



## 各ネット広告媒体を横断管理することで 導入後 3 カ月で 15.3% の Web 広告配信の無駄打ち削減に寄与



### Challenge

- ・ Web 広告によるローン商品獲得効率の向上
- ・ マーケティングタグの整理、統合、管理
- ・ プライバシー規制対応（改正個人情報保護法への対応）



### Solution

- ・ データ収集&統合&活用クラウド基盤「ティーリアム カスタマーデータハブ」の導入
- ・ Tealium iQ（タグマネージャー）によるタグの一元管理、プライバシー規制に準拠した同意管理
- ・ Tealium AudienceStream（データ基盤）のバッチ機能を活用した Web 広告配信の最適化



### Results

- ・ ネット広告媒体を横断で管理することで、導入から 3 カ月で Web 広告費を 15.3% 抑制
- ・ 煩雑化していた広告タグの見直しを進め、2022 年 3 月までにタグ管理を一元化
- ・ Web サイトの利便性に影響を与えることなく Cookie（クッキー）同意管理機能を実装

「健全、協創、地域と共に」を理念に、総合金融サービスを提供する株式会社常陽銀行。非対面取引サービスの拡充に向けて、Web 契約可能な商品拡充に加え、Web 広告獲得効率の向上、マーケティングタグの整備、プライバシー規制対応などを目的にデータ収集&統合&活用クラウド基盤の「ティーリアム カスタマーデータハブ」を導入した。



ティーリアムの導入で、2つの観点で新たな価値を得ることができました。足元では15.3%の広告コストを抑制し、経営に貢献できたことが1つ。将来の観点では、営業戦略と紐付けた形で改正個人情報保護法への対応が実現し、守りと攻めの両輪を確立できたことは経営に大きなメリットをもたらしました

丸岡 政貴 氏

株式会社常陽銀行 ダイレクト営業部 企画グループ 次長

## 非対面取引サービスで3つの課題が浮上

常陽銀行は茨城県水戸市に本店を置き、2016年10月には足利銀行と経営統合して持株会社「めぶきフィナンシャルグループ」の傘下となった。

ITサービス・データの利活用は、重要な経営テーマの1つで、同行でも非対面取引サービスの拡充に取り組んでいる。ダイレクト営業部 企画グループ 次長の丸岡政貴氏は「マイカーローンのWeb 契約率は、2020年度で95%に達し、2021年3月にリリースした新バンキングアプリも、開始から7カ月で足利銀行と併せて50万ダウンロードを超えています」と語る。

非対面取引のサービス営業では、リスティング、リターゲティング、ディスプレイ広告など、Web 広告を活用したさまざまな集客活動を展開しているが、非対面チャネル推進の中で大きく3つの課題を抱えていた。

### ●課題1 Web 広告によるローン商品獲得効率の向上

Web 広告は強力な媒体である一方、申込みの可能性が低い訪問者に広告を出し過ぎると、ブランドイメージを毀損しかねない。最適な顧客体験を実現するためには、訴求頻度や表示回数を考慮し、適度な距離感を保つことが必要となる。

ビジネス面で見てもWeb 広告はクリック課金(成果報酬型)が多く、申込み行動と因果関係がないシーンで何度もクリックされると広告効率は悪化する。「広告の無駄打ち」をなくすためには、必要最低限のクリック数でCV(申込み)を獲得できるような工夫を施す必要があった。

### ●課題2 マーケティングタグの管理・整理

非対面マーケティングの実施にあたり、同行はWeb サイトにさまざまなタグを設置してきた。タグは、施策に関与する担当者や広告代理店がタグマネージャー、HTML 直貼りで独自に設置していたため管理できずに自ずとタグが増えてしまっていた。ソースコードを見ただけでは広告や分析ツールに及ぼす影響が把握しにくく、削除するにも影響範囲を確認する負担が大きい。タグを放置したままではWeb サイトの読み込みスピードが低下する恐れもあり、管理効率の向上が課題となっていた。

### ●課題3 プライバシー規制(改正個人情報保護法)への対応

Web サイト利用時のユーザーのプライバシーを守る改正個人情報保護法が2022年4月から全面施行され、今後はCookie 利用の規制及び同意取得が段階的に強化される。

これに伴い、ユーザーへのプライバシーポリシーの理解を促しつつCookie を用いたマーケティングの実施において、同意を取得しておく必要が生じた。

## 媒体をまたいで管理できる Web 広告配信制御の機能を評価

上記 3 つの課題解決に向けて同行は数社の関連ソリューションを調査し、その中から「ティーリアム カスタマーデータハブ」を採用した。

「一番の決め手は、広告の無駄打ちを防ぐ機能が同行の課題に合致したことです。他社製品では媒体をまたいで管理することができませんでしたが、Tealium AudienceStream では、バッジ機能により媒体を横断した総クリック回数基準で上限を設定することができます。また、申込み済のユーザーを識別し、1 人ひとりのステータスに応じて、リアルタイムに広告配信をコントロールすることができます。これらにより、大きな負荷をかけることなく広告効率の向上が期待できると判断しました」(丸岡氏)

タグ管理においては、Tealium iQ タグマネージャーにてタグの稼働と停止を一括で管理することができる。プライバシー規制に対しても、タグマネージャーの標準機能で Cookie の同意管理機能を装備しており、将来的な法改正にも柔軟な対応ができる。

「当初は、Web 広告獲得効率の向上でティーリアムの採用を検討していましたが、話を聞いていくと課題 2 と 3 も同時に解決できることがわかり、結果として一石三鳥となりました」(丸岡氏)

ティーリアムの採用決定後、3 カ月後の 2021 年 6 月から利用を開始し、以下のような成果を得ている。

### ●施策 1 Web 広告によるローン商品獲得効率の向上

通年でニーズがあるマイカーローンの Web 広告において、同行 Web サイトへの流入回数 (= 広告クリック数) を最適化した。Tealium AudienceStream では、ユーザー単位の流入状況を媒体横断でリアルタイムに判別し、最適な表示回数に制御できる。例えば、通常なら 1 媒体あたり広告クリック数を 5 回までと制限しても、3 媒体あれば最大 15 回の広告経由の訪問となるが、ティーリアムなら 3 媒体全体で 5 回までと制限ができる。

同行では流入上位の Google と Yahoo! の 2 つの広告媒体に対して最適化を実施した結果、導入から 3 カ月で Web 広告費を 15.3%抑制することができた。ダイレクト営業部 企画グループ 主任調査役の市川友英氏は「これにより申込の可能性の低いユーザーに対する過剰な広告表示が減り、獲得効率向上とともに不快な思いをさせるリスクも軽減できました」と語る。

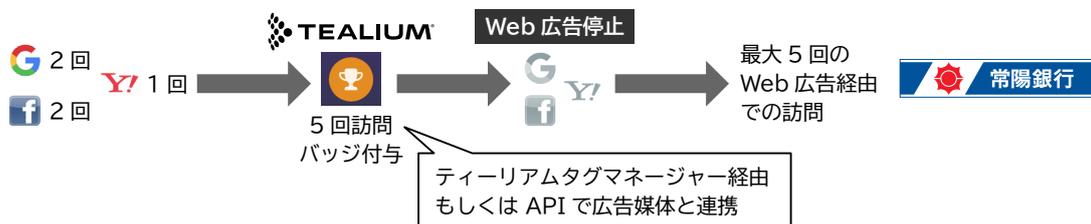
#### 【導入前 / 媒体ごとの最適化】

ユーザー 1 人が自行 Web サイトへ流入する回数を 5 回に制限しても、媒体横断で最大 15 回接触



#### 【導入後 / 媒体横断での最適化】

ユーザー 1 人の自行 Web サイトへの流入回数を媒体横断で 5 回に制限



### ●施策 2 マーケティングタグの管理・整理

タグマネジメントを Tealium iQ に統合すると並行して既存のタグを整理した結果、これまで約 150 本あったタグが 40 本程度まで削減された。現時点で Tealium iQ で管理しているタグは 6 本だが、2022 年 3 月までにタグの挙動チェックをしながら広告タグを移行する予定だ。

「タグの整理は、代理店や過去の施策担当者に聞きながら精査し、地道に進めていきました。タグマネージャーの一本化で今後の運用管理はかなり楽になり、無駄なタグの増加も抑制できると期待しています」(市川氏)

【導入前】 Web サイトに設置されている HTML タグが管理されていない

Web サイト **常陽銀行**

HTML タグ

- ・約 150 本の殆ど利用されていないタグが設置
- ・過去担当者、代理店設置のタグの利用状況が不明
- ・Web サイト読み込み速度、セキュリティへの懸念

各 HTML タグのサービス

【導入後】 ティーリアムタグマネージャーで利用するタグのみを整理 & 管理

Web サイト **常陽銀行**

タグマネージャーによる管理

- ・約 40 本の利用されているタグのみを洗い出し
- ・ティリアムのタグマネージャーに利用するタグを移行
- ・タグマネージャーの同意管理機能も利用

各 HTML タグのサービス

### ●施策 3 プライバシー規制（改正個人情報保護法）への対応

まずはマイカーローンのページから同意画面の表示を実施した。開始から 6 カ月が経った現在も、ユーザーから同意画面に関する苦情や問い合わせはなく、サイトの利用やローンの申込みなどの営業業務に影響は出ていないという。

「おそらく、同意取得に対して世の中の理解が進んでいることが要因かと想像しています。今後、他のローンページでも状況に応じて同意画面の表示を考えていきます」（丸岡氏）

常陽銀行 MEBUKI

個人のお客様 法人のお客様 常陽銀行について 採用情報

商品・サービス 店舗・ATM・来店予約 来店不要お手続き 金利・手数料 各種お問い合わせ 利用履歴 ログイン

常陽マイカーローン「JOYO車」

常陽銀行 マイカーローン

お申込み

同意して閉じる

第一段階として同意画面のみを表示

### 操作性の高さとティリアムのサポート体制を高く評価

現在、ティリアム カスタマーデータハブをメインで利用している市川氏は、操作性の高さとサポート体制を高く評価し、次のように語る。

「外資系のツールでありながら、日本人にもわかりやすく、ストレスを感じることはありません。設定で困った時もティリアムの担当者のみなさまが丁寧にに対応していただけていますし、隔週のミーティングでこまめにコミュニケーションを取っています。タグの移行時には設定画面のキャプチャが入ったマニュアルを提供いただき、作業もスムーズに進みました」

ビジネス面での貢献も大きく、さまざまな課題解決により、同行のデジタルマーケティング施策が大きく前進した。

### ユーザー単位の属性をリアルタイムに収集しながら施策を拡大

当面の課題解決が見えてきた同行だが、今後はデジタルマーケティング基盤としての利用価値を高める取り組みを進めていく考えだ。具体的には、Tealium AudienceStream のバッジ機能を利用して、ユーザー 1 人ひとりの属性をリアルタイムに更新しながら Web 広告を最適化する施策の追加や Web サイトと同行保有データを連携させた施策の実施、バナー配信の強化だ。

市川氏は「一般的に銀行のローン商品はわかりづらいため、詳細な情報を伝えることでお客様の理解を深め、成約に繋げていくことが目標です。その前段階のニーズ発掘において、ティリアムを積極的に活用していきます」と語る。丸岡氏も「ティリアムのサービスはポテンシャルが高く、これらの機能を十分使いこなせるようになりたいと思います。そのためにも、さらなる支援をお願いします」と期待を寄せている。