

## 新たな広告媒体は「ネット」、効率的にインターネット広告配信を行う「AD Drive」とは？

FUJITSU JOURNAL / 2019年1月29日



### 2桁成長が続く、インターネット広告市場

消費者の関心を惹き、製品・サービスを購入させるための「広告」。これまではテレビやラジオ、雑誌、新聞などが主な掲載媒体となっていました。近年ではその市場に大きな変化が見られています。インターネット広告の登場です。

電通が2018年2月に発表した「2017年（平成29年）日本の広告費」によると、インターネット広告費は4年連続で2桁成長が続き、マーケティング活動でも重要な役割を担う存在となっています。

また、スマートデバイスやソーシャルメディアの普及により、購買プロセスにおけるインターネットの重要性はさらに高まっています。企業のマーケティング部門では、こうしたデジタル技術を活用することで顧客とのエンゲージメントの強化が期待されています。

インターネット広告は、マーケティング部門が管理する「デジタルマーケティングツール」と、情報システム部門が管理するCRMなどの「基幹データ」を連携させることで、より効果を発揮することができます。しかし、企業のマーケティング部門と情報システム部門は異なる2つのシステムを別々に管理していることが大半で、両部門がデータを連携し効果的なインターネット広告を配信しているとは言えないのが実情でした。

## マーケティング部門と情報システム部門連携させる新サービス「AD Drive」

こうした現状を受け、富士通は2018年4月、企業のマーケティング部門に対して効果的なインターネット広告の配信を支援する「AD Drive（アドドライブ）運用型マーケティングサービス」の提供を開始しました。

「AD Drive運用型マーケティングサービス」は、富士通が長年培ってきた「先進のデジタルマーケティングソリューション」と「インターネット広告でビジネスを拡大するノウハウ」を結集し、インターネット広告配信を高度化するサービスです。広告枠の買い付けや配信対象となる顧客のターゲティングといったインターネット広告出稿にまつわる各種作業を実施しインターネット広告配信事業を手掛けるパートナーと連携することで、国内のインターネット広告媒体に効率的な広告配信を行います。

また、同サービスと富士通のデジタルマーケティングソリューション「CX360」を連携させることで、情報システム部門が保有する顧客情報などの基幹データとマーケティング部門で得られたサイト訪問者の行動ログや属性情報を統合します。さらに、統合したデータを富士通独自のAI技術である「Human Centric AI Zinrai（ジンライ）」で分析し、その結果を広告配信に活用することで、より効率的な広告配信を行います。

つまり「AD Drive」は、マーケティング部門と情報システム部門の壁を壊しつつ、インターネット広告配信を高度化させる画期的なサービスと言えるのです。

# 「AD Drive」が、マーケティング部門と情シス部門を連携させます！

FUJITSU



「AD Drive」が部門の壁を壊すことで、マーケティング部門と情シス部門との連携を実現

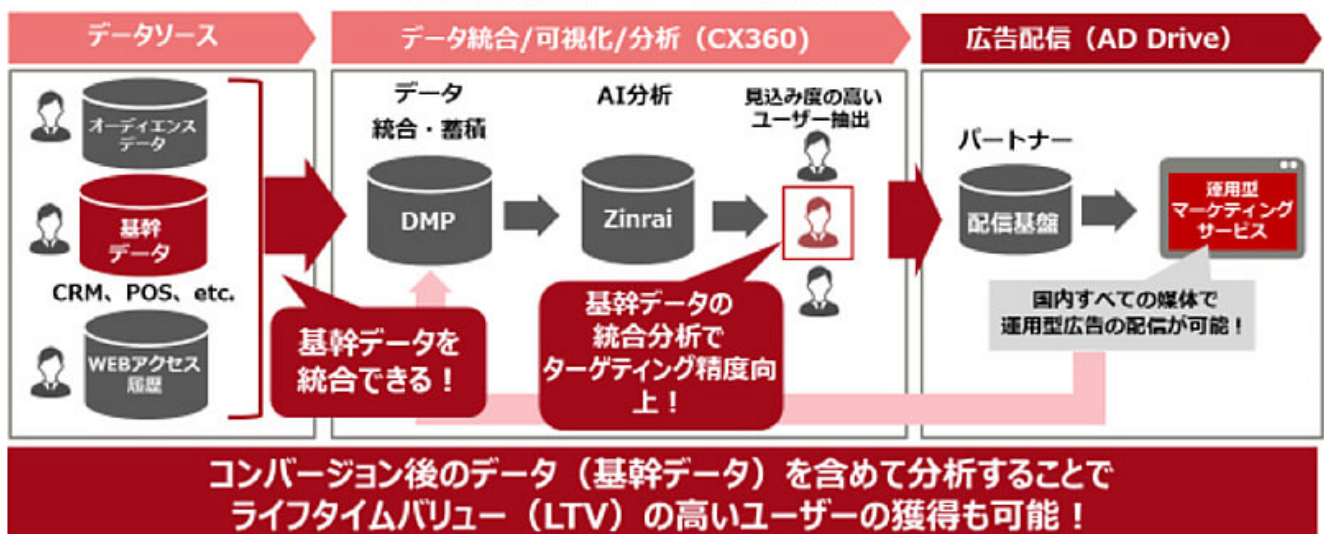
Copyright 2019 FUJITSU LIMITED

## 基幹データと連携して、顧客接点力を高めながら顧客育成を実現

※オプション

FUJITSU

基幹データと連携してターゲティング精度向上はもちろん、  
質の高いユーザーの獲得も可能



Copyright 2019 FUJITSU LIMITED

## 企業のマーケティング活動をトータルで支援し、約2.5倍の見込み客情報を獲得

富士通では、実際に「AD Drive」と「CX360」やAIと連携したサービス社内実践を行っており、Zinraiによる機械学習で抽出されたコンバージョン率の高い顧客と類似するサイト訪問者に対して、ディスプレイ広告を集中的に配信し、インターネット広告予算に対して、従来比で約2.5倍の見込み顧客情報を獲得しています。

今後は、近年、話題のブランドセーフティにも力を入れてまいります。ブランドセーフティとは、広告掲載による企業のブランド毀損、及び、それを防ぐことです。この分野のスペシャリストであるMomentum株式会社と協業することで、安全かつ良質な広告配信を目指します。

FUJITSU JOURNAL / 2019年1月29日