



再春館製薬所

## 台湾の消費者向けにFacebook／LINE広告を配信 開始1カ月でお試し後の本商品初回購入率が6%向上

### 導入背景

再春館製薬所様は、商品を知ってもらうために、まずお客様にお試しセットを通じて商品を体験・体感していただくことでファンになってもらい、商品を購入してもらう日本同等のスタイルでお客様とのコミュニケーションの場を設計し、**お試し後の本商品初回購入率へつなげる、より効果的なネット広告施策を**模索されていました。

### 導入サービス

これまで実施してきた広告の運用結果やクリエイティブを徹底的に分析し、「ドモホルンリンクル」の商品特性や台湾市場の流れを見据えて、広告ターゲットを再設定。テレビCMや雑誌では伝わりづらい**再春館製薬所様のメッセージをFacebookやLINEを通じてダイレクトに配信し、お試しセットのお申し込みへ誘導する仕組み**をつくりました。

### 導入効果

お試しセットのお申し込み数は広告運用改善開始初月の販売目標数値を**120%達成**。台湾進出後の平均獲得数と比較し**約50%向上**することに成功しました。また、ターゲティングの見直しにより、お試し後に初めて本商品を購入されたお客様の購入単価の改善並びに**本商品初回購入率を6%向上**させることができました。

同じ目標をもって一緒に歩み、成長していけることがとても嬉しいです

台湾事業は、弊社にとって海外進出の第一歩です。40年以上、進化し続けている商品と日本に近い国民性がマッチし、海外展開への足がかりとして、まずは台湾で手ごたえをつかみたいという思いがありました。数年かけて認知度はかなり高まりましたが年齢肌化粧品という認知がなかったので「ドモホルンリンクル」の世界観をもっと知ってもらいたいという思いがありました。トランスコスモスさんには、そういった思いを汲み取っていただけて、日々進化するインターネット広告の知見をたくさんお持ちだったこともありお任せしたいと思えました。業務を進めていくうえで、弊社のお客様をトランスコスモスさん自身のお客様と思って同じ目線で真剣に考えてくれていて、本質を外さない話ができる方ばかり、それが本当に嬉しいです。これからもっともっと一緒にステップアップしていける関係でいたいと思いますし、リピーター獲得に向けた施策のご提案も期待しています。



執行役員  
海外事業部長  
山田 暢史 様

台湾進出 **6年目**

ネット広告改善プロジェクト

FacebookとLINE  
広告配信

徹底した分析で  
ターゲティングを見直し

開始1カ月でお試し後の  
本商品初回購入率

**6%向上**

## 台湾進出6年目 インターネット広告運用改善プロジェクト

株式会社再春館製薬所様(以下、再春館製薬所様)は、熊本を拠点に「ドモホルンリンクル」を主力とした基礎化粧品や医薬部外品、医薬品の製造・販売を行っています。日本で年齢肌化粧品として愛用される「ドモホルンリンクル」は、スキンケアや健康への意識が高い台湾でも展開しており、今年で台湾進出6年目を迎えます。再春館製薬所様は“Made in Japanで高品質であることはもちろん、もっとたくさんのお客様に身近に感じていただきたい”という思いをお持ちでした。商品を知ってもらうために、まずお客様にお試しセットを通じて商品を体験・体感していただくことでファンになってもらい、商品を購入してもらうという日本と変わらぬスタイルでお客様とのコミュニケーションの場を設計されていました。電話よりもインターネットの注文が多い台湾においては、インターネット広告を実施されていたものの、お試し後の本商品初回購入率へつなげる、より効果的な施策を模索されていた再春館製薬所様のご要望に応えるべく、トランスコスモスの台湾拠点でプロジェクトが始動しました。

### 徹底した分析に基づいたFacebookとLINE広告配信ターゲティングの見直し

再春館製薬所様がこれまで実施してきた広告の運用結果やクリエイティブを徹底的に分析し、広告プランを再設計。「ドモホルンリンクル」の商品特性を理解し、台湾市場の流れを見据えて“本当に使ってほしいのは誰なのか”を明確に再定義して広告のターゲットを再設定しました。これらのターゲットに向けて、テレビCMや雑誌では伝わりづらい再春館

製薬所様のメッセージをFacebookやLINEを通じてダイレクトに配信し、お試しセットのお申し込みへ誘導する仕組みです。飽きられないようクリエイティブやコピーを定期的にメンテナンスすることはもちろん、内容に変化をもたせるなどアプローチ方法を再春館製薬所様と共に開発しました。

また、再春館製薬所様とトランスコスモスの現地社員同士の密な連携によって良好なリレーションを構築し、よりスピーディーな対応が可能になりました。Facebook広告では、テレビ連動型やプロガーコラボ型のオリジナル広告も実施。これにより、お試しセットのお申し込み数だけでなく、本商品の“初回”購入率が大きく改善しました。

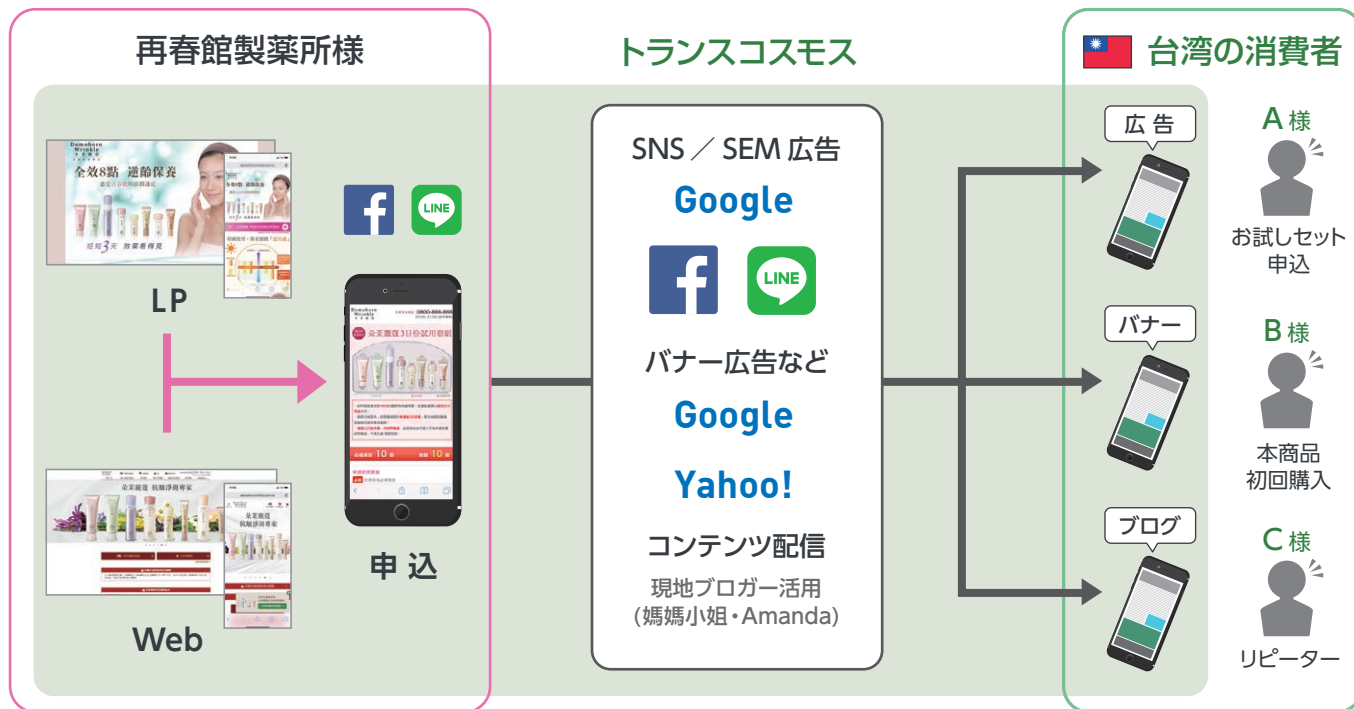
### 開始1カ月で お試し後の本商品初回購入率が6%向上

お試しセットのお申し込み数は広告運用改善開始初月の販売目標数値を120%達成。台湾進出後の平均獲得数と比較し約50%向上することに成功しました。また、広告ターゲティングの見直しにより、お試し後に初めて本商品を購入されたお客様の購入単価の改善並びに本商品初回購入率を6%向上させることができました。

再春館製薬所様は、初回から2回目、3回目と体験・体感を重ねていただくことで“自宅のケアでお肌は変えられるんだ”とお客様に実感していただき、定期購入へつながることを目標とされています。

今後トランスコスモスは、長年のコールセンターやEコマース、デジタルマーケティングの経験値を活かした幅広い領域で再春館製薬所様の売上拡大に貢献すべく、課題改善を総合的にサポートしていきたいと考えます。

## 再春館製薬所様 提供サービス



トランスコスモス株式会社

お問い合わせ

0120-120-364  
9:00~18:00[土・日・祝日を除く]

g\_sales@trans-cosmos.co.jp  
www.trans-cosmos.co.jp



トランスコスモスは「Fライオン」の認定企業です。

※この他にもさまざまなサービスを提供しております。ご不明な点がございましたら、お気軽にご相談ください。※サービスの価格の詳細については各営業担当にお問い合わせください。※トランスコスモスは、トランスコスモス株式会社の日本およびその他の国における登録商標または商標です。※その他、本文中に記載されている社名、製品・サービス名などは、各社の登録商標または商標です。