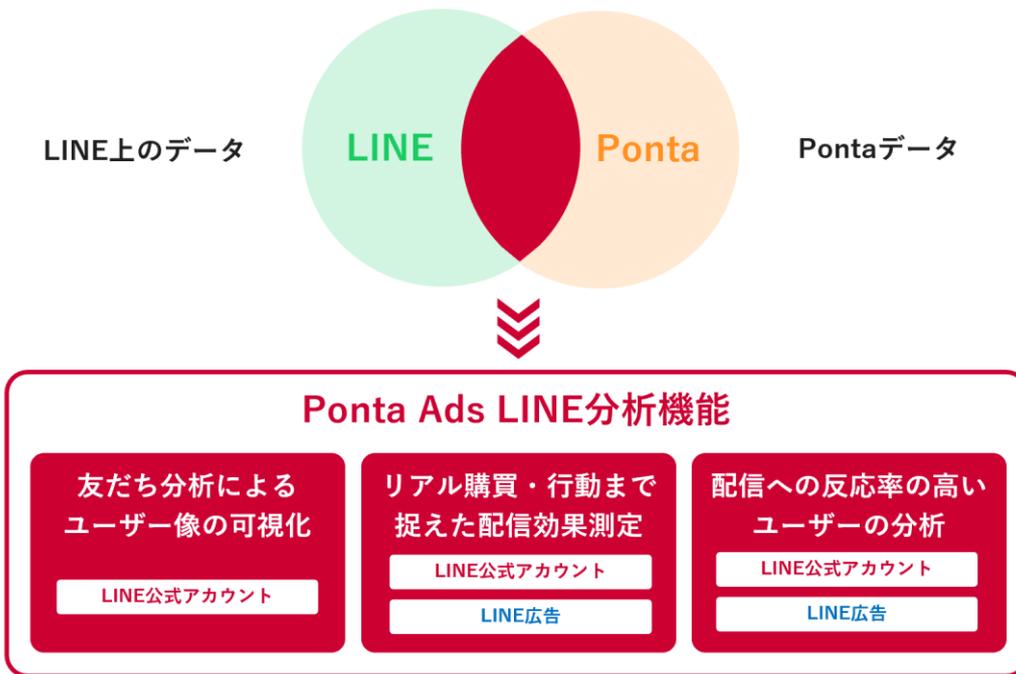


2024年11月11日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

Ponta データを活用した「Ponta Ads LINE 分析機能」を提供開始
企業の LINE 公式アカウント・LINE 広告の
ターゲティング配信から効果分析まで一連の PDCA 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11日（月）、「Ponta Ads LINE 分析機能」の提供を開始しました。本サービスでは、Ponta データを活用して、企業の LINE 公式アカウントおよび LINE 広告の友だち像や広告効果を分析することが可能となります。従来提供している Ponta データを活用したメッセージ配信・広告配信と組み合わせることで、LINE 上でのマーケティングの PDCA の実行を支援します。



LMは2023年10月以降、企業向けマーケティングサービス「Ponta Ads」において、LINE公式アカウントとLINE広告を対象に、Pontaのリアル購買データやデモグラフィックデータなどを活用したターゲティング配信ができるサービスを提供してまいりました。

このたび、広告主企業へのさらなるマーケティング支援を図るため、LINE公式アカウントおよびLINE広告を用いたプロモーションにおいて、友だち像の詳細な分析やメッセージ・広告配信の効果分析を行う、「Ponta Ads LINE 分析機能」を新たに提供する運びとなりました。

本サービスは LINE のデータと Ponta データを広告主企業専用のデータクリーンルームで連携し、セキュアな環境で個人を特定せずに分析を可能とするサービスです。LINE 公式アカウントの友だちについて、LM が保有するデモグラフィックデータ・購買データ・アンケートデータなどを用いて分析し、レポートを提供します。また、配信したメッセージ開封の有無や LINE 広告に接触したユーザーがリアル店舗で購買したか、購買したユーザー像はどのような傾向かなど、プロモーションの効果分析も可能です。友だち分析に基づくプランニング、配信、配信効果分析まで、LINE のプラットフォーム上での効果的なプロモーションの PDCA 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、個人情報特定しない形でデータを連携しています。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

Ponta Ads LINE 分析機能 紹介ページ

<https://biz.loyalty.co.jp/promotion/line-analysis/>

Ponta Ads LINE 分析機能でできること

LINE のデータと Ponta データとの連携が可能な最大約 6,200 万人 (2024 年 8 月時点) の LINE ユーザーについて、リアル購買・行動データ、ライフスタイルや趣味嗜好、興味関心など Ponta の豊富なファーストパーティーデータを活用して分析します。具体的なユーザー像やインサイトを発見します。

1. LINE 公式アカウントの友だち分析によるユーザー像の可視化

Ponta データを用いた分析で、広告主企業の LINE 公式アカウントの友だち全体やロイヤリティ (プロモーションへの反応) ごとに友だち像を把握することが可能です。ユーザー理解を深め、さらにユーザーのニーズに合った訴求に活用いただけます。

【分析できる項目例】

属性 (性別・年齢・職業)、居住エリア、ライフスタイル、興味関心、価値観、出産・子育て・転居などのライフステージ、リアル購買で利用した店舗の業態および購買した商品、位置情報による来訪施設や宿泊エリアなど

2. リアル購買・行動まで捉えた配信効果測定

LINE 公式アカウントのメッセージや LINE 広告に接触したユーザーのうち、どれくらいの方が実際にリアル店舗で購買したのかを計測できます。日常の消費・購買傾向や店舗利用頻度、購買金額・点数など、さまざまな角度でリアル購買・行動への配信効果を検証できます。

3. 配信への反応率の高いユーザーの分析

LINE 公式アカウントからのメッセージの開封や LINE 広告のクリックなどのアクションをしたユーザーの傾向を捉えることが可能です。配信セグメントごとの分析に加え、配信後にターゲティング条件に限らず自由な切り口で反応率の高かったユーザーの特徴を発見することも可能です。次回以降の配信ターゲット選定に反映し、効率的な配信につなげられます。

※分析できる項目は「1. LINE 公式アカウントの友だち分析によるユーザー像の可視化」と同様です
※各分析は、広告主企業の要望をヒアリングの上、LM がデータ分析してレポートを提供します

Ponta Ads LINE 分析機能を用いた分析イメージ

1. LINE 公式アカウントの友だち分析によるユーザー像の可視化

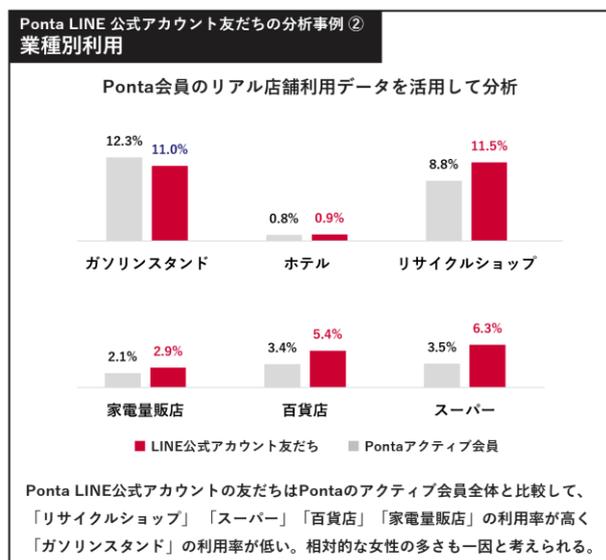
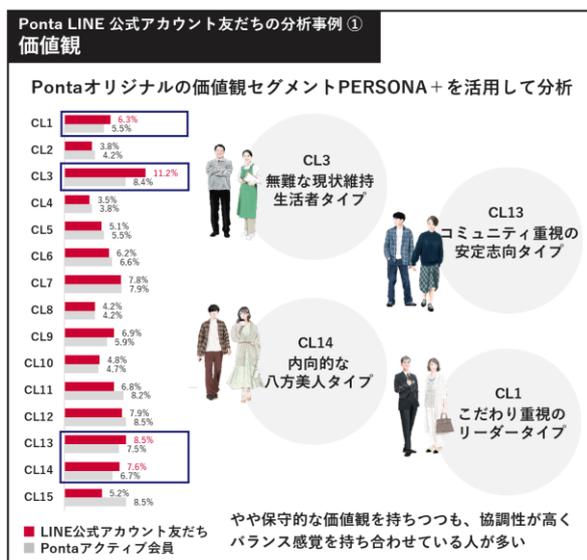
Ponta の LINE 公式アカウントの友だちについて、Ponta Ads LINE 分析機能を用いて分析しました。

・分析事例① (図 1)

LM が独自に構築した「PERSONA+」による価値観データを用いて、LINE 公式アカウントの友だちの価値観を分析しました。その結果、「無難な現状維持生活者タイプ」や「コミュニティ重視の安定志向タイプ」など、やや保守的ながら協調性が高いタイプが多い傾向が伺えました。

・分析事例② (図 2)

リアル購買における業種別の利用状況について、リアル店舗利用データを基に分析しました。LINE 公式アカウントの友だちは、リサイクルショップ、スーパー、百貨店、家電量販店の利用率が高く、ガソリンスタンドの利用率が低いことが分かりました。Ponta の LINE 公式アカウントの友だちに相対的に女性が多いことが関わっていると考えられます。



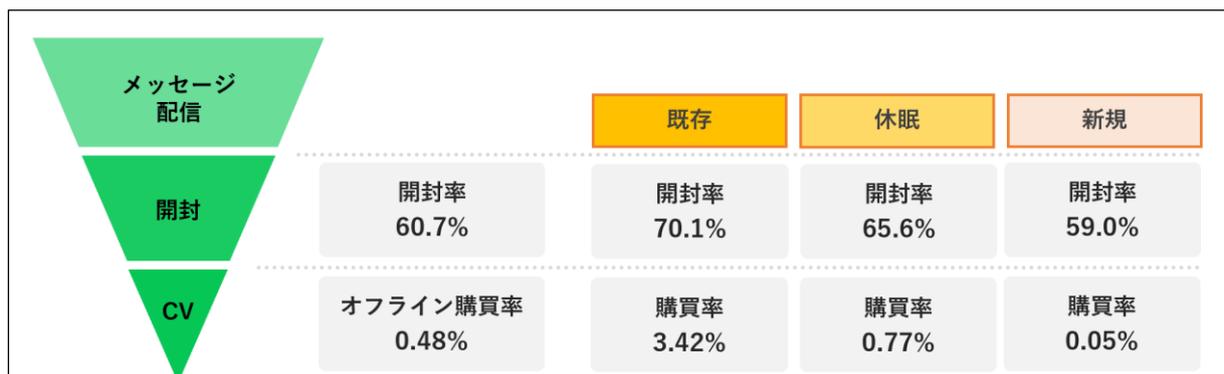
※2024年1月時点 ※ロイヤリティ マーケティング調べ

Ponta の LINE 公式アカウントの友だち分析結果 (左 : 図 1、右 : 図 2)

2. リアル購買・行動まで捉えた配信効果測定

・分析事例③（図3）

Ponta の LINE 公式アカウントで実施したプロモーション効果について、Ponta Ads LINE 分析機能を用いて分析しました。リアル購買データを基に、メッセージ配信対象となる友だちを「既存顧客」「休眠顧客」「新規顧客（店舗周辺在住者）」の3つにセグメントし、家電量販店 A でのポイントキャンペーン訴求のメッセージを配信しました。その後、実際の店舗での購買率を確認し、セグメントごとにメッセージ配信効果を検証した結果、購買率は既存、休眠、新規の順に高い傾向となり、既存以外の顧客にも一定の効果が見られることが分かりました。



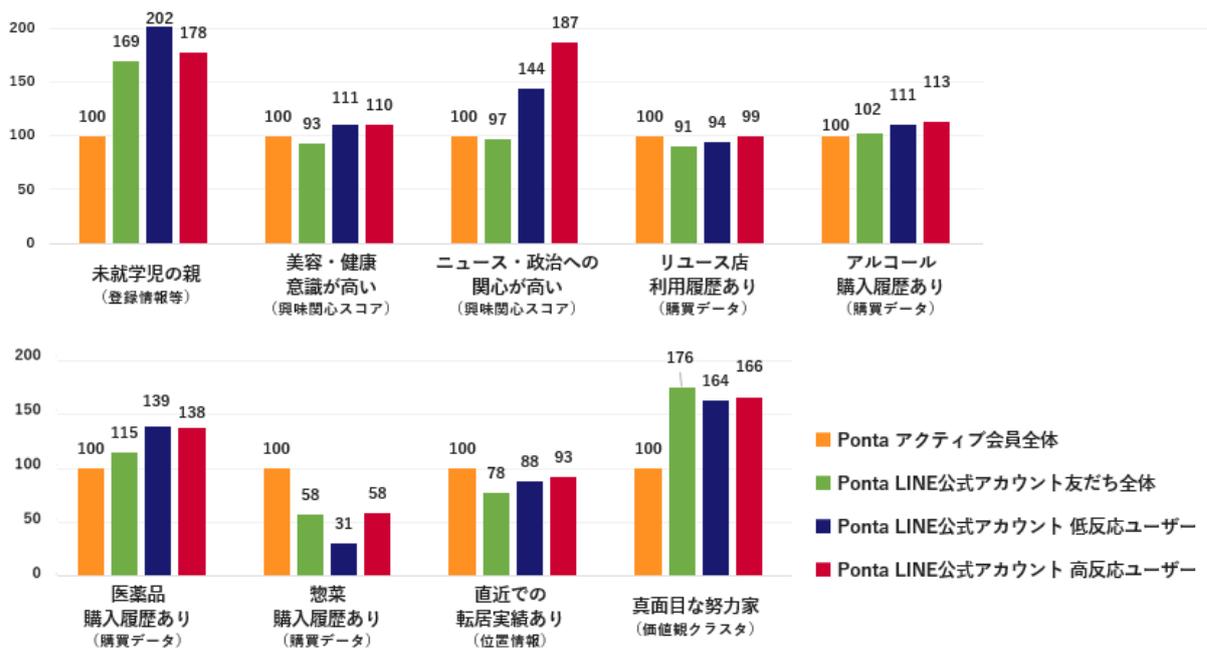
Ponta の LINE 公式アカウントのプロモーション効果分析結果（図3）

3. 配信への反応率が高いユーザーの分析

・分析事例④（図4）

Ponta LINE 公式アカウントの友だちを、過去数カ月のメッセージ開封数に応じて高反応ユーザー、低反応ユーザーに分類し、それぞれの属性やライフスタイル、購買傾向などを分析しました。さらに、Ponta アクティブ会員全体の各セグメントにおける比率を 100 として比較することで、高反応ユーザー、低反応ユーザーの特徴を可視化しました。

その結果、各セグメントを相対的に比較したところ「美容・健康意識が高い」「ニュース・政治への関心が高い」「アルコール購入履歴あり」「医薬品購入履歴あり」「直近での転居実績あり」では、Ponta LINE 公式アカウント全体の数値（緑）よりも、低反応ユーザー（青）・高反応ユーザー（赤）の比率が高くなっていました。また上記のうち、「美容・健康意識が高い」「直近での転居実績あり」は相対的に、Ponta 全体（黄）より公式アカウント全体（緑）の比率が低くなっています。分析の結果、Ponta LINE 公式アカウントが当該セグメントのニーズとマッチしているにもかかわらず登録されていないことから、LINE 公式アカウントの認知や友だち追加のきっかけを提供することで、LINE 公式アカウントの友だち追加を促進できる可能性が推察できます。

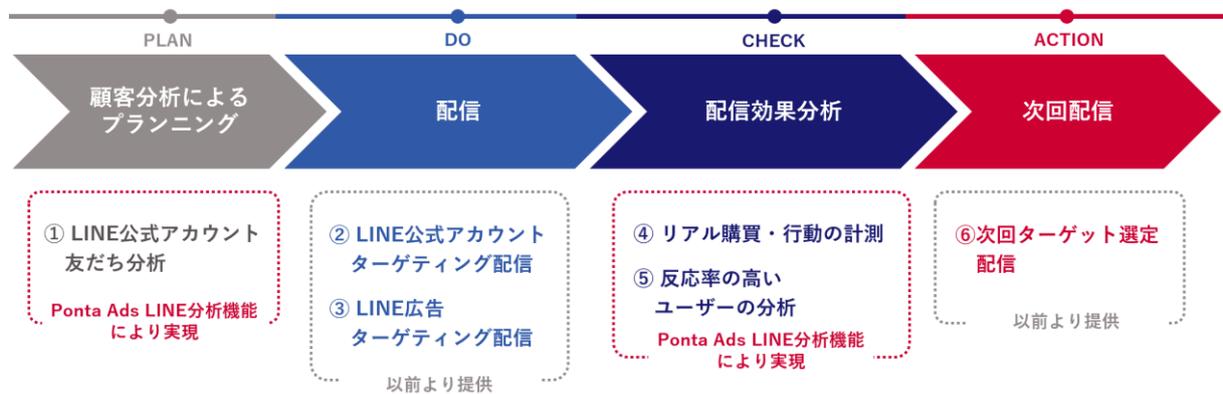


Ponta LINE 公式アカウントの反応別ユーザー分析結果

(図 4/Ponta アクティブ会員全体の各セグメントにおける比率を 100 とした場合の比率)

※Ponta LINE 公式アカウント友だち全体には、メッセージ未開封者が含まれます

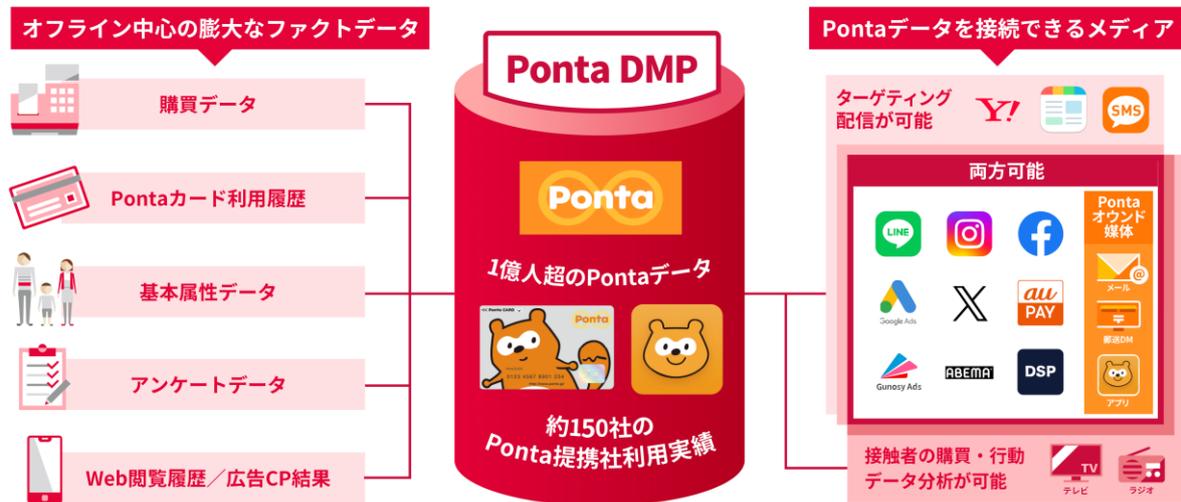
LINE×Ponta の両プラットフォームによるデータ連携で実現できる PDCA



Ponta Ads では、LINE のプラットフォーム上で、Ponta データを活用したメッセージ配信・広告配信が可能です。今回、分析機能を追加したことで、ターゲティング・分析それぞれ単体での取り組みはもちろん、LINE のプラットフォーム上でのユーザー像を捉えたプランニングから配信・分析まで一貫したマーケティング支援策を提供することが可能となりました。

<参考>

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



共通ポイントサービス「Ponta」の1億1,911万人（2024年9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。

■LINE 公式アカウントについて

コミュニケーションアプリ「LINE」のトーク画面から、店舗や企業のアカウントの友だちになったユーザーに対して、メッセージを届けることができるサービスです。「圧倒的なリーチ力」と、コミュニケーションアプリの特徴を生かした「One to One コミュニケーション」により、効率良くユーザーとの深いつながりを実現することが可能です。

<関連 URL>

- ・「Ponta Ads LINE 分析機能」詳細ページ
<https://biz.loyalty.co.jp/promotion/line-analysis/>
- ・LINE 配信・分析×Ponta Ads サービス全般について
https://biz.loyalty.co.jp/promotion/ponta_line_marketing/
- ・LINE 公式アカウントでの Ponta データを使ったセグメント配信について
https://biz.loyalty.co.jp/column/line_oa/
- ・本サービスのお問い合わせ
<https://www.loyalty.co.jp/inquiry>

以上