

ライオンのオウンドメディア戦略 ～生活情報メディアLidea (リディア) 及び DMPを活用した、デジタルマーケティング革新～

ライオン株式会社 コミュニケーションデザイン部
デジタルコミュニケーション開発室 保坂 政美

<本日お話しするAgenda>

1. イントロダクション&生活者の行動・環境変化
2. ライオンのデジタルマーケティング構想
3. 生活情報メディア『Lidea』について
4. データマネジメントプラットフォーム（DMP）の構築概要
5. DMPによるデジタルマーケティング活用事例紹介
6. 直近の他社連携取り組み事例紹介
7. 今後の展望

弊社ライオンについて①：BtoC事業

今日を愛する。
LION

オーラルケア事業



ビューティケア事業



薬品事業



ファブリックケア事業



リビングケア事業



ペットケア事業



ウエルネスダイレクト事業



海外事業



今日を愛する。
LION

業務用洗淨事業（工場・ホテル・飲食店等）



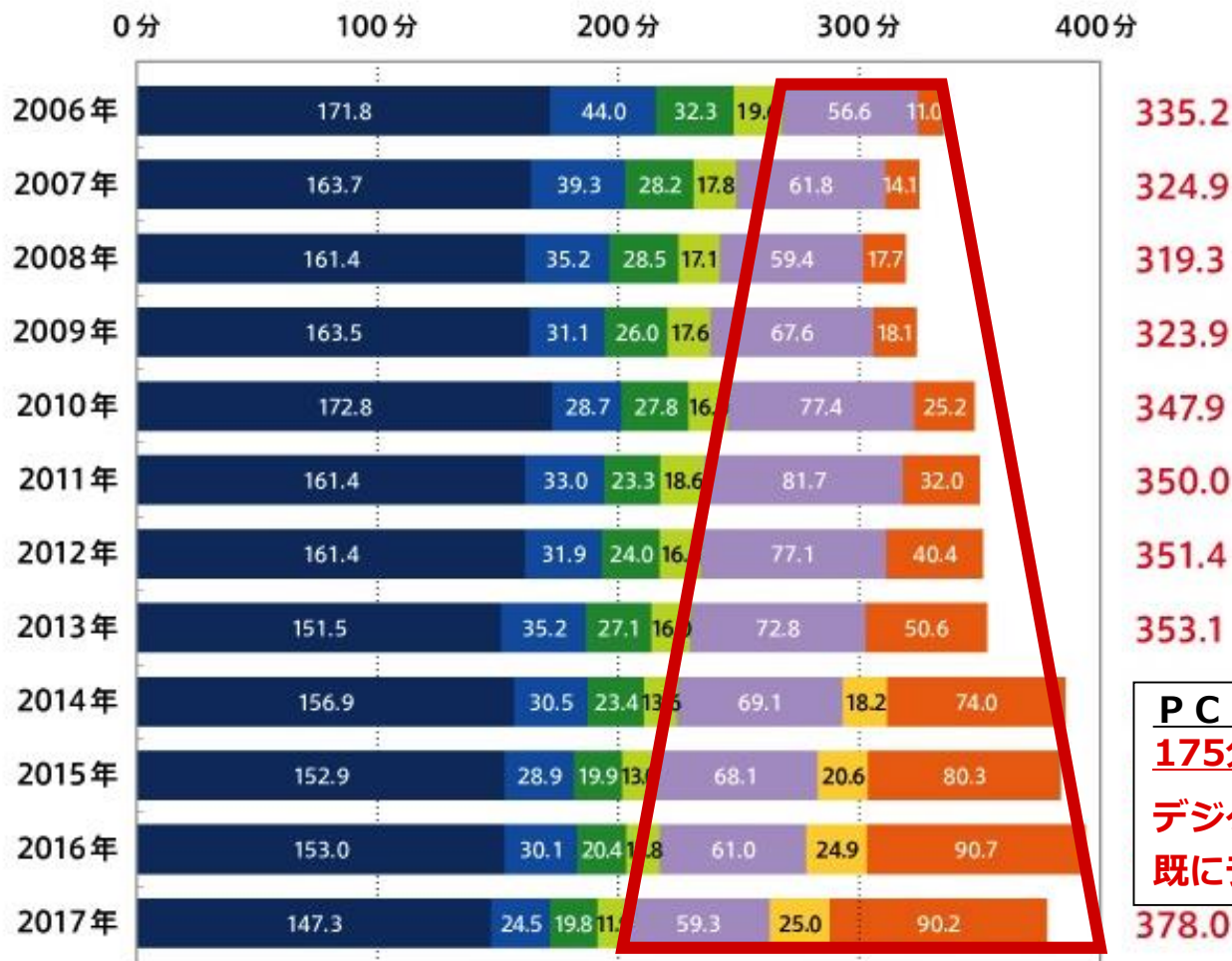
<本日お話しするAgenda>

1. イントロダクション & **生活者の行動・環境変化**
2. ライオンのデジタルマーケティング構想
3. 生活情報メディア『Lidea』について
4. データマネジメントプラットフォーム（DMP）の構築概要
5. DMPによるデジタルマーケティング活用事例紹介
6. 直近の他社連携取り組み事例紹介
7. 今後の展望

生活者の行動変化①

～1日のメディア別接触時間～

メディア接触時間の時系列推移(1日あたり：週平均)：東京地区



**PC・タブレット・スマホ計で
175分**

**デジタルデバイスの接触時間は、
既にテレビを上回っている**

出典：博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所

生活者の行動変化② ～検索とSNSの急成長～

スマートフォン消費コンテンツ

RANK	コンテンツ名	カテゴリ	利用全体
1	Yahoo!Japan	検索ポータル	48.0
2	Google	検索ポータル	41.5
3	LINE	ソーシャル	37.9
4	YouTube	動画	27.1
5	Facebook	ソーシャル	22.4
6	Twitter	ソーシャル	20.3
7	楽天市場	通販	15.5
8	ウェザーニュース	天気	14.1
9	日本テレビ	テレビ	13.5
10	フジテレビ	テレビ	13.5
11	Amazon.co.jp	通販	13.2
12	TBS	テレビ	12.9
13	tv asahi	テレビ	11.3
14	乗換案内	交通	10.0
15	COOKPAD	料理	9.9
16	Tポイント/Tサイト	ポイント	9.6
17	Wikipedia	情報	9.3
18	ニコニコ動画/生放送	動画	8.6
19	Ameba	ブログ	8.3
20	TV TOKYO	テレビ	8.0

検索サイトは、変わらず強い

SNSの利用度は急速に高まっている
⇒ソーシャルで支持・シェアされた企業
サイトが、より広く深く閲覧される

より多くの生活者にサイト来訪頂くためには、検索サイト・SNS双方から流入出来るような構成や導線設計が必要

疑問（知りたいこと）は検索サイト、
シェア（伝えたいこと）はSNSで

ちなみに、弊社オウンドメディアへの
スマホデバイス比率は既に70%超！

出典：ビデオリサーチインタラクティブ スマコンVol.6より 週1回以上利用 N=46395

<本日お話しするAgenda>

1. イントロダクション&生活者の行動・環境変化
- 2. ライオンのデジタルマーケティング構想**
3. 生活情報メディア『Lidea』について
4. データマネジメントプラットフォーム（DMP）の構築概要
5. DMPによるデジタルマーケティング活用事例紹介
6. 直近の他社連携取り組み事例紹介
7. 今後の展望

デジタルマーケティング全体構想

本日お話しする中心

①オウンド(自社)メディアの再構築

- ◇新生活情報メディアLidea運営・管理
- ◇コーポレートサイト改善(含グループ関係会社)
- ◇各ブランドサイト構築・改善
- ◇スマートフォン用アプリの開発・提供

②アード(評判を得る)メディアの活用

- ◇SNS公式アカウントやWEB動画運用
- ◇ソーシャルメディアでのトレンド把握・分析
- ◇炎上監視(SNS・2ch・ECクチコミ・掲示板)

⑤データマネジメントプラットフォーム(DMP)構築

- ◇様々なオンライン・オフラインデータを収集・統合
- ◇マーケティング必要情報をリアルタイムに可視化
- ◇将来は営業企画提案や意思決定に活用

③ペイド(有償)メディアの運用

- ◇Web広告(バナー・リスティング)案の企画・出稿
- ◇広告効果の分析(ターゲット・CP・費用配分)
- ◇次なるプロモーション施策へのPDCA展開

④社外パートナーとの取り組み連携

- ◇自社コンテンツ配信
- ◇データ活用
- ◇メディア相互活用

弊社生活情報サイトの従前課題

1. 自社コンテンツが多サイトに散在・重複し
閲覧者が見ずらい、回遊しにくい構造
2. 生活者とのコミュニケーションの場が
少なく、一方通行かつ不活性。
3. 生活者の閲覧環境変化への対応が不足。
(スマートフォン、タブレット)
4. マーケティングや事業に貢献できる、データ取得・活用が不十分。



上記課題をクリア出来る、新たな生活情報サイトの立ち上げ

<本日お話しするAgenda>

1. イントロダクション&生活者の行動・環境変化
2. ライオンのデジタルマーケティング構想
- 3. 生活情報メディア『Lidea』について**
4. データマネジメントプラットフォーム（DMP）の構築概要
5. DMPによるデジタルマーケティング活用事例紹介
6. 直近の他社連携取り組み事例紹介
7. 今後の展望

新生活情報メディアロゴ&コンセプト

今日を愛する。
LION

The logo for 'Lidea' is written in a green, cursive script. Above the letter 'i' is a small graphic consisting of three overlapping circles in light blue, pink, and yellow.

くらしとココロに、彩りを。

(**LION**+*idea*)

暮らしとココロを彩るidea (=知恵や情報) を、当社が提案し
生活者と共有していけるような、情報メディアを目指したい

1) その道のプロ（4分野8名のマイスター）が監修する、生活情報

- ◇悩み解決コンテンツ(基本情報)
- ◇生活インタコンテンツ(いろどりPJT)
- ◇洗濯・リビングケア・オーラルケア・ヘルスケア



2) 会員制サイト(非会員でも、コンテンツ閲覧は可能)

- ・ 深層心理診断やお気に入り記事クリップ等の独自機能
- ・ 記事へのコメント投稿、マイスターへの質問、コンテンツへのエントリー
- ・ 各種キャンペーンやリアルイベントへの参加



3) 高度なレコメンド機能

- ・ サイト閲覧履歴や属性（ex.性別・年齢・家族構成）等のデータを蓄積・統合⇒1ユーザー毎にお薦め記事を自動表示

4) スマートフォンファーストのデザイン・使い勝手

5) リアルイベント連動コンテンツの展開

歯とお口の健康チェック～歯周病～



山根 正徳 山根 正徳 山根 正徳

2015年12月23日

歯周病 歯周病



オーラルケア91本



歯周病の予防をチェック

歯周病は痛みなどの自覚症状が少なく、気づかない間に進行することが多い病気です。そのため気づいたときには、悪化が進行してしまっている場合があります。歯周病の口の中をチェックするポイントを、自分の口の状態をチェックしてみましょう。

下の歯肉のチェックポイントについて、自分の口の状態をチェックしてみましょう。

「かかとのガサガサ」はパンプスが原因!?予防と対策



山根 正徳 山根 正徳 山根 正徳

2015年12月18日

パンプス パンプス パンプス



健康・美容142本



「かかとのガサガサ」になる原因は？

外装の靴履とともに、靴の靴底を穿き、履き足は保護されて、「かかとの乾燥」を防いでいるはずですが、かかとが乾燥し、かさがきになるとストッキングが引っ張られてしまったり、足が下がってしまったり。なぜ、かかとが乾燥してかさがきになりやすいのかを解説しましょう。

子育てのアイデア



子どもの仕上げ磨きのコツや、家事のお手伝い、受験シーズンに向けた健康情報など、子育てに役立つ情報を各分野の暮らしのマイスターが発信します。

子育て・インタ×154本

新着 くらしのアイデア



学校歯科健診と歯科医院の検査は違うの？子どもに必要な「予防歯科」

2016年08月24日

歯科医院では治療だけでなく、予防のケアを受けることができます。歯科医院でのプロケアとご家庭でのセルフケアの両方で、お口のトラブルが起きる前の「予防歯科」をお子さんと実践しましょう。

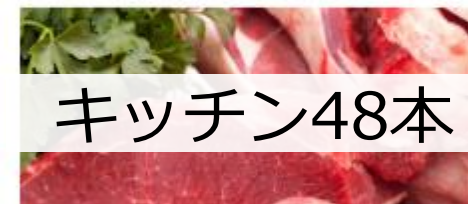
あなたの保存方法は合っていますか？「肉」の正しい「冷蔵・冷凍保存方法」



山根 正徳 山根 正徳 山根 正徳

2014年10月28日

冷蔵 冷蔵 冷蔵



キッチン48本

覚えておきたい肉の「冷蔵保存の順番」

まとめ買いをした時や、調理時間の短縮のために覚えておきたい「肉の正しい保存方法」。新鮮さと味を保つため、購入後は鮮度の高い肉を並び、購入後すぐに「冷蔵保存」しましょう。まずは、肉をいかに保つための「冷蔵保存の順番」についてご紹介いたします。「鶏肉→豚肉→牛肉」の順に保存期間が短いので、覚えておきましょう。また、すでに食べたい分は、購入後に「冷蔵保存」をしましょう。

「ストール」「マフラー」の簡単お手入れ！小物も清潔に香らせる！



山根 正徳 山根 正徳 山根 正徳

2015年11月10日

洗濯 洗濯 洗濯



洗濯 158本

10分手洗いでチャレンジ！意外に汚れている「ストール」「マフラー」

クリスマスやバレンタインなど、特別なイベントが目の肥えた季節。おしゃれにも清潔感を保つため、ストールやマフラーの洗濯は、意外に汚れている「ストール」「マフラー」の洗濯方法を紹介します。

たった15分で家の印象をランクアップ！突然の来客を迎える「おもてなし掃除」の3つのポイント



山根 正徳 山根 正徳 山根 正徳

2015年12月22日

掃除 掃除 掃除



掃除 71本

お客様の「目にとまりやすい場所」をおさえて家の印象をワンランクアップ！

「近くに来たから今から行かぬ」と突然来客が訪ねてくることに、「驚愕」した

- 記事は**スペシャリストである「暮らしのマイスター」が中心となって監修**
(情報に対する信頼性を担保)

PC

ユーザーレコメンドエリア

繰り返してできる大人ニキビ「ニキビスパイラル」を断ち切るためのケア

美肌に敏感なアラサー層向け

LION ヘルスケアマイスター
山岸 理恵子 やまぎし りえこ

健康・美容 2014年10月20日

ニキビ

繰り返してできる「大人ニキビ」に手こずっていませんか？ そんな大人ニキビの原因の1つは、日頃のストレスなどで、肌のターンオーバーのリズムが崩れてしまい、角層が厚くなって毛穴が詰まりやすい状態になっていることです。

そのような肌の状態では、再び毛穴が詰まり、ニキビが再発するという悪循環「ニキビスパイラル」に陥ってしまいます。そんな「ニキビスパイラル」を断ち切るには、からだの「内側」と「外側」からのケアが大切です。具体的にどのようなケアが効果的かご紹介していきます。

キッチン 2014年07月22日

皆さんはデンタルリンスを使っていますか？ライオンの「デンタルリンス」を使っている人は4人に1人しかいません。デンタルリンスは液体なので、

花粉 特集

洗濯・掃除を組み合わせる

スマホ

検索する

暮らしのアイデア みんなのハテナ いろいろプロジェクト

お洗濯 お掃除

キッチン 歯とお口のケア

健康・美容 子育て

旬のアイデアまとめ

お出かけ前の朝のちょこっとお掃除

プレゼントキャンペーン

注目記事

花粉 特集

会員登録すると、便利な情報と機能を利用できます

新規登録

<本日お話しするAgenda>

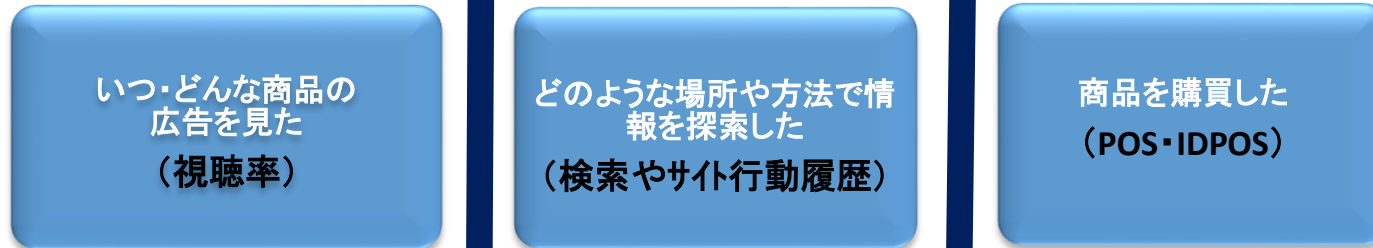
1. イントロダクション&生活者の行動・環境変化
2. ライオンのデジタルマーケティング構想
3. 生活情報メディア『Lidea』について
- 4. データマネジメントプラットフォーム（DMP）の構築概要**
5. DMPによるデジタルマーケティング活用事例紹介
6. 直近の他社連携取り組み事例紹介
7. 今後の展望

DMP(データマネジメントプラットフォーム)概要①：目的

今日を愛する。

LION

今までは…



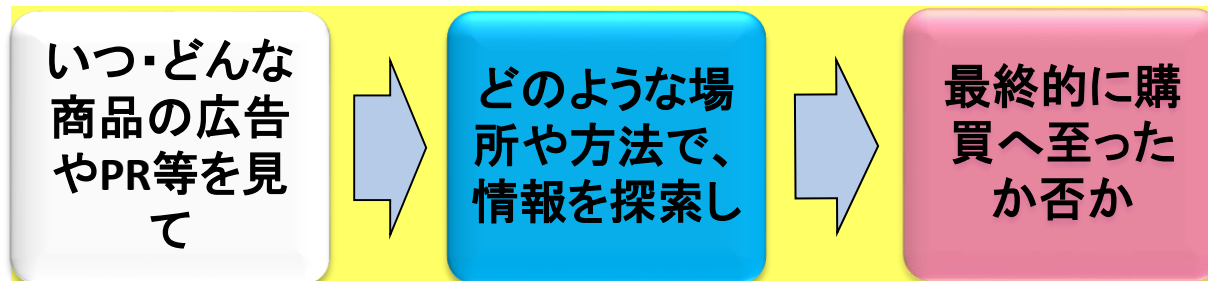
個々のデータはあるものの、データ同士は分断されており、
相関や影響度・効果がブラックボックス

これからは…



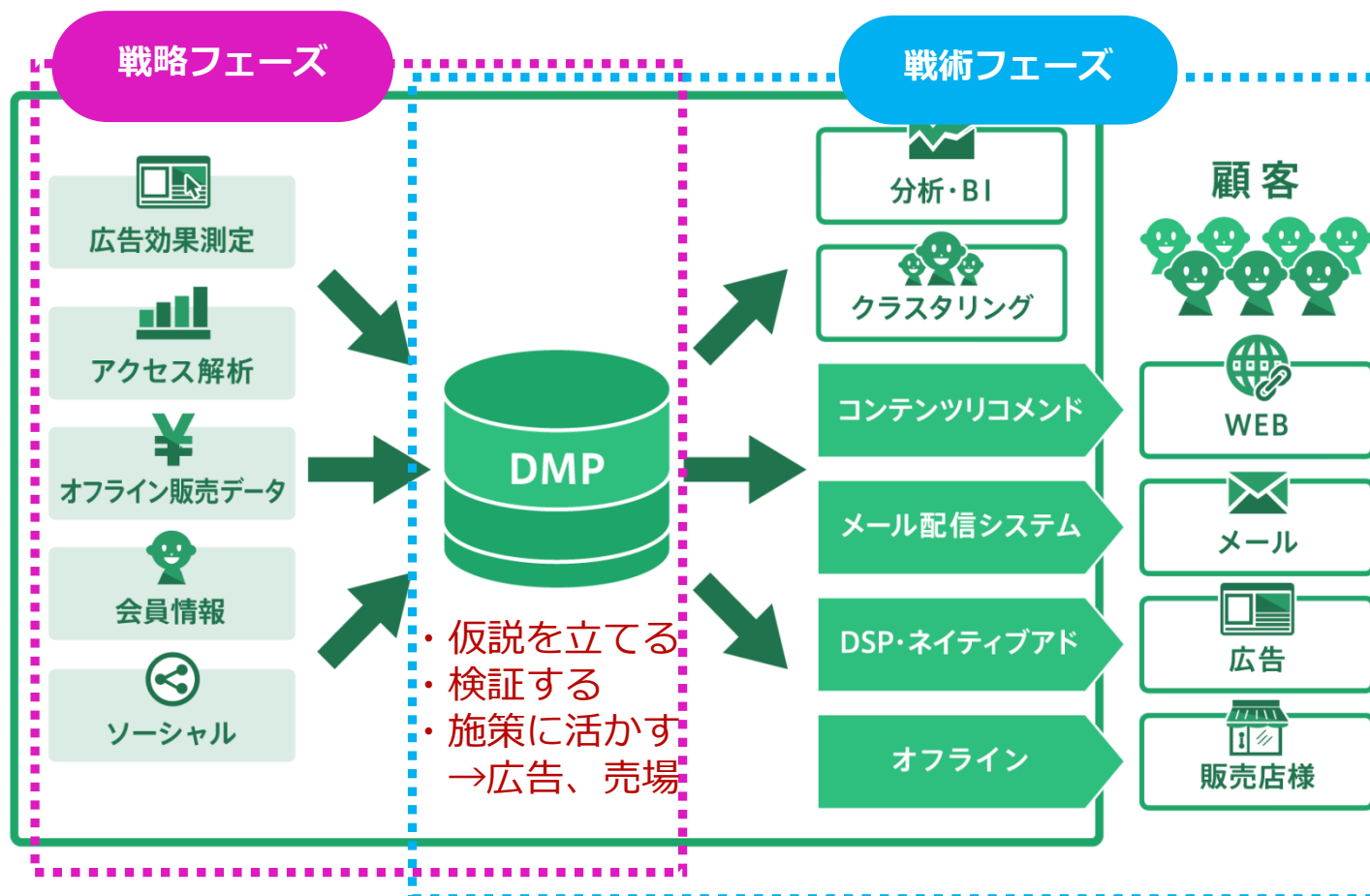
データマネジメントプラットフォーム (DMP)

自社データ：サイト来訪履歴・広告配信／**第三者データ：属性・ID・他サイト閲覧・購買履歴等など**



マーケティング施策のPDCA精度を高めて、**事業KGIの達成に繋げたい**

DMP構築概要②：戦略と戦術概念図



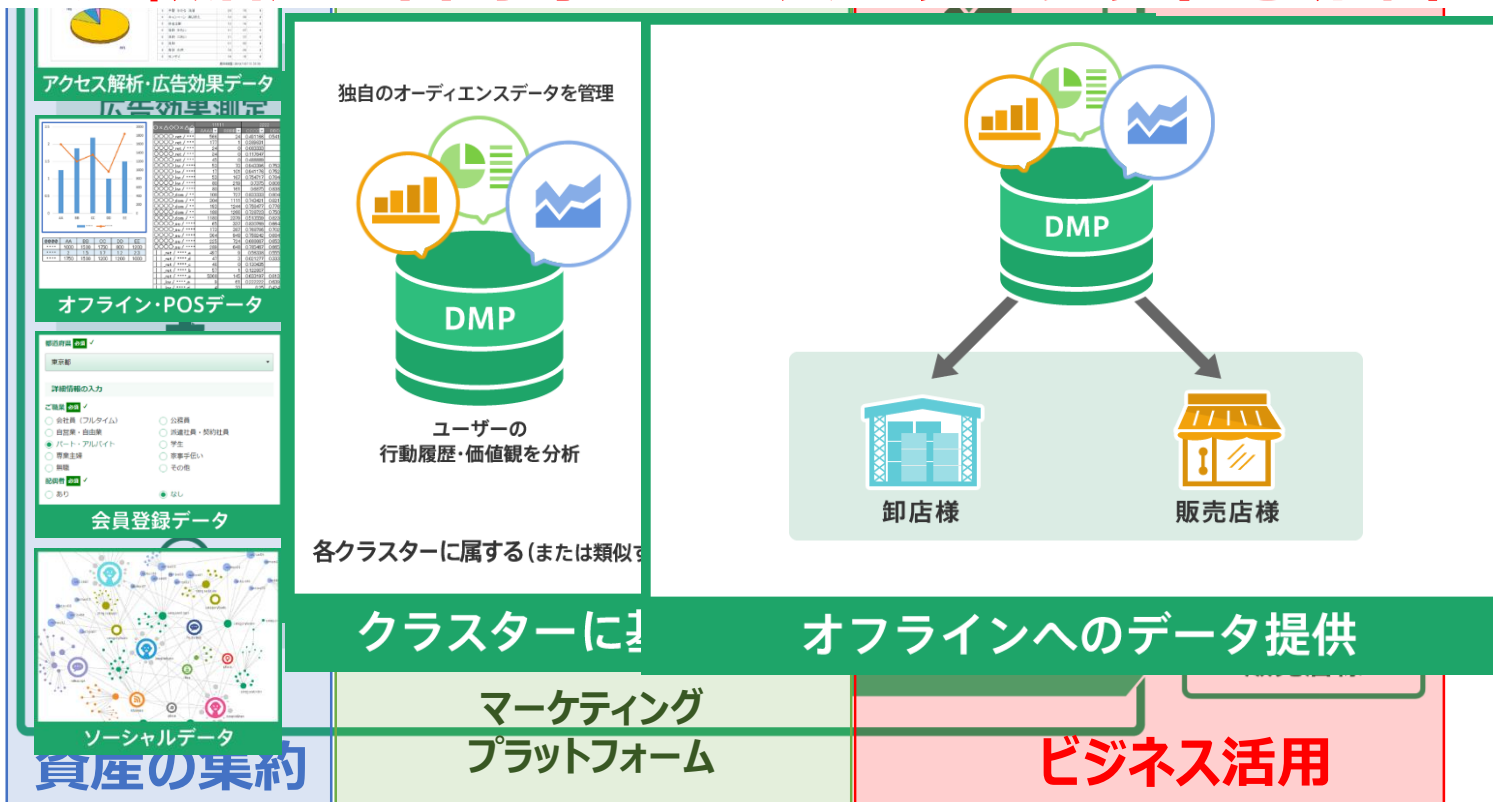
戦略フェーズ：データ取り込み・分析・仮説立て

戦術フェーズ：マーケティング施策へPDCA展開

DMP概要③：広告配信と流通先連携

資産の集約：全社横断のデータ収集・因果相関分析

ビジネス活用：目的毎のニーズ・ターゲットを明確化



**データ分析によって得られた知見や仮説は、
流通先にも提供し、協働で販促活用**

<本日お話しするAgenda>

1. イントロダクション&生活者の行動・環境変化
2. ライオンのデジタルマーケティング構想
3. 生活情報メディア『Lidea』について
4. データマネジメントプラットフォーム（DMP）の構築概要
- 5. DMPによるデジタルマーケティング活用事例紹介**
6. 直近の他社連携取り組み事例紹介
7. 今後の展望

DMPのデジタルマーケティング活用事例紹介①

今日を愛する。
LION

おしゃれ着用洗剤アクロン×Lidea



Lidea
くらしとココロに、彩りを。

検索流入ワードランキングから夏需要に着目

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
1	ダウン	ベスト	ダウン	ダウン	洗剤	浴衣	浴衣	浴衣	ダウン	ダウン	ダウン	ダウン
2	ダウンジャケット	服	コート	コート	レーヨン	ズボン	帽子	水着	コート	セーター	セーター	セーター
3	ジャケット	絵	ジャケット	洗剤	麻	水着	使い方	スーツ	ジャケット	ジャケット	コート	ダウンジャケット
	セーター	制服	ダウンジャケット	ダウンコート	帽子	ポリウレタン	ワンピース	シャツ	カーディガン	ダウンジャケット	ダウンジャケット	ダウンコート
	ニット	水着	ダウンコート	ジャケット	毛	絵	麻	表示	セーター	コート	ジャケット	マフラー

2月は殆ど全てのワードが落ちるため、アイテム、素材、悩み軸がはっきりしない傾向

4～5月、単純に「洗剤」が伸びることからも、新生活需要が伺える。

夏の「洗える」スーツや、秋口のカーディガンなどが特徴的。

秋～春にかけて「ダウンジャケット」「ダウン」への関心はダントツ

夏場に需要がないと思われていたアクリロンでも、連続してニーズが高まる「浴衣」洗いを訴求したらどうか？

お洗濯方法がわからない時には…

今日を愛する。
LION

新洗濯表示にも対応！

アクロン公式アプリ

「これ洗える？」配信中！

お気に入りの洋服の洗濯表示をチェックして
お家で洗えるかチェックしちやおう！
2016年12月からの新しい表示でも検索できます

選んで判別
お洗濯
判定機能

洗い方をチェック
How to
機能

お洋服を記録
MyCloset
機能

無料アプリ
配信中！

「これ洗える？」
スマートフォンからダウンロードください。

Available on the
App Store

GET IT ON
Google play

推奨環境：iOS6.1以上/Android4.0.3以降のスマートフォン端末（一部利用できない機種があります。）
※パケット通信料はお客様負担となります。



DMPのデジタルマーケティング活用事例紹介

今日を愛する。
LION

リアル（店頭売場）では・・・

デジタル（Lidea）では・・・

The screenshot shows the Lidea app interface with a dental clinic advertisement. The ad features a woman and a child, with text in Japanese promoting dental services. The app's header includes the Lidea logo and navigation options like '暮らしのアイデア' (Life Ideas) and 'みんなのハテナ' (Everyone's Hテナ). The ad content includes a headline 'ビッグデータから発見する生活者インサイト' (Big Data Consumer Insights), a sub-headline '～関連アイテムの発見、さらに強化～' (Discovery and reinforcement of related items), and a main headline '予防歯科から生まれた クリニカ' (Clinic born from preventive dentistry). The ad also features a statistic '2人に1人が' (1 in 2 people) and a call to action '夜から始めよう' (Start tonight).

The screenshot shows the Lidea app interface with a research project advertisement. The ad features a woman and a child, with text in Japanese promoting a research project. The app's header includes the Lidea logo and navigation options like '暮らしのアイデア' (Life Ideas) and 'みんなのハテナ' (Everyone's Hテナ). The ad content includes a headline '歯とお口のプロに聞いてみよう！' (Let's ask a professional about teeth and mouth!), a sub-headline '夏休み自由研究応援企画！' (Summer vacation free research support plan!), and a main headline '自由研究ノート' (Free research notebook). The ad also features a statistic '12歳児のむし歯経験者率' (Caries experience rate of 12-year-olds) and a call to action 'むし歯のない大人になるための研究' (Research for becoming a caries-free adult).

「むし歯」になる人は増えている？減っている？

突然ですが、みなさんはむし歯になったことはありますか？過去と比べると、むし歯になる小学生（12歳児）は徐々に減っているそうです。それはなぜなのでしょう。たとえば、歯ブラシやハミガキ（歯磨き粉）が進化したこと、歯医者さんの治療の技術が上がったこと、そして歯とお口を健康に保つ習慣が関わっていることが考えられます。

<12歳児のむし歯経験者率及びむし歯の本数>



<本日お話しするAgenda>

1. イントロダクション&生活者の行動・環境変化
2. ライオンのデジタルマーケティング構想
3. 生活情報メディア『Lidea』について
4. データマネジメントプラットフォーム（DMP）の構築概要
5. DMPによるデジタルマーケティング活用事例紹介
- 6. 直近の他社連携取り組み事例紹介**
7. 今後の展望

直近の連携取り組み事例①：購買連携



カタリナ

興味関心・商品認知・態度変容層を、購買行動へ送客
関心⇒検索⇒Lidea閲覧商品認知⇒クーポン掲示⇒利用購買



Lideaのイェルティ向上と同時に、DMP連携で新たなアプローチ

直近の連携取り組み事例②：データ活用

今日を愛する。
LION

今日を愛する。
LION

×



(月間利用者数5800万人)

ライオン（Lidea・ブランドサイト）と、cookpad両サイト共通
閲覧ユーザーのアクセス解析⇒ブランドプロモーション仮説立て⇒検証



生活者属性・記事閲覧傾向の分析・Web広告出稿に活用

<本日お話しするAgenda>

1. イントロダクション&生活者の行動・環境変化
2. ライオンのデジタルマーケティング構想
3. 生活情報メディア『Lidea』について
4. データマネジメントプラットフォーム（DMP）の構築概要
5. DMPによるデジタルマーケティング活用事例紹介
6. 直近の他社連携取り組み事例紹介
- 7. 今後の展望**

今後の展望①： デジタル技術活用のコラボレーション

◇IOT（モノのインターネット）との融合

⇒家事やスマート家電 × コンテンツ



◇Eコマース連携



◇LideaコンテンツとAIを組み合わせた生活情報提供

Lidea



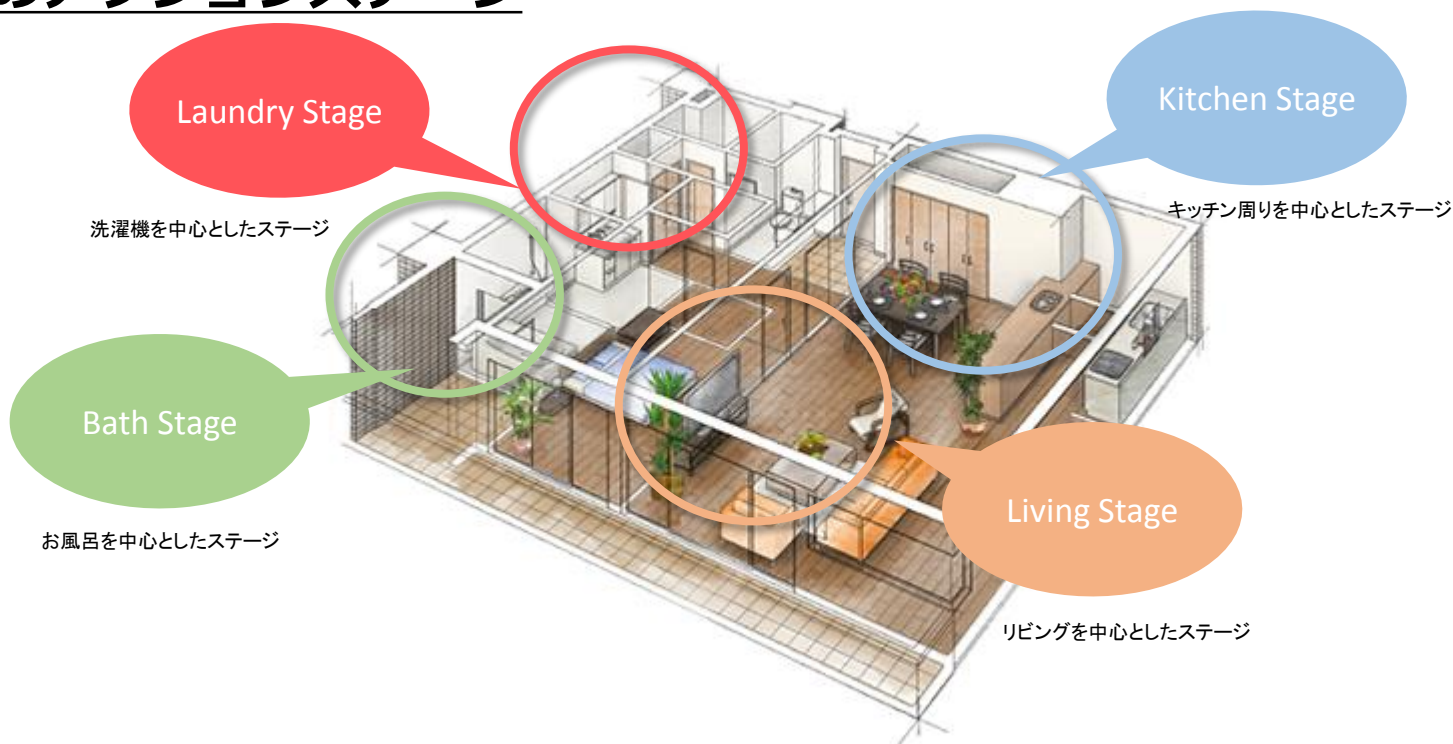
体験価値事例①：家事フェス P J T ('15/11～) **LION**

目的：『家事を楽しむ体験価値を創出する』



- ◇音楽ソムリエ・当社リビングケアマイスターらスペシャリストがフェス会場を構築
- ◇Lideaユーザーの代理として、洋楽アンバサダーが家事フェスを実際に体験して評価
- ◇クラシックの名曲をオリジナルアレンジした「家事フェステーマソング」を3曲提供

家事フェスのアクションステージ



体験価値事例②：夫婦円満都市推進プロジェクト

- ◇目的：『夫婦間の家事に関する意識の違い（家事ギャップ）を解消し家事シェアを応援することで、より円満に且つ強いパートナーシップを築く』



夫婦円満都市
推進プロジェクト

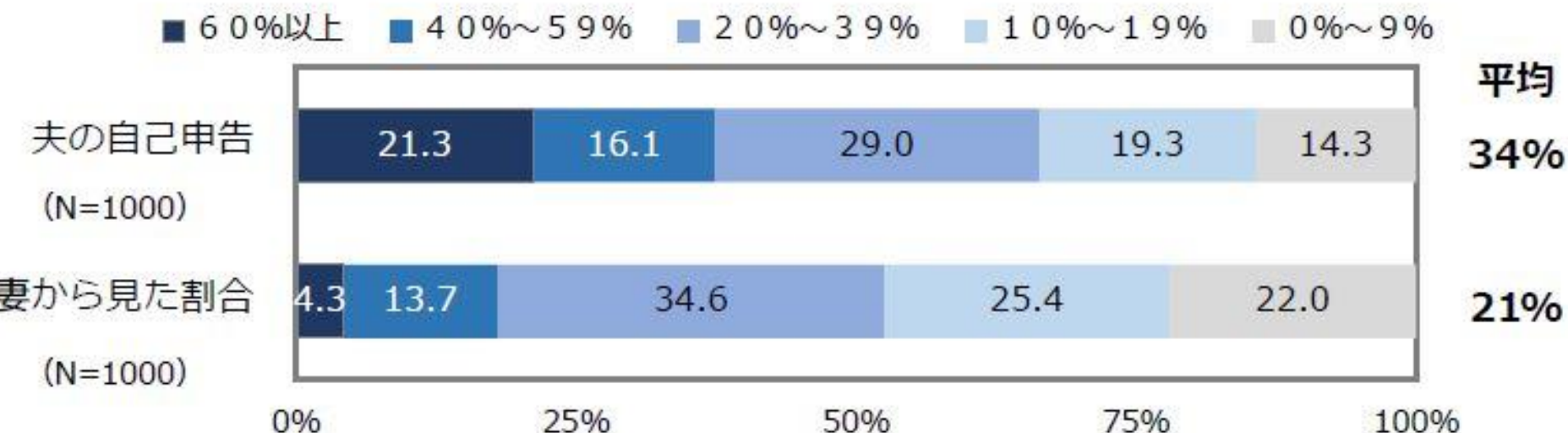
- ◇取り組みパートナー：改善意識の高い、地方自治体と協働

- ・2016年10月
宮崎県日南市
(女性の社会進出
・子育て支援)

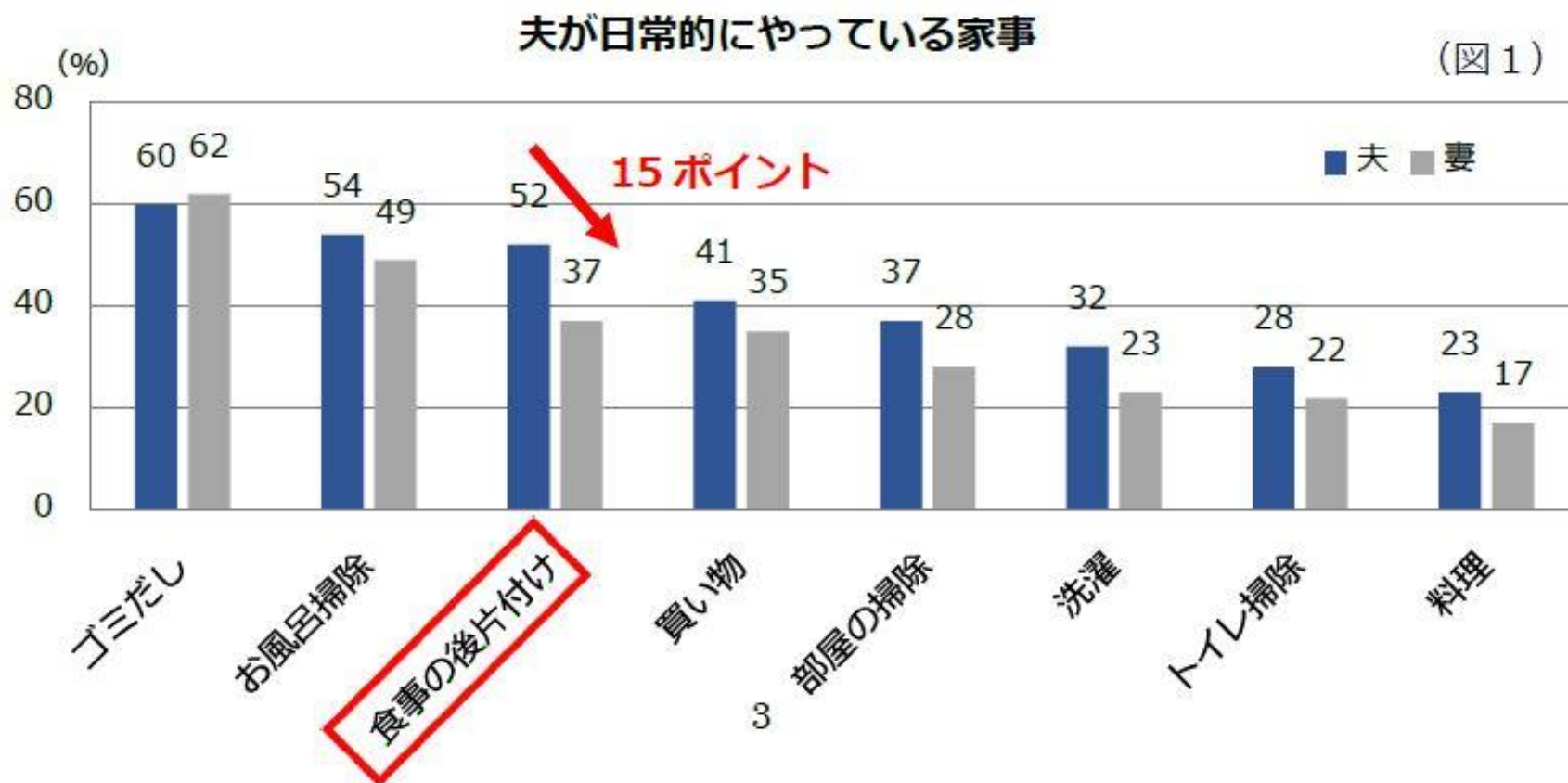


体験価値事例②：夫婦円満都市推進プロジェクト

夫の家事負担割合



体験価値事例②：夫婦円満都市推進プロジェクト

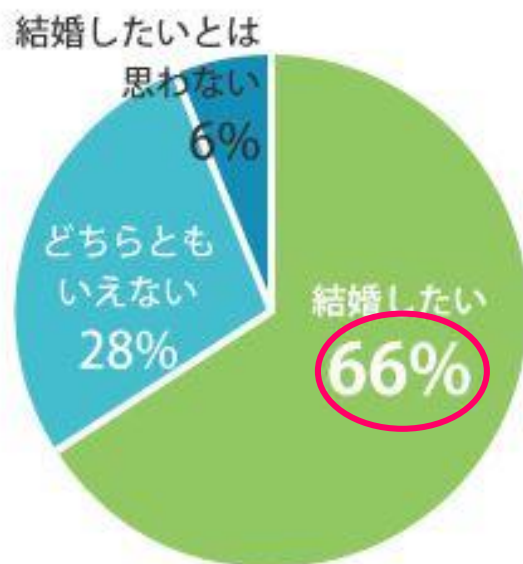


体験価値事例②：夫婦円満都市推進プロジェクト

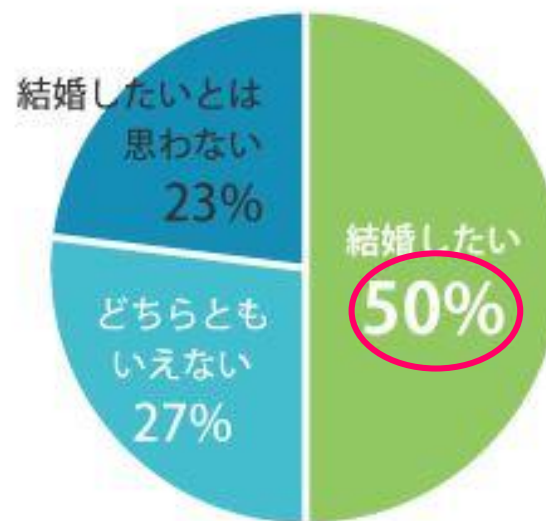
今日を愛する。
LION

<Q. 生まれ変わってもまた結婚したいですか？>

 夫の回答



 妻の回答



体験価値事例②：夫婦円満都市推進プロジェクト

今日を愛する。
LION

＜夫婦の家事負担と「また結婚したいと答えた妻」の関係＞

