

Hakuhodo DY ONE の DMP「AudienceOne®」と CX プラットフォーム 「KARTE」がデータ連携を開始

～属性把握が難しいユーザーにもパーソナライズされた体験の提供が可能に～

このたび、株式会社 Hakuhodo DY ONE（本社：東京都港区、代表取締役社長：北爪宏彰、以下 Hakuhodo DY ONE）が提供する国内最大級の DMP「AudienceOne®」※1 は、株式会社ブレイド（本社：東京都中央区、代表取締役 CEO：倉橋健太、以下 ブレイド）が提供する CX（顧客体験）プラットフォーム「KARTE」※2 とデータ連携を開始しました。これにより、「KARTE」を導入している企業は、これまで属性把握が難しかったユーザーに対しても、「AudienceOne®」が保有する高精度なデモグラフィックデータや興味関心データに基づき、パーソナライズされたコンテンツの出し分けが可能となります。顧客一人ひとりの状況に応じた、高度に個別最適化された顧客体験の提供を実現します。



■背景

近年、ライフスタイルの多様化やオンラインを中心とした顧客接点の拡大により、顧客ニーズの細分化が加速しています。こうした中、1st Party データだけでは、自社との接点が少ないユーザーや属性が不明な層に対し、個々の文脈に即した最適なコンテンツ提供が難しいという課題が顕在化しています。

このような課題に対応すべく、Hakuhodo DY ONE は、3.8 億超の膨大な ID を保有する国内最大級の DMP「AudienceOne®」と、一人ひとりの行動データをリアルタイムで分析し、あらゆる顧客接点で顧客体験向上を実現する CX プラットフォーム「KARTE」のデータ連携を開始しました。これにより、ユーザーの自社サイト訪問前の検索・閲覧行動に基づく 3rd Party データを活用できるようになり、ユーザーの興味関心に合わせた最適なコンテンツの出し分けが可能になります。さらに、

「KARTE」による顧客体験のパーソナライズの幅が広がり、企業のマーケティング活動の高度化に貢献します。

■本連携の特長

本連携により、「KARTE」を導入している企業は、初回訪問ユーザーのような属性把握が難しいユーザーに対しても、興味関心に応じた最適なコンテンツの出し分けと、パーソナライズされた体験の提供が可能です。より多くのユーザーに対して、訴求内容の自分ごと化の促進や、CVR・顧客満足度の向上が期待できます。

■PoC 結果

本連携開始に先立ち実施した PoC では、以下のような成果が確認できました。

・PoC 前の課題：

購入前のユーザーに関するデータが限られており、属性や興味関心に沿ったセグメンテーションが難しかったため、各ユーザーのインサイトに合致した具体的な訴求ができず、自分ごと化を促す効果的なアプローチを十分に実施できていませんでした。

・PoC 後の成果：

「AudienceOne®」で取得可能な属性データ・興味関心データをもとに作成したセグメントごとに、提示する「利用者の声」コンテンツの出し分けを実施。その結果、「AudienceOne®」セグメントを適用しなかった場合と比較して、カート投入率が 15.6 ポイント向上し、一部商品では購入率が 20.0 ポイント向上しました。

自分の属性や興味関心に合ったエピソードや利用シーンをイメージしやすくなったことで、その商品の利用を自分ごと化することができ、購入モチベーションの向上に繋がったと考えられます。

※PoC 結果詳細については、以下を参照ください。

<https://oneder.hakuhodody-one.co.jp/blog/audienceone-karte>

Hakuhodo DY ONE は今後も、顧客体験価値の最大化を目指し、「KARTE」を活用したサービス開発・企業支援を推進してまいります。

※1 昨今、クッキー規制強化により従来の広告識別子（3rd Party クッキーおよび RDID など）の利用制限が進んでいますが、Hakuhodo DY ONE はこの市場環境に対応し、独自識別子「AudienceOne ID®」によりデジタル広告市場におけるターゲティング精度と分析の継続性を提供しています。「AudienceOne ID®」は、Hakuhodo DY ONE が開発した 3rd Party クッキーに依存しない共通 ID ソリューションの総称です。共通 ID ソリューションとは、従来のデジタルマーケティングで活用されていた、3rd Party クッキーに代わる ID の生成を行うソリューションです。AudienceOne ID®は、ポストクッキー時代に向けた共通 ID ソリューションとしての機能だけでなく、AudienceOne®が保有する多彩な 3rd Party データの活用が可能で、ポストクッキー時代においても従来通りのデジタルマーケティングを実現します。

<https://solutions.hakuhodody-one.co.jp/audienceone>

<https://solutions.hakuhodody-one.co.jp/audienceone/id>

※2 https://www.hakuhodody-one.co.jp/service/data_technology/data_analysis/karte/
<https://karte.io/>

以上

<会社概要>

■株式会社 Hakuhodo DY ONE <https://www.hakuhodody-one.co.jp>

Hakuhodo DY ONE は、インターネット広告黎明期より培ったデジタル広告の知見とノウハウを活かし、統合的なデジタルマーケティングサービスを提供しています。マーケティング戦略立案力、クリエイティビティ、高度な運用力と技術開発力、媒体社・プラットフォームとの強固な関係性を強みとし、国内外のクライアント企業に対して、デジタル起点でのマーケティング戦略やテクノロジー活用を包括的に支援します。

博報堂DYグループの「デジタルコア」として、グループ内のナレッジやリソースを集約し、高い専門性と提案力を併せ持つ企業として業界随一のデジタルマーケティング事業会社となることを目指します。

クライアント企業にとって唯一の「ONE」の存在となるため常に挑戦・前進し、事業成長を支援するビジネスパートナーとして伴走することで、クライアント企業の持続的な成長と、企業価値向上に貢献してまいります。

本社所在地：〒107-6316 東京都港区赤坂5丁目3-1 赤坂Bizタワー

代表者：代表取締役社長 北爪宏彰

株主：博報堂DYグループ100%

社員数：3,290名（2026年4月1日時点）

創立：2024年4月1日

事業内容：デジタルマーケティング全般にまつわる企画・コンサルティング・代行業・投資事業

【本件についてのお問い合わせ】

株式会社 Hakuhodo DY ONE

広報担当 E-mail：info-pr@hakuhodody-one.co.jp