

ノバセル、サービスコンセプトを刷新。 新コンセプト「3rd AGENCY」を掲げ、再始動

～マスマーケティングテック^{®*}を駆使した独自の手法で、「指名されるブランドづくり」を支援～

運用型テレビCMサービスを中心に「マーケティングプラットフォーム」を運営する、ラクスルグループのノバセル株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長:田部正樹、以下ノバセル)は、新たなサービスコンセプトとして「3rd AGENCY」を掲げることをお知らせいたします。「指名で選ばれてこそ、サービスは成長し続ける」をポリシーに、ウェブ上の「指名検索」を最重要指標として、サービスが該当カテゴリにおいて純粹想起されるためのマーケティング戦略および広告投資方法を提案します。その実現に向けて、新サービス「オーディット」の提供を開始してまいります。

■サービスサイト:<https://novasell.com/3rd-agency>



■新サービスコンセプトについて

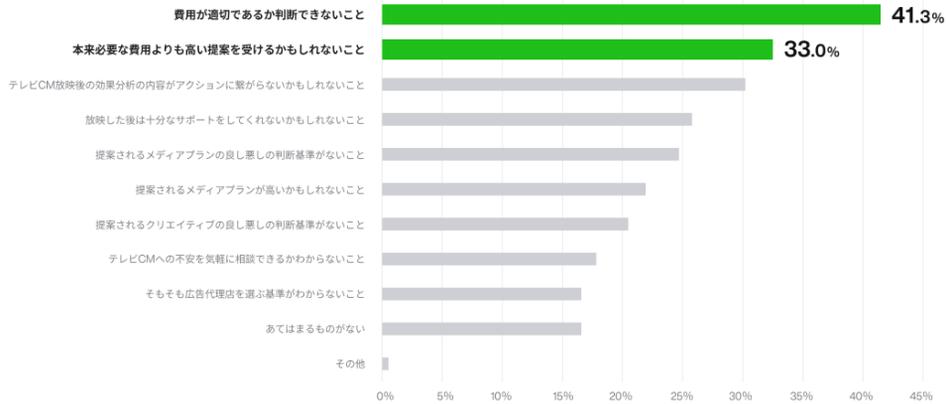
「ノバセル」は、サービス提供開始以来一貫して、従来難しいとされていたテレビCMの広告効果測定を可能にし、投資の最適化を行ってきました。広告費の限られるスタートアップ企業の「はじめてのテレビCM」を中心に支援を開始し、CM放映前後の指名検索の伸長を測ることで広告効果を判断するツール「ノバセルアナリティクス」を活用して大手企業のテレビCM効果分析を行うなど、事業拡大と共に支援先も広がっています。

このような事業活動を通じて、多くの企業が「事業を理解し、正しいことを言えるパートナーが必要」と感じていることや「自社にマーケティングを理解して実行までできる人材がいないために正しい判断ができない」など、マーケティング活動全般において適切なビジネスパートナーが不足していることを感じてきました。

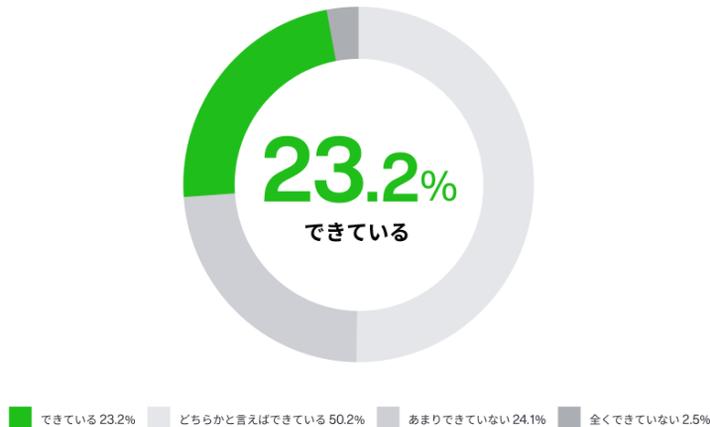
これは2022年3月に実施したマーケティングに関する調査*1でも明らかになっており、テレビCMの実施を目的として広告会社と取引を行う際の不安について、「費用が適切であるか判断できないこと」を挙げた企業が41.3%、「本来必要な費用よりも高い提案を受けるかもしれないこと」を挙げた企業が33.0%という結果が出ています。

また同調査で「テレビの適切な投資判断」について「できている」と回答した企業はわずか23.2%といった実態が浮き彫りになりました。

Q. テレビCMの実施を目的として広告会社と取引を行う際の不安



Q. テレビの適切な投資判断



このような現状を踏まえ、ノバセルは独自に開発した「指名検索獲得モデル」を軸に”第3の視点”をもって、適切な広告投資・クリエイティブ選定・メディアの買い付けなどを行う事業会社発のビジネスパートナー「3rd AGENCY」をサービスコンセプトに掲げます。

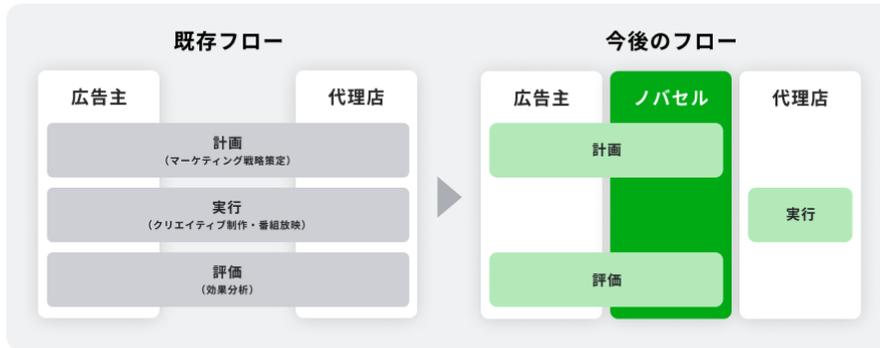
具体的なサービスとして、当社が独自に開発した「ノバセルトレンド」や「ノバセルアナリティクス」などの効果分析ツールと広告代理店事業を運営してきた経験とノウハウを活用して、第三者目線で評価・改善を行う「オーディットサービス」を提供開始いたします。

これは、CMの投資対効果を改善する「CMメディアオーディット」、現状クリエイティブが競合と比較して効果が高いか、どのように改善すればよいかを提案する「クリエイティブオーディット」、CMとの相乗効果を出すためにウェブ広告を最大化するための戦略を提案する「デジタルオーディット」などをラインナップした”広告に対する第三者監査サービス”です。

これまで、広告主企業は代理店との取引形態上「プラン・施策が売上や成果に真につながるように設計されているか」「それに投資する費用は適切なのか」などの課題に対して、明確な根拠を持つことが難しい現状がありました。今回開始するノバセルの「オーディット」サービス群では、以下のように実行部分と計画と評価部分を切り離し、後者にフォーカスすることによって広告主の投資判断を後押しします。また投資判断をスピーディーに行うための根拠となるデータを素早く提供することで、広告主企業側の作業時間を削減し、戦略立案や施策判断といった本質的な業務に集中できる環境作りに貢献いたします。

オーデイトサービスのビジネスモデル

オーデイトサービスを利用することで
「プラン・施策は最適か」「費用が適切であるか」などの根拠が得られるようになり、
予算やプラン精査のために費やしていた作業時間も短縮できる



このように、現状のサービスではカバーしきれていない領域に入り込むことによって、すべての企業が真に事業成長に向き合うことを支援し、その先の「マーケティングの民主化」の実現を強く推し進めてまいります。

*

調査概要: マーケティングに関する調査

調査方法: インターネット調査

調査期間: 2022年3月1日～2022年3月3日

調査対象: 21歳～59歳の会社役員・会社員

有効回答数: 686名

有効回答者属性:

スタートアップ／ベンチャー企業 経営者 50名、マーケティング担当者88名

中小企業／大企業 経営者 148名、マーケティング担当者 400名

*「マスマーケティングテック」は、ノバセル株式会社の登録商標または商標です。

■ノバセルが「指名検索」を重要視する理由

デジタル広告の世界では、GDPR(EU一般データ保護規則)が4年前に施行され、第三者が集めたウェブ履歴を記録する「サードパーティー・クッキー」の付与に同意が必要になりました。既に米アップルが提供するウェブブラウザ「サファリ」では初期設定でサードパーティー・クッキーはブロックされており、米グーグルのChrome(クローム)も将来的なブロックを表明しています。

この影響で、行動ターゲティング広告の精度低下や在庫量減少と並行して検索広告(リスティング広告)への投資額が増加し、入札単価高騰が起きています。その影響もあり、広告投資対効果を高めるためには自然に想起され検討対象に入ること・比較されず指名買いされることが重要性を増しています。

事業会社である「ラクスル」のマーケティングノウハウをもとに立ち上げられた事業である「ノバセル」は、自身の経験から「指名検索」=「純粹想起」がいかによりビジネスを成長させるのかを数字と実感値をもって知っています。ラクスル株式会社では、テレビCMIに約57億円を投下した結果、認知率60%を獲得してCPAが2分の1になりましたが、これを牽引したのが「ラクスル」という指名検索の伸びによるものでした。

認知率60%を獲得、CPA半減を実現



ノバセルは、自社での経験や支援先の企業が「指名検索」を伸ばすことで事業を成長させてきた実績をもとに「純粹想起 → 購買 → 共感・拡散」の循環サイクルを構築してPDCAを回し、さらなるサービス価値を創り上げていくことにこだわっています。このように、自らの経験をもって実証した事業インパクトに直結する「指名検索」を伸ばすことを広告主に対して効果指標として提案。それらをツールを活用して計測、施策実行と検証が高速で実施できる体制を作り、多くの企業を支援しています。

■新サービス「オーディットサービス」について

マーケティング戦略における広告投資について、メディアプランニングが費用対効果が高く組まれているか、効果の高いクリエイティブに出稿量が集約されているか、テレビCMとデジタル広告を相乗効果が出るよう最適に組まれているか、などを正しく判断するのは非常に困難です。また、業界全体の課題として既存広告代理店との取引長期化によって、費用対効果に正しく向き合うことができなくなるケースも散見されています。

ノバセルでは、その課題を解決するためにメディア施策を第三者目線で評価をし、次の打ち手を提案する「オーディットサービス」を開始します。具体的には、CMの投資対効果を改善する「CMメディアオーディット」、現状クリエイティブが競合と比較して効果が高いか、どのように改善すればよいかを提案する「クリエイティブオーディット」、CMとの相乗効果を出すためにウェブ広告を最大化するための戦略を提案する「デジタルオーディット」などをラインナップしています。

サービスサイト: <https://novasell.com/3rd-agency>

■主な提供内容:

• CMメディアオーディット

当社が独自に開発した「ノバセルトレンド」などの効果分析ツールによって他社CMの「検索効果」を即時に可視化し、自社CM放映期間中にリアルタイムにPDCAを行い、効果を最大化するサービスです。

CMメディアオーディット

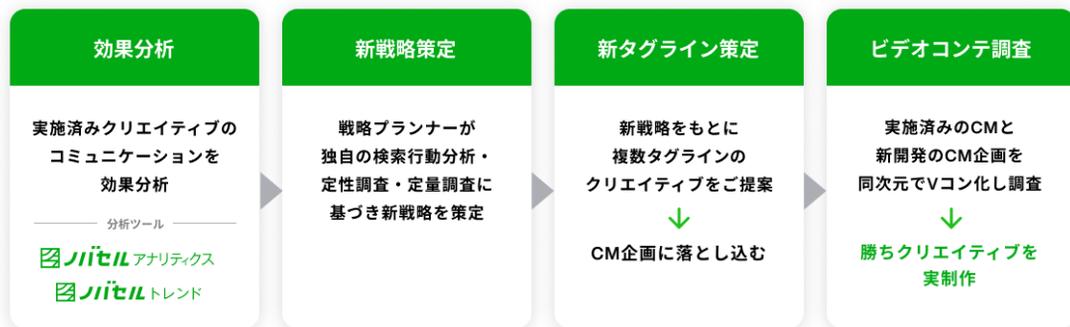


具体的には、CM放映期間内に素材ごとの効率を可視化し、「どの素材をGRP換算でどれくらい流すべきか」「どの番組枠に寄せるべきか」「買い付けを増やすべき番組はどれか」などをご提案します。

- **クリエイティブオーディット**

テレビCMが効果の出なかった際に、要因分析・新戦略策定・新クリエイティブ策定・調査実施までを迅速に行う、クリエイティブ監査サービスです。

クリエイティブオーディット



当社が独自に開発した「ノバセルトレンド」「ノバセルアナリティクス」などの効果分析ツールによって実施済みのコミュニケーションの分析を行い、戦略プランナーが検索行動分析・定性調査・定量調査を追加で実施、新戦略・新タグライン・企画などをご提案します。

- **デジタルオーディット**

CM放映期間中のデジタル施策が適切に設計されているか判断し、改善をご提案するサービスです。

デジタルオーディット



具体的には、ユーチューブ動画を活用してCMの補完ができているか、CM放映期間中のウェブ流入データを可視化できているか、受け皿となるランディングページやウェブサイトは最適な状態になっているか、検索キーワードと表示されるタイトル&ディスクリプションはCMに沿ってセッティングできているか、などのデジタル施策が網羅的に打っているのかをチェックし、改善施策をご提案します。

■「ノバセル」について

「ノバセル」は、誰しもが正しい効果を把握し、マーケティングを使いこなせることで、世の中のサービスが成長できる世界を創ることを目指し、企業が成長するために必要なソリューションを多数展開する「マーケティングプラットフォーム」です。その基盤は、ラクスルが5年で30倍の売上を向上させた事業会社としてのノウハウにあります。

ノバセルは、「指名検索」というレスポンスを重要な指標に掲げ、デジタルマーケティングの手法をテレビCMと融合し、広告効果を可視化することで、運用型テレビCM市場を開拓してきました。「属人的な判断とアナログ業務をなくし、効率化することで余分なコストを抑え、投資対効果を最大化するためのさまざまなサービスをご用意しております。

・会社概要:

社名:ノバセル株式会社

所在地:東京都品川区上大崎二丁目 24 番9号

代表取締役社長: 田部 正樹

事業内容:テレビ CM 広告のプラットフォーム「ノバセル」の運営

設立年月日:2022年2月1日

株主および持ち株比率:ラクスル株式会社100%

サイト: <https://novasell.com/>

■「ノバセル」サービスに関するお問い合わせ:<https://novasell.com/contact>

【ラクスルグループについて】

「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、広告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。現在ではネット印刷・集客支援のプラットフォーム「ラクスル」、マーケティングプラットフォームを提供するノバセル株式会社、物流プラットフォームのサービスを提供するハコベル株式会社、コーポレートITのサービスを提供するジョーシス株式会社を運営しております。(URL:<https://corp.raksul.com/>)

【ラクスルが取り組む“産業DX”】

私たちは、シェアリングプラットフォームによる取引の効率化、ソフトウェア(SaaS)による業務の効率化、それらに基づく付加価値サービスの3つを統合したプラットフォームの構築により、バーティカルに各産業の課題を解決し生産性・収益性の高い業界に変革していきます。ラクスル株式会社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、統合バーティカルプラットフォームを通じてDXを推進し、世界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(ノバセル) 広報: 福本・星・岡田

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