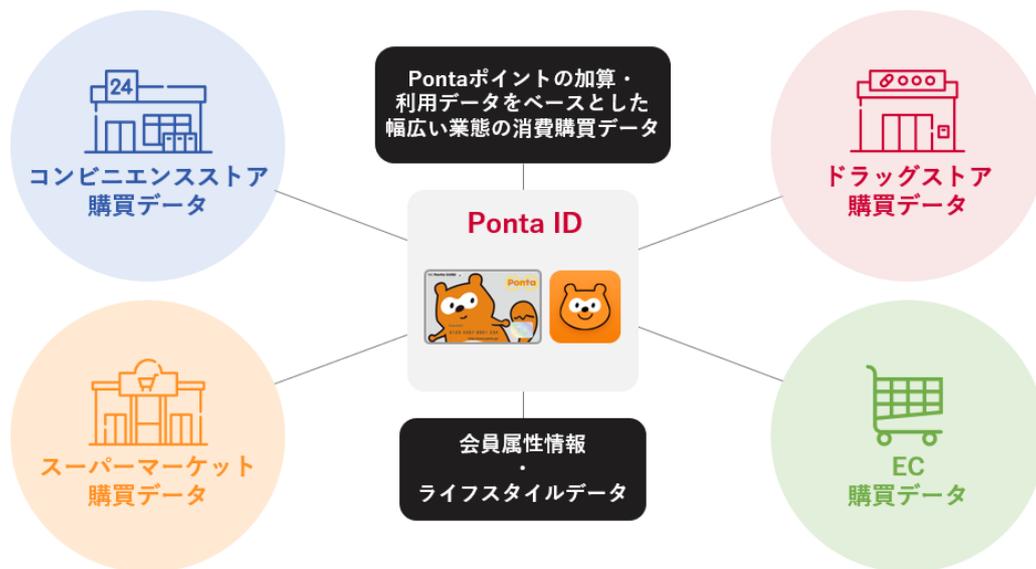


2024年8月7日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

コンビニ・ドラッグストア・スーパー・ECを横断した 購買データの活用プラン「Ponta Ads リテール業態横断」を提供開始 ～ 購買状況を多面的に捉えたターゲティング配信&業態ごとの効果分析を実現 ～

共通ポイントサービス「Ponta（ポインタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、2024年8月7日（水）、企業向けマーケティングサービス「Ponta Ads」において、「Ponta Ads リテール業態横断」の提供を新たに開始します。本サービスはコンビニエンスストア・ドラッグストア・スーパーマーケット・ECを横断した購買データを、ターゲティング配信と業態ごとの効果分析に活用できるプランです。購買状況を多面的に捉えたプロモーションの実現で、食品・飲料メーカーや日用雑貨メーカーの効率的なマーケティングを支援します。



すべての購買データがPonta ID&データにファクトとしてひも付き

昨今、小売業態が発展する中で、販売チャンネルがリアルとオンラインで拡大しています。食品・飲料・日用雑貨メーカーでは、商品の販路として、複数の小売業態やECといった幅広い販売チャンネルを活用しています。そのような環境で、メーカーがプロモーションにおいて、購買状況を踏まえた訴求を行う場合、単独業態だけでなく複数業態の購買データを横断的に捉えることが必要となります。

そこで、LMはこのたび、複数の小売業態を横断した購買データをプロモーションに活用いただける「Ponta Ads リテール業態横断」の提供を、新たに開始しました。オフラインのID-POSデータやレシートデータ、オンライン購買データを組み合わせることで、複数業態にまたがる購買状況を多面的に捉えたターゲティング配信と効果分析を実現します。

メーカーは本サービスを利用して、企画立案から大手プラットフォームでの広告配信、効果分析まで、「購買」を軸にプロモーションのPDCAを回せるようになります。「購買」というファクトデータを活用した施策により、生活者に最適な情報を届けるとともに、効率的なマーケティング施策を実施できます。

LMは、本サービスの提供および1億人超のPonta会員のデータ分析を通じて、企業のマーケティングにおける課題解決を目指し、今後もマーケティング支援の強化を図ってまいります。

※本サービスは、Ponta会員規約および個人情報保護法、その他の法令・ガイドラインに則り、データ分析を行っています

■サービス利用の流れ



本サービスでは、LMがまず企業の要望に応じ、複数業態の購買データからターゲットを抽出します。次にPontaのIDに連携した多様なデータを用いてターゲットとの類似層を拡大推計します。そしてターゲットおよび類似層に広告を配信し、業態ごとの購買効果を検証します。効果検証では、属性データも掛け合わせて分析することで購買者像を可視化し、次の施策に生かしていただけます。

■特長

1. 複数業態横断の購買データを、ターゲティング配信&購買効果の分析に活用

LM は Ponta を通じて、リアル幅広い業態（コンビニエンスストア・ドラッグストア・スーパーマーケット）や、オンライン（EC）の購買データを保有しています。これにより、生活者の購買状況を多面的に分析できます。企業は本サービス利用によって、各業態から広告配信のターゲットとなる購買層を選定でき、さらに広告配信の購買効果を業態ごとに把握することも可能です。

2. 1億人超の会員基盤と拡大推計技術で、分析・配信データボリュームを確保

LM は Ponta 会員 1 億人超の多量なデータ量を有しており、属性情報や決済・購買データなどを活用して、ターゲットと類似した層を拡大推計できます。ファクトデータを用いた拡張により、ニッチなセグメントでもデータ量の確保と精緻なプロモーションが可能です。また、広告配信先メディアとして大手プラットフォームをはじめ、幅広くメディア連携をしています。企業は目的に応じた手段を自由に選択できます。

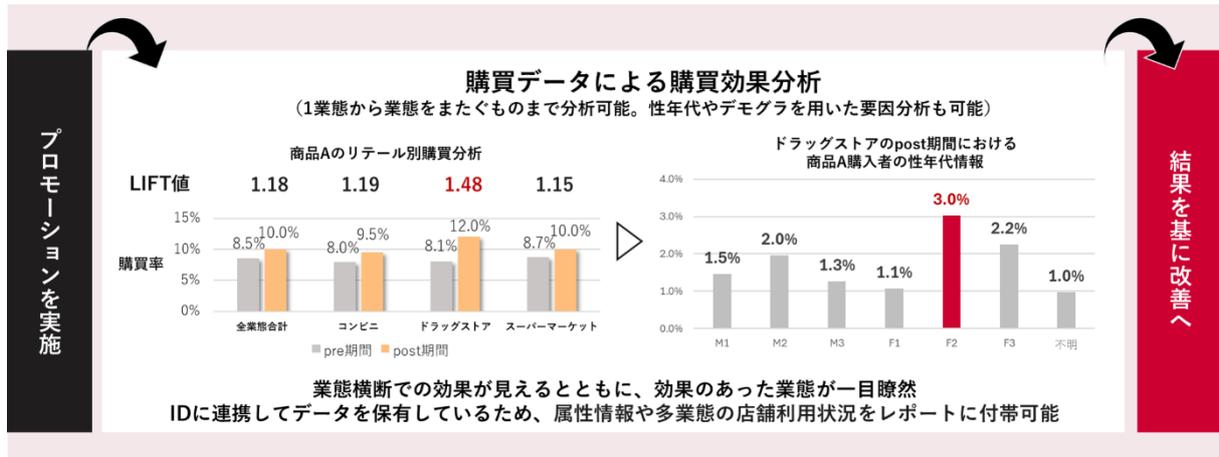
3. 業態ごとの購買効果検証で、次の施策への示唆を得られるレポートを提供

プロモーション実施後、LM が業態ごとの購買効果分析を行います。施策前後の購買率の変化から、どの業態で購買リフト効果があったかを比較するレポートを提供します。また購買者の属性データや購買・決済・アンケートデータなどから割り当てたライフステージ、価値観のセグメントを掛け合わせた分析も可能です。どのような人が購買したか、リピートして買い続けているかをまとめます。企業は、効果のあった業態、購買者像を可視化した結果を基に、次の施策に向けた改善につなげられます。

■食品・飲料メーカーや日用雑貨メーカーでの活用イメージ

- ・ 自社商品を卸している業態を選択して購買状況を把握し、プロモーション効果を得られる確度の高い層をターゲットに選定する。ターゲットに応じて、デジタル（LINE・Facebook・Instagram・YouTube 広告・Google ディスプレイ ネットワークなど）とリアル（郵送 DM）の幅広いリーチ手段から選択し、プロモーション施策をプランニングする
- ・ 広告配信結果のレポートを基に、高い購買効果を得られた業態を把握。小売店に対する営業活動において、商品提案のエビデンスとして活用する

■購買分析イメージ

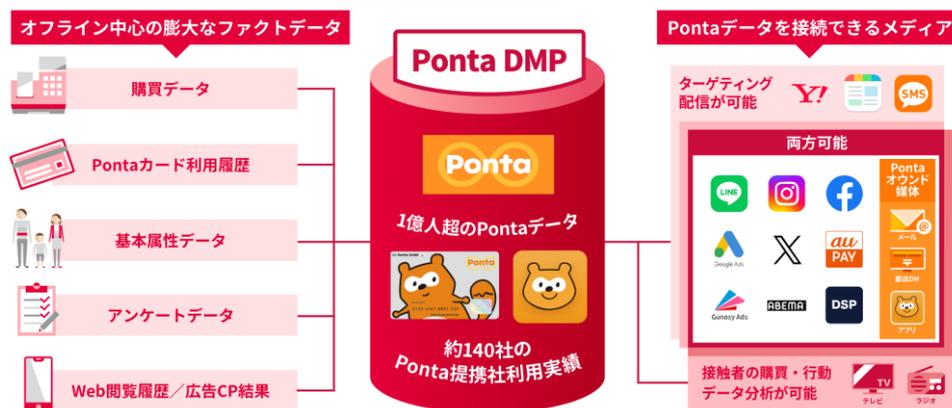


分析項目イメージ

配信リスト分析	配信対象者数	全業態横断(all)								コンビニ		ドラッグストア		スーパーマーケット		EC	
		pre(事前期間)				Post(事後期間)				pre(事前期間)	Post(事後期間)	pre(事前期間)	Post(事後期間)	pre(事前期間)	Post(事後期間)	pre(事前期間)	Post(事後期間)
		購買者数	購買率	購買数	購買金額	購買者数	購買率	購買数	購買金額	購買率	購買率	購買率	購買率	購買率	購買率	購買率	購買率
■全体																	
■配信時のセグメント																	
■性年代																	
	M1																
	M2																
	M3																
	F1																
	F2																
	F3																
	不明																

<参考>

■Ponta Ads とは (<https://biz.loyalty.co.jp/ponta-ads/>)



共通ポイントサービス「Ponta」の1億1811万人（2024年6月末時点）の会員基盤をベースに、オフライン中心の膨大なファクトデータを活用して企業のマーケティングを支援するサービス。LINE・Facebook・Instagram・YouTube 広告・Google ディスプレイ ネットワーク・X（旧 Twitter）などへのターゲティング広告配信から、広告接触者のうち実際に店舗での購買に至った人数や購入金額などを算出するリアル購買分析まで、マーケティングのPDCAを回せる仕組みを提供しています。

<関連 URL>

- ・株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト
<https://biz.loyalty.co.jp/>
- ・本サービスに関するご案内ページ
<https://biz.loyalty.co.jp/promotion/ponta-ads-retail-crossing/>

以上