

各 位

2012年12月12日
株式会社博報堂DYホールディングス

「博報堂DYグループ・ショッパーマーケティングセンター」を設置

ショッパーマーケティングの強化をグループで推進
各社の知識と情報を横断型組織に集約

株式会社博報堂DYホールディングス(東京都港区、代表取締役社長:戸田裕一)は、生活者の購買情報を活用したショッパーマーケティング^{※1}の強化を目的に、博報堂DYグループ横断型の組織「博報堂DYグループ・ショッパーマーケティングセンター」を設置し、活動を開始いたしますので、以下の通りお知らせいたします。

1. 設置の目的

生活者の買物行動は年々複雑化・多様化しています。買物をする生活者(=ショッパー)の行動や購買情報を分析し、店頭でのコミュニケーションや各種マーケティング活動に活用するショッパーマーケティングの重要性はますます高まっています。

当社グループでは従来から、買物する生活者の行動や意識の調査・分析に取り組んできました。その上で、生活者の購買行動を創り出すマーケティング、コミュニケーションを設計・実行してまいりました。すでに当該領域においては、複数の会社や組織(中核広告事業会社である博報堂、大広、読売広告社のプロモーション関連組織、各社の専門子会社等)が、それぞれ独自にサービス開発や研究活動を行っております。

このたび、それら各社が持つ知識と情報を集約し、新たなグループ横断型組織として「博報堂DYグループ・ショッパーマーケティングセンター」を設置いたします。今後はグループ各社が一丸となって、生活者の購買情報を活用した新たなショッパーマーケティング手法の研究開発を強力に推進してまいります。

なお、今回の新組織設立は、博報堂DYグループ「中期経営企画」のコア・エンジンである「マーケティング・テクノロジー」と、重点戦略領域である「マーケティング/プロモーション領域」の強化に資する戦略の一環として位置付けるものです。

^{※1}ショッパーマーケティング:買物をする生活者(=ショッパー)の行動を理解することでニーズや心理を探り、それをもとに購買決定に導くための店舗内コミュニケーションをはじめとした様々なマーケティング活動の計画と実行を行うこと。

2. 組織概要

名 称:「博報堂DYグループ・ショッパーマーケティングセンター」

センター長:中谷 吉孝

(博報堂DYホールディングス マーケティング・テクノロジー・センター室長
兼 博報堂 研究開発局 局長)

人員数 :約20名(発足時)

3. 補記

当組織は、4例目の博報堂DYグループ横断型組織となります。既に活動中の横断型組織は下記の通りです。

・「博報堂DYグループ・マーケティング・テクノロジー・センター」

博報堂DYグループ中期経営計画において、戦略推進上のコア・エンジンと規定した“マーケティング・テクノロジー”機能の強化を担う専門組織。当社グループ総体で取り組むべき戦略の策定、次世代の競争基盤となるナレッジの開発・整備を行う。

・「博報堂DYグループ・スマートデバイス・ビジネスセンター」

スマートフォンやタブレット PC を活用した、新しい広告手法やサービスの開発といったマーケティングソリューションを提案する、博報堂DYグループ横断の組織。中核事業会社4社(博報堂、大広、読売広告社、博報堂DYメディアパートナーズ)だけでなく、デジタル・アドバイジング・コンソーシアム、博報堂アイ・スタジオを始めとしたグループ各社のそれぞれの動きや情報を一括集約し、スマートデバイス領域の新たな広告手法や効果的なマーケティング手法の開発を推進している。

・「博報堂DYグループ・ソーシャルメディア・マーケティングセンター」

ソーシャルメディアを活用したクライアントへのソリューション提供の取り組みや新サービスの開発を行う博報堂DYグループ横断型の組織。中核事業会社4社だけでなく、デジタル・アドバイジング・コンソーシアム、博報堂アイ・スタジオを始めとしたグループ各社それぞれの動きや情報を一括集約し、ソーシャルメディアに関連するビジネス/サービス開発をグループ一体で推進している。

* 本件に関する広報お問い合わせ先

博報堂DYホールディングス グループ広報・IR室 藤井・山野(TEL:03-6441-9062)