

ノバセル × GROWTH 「タクシー広告を活用した最先端BtoBマーケティング」を開催 コロナ禍でもタクシー意思決定者の乗車率は増加傾向

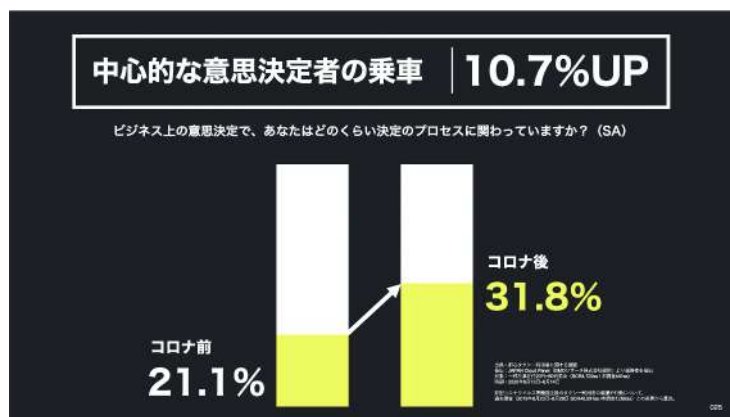
広告プラットフォーム事業「ノバセル」を展開するラクスル株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役CEO:松本恭攝)とモビリティメディア「THE TOKYO TAXI VISION GROWTH」(以下、「GROWTH」)を運営する株式会社ニューステクノロジー(本社:東京都港区、代表取締役:三浦純揮、以下当社は、タクシー広告における課題をテーマにしたオンラインイベントを9月30日(水)に実施。タクシー広告のメリットやその活用法、企業のBtoBマーケティング戦略、タクシー広告の企画の作り方などについてトークセッションを行いました。



■タクシー広告の現状(第1部抜粋)

第1部で三浦氏は、「GROWTH」が活用される理由を、日本のタクシー業界市場の過去データを元に説明。タクシーの後部座席の目の前にはタブレットが設置されており、視認性が非常に高い媒体であることを解説しました。都内でタクシーを利用する人の82%は経営層と決済者層というデータを用いて、BtoBマーケティングビジネスを展開している企業が増えているという独自の分析を披露し、さらに、商材の単価や内容が利用者の層にマッチすると、BtoCマーケティングでの使用方法もあることにも触れました。また、参加者の関心も高いコロナ禍におけるタクシー広告の動向については大きく2つのことが語られました。乗客数の変化に関しては、緊急事態宣言の解除後から回復傾向にあり、9月中旬時点では通常の84%程度の回復を見せているといいます。

利用層の変化に関しては「テレワークの導入による出社者の減少が懸念されているが、実態としてはビジネスの意思決定者ほど出社しており、密を避けるためにタクシーを交通手段として利用している」とし、コロナ前後で意思決定者の乗車が10.7%増えたことを説明しました。また、事務管理や営業支援、チャットツールなどの企業のDX化支援を行うBtoBのサービスがコロナ後に導入検討度が高いというデータに基づき、これらのサービスを行う企業の広告出稿に関しては今のタイミングは狙い目だと語りました。



■ 広告出稿効果や効果測定方法、効果最大化のための施策(第2部抜粋)

続く第2部では田部が登場。自社で半年間タクシー広告を出稿した結果、放映前と比較して329%のCV獲得、227%の指名検索数の増加に成功した経験を語りました。ラクスルは2009年の創業時から、特にテレビCMにマーケティング投資を行い、事業成長を遂げており、中でも「企業価値を上げる」ことをマーケティング活動におけるゴールと設定しており、売り上げを上げることが最優先と力説。大きな投資となるテレビCMで広告を打つ前に、タクシー広告やウェブマーケティングなどを通じて、どのような訴求が正しいかを定量的に検証しPDCAを回し続け、勝ちパターンを見つける重要性を力強く解説しました。その中でも重要なのは、サービスとプロダクトを磨き、それを伝えることが重要であると熱く語りました。また、タクシーは1人あたりの利用頻度が多くという統計のもと、何回見られても飽きられない工夫や、BtoBマーケティングの会社が多い中で、他社と差別化できるクリエイティブ作りの必要性についても自社の経験を踏まえて言及しました。

■ クリエイティブから考えるタクシー広告の効果的な活用方法(第3部抜粋)

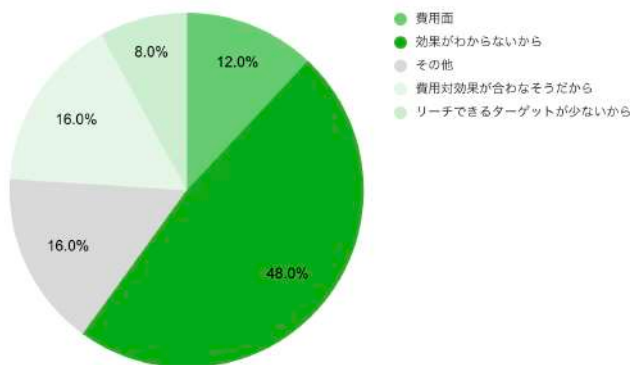
第3部では、ラクスルのCMやタクシー広告も手掛けてきた北尾氏を迎えてトークセッション。田部が「タクシー広告のクリエイティブ制作において、どういう人を起用するかが鍵になる。何回か見ることで癖になるような企画作りが肝だ。」と話すと、北尾氏が「成功する広告クリエイティブのための方法は約70~80個ある。基本の“き”は目立つこと。見てもらえない、覚えてもらえないものは話にならないので、短い時間の中で少なくとも記憶に残るような広告を作りたい」と独自の経験則を力説。

一方、三浦氏は「タクシー広告でのネガティブ訴求や感情を生む企画は避けるべき。タクシー広告は短期間に何回も見るものが多いので、乗客側が不快を感じるような内容の企画をしないことも重要。」と注意を促した。このようにタクシー広告のクリエイティブに関するおけるさまざまな意見が飛び交うなかで、セミナーは幕を閉じました。



■ セミナー参加者アンケート結果

セミナー参加者に対してアンケートを実施し、35名から回答を得ました。タクシー広告の経験の有無の質問に対し「検討したことがない」と回答した人に対し、タクシー広告を利用しない理由を質問したところ「効果がわからない」と回答した人が48%と約過半数を占め、効果が見えないことを不安に感じ、利用に踏み切れない人が多いことが明らかになりました。



ノバセルとGROWTHが提供する「ノバセルパッケージプラン」では、ノバセルが無料でタクシー広告の効果を分析し、レポートを提供します。本プランを利用することで、掲載中のCV数、CPAを可視化することができ、タクシー広告の効果検証が可能になります。

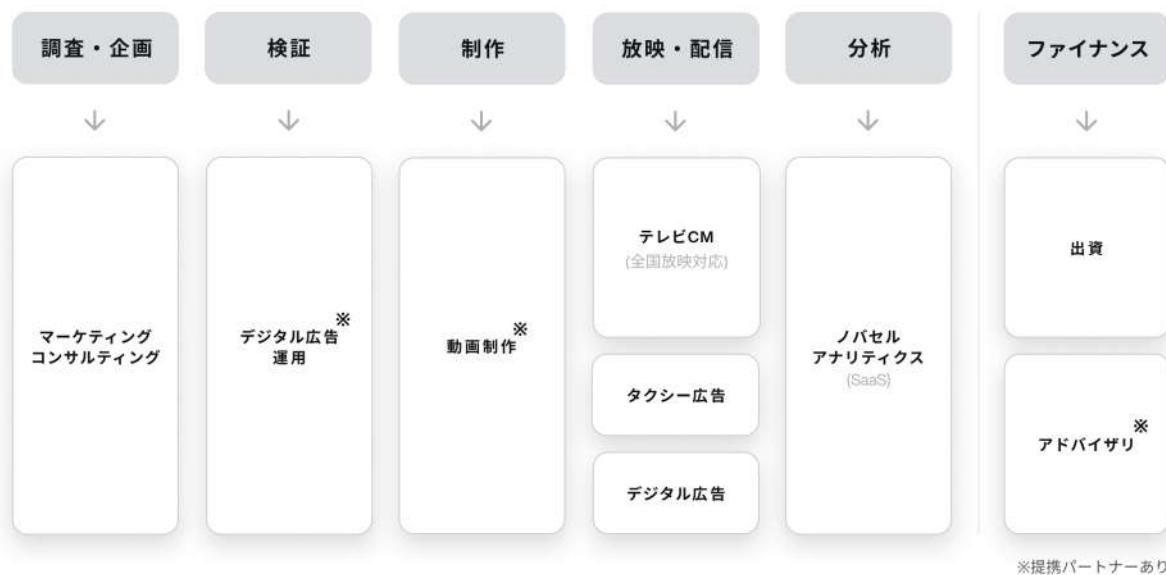
ノバセルは、今後も、効果検証が難しいとされているテレビCMやタクシー広告などオフライン動画広告における効果検証を可能にすることで、広告投資の最適化と広告効果の最大化を図り、企業の成長をサポートしてまいります。

https://corp.raksul.com/news/press/200803_taxiad/

■ノバセルのサービス概要

「ノバセル」は、ラクスル独自の広告手法とクラウド型 テレビCM効果測定ツール「ノバセルアナリティクス」の活用により“運用型のテレビCM”を提供しています。企画・制作・放映・分析まで一気通貫して行い、「ノバセルアナリティクス」を活用することで、従来、難しいとされていたテレビCMの広告効果測定可能にし、広告投資の最適化を通して、企業の成長を実現しています。デジタルマーケティング領域への事業拡張、クリエイティブ及びデジタル領域、ファイナンス領域におけるパートナー提携を通じて、企業の事業成長を最大限に伸ばすサポートを今後も行なってまいります。

サービス内容



【ラクスル株式会社について】

「仕組みを変えれば、世界はもっと良くなる」という企業ビジョンのもと、印刷や物流といったデジタル化が進んでいない伝統的な産業に、インターネットを持ち込み産業構造を変えることで、より良い世界にすることを目指します。現在、印刷・広告のシェアリングプラットフォーム「ラクスル」と、物流のシェアリングプラットフォーム「ハコベル」のサービスを提供しております。

【ラクスルが掲げる“DX生産性革命”とは】

ラクスルはシェアリングプラットフォームの構築による取引の効率化に加えて今後、ソフトウェア(SaaS)の提供などにより業務の効率化を行っていきます。「取引」と「業務」の改善を実施することで、日本企業と業界の生産性向上を実現していきます。ラクスルは産業変革者として、デジタル化が進んでいない伝統的な産業に対して、ITの力を用いて「DX生産性革命」を起し、日本経済の未来をより良いものにしていきます。

【本件に関するお問い合わせ】

ラクスル株式会社 広報:大金・福本

TEL:03-6629-4892(広報) FAX:050-3606-0419 Mail:pr@raksul.com