

「DX for CX」カタログ
プロモーションDX編
Kaizen動画を活用した動画マーケティングサービス

DNP

大日本印刷株式会社
情報イノベーション事業部
プロモーション本部

広告も投稿も動画の時代

InstagramやFacebookのストーリーズなど、広告や投稿も動画に。



いよいよ4Gから5Gへ

さらなる通信速度の向上により、動画の配信・閲覧環境が劇的に進化。WEB広告も動画での訴求が当たり前の時代に。

デジタルサイネージ市場の2018年見込みは2017年比115%、2020年には約2,300億円と予測。



『デジタルサイネージ市場総調査 2019』 株式会社富士キメラ総研調べ

2019年の動画広告市場は前年比126%、2020年には2,700億円と予測。



動画広告市場規模推計：予測 (デバイス別)

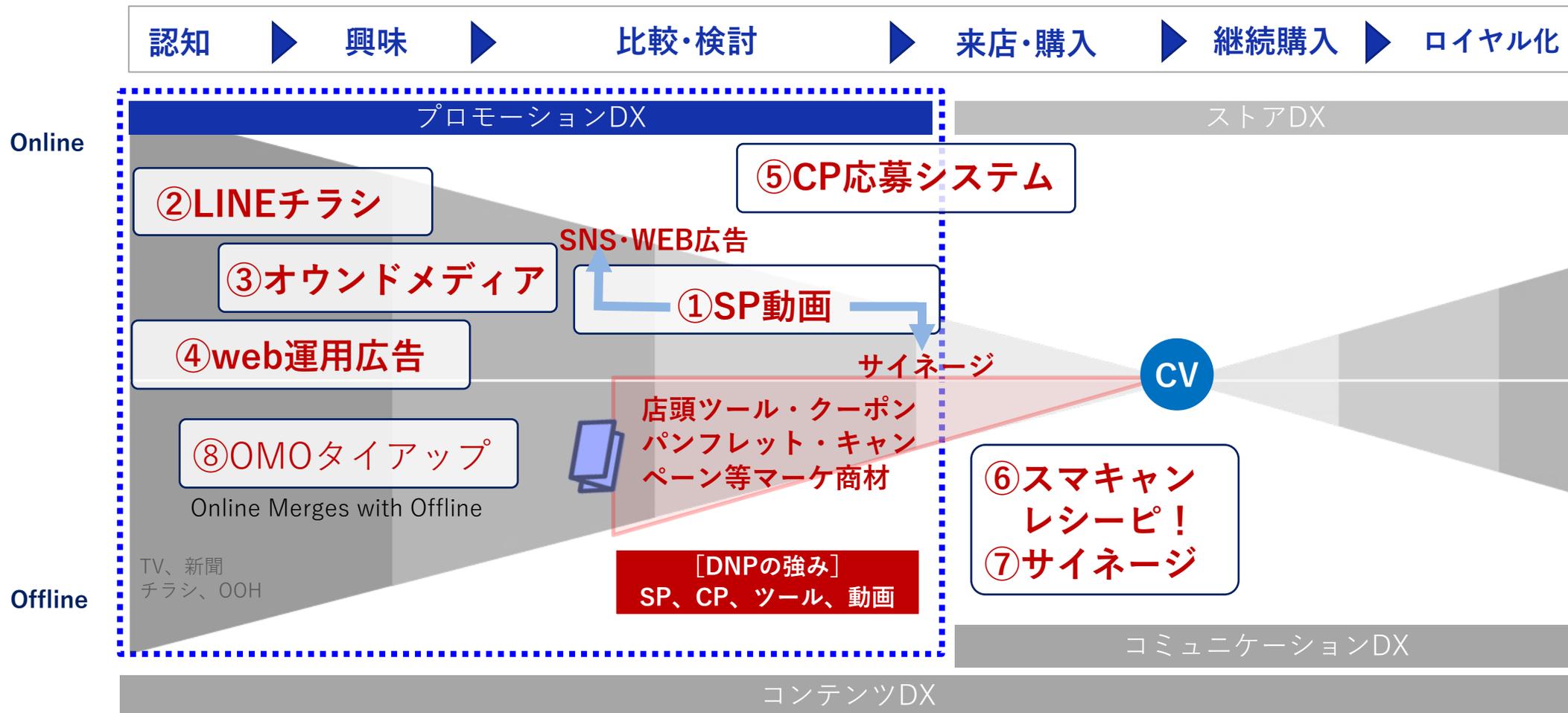
静止画広告に対して動画広告はパフォーマンスが圧倒的に高い。



出典：自社案件ブランドリフト調査

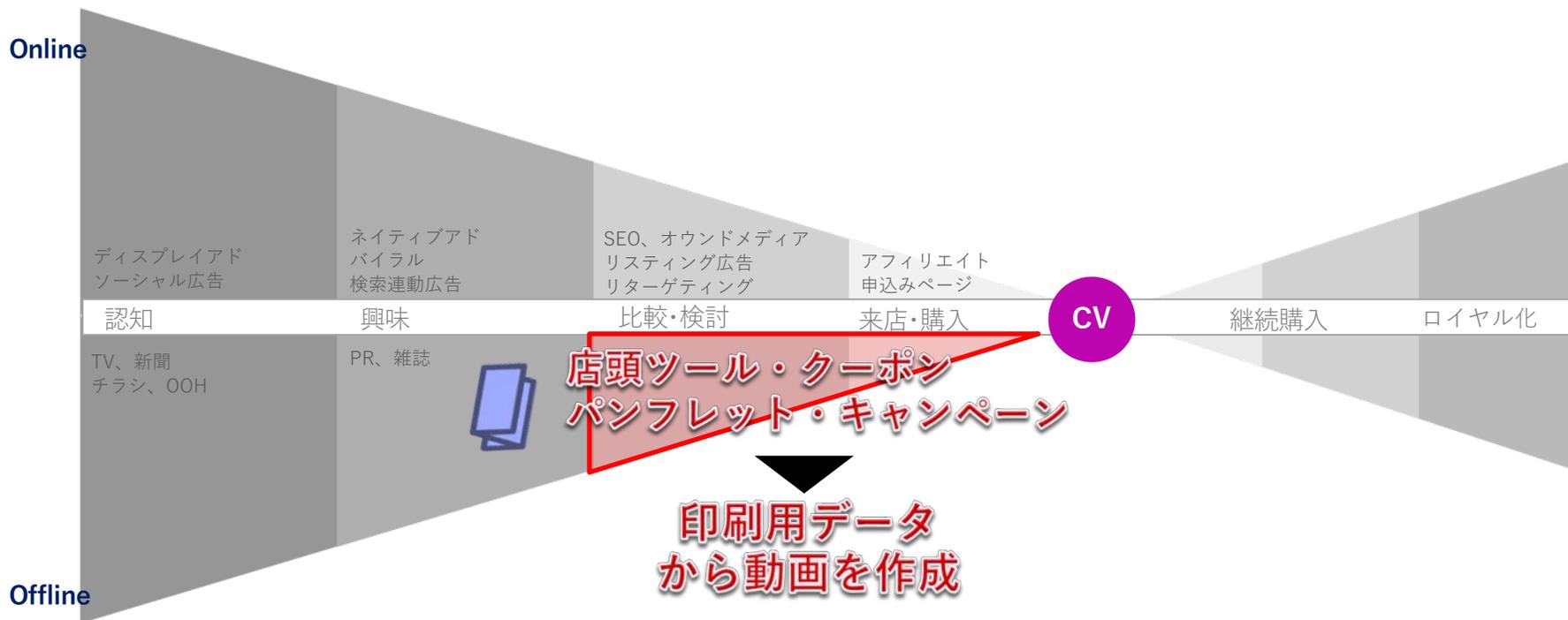
DNPの「プロモーションDX」で店頭集客・購買促進をご支援します！

DNP



WファネルにおけるDNP独自の強み

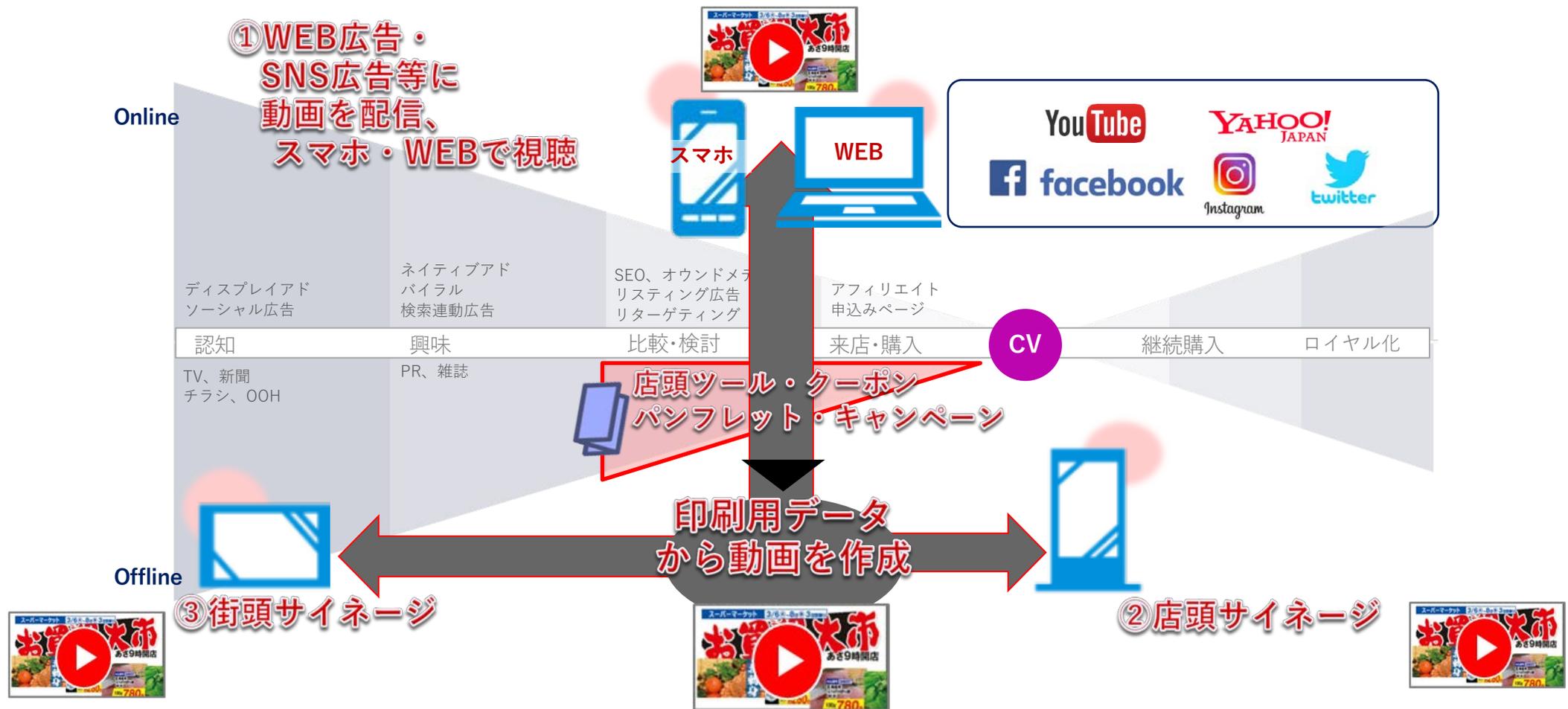
- DNPの強み**
- ・ 店頭ツールを中心としたものづくりの実績・知見が豊富
 - ・ 店頭ツールの素材から 早く・安く・高品質に動画制作



制作した動画をシームレスに
チャンネル展開可能

動画の活用によるリーチの拡大

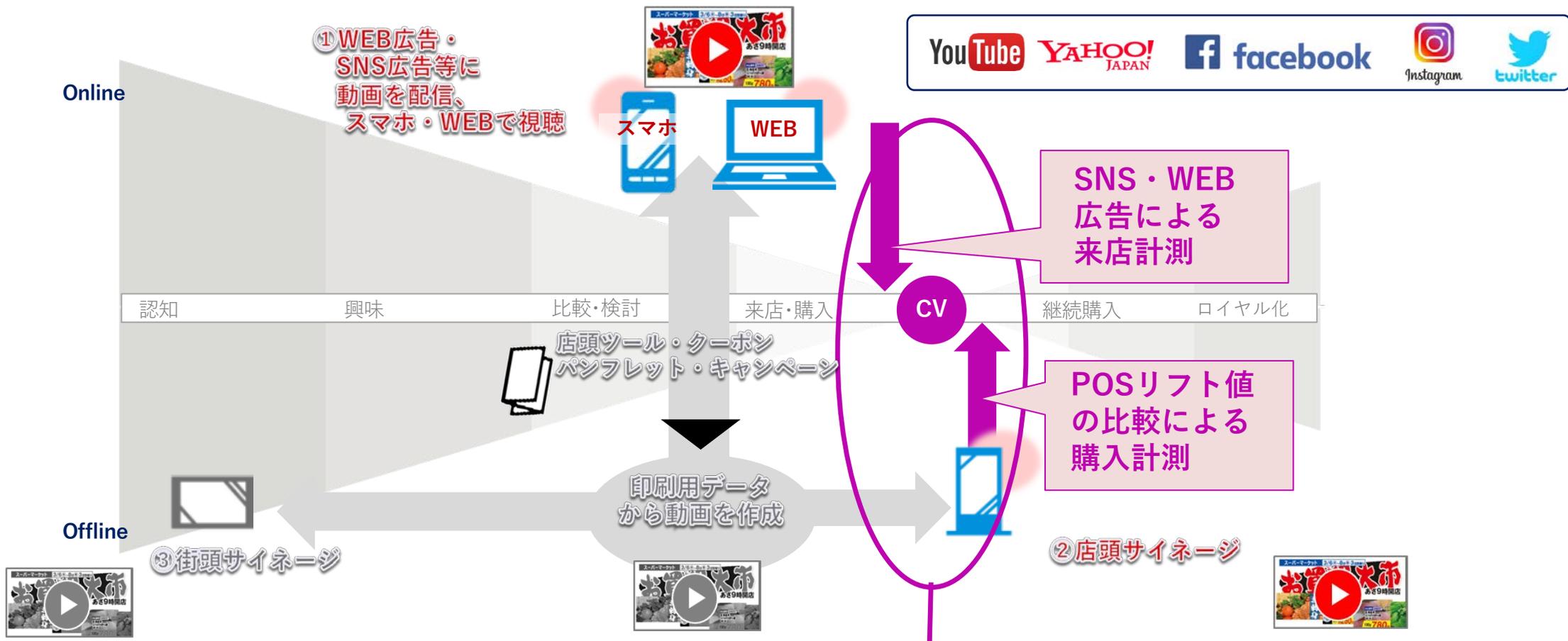
作成した動画をWEB広告やSNS広告といったOnlineメディアや街頭・店頭サイネージ、オウンドメディア等で活用することで、アプローチできるターゲットがひろがります。



スモールPDCAの運用



SNS・WEB広告の来店計測機能と、店頭サイネージを活用した購入計測による広告の効果検証を行うことにより、PDCAの運用が可能となります。



広告の効果検証により、PDCAの実施が可能。

DNPの動画チラシ広告サービスとは

DNP

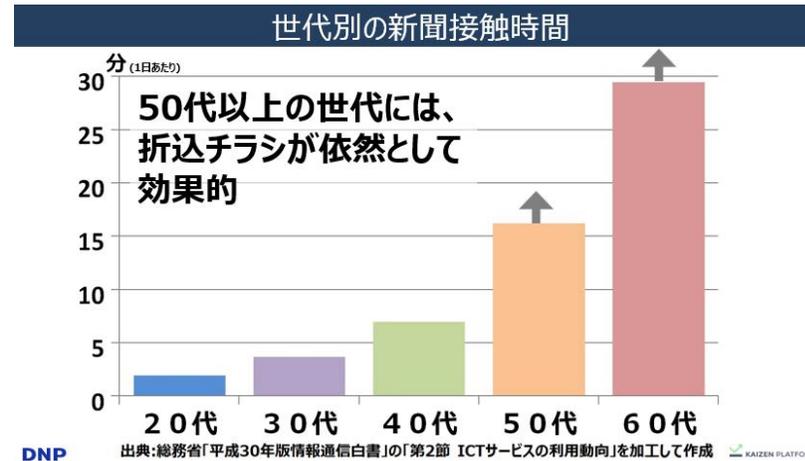
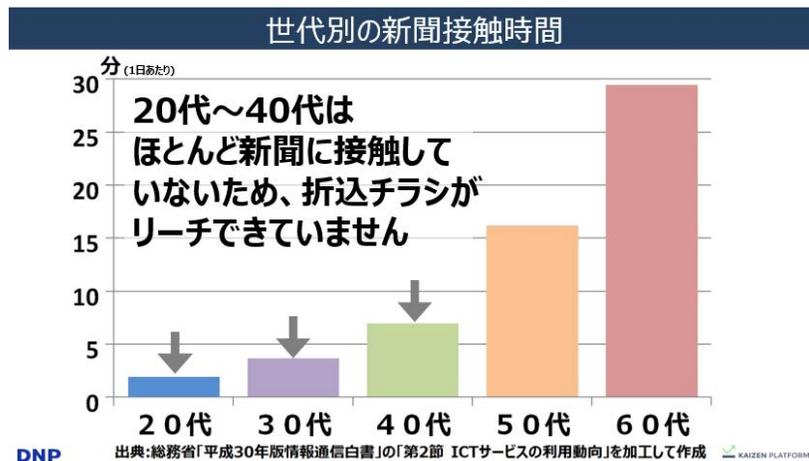
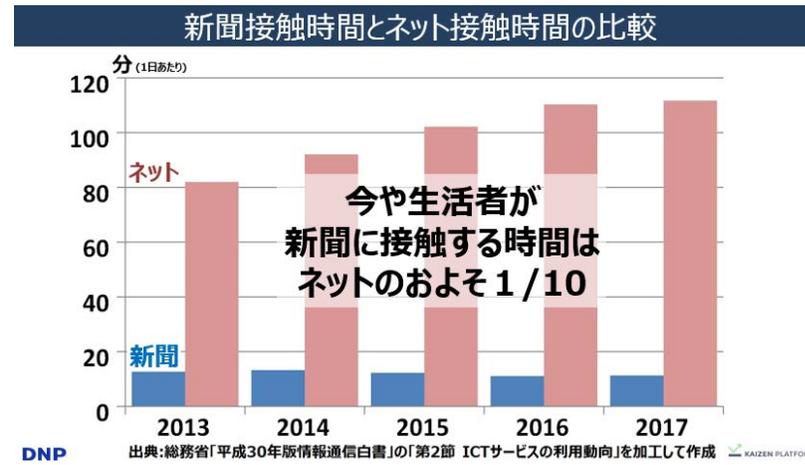
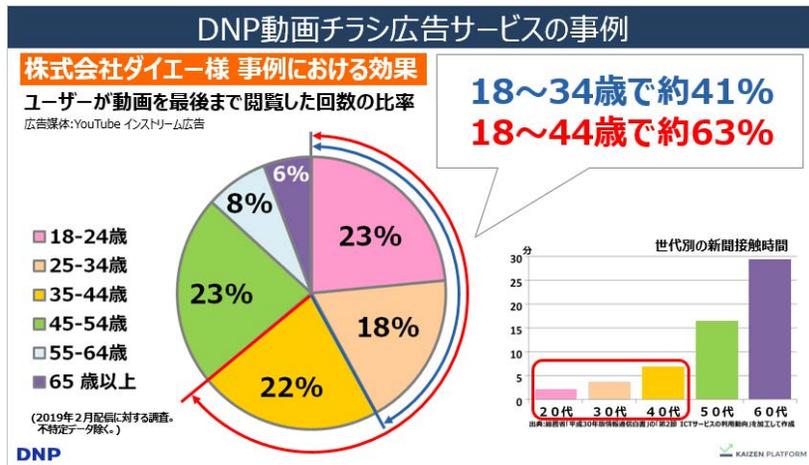
店頭ツールやパンフレット、チラシなどSPツールの印刷用データ(aiデータ)から動画をスピーディーに制作し、動画広告へ展開等の他チャネル

- ・店頭ツール
- ・ポスター
- ・パンフレット
- ・リーフレット
- ・カタログ
- ・チラシ
- ・統合報告書
- ・マニュアル
- ・営業資料
- ・WEBサイト



DNPはSPツールと動画広告によるハイブリッドな訴求展開のご提供が可能です。

メインターゲットである50・60代に折込チラシはまだ効果的。しかし、今後のメイン顧客を今のうちから育てる意味でも、折込チラシとデジタルメディアをミックスした販促の展開が必要。



広告配信媒体 配信イメージ



TrueView インストリーム広告

- 他の動画の再生前に動画広告が表示
- 動画視聴による課金

動画を 30 秒間 (30 秒未満の広告の場合は最後まで) 視聴したか、30 秒経つ前に動画を操作し

	マストヘッド (モバイル)	Bumper	Trueview インストリーム	Trueview for action
目的	短期のリーチ最大化	認知	認知・エンゲージメント	獲得・エンゲージメント
尺	自由	6 秒	自由	自由
課金	1 日固定 (予約)	表示課金 (CPM)	視聴課金	Target CPA / Max CV (beta)
特徴	YouTube トップに掲載 クリック再生	動画視聴時に再生 (スキップ不可)	動画視聴時に再生 (スキップ可)	動画視聴時に再生 (スキップ可)
音声	再生時音声あり	音声あり	音声あり	音声あり

性別、エリア、興味関心、アフィニティカテゴリー、購買意欲の高いオーディエンスなどのセグメントから最適ユーザーをターゲティング

デモグラフィック (性別・年齢)

	18~24	25~34	35~44	45~54	55~64
--	-------	-------	-------	-------	-------

興味・関心

- 家探し中
- 子ども
- ショッピングモール
- 保険
- 家電

東京
愛知
大阪
兵庫
北海道

都道府県

Google
興味・関心・属性・居住地毎に
ターゲティングして広告配信

アフィニティカテゴリー
ユーザーの興味や関心、習慣

- 旅行、金融
- 美容、健康
- フード、外食
- 家電、音楽
- ライフスタイル、運動
- お祝い、エンターテインメント
- ニュースと政治
- ショッピング
- スポーツ、フィットネス
- テクノロジー
- 旅行
- 文化、芸術、文芸

<ターゲット例>

- 家庭、園芸
- DV 愛好者
- インテリア好き

購買意欲の高いオーディエンス
ユーザーが積極的に調べている情報や立てている計画

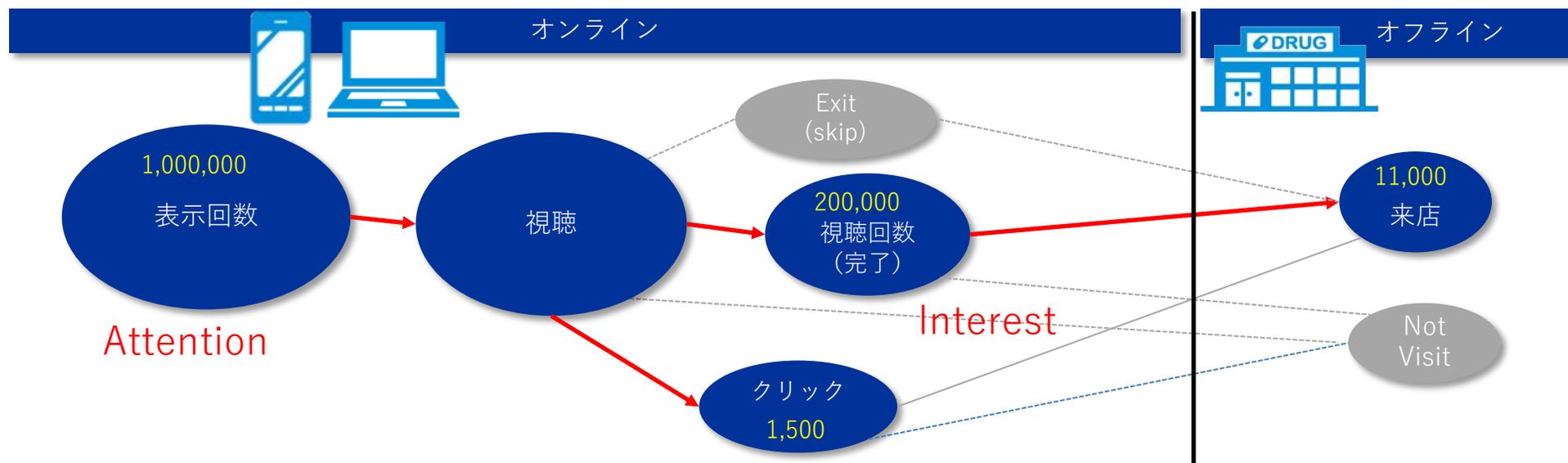
- アパレル、アクセサリー
- 自動車、車検物
- 結婚、子育て支援
- 美容商品、美容サービス
- ビジネス サービス
- 不動産、賃貸
- 旅行、予約サービス
- 家電
- イベントのチケット
- 結婚サービス
- 教育
- 求人
- 車検、運転
- 不動産
- ギフトサービス
- ソフトウェア
- 予約、行事
- 旅行
- エンターテインメント
- 健康
- 旅行

- 家庭、園芸
- 不動産
- ホーム、セキュリティ
- ホームデコレーション
- リフォーム
- 住まい、暮らしに関するサービス
- 家具
- 屋外用アイテム
- 生活家電用品
- 商業用不動産
- 引越し、移転
- 住居用不動産

動画広告による効果測定

動画広告は配信ターゲットのセグメント、配信エリアの設定による効果的な広告展開はもちろん、**視聴者の来店数の把握**が可能です。

※来店計測の実施には一定の条件があります。



家電量販店

掲載期間	表示回数	視聴回数	視聴完了率	掲載費用	来店数	来店率	来店単価
3日間	1,000,000	200,000	20%	¥2,000,000	11,000	5.5%	¥181

ホームセンター

掲載期間	表示回数	視聴回数	視聴完了率	掲載費用	来店数	来店率	来店単価
約1週間	2,200,000	350,000	16%	¥5,000,000	25,000	7.1%	¥200

※来店数は『8月21日抽出時点』の数値。

店頭サイネージでの展開

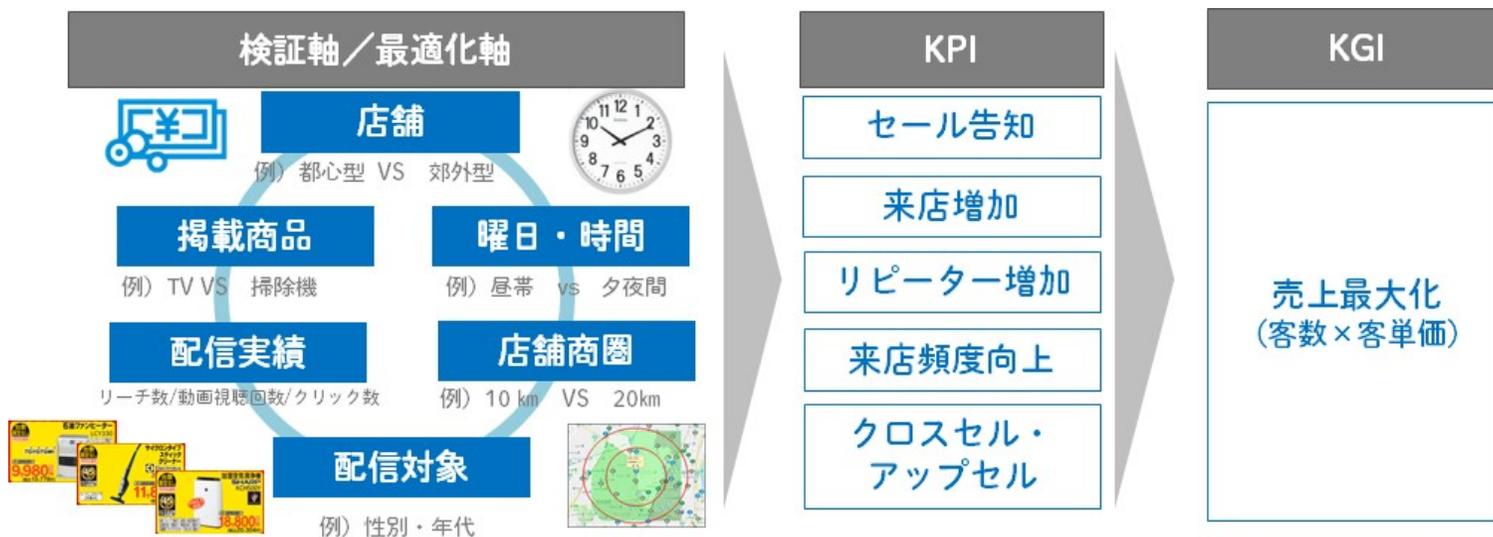
制作した動画をドラッグストア・スーパーの店頭で設置の大型ディスプレイに配信、来店客に対する購買の刈り取りを行います。

POSリフト計測

SP動画の購買に対する貢献度の可視化。

指数連動配信

指数に連動した最適な配信の実施。



動画広告の購買に対する効果測定⇒配信内容・条件の見直しによる効果の最大化が測れます。

街頭サイネージでの展開

SP動画を街中のサイネージで展開することで、設置場所ならではのセグメントができ、よりきめ細かいターゲティングでのアプローチが可能です。

※各メディアの面数等は変更となる場合があります。

タクシーサイネージ



設置台数:約8,000台 リーチ数:約1,243,000人/週

ゴルフ場



設置台数:約163施設163面 リーチ数:約740,000人/月

美容室



オフィスエリア103面(丸の内ビジョン)



サービス概要

動画から「シームレスに」「素早く」「正確な」情報に辿り着ける仕組みで
“視聴体験を最大化”し視聴者の態度変容を促す“

【主な特徴】

動画を通じて、最適なネクストアクションへ。
 タグ付け動画で「シームレスに」「素早く」「正確な」情報に視聴者を誘導。

視聴者にアクションを促すストーリーコンテンツで視聴体験の最大化を図ります。能動的な視聴により、「視聴時間」が伸び、コンバージョン獲得に近づけます。

主要機能



① 動画内の必要情報「ヒト・コト・モノ」に“タグ”付け&アクション

動的、静的なオブジェクトに対してタグ付け→ポップアップ、外部リンク、動画内リンク、架電の設定



② ストーリー動画

視聴者のタップで、動画内容が同一URL内で切り替わる



③ 目次（チャプター設定）

動画内に目次を出すことで、ユーザーを見たい場所に誘導



④ 動画終了時の画面表示

動画終了後、視聴者にPRしたい情報を掲載しエンゲージメントを高める



⑤ クーポン

クーポン作成、クーポン保存回数・店舗利用回数の取得



⑥ レポート（可視化）

視聴回数、インタラクション数・率、滞在時間、離脱時間、視聴OSなどのレポート



⑦ インタラクティブ動画のシェア

専用URLの生成、サイトに埋め込むembedコードの生成

実施イメージ・利用シーン

●インタラクティブ動画×タグ付け

用途イメージ：セールスプルモーション、eコマース、クーポン



タグにタッチ

詳細情報がポップアップ

サイトへ誘導

●インタラクティブ動画×ストーリー分岐

用途イメージ：セールスプルモーション、リクルート、eコマース、O2O、ブランディング



視聴後、自動的にエンタリータグが出現。
 タグをタップし外部サイトへ遷移

インタラクティブ動画（メリット）

- ①コンテンツへのエンゲージメントを高める
- ②強い印象を与え記憶に残りやすい
- ③視聴行動データの取得

◆紙の販促物・営業ツールのDX化



カウンター店頭のパンフレット

- ・保険、銀行、住宅
- ・旅行代理店
- ・アパレル



カタログ、営業資料

- ・カタログ通販
- ・BtoB



カタログ、販促ツール

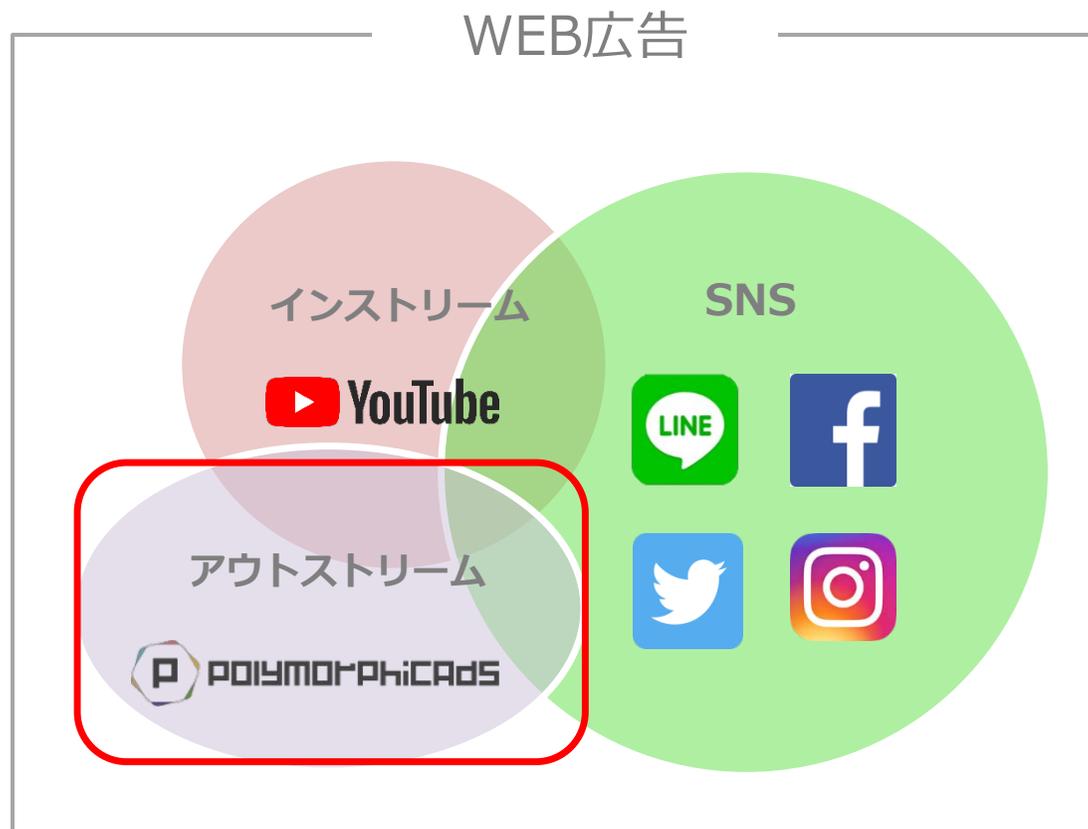
- ・携帯ショップ
- ・家電量販店
- ・不動産 等



Web販促ツール化し、タブレットで見せたり
Q&Aサイトで見せたり
MAでナーチャリングに活用可能

インタラクティブ動画広告配信について

制作したインタラクティブ動画を使ったアウトストリーム動画広告配信が可能



①新たなユーザー層へのリーチが可能

動画を視聴しないユーザーや視聴時間外に対して、新しい広告枠でリーチを広げられる。

②ユーザビリティを最大限配慮した配信が可能

音声の流れることなく動画が再生され、スクロール等で広告をスキップすることが出来る為ユーザビリティに配慮した配信が可能。

③ビューアブルに合わせた課金対象

課金対象ユーザーのimpのみ課金となるため、費用対効果の高いリーチの拡大が可能



インタラクティブ動画広告配信について

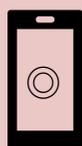
制作したインタラクティブ動画を使ったアウトストリーム動画広告配信が可能



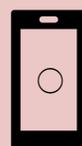
1

良質なメディアへの ホワイトリスト配信

・良質なメディアリストから、
親和性の高い配信面をホワイトリ
ストとして配信。



媒体A



媒体B



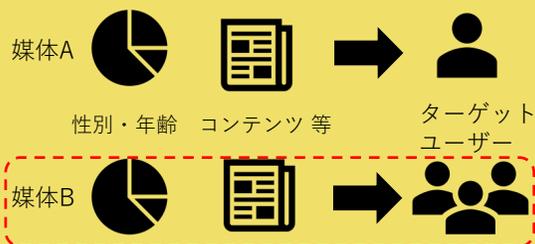
媒体C



2

ターゲット含有率の高い 配信面をプランニング

・メディア毎の記事やカテゴリも含
め、配信面の親和性も加味し視聴見
込みが高い配信面をプランニング。



3

ブランディングに 適したフォーマット

・強制視聴可能性の高いフォー
マットは排除し、インバナー/イン
ビューの配信になる為、ユーザビ
リティを損なわない配信が可能。



インビュー

インタラクティブ動画広告配信について

DNP

ターゲットやご予算に応じて、約200媒体の中からプランニング

CASE 1  **ファミリーレストラン**

 **Target**
32歳ママ (子供2人)

興味 _____
おでかけ先、ガーデニング、
ペット、カフェ風レシピ、ヨガ



 
子供とおでかけ情報

 
ペットのお悩みがもっと楽しくなる

 
おうちごはん

CASE 2  **コーヒー飲料**

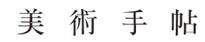
 **Target**
23歳独身OL

興味 _____
ネイル、コスメ、ファッション、
美術鑑賞、海外旅行



 
モデルプレス

CASE 3  **都市型SUV**

 **Target**
40歳ビジネスマン

興味 _____
株式投資、料理・グルメ、
海外サッカー、映画



※上記はパッケージ例となり、実施を保証するものではありません。
※予算やメディア側の状況により、配信できない場合もございます。

インタラクティブ動画広告配信事例

■ 広告主
大手酒造メーカー

■ ターゲット
情報感度の高い20代後半～30代女性



■ 目標KPI： インタラクション率：10.0%
実績値： インタラクション率：14.7% (+4.7%)

■ クライアント要望
ターゲットユーザーの含有率が高い女性系メディアに対して
動画広告によるイベント訴求を行いたい。

PMP配信メディア

配信先メディア一例

Oggi

モデルプレス
modelpress
mdpr.jp

ROOMIE

Daily MORE

マイナビウーマン

◆ 配信実績

有効再生数	完全視聴率	完全視聴単価	インタラクション率	クリック率	ご利用金額
370,824	6.7%	¥34	14.7%	0.37%	¥1,150,000