

広告予算の“爆速”最適化でCPAを20%超改善*1する 「ノバセル アナリティクス for デジタル」がリリース ～獲得施策と認知施策の一元管理し、ムダのない広告運用を実現～

ソフトウェアとプロフェッショナル人材の力でマーケティングの民主化を目指すノバセル株式会社(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、指名検索を活用した効果分析ツールと広告代理店事業で培ったノウハウを活用したデジタルマーケティング領域の新ツール「ノバセル アナリティクス for デジタル」の提供を開始いたしました。



特許出願中*2の統計処理・機械学習を組み込んだ技術により、獲得施策と認知施策を掛け合わせた広告効果が一目で分かるツールです。デジタルマーケティングの運用効率や予算投資の最適化プロセスを独自ツールで自動化し、およそ2500億パターン以上*3の組み合わせを瞬時に分析し約10分で最適なプランを作成できることが特徴です。デジタルマーケティングの予算コントロールにより、目先の獲得広告への投資を効率化し、新たな勝ち筋となる長期投資を実現します。テレビCMの出稿枠減少などによる認知施策の余剰予算をデジタル広告へ最適に配分する提案が可能です。

本サービスの提供を通して、デジタルマーケティングの民主化に向けて邁進してまいります。

*1 先行利用された企業様の実績にてCPAが20%以上の改善を確認

*2特願: 2024-211882

*3 5,000万円の予算を5媒体で按分した場合

■ サービス開始の背景

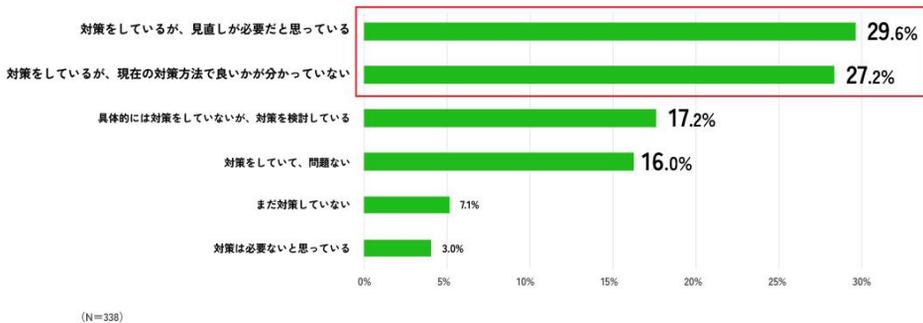
ノバセルは、2020年に広告のプラットフォームとしてノバセルを立ち上げ、運用型テレビCMサービスを展開してまいりました。創業当初はテレビCMの支援が中心でしたが、昨今はデジタルマーケティングを含む、マーケティング活動全般の支援を行っています。2024年11月にはデジタルマーケティング領域のエキスパートであるアタラ株式会社と業務提携、本年2月にはWEB広告運用会社である株式会社オールマーケを子会社化。包括的なデジタルマーケティングの支援ができる体制を整えています。

デジタルマーケティングは、CPAが計測しやすく短期で獲得に直結する広告に予算が投下される手法が主流とされてきました。今後、サードパーティCookieの規制によりこれまで実施されていた精緻なターゲティング広告の配信が難しくなることにより、獲得型の広告のパフォーマンスが低下すると予想されています。

そのため、短期の獲得型広告に加え、認知広告も組み合わせた長期目線の「積立型デジタルマーケティング」に切り替えていく必要があると考えています。

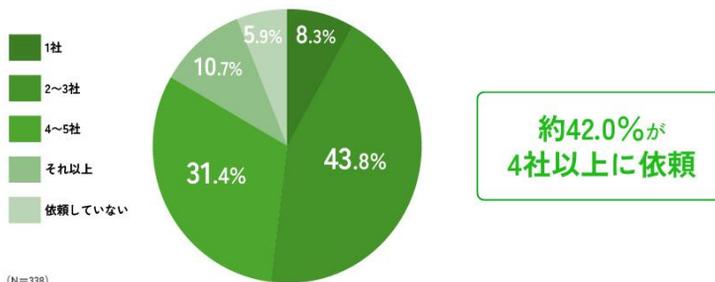
デジタルマーケティングを担当する marketer に調査を実施したところ、サードパーティCookie規制への対策については、約 56.8%が対策をしても満足していないと回答。対策をしているが見直しが必要と思う人(29.6%)や対策方法が良いか分かっていない人(27.2%)が多いことが明らかになりました。

サードパーティークッキー規制への対策をしていますか[SA]



また、デジタルマーケティングの運用を広告代理店や運用代行会社に依頼している会社は約94.1%とほとんどの会社が依頼しており、さらに約42.0%の企業が4社以上に依頼している状況でした。広告主側は日々多種の管理画面やレポートをそれぞれ確認しており、全体での効果改善には多大なる時間をかけていることが分かります。

WEBマーケティングの運用を広告代理店や運用代行会社に依頼していますか 依頼している場合は何社に依頼しているか教えてください。 [SA]



ノバセルは、マーケターの仕事を「確率の管理」と「価値の創造」と捉えています。データドリブンな意思決定と仕組み化によりマーケティング投資の勝率をシステムで向上させ、本来マーケターが向き合うべき価値の創造に時間をさける環境を提供することがマーケティングの民主化への一歩だと考えています。

そこで、統計処理と機械学習を組み込んだ技術によりデジタルマーケティングの膨大なデータを自動で分析し最適なプランを提案するツール「ノバセル アナリティクス for デジタル」を開発しました。本ツールは獲得型のデジタルマーケティングの広告効果だけでなく、動画広告などの認知広告の効果を掛け合わせて分析できることが特徴です。また、動画を活用したデジタル媒体での認知施策には、当社がこれまで提供してきた運用型テレビCMの知見を活用。サードパーティCookie規制を見据え、獲得と認知を掛け合わせて広告検証し、最適な予算配分により広告効果を最大化します。

「ノバセル アナリティクス for デジタル」の提供を通して、デジタルマーケティングの民主化に向け邁進してまいります。

■ 「ノバセル アナリティクス for デジタル」サービス展開

「ノバセル アナリティクス for デジタル」は、掛け捨ての獲得広告の無駄を効率化し、積立型の継続的な投資余地を生み出し拡大サイクルに導く効果分析、プラン作成ツールです。

特許出願中*2の統計処理・機械学習を組み込んだ技術により、予算・媒体・獲得広告など2500億パターン以上*3の組み合わせを自動で分析し、最適なプランを約10分で提案します。これらのプランにより、獲得効果を維持しながら投資余地を創出することで、長期に向けて継続的な投資を可能にします。

・ノバセル アナリティクス for デジタル デモ動画: <https://youtu.be/IW5l4kgCFGE>

・ノバセル アナリティクス for デジタル: <https://novasell.com/analytics-for-digital>

■ 調査概要

WEBマーケティングに関するアンケート

調査方法: インターネット調査

調査期間: 2025年1月14日～1月16日

調査対象: 全国、22歳～59歳、マーケティング業務に関わりのある人、WEB出稿予算1,000万円以上/月

調査回答数: 338名

■ ノバセルについて

「ノバセル」は、誰しもの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6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、「指名検索数」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。

・ノバセル 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: マーケティングプラットフォーム「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>

【RAKSULグループ会社概要】

当社は、「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、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、産業構造の変革に挑戦しています。「EC/Marketplace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つを統合したバーティカルプラットフォームの構築・提供を通し、中小企業の事業運営を支援することで、日本経済の発展を目指します。

名称:ラクスル株式会社

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 グループCEO:永見 世央

設立年月日:2009年9月1日

コーポレートサイト:<https://corp.raksul.com/>

運営サービス一覧:<https://corp.raksul.com/services/>

お問合せ:<https://corp.raksul.com/contact/>

【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・岡田・岩渕

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