

報道関係者各位
プレスリリース

2017年6月26日
株式会社マイクロアド
ソフトブレン・フィールド株式会社

ソフトブレン・フィールド、株式会社マイクロアドと事業提携 ～実店舗への来店集客と購買を最大化する O2O マーケティング事業「トコトコマイル」の提供を開始～

フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博 以下ソフトブレン・フィールド）は、株式会社マイクロアド（本社：東京都渋谷区、代表取締役：渡辺 健太郎 以下マイクロアド）と事業提携し、オンラインから実店舗への来店集客と実店舗での購買を最大化する O2O マーケティング事業である、「トコトコマイル」を共同で開始いたします。



■ 実店舗集客と購買を最大化する「トコトコマイル」とは

「トコトコマイル」とは一般消費者が利用するサービスで、実店舗来店や実購買に対してユーザーにマイルを付与し購買を最大化する、実店舗来店型の購買マイルサービスです。

ユーザーはトコトコマイル上に購買オファーされた対象商品を購入し、レシートを投稿すればマイルが還元されます。貯めたマイルは suica 電子マネー（東日本旅客鉄道株式会社提供）や楽天 Edy（楽天 Edy 株式会社提供）、nanaco ギフト（株式会社セブン・カードサービス提供）、WAON（イオンリテール株式会社提供）などさまざまなデジタルマネーに変換可能です。メーカーにとっては、商品を掲載することで多くの消費者に認知・購買の機会となり、レシート情報から同時に購買された商品のバスケット分析なども可能な O2O マーケティングとしてご利用になれます。

トコトコマイル概要図



圧倒的な還元率で
お得に買いモノ!

レシートと感想を投稿
簡単2ステップで投稿できる

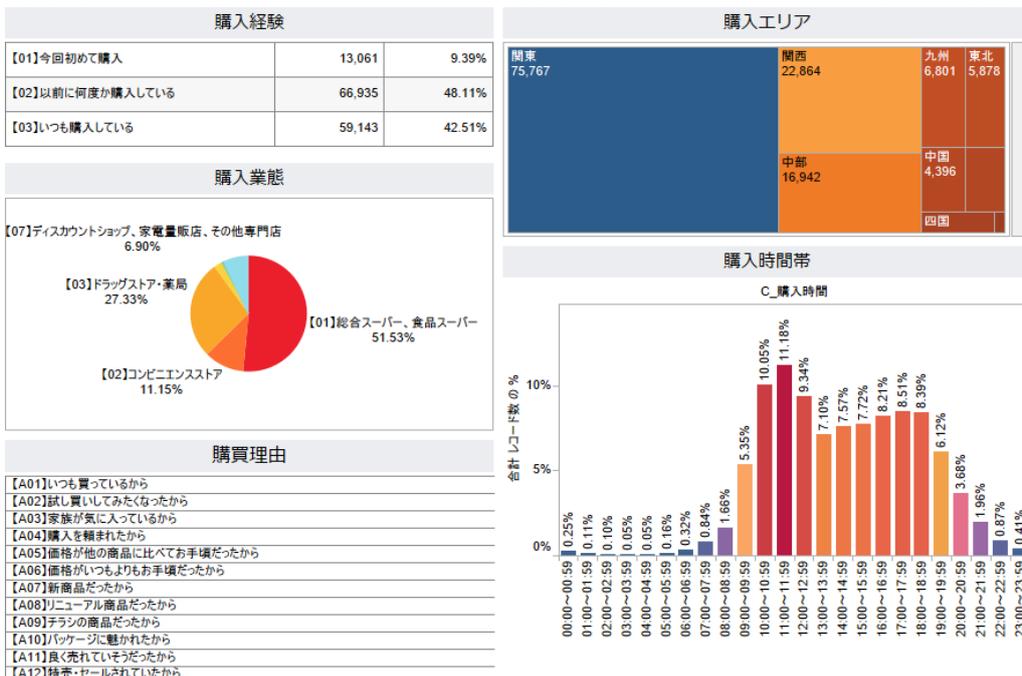


■トコトマイル実施メリットについて

- ・マイクロアドが保有する高度なターゲティングにもとづいた希望購買属性の設定
- ・実店舗購買、商品体験の提供
- ・購買者にアンケートを実施
- ・終了後の再購入・消費行動を追跡

■トコトマイル実施企業向け提供サービスについて

トコトマイル実施後には、実施企業様向けに各種購買レポートを提供いたします。ユーザーから取得した購買レポート内容を集計し、購買エリア、購買店舗（チェーン）、購買時間の他、同時購入された併売情報や購買単価等の消費行動レポートを提供いたします。また、後日、再購入が発生しているかどうか継続した調査も可能です。



※レポートサンプル図解例

<トコトコマイルの企業様活用利用シーン>

- ・ユーザー実購買を活かした新商品サンプリングとして
- ・自社商品の購買を推進するブランドスイッチ施策として
- ・ユーザーの来店集客機能を活かした実店舗への来店集客施策として

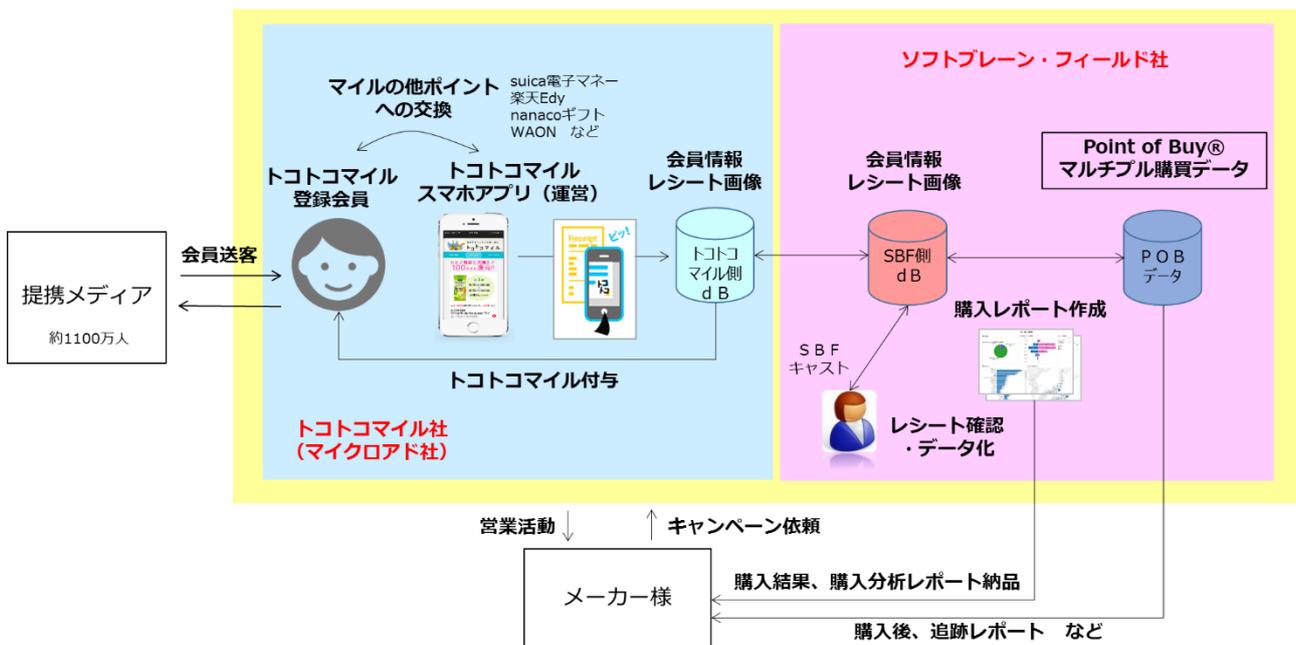
■新サービス開発の背景

マイクロアドは2007年の設立より、自社で取得したインターネット上のオーディエンスデータや、第三者企業から提供を受けたデータを統合的に集積・分析し、オンラインの広告配信やマーケティングに活用する事業を進めてまいりました。現在では保有する4億UBのオンライン分析データを活用し、企業のマーケティング基盤構築を支援するサービスとして「UNIVERSE」を提供しています。

またソフトブレン・フィールドは、「Point of Buy®購買理由データ提供サービス※1」を通じて、全国の消費者から実際に購入・利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプル購買データサービスを提供しています（ビジネスモデル特許取得済※2）。これによりオフラインでの市場全体をタイムリーに把握し、消費者のニーズを満たす商品・サービス提案につながるマーケティング支援を行っています。

マイクロアドとソフトブレン・フィールドが事業提携を行い両社のデータ連携を開始することで、オンライン上での趣味・購買属性・位置情報などの各種行動データと、オフライン上での購買結果・購買理由・ブランドスイッチなどのリアルな消費行動データが連携され、オンラインとオフラインを統合したより精密なO2Oマーケティングサービスを企業・メーカー様に提供可能になりました。

このたび両社のデータソースの強みを活かして、オンラインから実店舗への来店集客と実店舗での購買を最大化するO2Oマーケティング事業である、「トコトコマイル」を共同で開始することとなりました。



マイクロアドとソフトブレン・フィールドは、両社データのシームレスな連携を通じて、市場全体をタイムリーに把握し、オンライン・オフライン両面での購買動向分析により精度の高いマーケティング戦略を企業様へご提供することで、消費

者のニーズを満たす商品・サービス提案につながるマーケティング支援を行ってまいります。

※ 顧客データの連携においては、サービス利用企業と共に、プライバシーに配慮した取り扱いを徹底いたします。

※ 1【Point of Buy®購買理由データ提供サービスの特長】

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 消費財カテゴリ 64 種類 約 6,000 ブランド、飲食利用カテゴリ 10 種類約 200 チェーン（2017 年 4 月現在）
- 全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化
- マルチプル購買データサービス会員で構成された約 20 万人のネットワーク
- POSデータとの連動分析を可能とする購買理由データ

■ サービス詳細はこちら：<https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>

※ 2【ビジネスモデル特許概要】

消費者が登録するレシートの画像データを入力者端末から受け付け、チェック担当者が利用するチェック担当者端末に対して、消費者の回答データとレシートの画像データとを表示させ、質問データに対する回答データの整合性をレシートの画像を用いて判定させて整合性チェックを行い「商品・サービス種別毎の購買理由を含むデータ」をマーケティングデータ化する仕組みです。

■ 特許詳細はこちら：<https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>

【株式会社マイクロアド 会社概要】

社名 株式会社マイクロアド <http://www.microad.co.jp/>
所在地 東京都渋谷区神泉町8-16 渋谷ファーストプレイス5F
設立 2007年7月2日
資本金 463,302,200円
代表者 代表取締役 渡辺 健太郎
事業内容 アドプラットフォーム事業、アドネットワーク事業、海外事業展開

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約65,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など120,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。「木名瀬 博のフィールド虎の巻」（URL：<https://www.sbfield.co.jp/toranomaki/>）

社名 ソフトブレン・フィールド株式会社
所在地 東京都港区赤坂 3-5-2 サンヨー赤坂ビル 5 階
設立 2004 年 7 月
資本金 151,499,329 円
代表者 代表取締役社長 木名瀬 博
事業内容 フィールド・クラウドソーシング事業

■ 関連URL

株式会社マイクロアド <http://www.microad.co.jp/>
株式会社トコトコマイル <https://tocotocomile.jp/>
ソフトブレーン・フィールド株式会社 <http://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレーン・フィールド株式会社
マーケティングソリューション部
トコトコマイル問い合わせ担当 山中（やまなか）
TEL：03-6328-3883 FAX：03-5561-8599
お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/tocotoco-mile/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレーン・フィールド株式会社
経営企画部
広報担当 坂本（さかもと）/山室（やまむろ）
TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631 MAIL：solution@sbfield.com