

2023年5月9日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

---

購買傾向・興味関心の軸で潜在顧客を見つけ出す  
「Life Action セグメント」の提供を開始  
650 個以上のセグメントデータからターゲティングとアプローチが可能に

---

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、2023年5月9日（火）、購買傾向や興味関心度で構築した 650 個以上のセグメントから、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」の提供を開始いたします。



企業が売り上げや顧客を増やすには、潜在顧客へのアプローチが重要となります。そこで、LM は潜在顧客への効率的なプロモーション支援のため、1 億人超の Ponta データと分析技術を活用し、企業の商品・サービスの潜在顧客の可視化と、的確なアプローチを実現する「Life Action セグメント」を開発しました。

本サービスは、EC サイトの購買データと Ponta リサーチのアンケートデータを利用し、1 億人超の Ponta 会員に対して購買傾向や興味関心度をスコアリングし、セグメントを構築したサービスです。「Inmarket（購買傾向）」セグメント、「Affinity（興味関心）」セグメントで合計 650 個以上に幅広く分類しており、あらゆる業種業態の企業にご利用いただけます。企業が指定したセグメントの基本属性、ライフスタイルに関する価値観クラスターの集計グラフを最短 2 営業日で提供します。

さらに、アプリやメール、郵送 DM といった Ponta オウンドメディアや、外部のデジタル広告メディアを通じたプロモーションも可能です。ターゲットに合わせたリーチ手段による施策立案から効果検証まで、一貫したマーケティングサポートを提供いたします。

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

## ■Life Action セグメントの特長

### ①650 個以上の基本セグメント

EC サイトの商品単位の購買データと興味関心に関するアンケートデータを用いて、基本セグメントを構築しています。650 個以上の中から、希望のセグメントを選択いただけます。

- ・購買傾向に関する「Inmarket」セグメント

534 種類あり、大分類と中分類があります。例えば、大分類「アクセサリー・ジュエリー」では、中分類を「ペンダント」「ブレスレット」「指輪」に分けています。

- ・興味関心に関する「Affinity」セグメント





123 種類あり、大分類から中分類、小分類があります。例えば、大分類「テクノロジー」では、中分類を「ハイテク好き」「モバイルファン」、そして小分類を「オーディオ好き」「ハイエンドPC好き」に分けています。

#### Inmarket (購買傾向スコア)

 19 種類 グルメ・食品	 36 種類 本・コミック 雑誌	 13 種類 家電	 17 種類 ビューティー コスメ	 26 種類 アクセサリー ジュエリー	<p>大分類から中分類まで 細分化したセグメントを用意</p> <p>例</p> 
 13 種類 ビール・ワイン お酒	 11 種類 ダイエット 健康	 19 種類 インテリア 家具	 15 種類 メンズ ファッション	 17 種類 レディース ファッション	

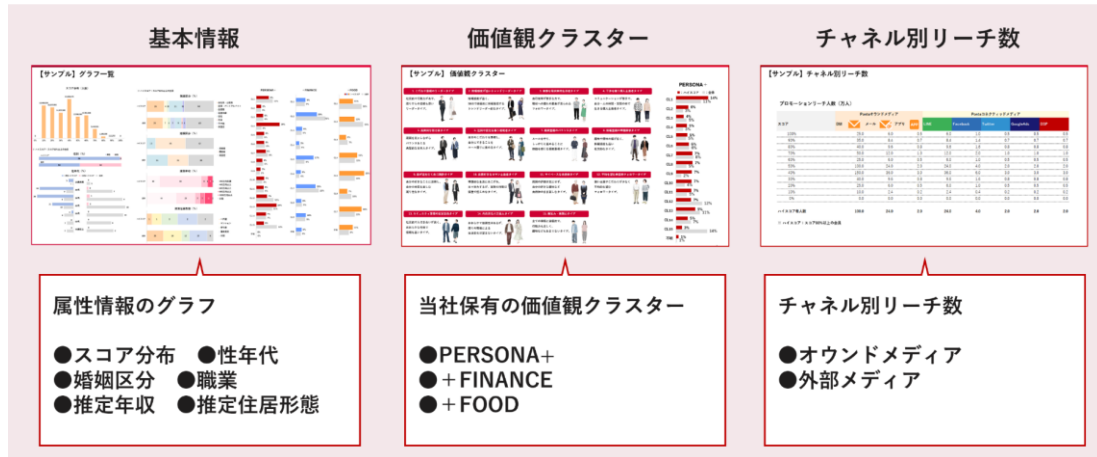
この他 500 を超えるセグメントをご用意

#### Affinity (興味関心スコア)

 1 種類 銀行・金融	 2 種類 美容・健康	 11 種類 フード ダイニング	 2 種類 家庭園芸	 19 種類 スポーツ フィットネス	<p>大分類から小分類まで 細分化したセグメントを用意</p> <p>例</p> 
 11 種類 ライフスタイル 趣味	 37 種類 メディア エンターテインメント	 6 種類 ニュース・政治	 4 種類 ショッピング好き	 7 種類 テクノロジー	
 4 種類 旅行	 6 種類 乗り物 交通機関				

## ②ターゲットの可視化

各セグメントの「基本情報」「価値観」「チャンネル別リーチ数」を最短2営業日かつ無料で提供します。価値観は、LM保有の価値観クラスター「PERSONA+」「+FINANCE」「+FOOD」から分析します。



## ③ターゲティング&プロモーション

アプリ、メール、郵送DMといったPontaオウンドメディアや、外部メディアと連携したPontaコネクティッドメディアを活用して、広告配信ができます。本サービスでは複数の外部メディアで同一のセグメントを使えるため、プラットフォーム側の配信セグメントによらず、横断的にプロモーションが可能です。施策の効果検証にも対応しています。



## ■Life Action セグメントの活用イメージ

- ・証券会社での金融商品の新規利用促進

Affinity セグメントから「投資家セグメント」を選択。基本情報、ライフスタイルに関する価値観クラスターの集計結果から、“外交的で情報感度が高い”、“ワンランク上のサービスを求める”、“男性 30 代～50 代”など、ターゲット像を明確化します。読み解いた基本情報や価値観を、郵送 DM のクリエイティブに反映し、最適なターゲティングとプロモーションを実施できます。



## ■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法人のお客様専用お問い合わせページ：<https://biz.loyalty.co.jp/inquiry/>

以上