

2024年11月5日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

---

AIを活用して Ponta データから商品購買を予測し、  
スコアリングするサービス「AItem $\infty$ 」の提供を開始  
～ 属性や ID-POS などのデータを用いて  
企業の潜在顧客像の可視化や的確なプロモーションを支援 ～

---

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11月5日(火)、Ponta 会員の商品の購買確率を予測してスコアリングするサービス「AItem $\infty$  (アイテムインフィニティ)」の提供を開始します。AIを用いて、Pontaの属性データや JAN コード単位の購買データから商品を購入する確率を算出し、Ponta 会員にスコアを割り当てます。スコアを基に、企業の潜在顧客像の可視化やターゲティング広告配信の実現を支援します。



LMは2023年5月から、購買傾向や興味関心軸で構築したセグメントを用いて、企業がアプローチしたい潜在顧客像を可視化するサービス「Life Action セグメント」を提供しています。潜在顧客へのプロモーションを支援する中で、企業から「自社商品の購買を予測した、オリジナルのセグメントを施策に活用したい」という要望を受け、「AItem $\infty$ 」を開発しました。

「AItem $\infty$ 」は、共通ポイント「Ponta」を通じて複数の小売業態から集まる50万種類以上の商品の購買データとAIを活用し、商品の購買確率を予測してスコアリングするサービスです。企業の商品を今後購入する確率を潜在顧客スコアとして Ponta 会員全体に割り当て、潜在顧客像の可視化や広告配信、効率的なリサーチ実施などを支援します。

実証実験として乳酸菌飲料の新規顧客獲得に向けたデジタル広告配信を行ったところ、潜在顧客スコアの高スコア者ターゲットにおいて、施策前期間と比較した購買率が約160%となりました。競合商品の実購買に基づくターゲット(購買率約150%)よりも高い結果が得られました。

本サービスは、主に小売業態に販路を持つ食品・飲料・日用雑貨メーカーを対象にしたもので、LMは本サービスの提供を通じて、利用企業の売り上げや顧客を増やすために重要となる、潜在顧客へのプロモーションを支援します。

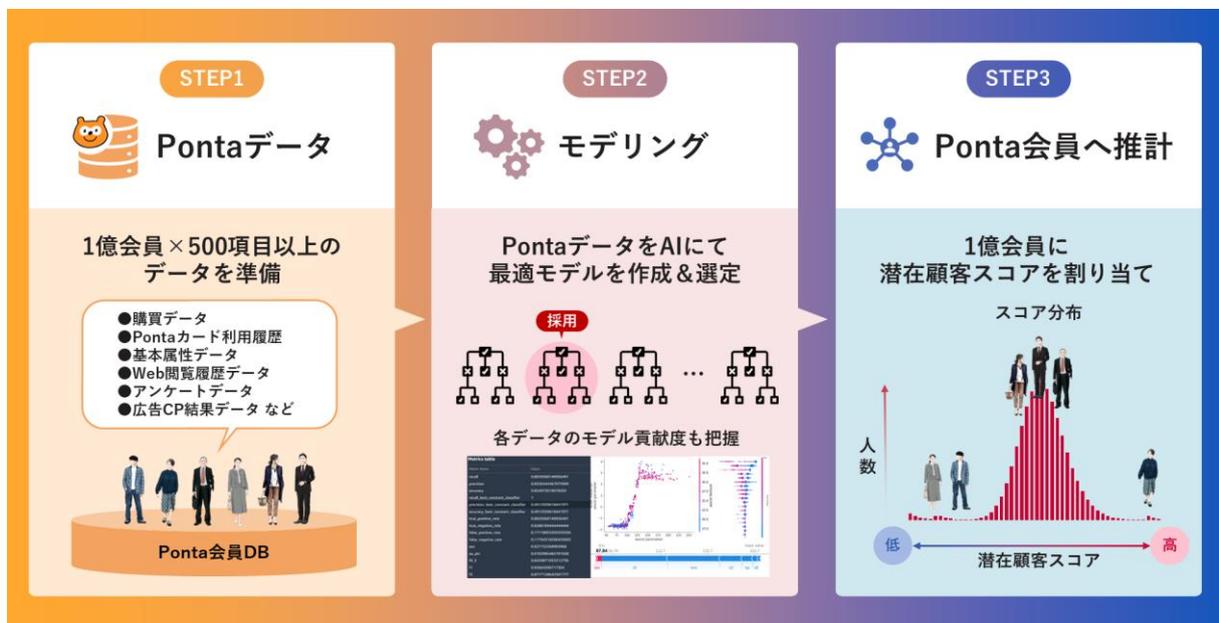
LMは、本サービスの提供および1億人超の Ponta 会員のデータ分析を通じて、企業のマーケティングにおける課題解決を目指し、今後もマーケティング支援の強化を図ってまいります。

※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

## ■サービス提供の流れ

本サービスでは、LM が企業にヒアリングした内容に基づき、商品の購買確率を予測しスコアリングします。500 項目以上の膨大なデータを用いて AI を構築することで、効率を高め、最短 4 営業日でスコアリングが可能です。Ponta 会員全体に割り当てた潜在顧客スコアを基に、潜在顧客像の可視化や LM が提供する大手プラットフォームなどでの広告配信、効率的なリサーチ実施を支援します。

- ・STEP1：ID-POS データをはじめ、属性やアンケートデータなど 500 項目以上のデータを準備します。
- ・STEP2：AI を用いてデータを解析し、特定商品の購買ユーザーの属性・購買行動・興味関心の傾向を分析します。
- ・STEP3：AI が生成した購買予測に最適なモデルを用いて、1 億人超の Ponta 会員全体に拡大推計し、潜在顧客スコアを割り当てます。



## ▼AIitem∞の活用方法

**潜在顧客へプロモーション**

潜在顧客にターゲティングした Ponta 会員へのアプローチが可能

Ponta オウンドメディア\*1

|        |        |        |
|--------|--------|--------|
| DM     | メルマガ   | アプリ    |
| 6,100万 | 2,240万 | 1,500万 |

Ponta コネクティッドメディア

|              |            |           |
|--------------|------------|-----------|
| LINE         | Facebook   | Instagram |
| 6,000万       | 2,900万     |           |
| X (旧Twitter) | Google Ads | YouTube   |
| 1,000万       | 2,500万     | 2,300万    |
| SmartNews    | テレビ視聴      |           |
| 210万         | 170万       |           |

**潜在顧客を分析**

潜在顧客の属性・価値観・意識を捉えてコンセプト検討に活用

AIモデル貢献度\*2

属性情報

チャンネル別リーチ数

価値観

**リサーチ配信**

潜在顧客に絞ったリサーチで商品購入見込み者の意識を的確に把握

Ponta リサーチ会員  
230万人から絞り込んでアンケート

この商品を知っていますか？

〇カ月以内に購入したことはありますか？

購入した理由は何ですか？

今後購入したいと思いますか？

\*1：2024年5月時点のアプローチ可能数

\*2：AIモデルが予測時に、どの特徴が結果に貢献しているかを示す指標

## ■サービスの特長

### ① 小売業態 50 万種類以上の商品のデータを活用し、購買を予測する

LM は、Ponta を通じて、さまざまな小売業態を横断した購買データを蓄積しています。本サービスでは、50 万種類以上の商品を網羅するデータを用いて、商品購買を予測します。予測対象が新商品の場合でも、類似商品や買い回り傾向を分析することで、スコアリング可能です。

### ② 指定の期間における購買を予測し、プロモーション効果の精度を高める

企業が指定する期間における購買を予測可能です。例えば、8 月に実施するプロモーションの場合、同期間中の購買可能性が高い人を予測します。適切なターゲティングで施策効果を高めます。

### ③ 潜在顧客の消費行動や興味関心を分析、可視化する

LM が、Ponta の幅広いデータを用いて、潜在顧客の属性や価値観、興味関心をプロファイリングします。予測時に生成した AI モデルを活用して、潜在顧客スコアが高いと判断される消費行動の特長も明らかにします。

## ■活用イメージ

商品単位の購買データを基にした購買予測によるターゲティングで、潜在顧客に効率よく広告配信することが可能となります。

