

## 東急エージェンシーとオーリック・システムズが デジタルマーケティング領域で業務提携

### 「Target Finder®×AuriQ® essentia」が 人工知能により、Webログから見込顧客を自動抽出

株式会社東急エージェンシー(東京都港区赤坂4、代表取締役社長 桑原常泰)と、ビッグデータソリューションベンダーのオーリック・システムズ株式会社(東京都港区赤坂3、代表取締役社長 劔持祥夫)は、デジタルマーケティング領域における提案・実行力の強化を目的に、協業パートナーシップのための業務提携契約を締結いたしました。

その提携の第一弾として、東急エージェンシーの販売する購買・行動分析ツール「Target Finder®(ターゲット・ファインダー)」とオーリック・システムズのビッグデータソリューション「AuriQ® essentia(オーリック エssenシア)」とを連携することで、Webサイト来訪者の中から見込顧客を自動で分析抽出する方法を確立しましたのでお知らせいたします。両社ではすでに、この連携したサービスを新しいソリューションパッケージとして共同販売を開始しております。

.....(この件に関するお問い合わせ先).....

株式会社 東急エージェンシー  
コーポレート本部 経営企画室 秘書・広報部 高橋、平松  
TEL 03-3475-9382

[www.tokyu-agc.co.jp](http://www.tokyu-agc.co.jp)

# I. Target Finder® × AuriQ® essentiaの特長

オーリック・システムズのAuriQ® essentiaでWebサイトのログデータを事前に処理し、東急エージェンシーの販売するTarget Finder®で分析することで、サイト来訪者の中から自社サービスや商品を購入しそうな見込顧客のクッキーを自動で抽出することに成功しました。

これにより、下記のことが可能になりました。

## (1) Webサイト来訪者から見込顧客を自動抽出

サイト来訪者の中からコンバージョンしそうな(最終的な成果に結びつく)来訪者の一覧を作成することができ、様々なプロモーションの効果を最大化するためのターゲティングが自動化されました。

## (2) サイト管理にかかる時間とコストの削減

見込顧客のサイト内での行動が把握でき、販促効果を最大化するための改善ポイントもわかるため、サイト・メンテナンスの効率が上がります。

## (3) サイト分析から効果分析までの期間が10分の1に

Target Finder®とAuriQ® essentiaとの連携によって高速なデータ処理及び分析が可能となります。従来サイト分析から販促施策を実施して効果分析するまで1ヶ月以上かかっていましたが、1週間程度で実施することが可能となり、迅速な企画・実施・検証で、マーケティング活動の精度を向上させます。

### ■見込顧客の自動抽出

近年、データドリブンなアプローチによるデジタルマーケティング手法が、企業のマーケティング上の意思決定に重要な役割を担っています。Target Finder®は、小売業やサービス業などのビッグデータ(大規模顧客データ)保有企業に向けて、顧客の購買や行動を基に、より効率の良いマーケティング施策を行うための分析ツールです。これまでは、リテール事業者や共通ポイント事業者などを中心に販売しておりましたが、この度、オーリック・システムズが販売するビッグデータソリューションAuriQ® essentiaでWebサイトのWebログデータを事前に加工し、Target Finder®で分析することで、Webサイト来訪者クッキーの中から、自社サービスや商品を購入しそうな「見込顧客」クッキーを自動で抽出することに成功しました。これにより、Webサイト来訪者の中から「コンバージョン確率の高い来訪者」を抽出することができるため、デジタル広告やサイト最適化による「見込顧客に絞ったアプローチ」が可能になり、プロモーションの効果を最大化することができます。また、分析に使用されるWebログから、見込顧客／非見込顧客のWeb上の動きが把握できるので、サイトの改善ポイントが明確になり、Webビジネスの運用・管理・企画の時間とコストを削減します。

### ■連携ソリューションパッケージの販売

両社の業務提携の第一弾として、Target Finder®とAuriQ® essentiaを連携したソリューションパッケージの販売を開始いたしました。Webビジネスを展開する企業向けに営業活動を始めており、数社での導入が進んでいます。

従来、このような分析を行うためには、【データの前処理～解析ツールへの投入～データ分析】などで1ヶ月以上の時間を必要としましたが、Target Finder®とAuriQ® essentiaを組み合わせることで、【Webログデータの前処理～クラスタ分析～見込顧客クッキーの特定】が1週間程度で完了するようになりました。これは、従来の作業時間に対して「8割の圧縮」を実現していることとなります。この連携ソリューションパッケージは、分析関連業務の負荷軽減、PDCAサイクルの短縮、プロモーション活動の高速化などの業務改善効果も期待されています。

.....(この件に関するお問い合わせ先).....

株式会社 東急エージェンシー  
コーポレート本部 経営企画室 秘書・広報部 高橋、平松  
TEL 03-3475-9382

[www.tokyu-agc.co.jp](http://www.tokyu-agc.co.jp)

## II. 業務提携について

この度の業務提携では、東急エージェンシーの推進するデジタルマーケティングを活用した広告コミュニケーション領域と、オーリック・システムズの推進するデータ分析・解析技術を活用したビッグデータソリューション領域における両社の強みを相互に生かし、商品・サービスの販売協力、ならびにその業務を推進する新しいサービス提供のための企画・開発業務を推進いたします。このパートナーシップによって、両社が保有するツールや、東急エージェンシーが保有する販売促進ノウハウとオーリック・システムズが蓄積してきたビッグデータ解析ノウハウを生かし、ビッグデータ解析から広告コミュニケーションまでの一貫した意思決定活動を支援する提案を実現します。

東急エージェンシーはデジタルマーケティングにおける提案力の向上に向けて、顧客行動にこだわり、広告主様への提案活動を推進しております。その中で、**Target Finder®**は、顧客行動を分析し、新たな顧客体験を創り出していくための、デジタルマーケティングにおける重要なエンジンであると位置付けています。オーリック・システムズとのパートナーシップとノウハウによって、当社がこれまで培ってきた販売促進ノウハウを活かして、流通企業やメーカー企業に対する広告コミュニケーションに関する提案力強化や、**Target Finder®**の生み出す新たな価値づくりにチャレンジしながら、広告主様に対するより一層の貢献を具現化してまいります。

オーリック・システムズ株式会社の代表取締役社長 釘持祥夫氏から下記のコメントをいただいております：

「オーリック・システムズは、このたびの業務提携および東急エージェンシー様の**Target Finder®**によるWebサイト向け新サービスの発表を歓迎いたします。購買や行動パターンから見込顧客を自動抽出する**Target Finder®**と**AuriQ® essentia**の組み合わせで、より幅広い分野のお客様のデジタルマーケティング活動に大きく貢献できると考えております。**AuriQ® essentia**は、非構造化データ・構造化データを問わず、ストレージに保管してあるさまざまな形式や種類のビッグデータをオリジナルのフォーマットのまま、ダイレクトに超高速に並列分散で読み込み、データの前処理・分析を行うことができるデータレイクソリューションです。クラウドサービスで提供している他、オンプレミスや自社環境向けのソフトウェア提供も開始しております。**Target Finder®**と**AuriQ® essentia**の幸せな連携で、デジタルマーケティング領域でインサイトを実践的に活用し、今までにない付加価値をお客様に提供できることにとっても期待しております。」

※ **Target Finder®**は東急エージェンシーの登録商標です。

※ **AuriQ®**はAuriQ Systems, Inc.の登録商標です。

## ◆参考資料1

### <Target Finder®×AuriQ® essentia 分析事例>

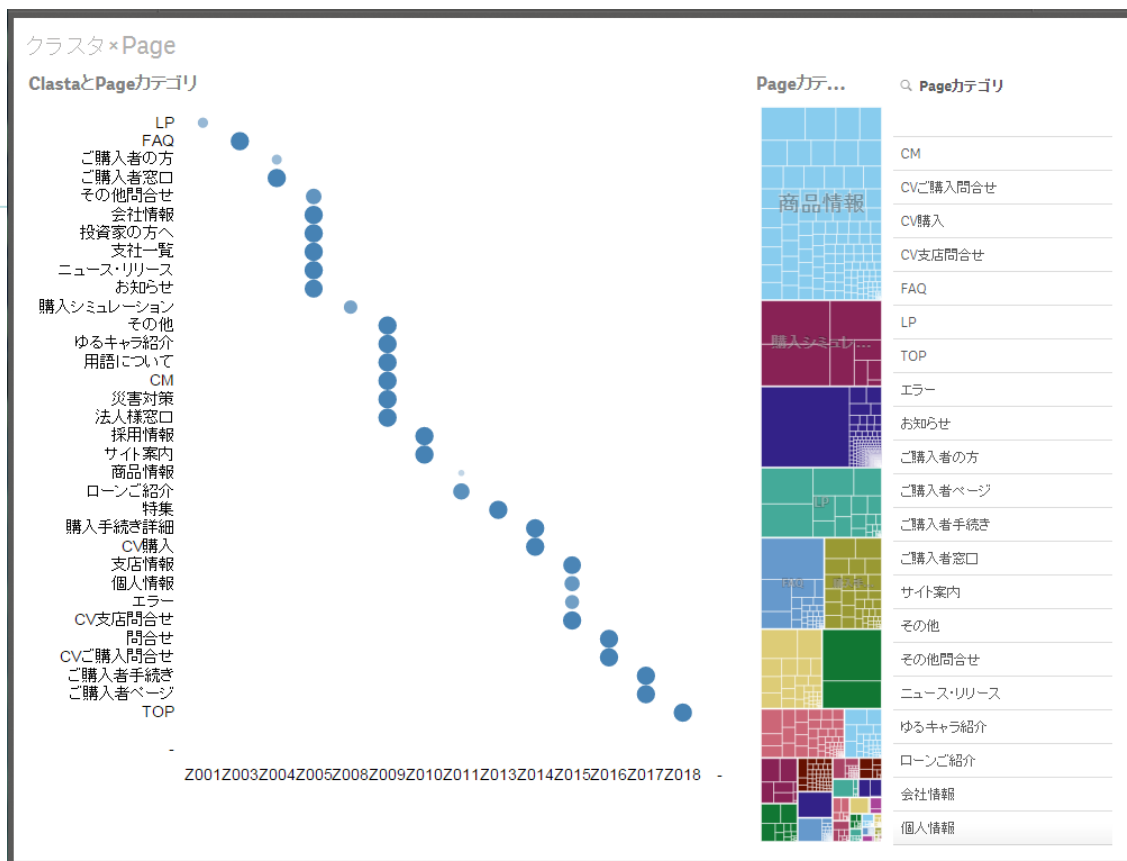
WebログデータをAuriQ® essentiaで加工、Target Finder®で分析を行いました。その結果、Web来訪者(クッキー)のコンテンツ遷移パターンが18のクラスタに分類されました。(図1)

18のクラスタは、コンテンツ利用状況が類似しているクッキーを18に分類したものとも言えます。クラスタ14を見ると、約60万件のクッキーが存在しますが、この中で実際に購入に至ったクッキーは約40万件でした。残り20万件のクッキーは、購入に至ったクッキーと極めて類似した行動をしているが、購入に至っていない、ということがわかります。そこで、この20万件のクッキーをターゲットに追加プロモーション(広告、Webサイト上アクション)を行うことで、購入を後押しすることができると考えられます。

また、クラスタ3、7、17でも、購入に至る可能性(所属確率で判断可能)の高い顧客が存在することがわかるため(図2)、将来的な購入者を確保するために、優先的に施策を打っておくことが推奨されます。

## Target Finder® × AuriQ® essentia Target Finder® essentia

### ・Target Finder®分析結果例 ~ページカテゴリとクラスタ~ (図1)



Copyright (C) 2016 AuriQ Systems Co.,LTD All Rights Reserved.

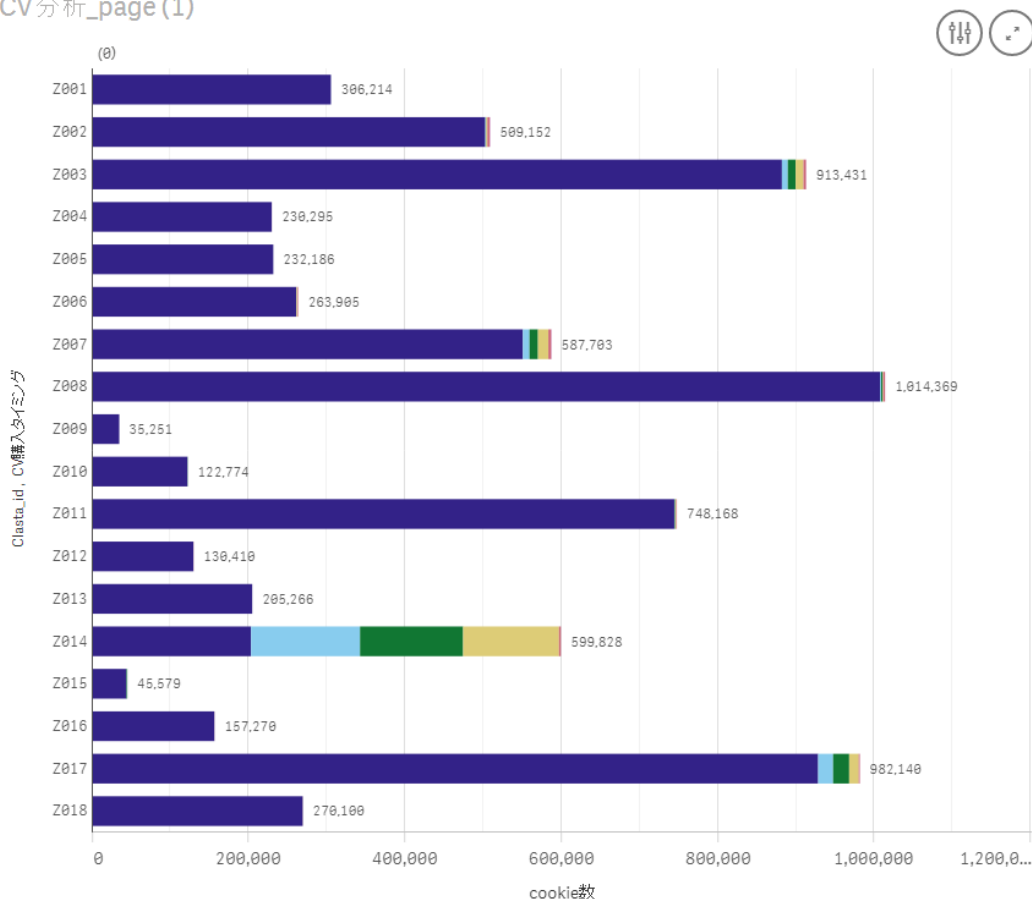
(この件に関するお問い合わせ先)

株式会社 東急エージェンシー  
コーポレート本部 経営企画室 秘書・広報部 高橋、平松  
TEL 03-3475-9382

www.tokyu-agc.co.jp

・ Target Finder®分析結果例～クラスタボリュームと購入者～ (図2)

CV分析\_page (1)



Copyright (C) 2016 AuriQ Systems Co.,LTD All Rights Reserved.

Target Finder®では、このようにクッキーを持つWebログから、「購入可能性の高いクッキー」「特定の行動を起こす可能性の高いクッキー」をセグメントとして取り出すことが可能です。また、Webログのみでの分析、他データを加えてより詳細な分析、のいずれにも対応しています。

「ターゲット層の発見・理解」、「コンバージョン可能性の高いセグメントへの広告投資の集中」など、すべてのWebビジネスが直面する課題解決に、Target Finder®の利用をお勧めします。

私共は、マーケティング施策の効果最大化及び経費削減を実現する為に、「Target Finder®」をはじめとしてビッグデータ分析の自動化を推進してまいります。今後ともご期待ください。

(この件に関するお問い合わせ先)

株式会社 東急エージェンシー  
 コーポレート本部 経営企画室 秘書・広報部 高橋、平松  
 TEL 03-3475-9382

## ◆参考資料2

### <Target Finder®の特徴>

- 購買・行動データのみで顧客の嗜好性に対応したクラスタ分類をすることが可能
- 「顧客と商品」「顧客と利用サービス」「顧客と店舗」など、2軸でのクラスタリングが可能
- 「見込顧客」と「推奨商品・サービス」を容易に見つけることが可能
- 専門知識がなくても操作でき、簡単なステップでデータ入力から分析、見込み顧客のID抽出まで進むことが可能
- 分析結果の活用範囲は販売促進、商品開発、売場レイアウト、テナントリーシング等、多岐に渡る  
商品紹介ホームページ:[www.targetingnext.com](http://www.targetingnext.com)

### ※1 分析手法「確率的潜在意味解析 PLSA」には、以下の4つの特徴があります

1) 分析には、以下の3つのデータを使用します。

- ①誰が(顧客ID)
- ②何を(購入商品名または利用サービス名等)
- ③どのくらい(購入金額、利用回数等)

2) デモグラフィック属性や顧客ランクではない、購入パターンによる新たなクラスタ手法です。

年齢、年収などの属性データを直接的には使用しないので、属性情報が整備されていない顧客データでも分析可能です。

3) 購買行動類似性によって顧客と商品・サービスのクラスタリングを同時に行うという特徴があります。

4) 全顧客と全商品・サービスが、全てのクラスタへの所属確率\*で表されます。

\*所属確率…どんな人を買われやすい商品か、どんな商品を買しやすい人か、を数値で示したもの

### <分析イメージ>

PLSAは「似た買い方をする人(縦方向)」と「似た買われ方をする商品(横方向)」を組み替えて「顧客クラスタ(かたまり)」と「商品クラスタ」を同時に抽出します。

例) 「顧客」×「購入商品ジャンル」の購買履歴データ

顧客\商品	婦人服	婦人雑貨	紳士服	スポーツ	キッズ	趣味雑貨	食料品
No.001	0	0	1	2	0	0	0
No.002	1	0	0	0	4	2	2
No.003	0	2	0	0	3	0	0
No.004	0	1	2	1	0	0	0
No.005	0	0	0	0	5	0	1
No.006	1	0	0	0	0	1	3
No.007	0	0	0	2	1	1	0

レポート

顧客	顧客\商品	CL1		CL2		CL3		
		紳士服	スポーツ	婦人雑貨	キッズ	婦人服	趣味雑貨	食料品
CL1	No.001	1	2	0	0	0	0	0
	No.004	2	1	1	0	0	0	0
	No.007	0	2	0	1	0	1	0
CL2	No.003	0	0	2	3	0	0	0
	No.005	0	0	0	5	0	0	1
CL3	No.002	0	0	0	1	1	2	2
	No.006	0	0	0	0	1	1	3

同一クラスタ内にある「0」の人は買物の類似性から、今後買う確率が高いと判断

- 似た買い方をする人・・・縦方向にみると、顧客No.001さん、No.004さん、No.007さんは似た買い物をしている
- 似た買われ方をする商品・・・横方向にみると、食料品は婦人服や趣味雑貨の購入者が買いやすい

.....(この件に関するお問い合わせ先).....

株式会社 東急エージェンシー  
コーポレート本部 経営企画室 秘書・広報部 高橋、平松  
TEL 03-3475-9382

[www.tokyu-agc.co.jp](http://www.tokyu-agc.co.jp)

## ■会社概要

### Target Finder®販売元

社名	株式会社東急エージェンシー <a href="http://www.tokyu-agc.co.jp/">http://www.tokyu-agc.co.jp/</a>
所在地	東京都港区赤坂4-8-18
設立	1961年3月1日
資本金	36億3,750万円
代表者	桑原 常泰
事業内容	生活に密着した事業を多く展開する東急グループの一員として、生活者の意識や行動の変化を的確にとらえた、品質の高い、最適なマーケティングソリューションを提供し、お客さま企業の事業の発展に貢献いたします。

#### ◆Target Finder®

Target Finder®は、小売業やサービス業などビッグデータ(大規模顧客データ)を保有している企業に向けて、顧客の購買や行動を基に、より効率の良いマーケティング施策を行うための分析ツールです。このツールでは、確率的潜在意味解析(PLSA)と呼ばれる分類手法を用い、国立研究開発法人 産業技術総合研究所が開発したAPOSTOOLを基に、株式会社ロジックデザインと共同で開発し、2015年7月より当社にてその販売とコンサルティングサービスの提供を開始しております。

### AuriQ® essentia提供元

社名	オーリック・システムズ株式会社 <a href="http://www.auriq.co.jp/">http://www.auriq.co.jp/</a>
所在地	東京都港区赤坂3-4-3
設立	2002年4月12日
資本金	9,798万8,000円
代表者	釘持 祥夫
事業内容	大規模Webシステムの解析技術をコアに、デジタルマーケティングの領域で最大のビジネス効果をもたらすソリューションを提供し続けています。2002年から16,000以上のサイトでマーケティングROIの向上に貢献しています。

#### ◆AuriQ® essentia

Webログ、POSデータ、顧客データ、売上データ、メール配信データなどの自社内のデータのほか、市場調査データやソーシャルメディアデータ、広告配信データなど、デジタルマーケティングに関連する分析活動には幅広いデータを必要とします。これらの雑多で形式もさまざまな非構造型のビッグデータは、そのままでは統計分析に利用することができません。AuriQ® essentiaは、ビッグデータの収集、データ統合、蓄積、高速処理、分析をワンストップで実現するデータレイクソリューションです。

分析ツールTarget Finder®とコンサルティングサービスに

関するお問い合わせ

株式会社 東急エージェンシー

ストラテジー&データマネジメント部 久保、藤居

TEL 03-3475-9485 FAX 050-3737-8788

MAIL: [info@targetingnext.com](mailto:info@targetingnext.com)

.....(この件に関するお問い合わせ先).....

株式会社 東急エージェンシー  
コーポレート本部 経営企画室 秘書・広報部 高橋、平松  
TEL 03-3475-9382

[www.tokyu-agc.co.jp](http://www.tokyu-agc.co.jp)