

2022年7月11日
株式会社ロイヤリティ マーケティング

Ponta のリアル購買・会員データを活用し、デジタル広告の配信・効果分析をするマーケティングサービスの利用実績が 2,000 件突破 ～ 新たにパッケージ化し、ソリューション「Ponta Ads」として提供開始 ～

共通ポイントサービス「Ponta（ポント）」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、消費者の Ponta 利用から得る日常生活のオフラインでのリアル購買データとデジタル広告を接続して配信、分析するマーケティングサービスを提供※1しています。2022年7月11日（月）、サービス体系および内容を新たにパッケージ化し、サービス名称を「Ponta Ads」として提供を開始します。



企業がデジタルメディアを中心に顧客とのコミュニケーションを行う現状において、リアル購買促進を目的にしたデジタル広告では、顧客の購買状況に基づき広告を配信し、その結果どのように購買が変化したかを把握することが重要となります。しかしながら多くの企業では、リアル購買の捕捉ができないことや、購買状況を捕捉しても大手プラットフォームと接続できない、または接続できても広告配信可能数が非常に小さくなることなどから、リアル購買データによる広告配信と、オンラインのデータを用いてリアル購買を分析することが難しい状況にあります。

こうした課題の解決に向けて、LM はこれまで、Ponta 会員 1 億人超のリアル購買データに基づいたデジタル広告配信と、広告効果のリアル購買分析を実現するサービスを提供してきました。

提供開始からこれまでに、受注案件数は 2,000 件超※2 に上りました。一方で、サービス利用企業の方からは、サービスの全体像が分かりにくいとの声をいただいております。そこでこのたび、使いやすさを改善し、データとメディアのラインアップから希望の組み合わせをセレクトできる新パッケージ「Ponta Ads」として提供します。Ponta Ads はリアル中心の膨大なファクトデータと各種メディアを連携し、広告配信・分析を併せ持つことで、消費者の購買行動・消費変化を把握し、促すマーケティングサービスです。

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。

※1 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、個人を特定しないセキュアな環境でデータ分析・利活用を行っております

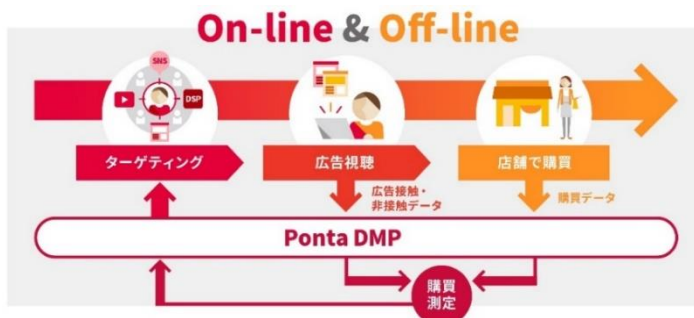
※2 DM やメールを除くデジタルメディアでの配信または購買効果測定で Ponta データを活用した案件数

■Ponta Ads 概要

LM は、共通ポイントサービス「Ponta」において1億816万人（2022年6月末時点）の会員基盤を有し、多量なデータを活用して企業のマーケティング支援を行っています。

Facebook・Instagram・YouTube 広告・Google ディスプレイ ネットワーク・LINE・Twitter

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。また、リアル購買分析においては、デジタルメディアに限らずマスメディアであるテレビ・ラジオに出稿した広告においても、計測が可能となっています。



Ponta Ads では、これらのソリューションをパッケージ化し、①活用するデータを選ぶ、②アプローチするメディアを選ぶ、③アウトプットを選ぶ、の形でサービスを再構築しました。

配信・分析を実現するLMのマーケティングサービス構造体



①データ × ②メディア × ③アウトプット

3つを選ぶパッケージ

Ponta Ads 

<Ponta Ads でセレクトできる内容>

- ①データ : 購買データ、Ponta カード利用履歴、基本属性データ、アンケートデータ、Web 購買履歴／広告 CP 結果など
- ②メディア : 【Ponta オウンドメディア】メール、DM、Ponta アプリなど
 【SNS 広告】Facebook、Instagram、Twitter、LINE
 【動画広告】YouTube、ABEMA など
 【ディスプレイ広告】Google ディスプレイ ネットワーク、DSP など
- ③アウトプット : 【広告配信】セグメント条件（案件ごとに設定可）、掲載面、予算設定など
 【購買分析】広告配信前／広告配信後比較、広告接触／非接触比較、リピート定着分析など

■特長

特長 1：リアル購買中心のデータ群

基本的な属性データおよび購買データ、専用パネル、価値観クラスターなどのファクトデータを強みとしています。国内最大級の会員基盤による多量なデータがあるため、細かなターゲティングや分析を実現いたします。

特長 2：多彩な接続メディア

日常生活で多くの方が利用する大手プラットフォームと連携し、SNS・動画・ディスプレイ広告と幅広く対応しています。

特長 3：データ接続ボリューム

広告 ID に依存しない 1 億超の会員情報を巨大メディアと連携しています。連携後も配信・分析に十分なデータ量を確保しています。

特長 4：高度なアウトプット

リアル購買をベースにしたきめ細やかなターゲティングや、広告接触者のリアル購買の詳細な分析、メディアによっては媒体側データとの掛け合わせ分析などが可能な環境・技術・データの質と量を保有しています。広告配信後には、広告接触者が購買行動に至ったかの検証を行うことで、次の施策で、より生活者の購買行動を促すアプローチにつなげます。

■実現手法の一例：Google™ の Ads Data Hub™ を活用した広告効果測定

Ponta のリアル購買データと、企業の保有する Google 広告 上でのデジタル広告配信にひも付く各種データ（広告接触者情報やセグメント情報など）を集計することで、デジタル広告がリアル店舗での購買に結び付いたかを分析することが可能です。具体的には、企業が YouTube 広告、Google ディスプレイ ネットワークへ配信したデジタル広告について、広告接触者／非接触者における時系列での購買率の比較や、広告接触者の興味関心や購買意向の把握ができます。

・ Ads Data Hub を活用できる「Ponta Ads」のセレクト内容

- ①データ：リアル購買データまたは Ponta カード利用履歴
- ②メディア：Google 広告（YouTube 広告、Google ディスプレイ ネットワーク）
- ③アウトプット：広告接触者の購買分析（広告配信前／広告配信後比較、属性別分析など）

・ Ads Data Hub による分析アウトプット例

	YouTube広告接触者数		Pre (事前期間)				Post (事中・事後期間)				ROAS
	購買分析対象者数	購買分析対象者数	購入者数	購入率	購買数	購買金額	購入者数	購入率	購買数	購買金額	
■全体											
■性年代別											
男性 18～24歳											
男性 25～34歳											
男性 35～44歳											
⋮											
女性 18～24歳											
女性 25～34歳											
女性 35～44歳											
⋮											

< 関連情報 >

- ・ 2022 年 7 月 21 日 (木)、日経クロストrend FORUM 2022 の協賛講演に登壇いたします。
<https://expo.nikkeibp.co.jp/xtf/2022/>
- ・ 株式会社ロイヤリティ マーケティング Ponta Ads ページ
<https://biz.loyalty.co.jp/ponta-ads/>
- ・ 「Ponta Ads」資料ダウンロードページ
<https://biz.loyalty.co.jp/download/>
- ・ 本サービスのお問い合わせ
<https://www.loyalty.co.jp/inquiry>

※Ponta 会員情報の取扱いについては、以下のページにてご確認ください

- ・ 個人情報保護方針と個人情報の取扱いについて：<https://policy.ponta.jp/c/privacy/index2.htm>
- ・ Ponta 会員規約：<https://policy.ponta.jp/c/rule/index.htm>

以上