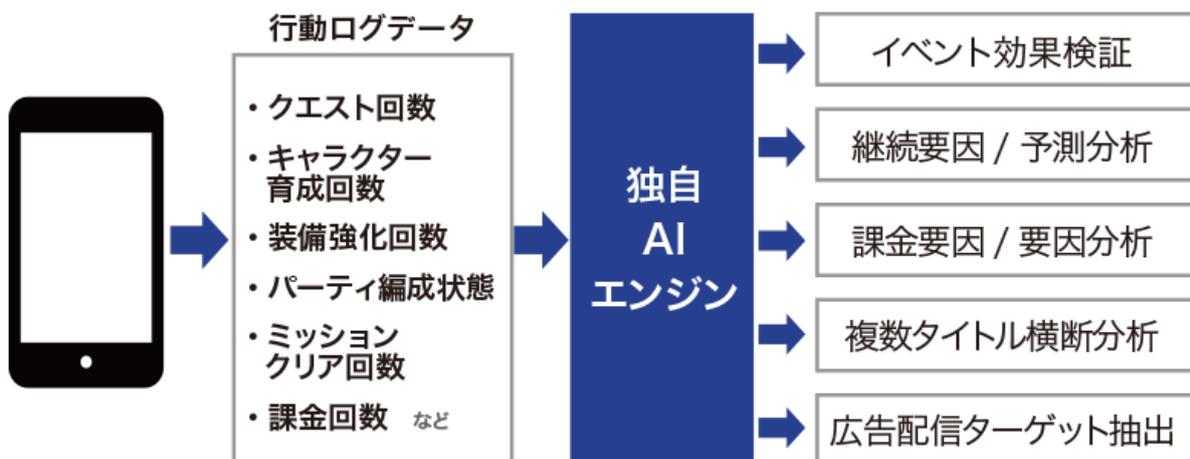
<https://directus.co.jp/>

■ AI 活用支援事例（濤標アナリティクス）

ソーシャルゲーム事例 < 行動ログデータに基づく広告配信 >

ソーシャルゲーム内の行動ログを分析し、ユーザーの継続要因分析、課金要因分析など様々な分析を行い効率的なコンテンツ改善を実施。

「広告配信ターゲット抽出」の活用では、従来の広告配信に比べてユーザー課金率 2.6 倍、売上 5.2 倍に増加。



■ コメント

濔標アナリティクス株式会社 代表取締役 井原 渉

ビッグデータと機械学習の発達によって、ユーザー 1 人 1 人の行動を高精度で予測ができるようになりました。その予測結果の使い道の 1 つとして One-to-One マーケティングがあります。行動予測とその予測した結果に対する打ち手として、One-to-One マーケティングは非常に親和性が高く、案件も多く受注してきました。One-to-One マーケティングの施策やシナリオ作成に多くの実績を有するディレクタスとの提携により、AI の開発から One-to-One マーケティングの施策まで一貫して、お手伝いできる体制が整い、更なる顧客利益の実現ができるようになると思っております。

株式会社ディレクタス 代表取締役 岡本 泰治

One-to-One 対応可能なチャネルの拡大とデータの種類、量の増加によって、顧客セグメントの抽出やコミュニケーションシナリオの管理は複雑化し、全てを人手で行うのは困難になりつつあります。これからの marketer は KGI・KPI の設定や戦略の策定により多くの時間を割くべきであり、KPI 達成に必要な対象セグメントの抽出やシナリオの最適化は AI によって自動化することになるはず です。

データ分析の領域で豊かな経験と確かな実績を持つ濔標アナリティクス社との協業によって、One-to-One マーケティングの新しい時代を切り開いていきたいと考えています。

■ 本件に関するお問い合わせ

・濔標アナリティクス

代表取締役社長 井原

お問い合わせフォームはこちら

<https://www.mioana.com/contact/>

Email : sales@ml.mioana.com