

会員限定

2020年12月度合同研究会

金融マーケティング研究会

金融システム研究会

2020年12月1日～14日

金融機関における、 DX時代にとるべき広告戦略とは？

Vol. 1 金融業界の広告戦略の現状と、広告マーケットの概況

Vol. 2 新たなテクノロジーを駆使した広告戦略のあり方、未来像

講師：前田 雄大

株式会社矢動丸プロジェクト 取締役副社長

テレビ番組「賢者の選択」プロデューサー

 金財情報システム 研究会事務局

CONTENTS

目次

金融機関における DX 時代にとるべき広告戦略とは？

第 1 部	4
Slide 2 講師紹介.....	4
Slide 3 矢動丸プロジェクトについて	6
Slide 4 担当プロジェクト事例	6
Slide 5 担当プロジェクト事例	8
Slide 6 担当プロジェクト事例	8
Slide 7 担当プロジェクト事例	10
Slide 8 テレビ番組「賢者の選択」.....	10
Slide 9 テレビ番組「賢者の選択」過去出演企業	12
Slide 10 テレビ番組「この国の行く末」	12
Slide 11 その他プロデュース番組	14
Slide 12 経営者コミュニティ「賢者の選択リーダーズ倶楽部」.....	14
Slide 13 【賢者の選択リーダーズ倶楽部】日本アントレプレナー大賞	16
広告業界の概況.....	16
Slide 15 広告市場の現状	18
Slide 16 広告市場の現状 - 「コロナ禍」影響は？	18
Slide 17 広告市場の現状 - 媒体別の推移	20
Slide 18 「オフライン」と「オンライン」.....	20
Slide 19 「広告 3.0」へ	22
Slide 20 「広告における DX」とは.....	22
Slide 21 データ活用例	24
Slide 22 各種データの広告活用	24
Slide 23 各種データの広告活用	26
Slide 24 広告における、各種データの取り扱いについて	26
Slide 25 広告本来の社会的意義	28

金融業界における広告戦略について	28
Slide 27 キーワード	30
Slide 28 非対面での営業 - 事例	30
Slide 29 新しい店舗の在り方 - 来店数の減少	32
Slide 30 新しい店舗の在り方 - 事例	32
Slide 31 「相続」を例にとると、	34
Slide 32 親世代とのコミュニケーション	34
Slide 33 金融業界のオフライン施策 / 広告	36
Slide 34 金融業界のオフライン施策 / PR	36
Slide 35 金融業界のオフライン施策 / マーケティング	38
Slide 36 子世代とのコミュニケーション	38
Slide 37 金融業界のオンライン施策 / 広告	40
Slide 38 金融業界のオンライン施策 / マーケティング	40
Slide 39 異なる層へのコミュニケーション戦略	42
Slide 40 オンライン or オフライン?	42
Slide 41 オフラインとオンラインの最適化	44
Slide 42 ブランディング・ポートフォリオ	44
第 2 部	46
これからの広告業界のソリューション	46
Slide 44 事例① マゼラン	46
Slide 45 事例② ノバセル	48
Slide 46 事例③ ArrowZ	48
Slide 47 ArrowZ コンセプト - 実現する「未来」	50
Slide 48 3 つのサービスの共通点	52
この先 / 金融業界のデータ活用におけるキーワード	52
Slide 50 新たなデータ活用：予測から喚起へ（オウンドメディア / 行動データ）	52
Slide 51 新たなデータ活用：より高度なデータ流通・販売の実現へ	54
Slide 52 新たなデータ活用：位置情報（エリアド）	54
Slide 53 新たなデータ活用：位置情報（海外での活用事例）	56
Slide 54 テクノロジーの進化と本質	56

Slide 55	3つのサービスの共通点	58
Slide 56	(vol.1より)「相続」を例にとると、、、	58
Slide 57	オンオフ統合型の広告イメージ	60
Slide 58	「施策」自体の事例はすでに見られるが、、、	60
Slide 59	「高度なデータ活用」が誰でも可能に	62
Slide 60	広告の実行プロセス	62
Slide 61	属人的なノウハウの必要性	64
Slide 62	広告シミュレーションの限界と可能性	64
Slide 63	クリエイティブについて	66
Slide 64	外部リソースの活用	68
Slide 65	「オンオフ統合」に必要な要素	68
Slide 66	ArrowZ β版サイトについて	70

第 1 部

皆さん、こんにちは。

株式会社矢動丸プロジェクトの前田と申します。

本日は、金融システム研究会、金融マーケティング研究会の皆様、「金融機関における DX 時代にとるべき広告戦略とは?」というテーマにてお話をさせていただければと思っております。

Slide 2 講師紹介

まず、本題に入る前に、私自身のこと、そして私自身の会社——矢動丸プロジェクトのことを少しお話しさせていただければと思っております。

私自身は、大学を出てから数社で営業をした後に、私自身の父が創業して今で 38 期目を迎える矢動丸プロジェクトという、独立系の総合広告代理店で仕事をしております。

業務の内容は、一般的にイメージされる広告代理店という、電通さんとか博報堂さんとか、そういうところがやっていたらいいような業務を独立系としてやっております、それ以外に、テレビ番組「賢者の選択」のプロデューサーであったり、経営者のネットワークである「賢者の選択リーダーズ倶楽部」という組織を立ち上げて、事務局長等もさせていただいております。



金融機関における DX時代にとるべき 広告戦略とは？

2020年12月

株式会社矢動丸プロジェクト
前田雄大

Yadoumaru Project Confidential.

講師紹介



前田雄大（まえだ たけひろ）

株式会社矢動丸プロジェクト 取締役副社長
テレビ番組「賢者の選択」プロデューサー



【略歴】

1984年生まれ。2006年京都府立大学農学部卒業。2009年矢動丸プロジェクト入社。
創業社長の父親が経営する今年38期目を迎えた独立系広告代理店である矢動丸プロジェクトで
広告戦略立案を中心にクライアント企業へのコンサルティング業務に従事。
他に、テレビ番組プロデューサー、新規事業開発、
「賢者の選択リーダーズ倶楽部」の立ち上げ、事務局長などを歴任。
これまでに上場企業を中心に10年間で100社以上のクライアントのコミュニケーション課題を解決してきた。

Yadoumaru Project Confidential.

Slide 3 矢動丸プロジェクトについて

矢動丸プロジェクトのことをお話しさせていただきます。


私どもは主に3つの事業領域がございまして、1つ目が広告代理業。2つ目が、テレビ番組のプロデューサー。3つ目が経営者コミュニティの運営という形になっております。

総合広告代理店というのは、先ほども申しましたが、電通さんとか博報堂さんがやっていらっしゃるような業務で、私がやってきた事例を少しお話しできればと思っております。

Slide 4 担当プロジェクト事例

3つの事例をお持ちしました。

矢動丸プロジェクトについて




3つの事業領域

**総合
広告代理店**


- PLANNING AND CREATIVE
企画・制作
- MEDIA BUYING
メディアバイイング
- SALES PROMOTION
セールスプロモーション
- CONTENTS
ウェブコンテンツ

**TV番組
プロデュース**





**経営者
コミュニティ**



Yadoumaru Project Confidential.

担当プロジェクト 事例



セイコーホールディングス 様

動画を中心としたブランドコンテンツのプロデュース




YKK AP 様

テレビCMや屋外広告などのメディアバイイング




飯田グループホールディングス 様

ホールディングス化に伴うブランディング広告施策




Yadoumaru Project Confidential.

Slide 5 担当プロジェクト事例

1つ目はセイコーホールディングス様。時計のセイコーさんですね。動画を中心としたブランドのコミュニケーションというようなことを私どもでお手伝いさせてもらっておりまして、今だったらセイコータイミングチームのビデオだったり、セイコーの歴史をひもとくような映像制作、そういうところを、主にコーポレート部門の方と一緒に仕事をさせてもらって、もうこれも長くやらせていただいております。

Slide 6 担当プロジェクト事例

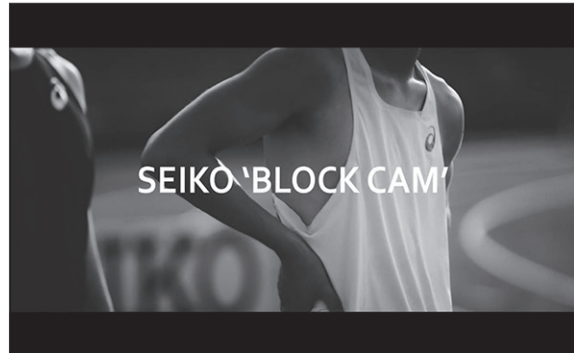
あとは、YKK AP 様。建材屋さんですね。YKKさんにおいては、例えばテレビ CM であったり、野球場の看板、屋外看板といったメディアのバイイングをやることもわれわれの大きな仕事の一つです。

この CM の制作とか、こういうのは、ほかさんもしくは YKK さん自身がやられていますけれども、こういう枠の売り買いというようなこともわれわれの仕事の領域になってまいります。

担当プロジェクト 事例



セイコーホールディングス様 動画を中心としたブランドコンテンツのプロデュース



Yadoumaru Project Confidential.

担当プロジェクト 事例



YKK AP 様 テレビCMや屋外広告などのメディアバイイング



Yadoumaru Project Confidential.

Slide 7 担当プロジェクト事例

もう一つ御紹介させていただくのは、飯田グループホールディングスさんですね。ハウスメーカーですけども、飯田グループは6社が統合して上場されてということがありまして、私どもでは、日経新聞の上で上場の広告みたいなものをやるときに、そのデザインのところから、もちろん日経新聞のバイイングというようなことをやってみたりだったりとか、あとは6社が統合してブランドをよりアピールしていくぞというところにおいて、このような象徴的なクリエイティブを制作して、これも日経新聞だったかと思えますけれども、展開させていただく。

このような形で、幅はかなり広く、私自身でいうとたぶん126社とか今まで10年ぐらいでやらせていただいていますけれども、要は、企業さんのニーズというものをいかにコミュニケーション——新聞だったりテレビだったり、もしくはポスターだったり、ちょっとしたビデオだったり、チラシかもしれない、そういうものに載せて届けるのかということを常に考えてやっているのが、私どもの仕事の広告代理業の部分です。

Slide 8 テレビ番組「賢者の選択」

続いて、TV番組のプロデュースについてお話していきます。

一つ、この「賢者の選択」という番組。これは私どもが実は制作して運営していますけれども、この番組は、2004年から毎週ずっと放送しておりまして、今で800週を超えてきたという長寿番組です。