



# Ponta Ads

法人向けソリューション Ponta Ads 資料

# agenda

## 01 Ponta Ads とは

特長 1 実購買中心のデータ群

特長 2 多彩な接続メディア

特長 3 データ接続ボリューム

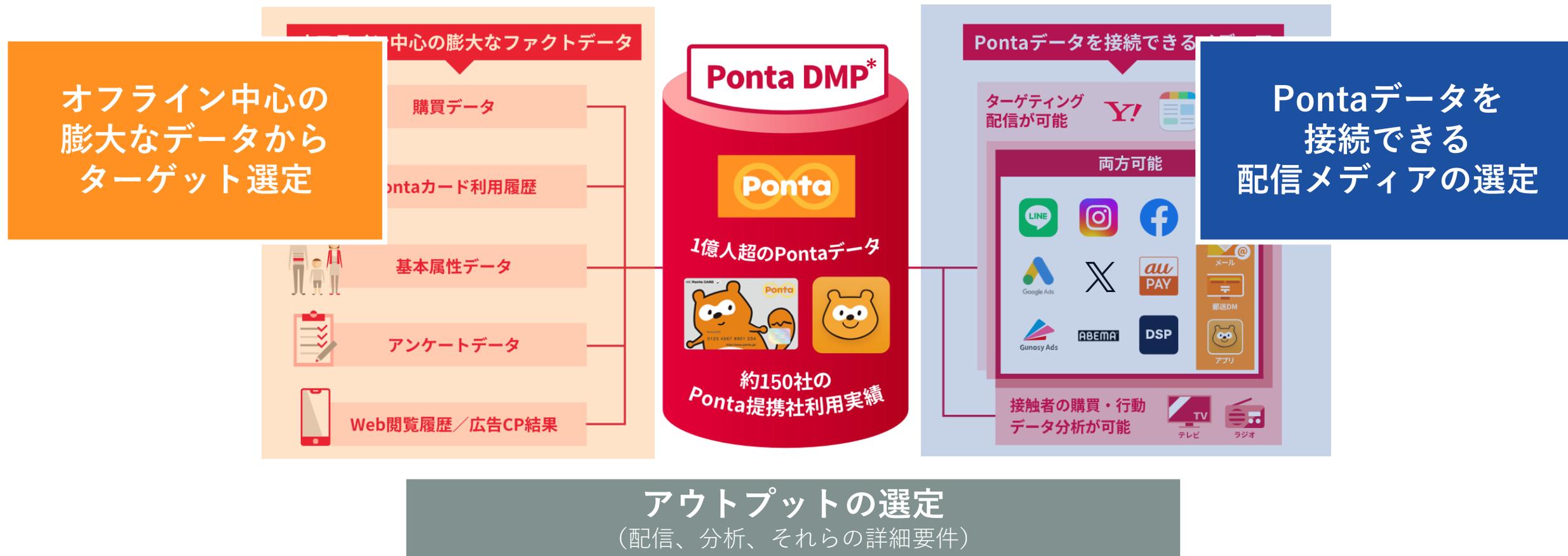
## 02 実現できること

## 03 お問い合わせ

# Ponta Ads とは

# Ponta Adsとは

実購買データをはじめとするオフライン中心の膨大なファクトデータの取得と  
巨大メディアとの広告配信・分析を可能とする技術を併せ持つことにより  
消費者の購買行動・消費変化まで捉えた精度の高いマーケティングを実現します。



**データ** × **メディア** × **アウトプット** を選ぶパッケージ・ソリューション

# Ponta Adsとは セレクト詳細



# Ponta Adsとは 3つの特長

## 特長1 実購買中心のデータ群

### オフライン中心の膨大なファクトデータ



## 特長2 多彩な接続メディア

### Pontaデータを接続できるメディア



## 特長3 データ接続ボリューム

## 特長 1

# 実購買中心のデータ群

# 特長 1 実購買中心のデータ群

基本的な属性データ及び購買・消費行動データから  
専用パネル・価値観クラスターまで保有。

ファクトデータを強みとした圧倒的ボリュームがあるため  
粒度の細かいターゲティングや分析が実現できます。

## ポイント①

1億人超の会員登録情報があるため、  
十分な配信ボリュームを確保



## ポイント②

約150社のPonta提携社と  
31万店舗以上の対象店舗での  
オフライン購買データという  
ファクトをもとにした配信&分析が可能



## ポイント③

オンラインの行動データも駆使し  
幅広いターゲティングニーズに対応



## ポイント④

独自セグメントを構築し  
多様化する生活者を的確にとらえる  
価値観マーケティングが可能



## ポイント①

## 1億人超の会員登録情報があるため、十分な配信ボリュームを確保

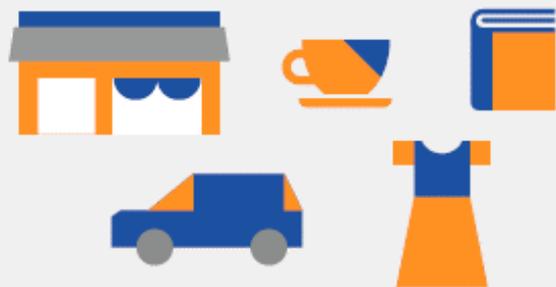
- **1億人超**の会員登録数
- 性別・年代・エリアも偏りなく分布
- 第三者の広告主向けにもデータ活用できる  
**パーミッションをPonta加入時に取得**しているため  
マーケティングへの活用が可能
- 会員情報登録は、必須項目のため**全会員保有**
- Ponta会員サイトや、一部Ponta提携店舗から  
簡単に登録や更新ができ、定期的に登録情報の更新を促すことで  
**鮮度と信頼性**を確保



## ポイント②

# 約150社のPonta提携社と31万店舗の対象店舗での オフライン購買データというファクトをもとにした配信 & 分析が可能

### 提携社データ



提携社は日常消費から  
ライフステージまで  
オフラインを中心に日常生活の  
消費シーンを網羅しています。

### 購買データ



- ・購買履歴  
食品、飲料、日雑品、  
一般薬品、書籍、  
化粧品など
- ・購入日時
- ・購入店舗

調査会社では取りにくい  
実店舗の顧客情報に紐づく  
購買データ (=ID-POS) を  
多数保有しているので  
ID-POS分析も可能です。

### Pontaカード利用履歴



- ・日時
- ・提携社名
- ・店舗
- ・購入金額

共通ポイントカードのため  
提携社の購買データを横断取得で  
情報ソースが幅広く  
ボリュームも確保できます。

## “人”を軸とした粒度で顧客の見える化を実現

顧客情報（Ponta ID）と購買データを紐づけること（=ID-POS）で  
POSデータだけでは見えてこなかったことが見えてきます。



### 指定した購買行動に該当するユーザーへのアプローチ

- ①**自社商品**：既存購買者の購買数UP／休眠顧客の復活促進
- ②**同一カテゴリ商品**：競合商品購買も含めた顕在層獲得
- ③**併売商品**：購買可能性の高い潜在層発掘

### 指定したIDの購買分析

- ①**メイン購買商品や、購買態様（曜日、時間、場所など）の過去～現在の変遷**
- ②**広告接触有無や接触回数による購買測定**
- ③**購買者と広告媒体データとの掛け合わせ分析**

## ポイント③

オンラインの行動データも駆使し、幅広いターゲティングニーズに対応

### Web閲覧履歴（外部Webサイトの閲覧履歴による推定）

- 興味関心推定（健康・美容、自動車、グルメ、金融、レジャー）
- 属性推定
- 購買、収入推定（EC・通販購入頻度、EC・通販購入金額）

### 広告キャンペーン結果

- 広告反応率
- 過去CV履歴
- キャンペーン参加率



## ポイント④

### 独自セグメントを構築し、 多様化する生活者を的確にとらえる価値観マーケティングが可能

#### 価値観クラスター



Ponta会員5万人×200設問を  
超えるアンケートで抽出した  
価値観因子をもとに  
15の価値観クラスターを独自構築

#### ASKデータ



自主アンケート、登録情報等から  
取得したデータにより  
ライフスタイルや趣味嗜好を推定  
※Ponta AIにより拡大推計しています。

#### 推定ペルソナ



カード登録情報や利用履歴の  
ファクトデータから  
生活パターンをモデリングし  
ペルソナを推定しています

## 特長 2

# 多彩な接続メディア

## 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、消費行動時に利用する公式アプリや開封率の高いDMなど、オンラインからオフラインまで幅広いメディアをご提供いたします。

### Ponta オウンドメディア

※2024年11月時点



Ponta DM  
6,100万



Pontaメルマガ  
2,270万



Pontaアプリ  
1,800万

※Pontaアプリダウンロード数  
(2024年時点)



au Ponta おトクメッセージ



au Payアプリ

### Ponta コネクティッド メディア

※2024年11月時点

※自社調べ

LINE

6,200万

Facebook

2,900万

Instagram

X (旧 Twitter)

1,000万

YouTube

2,300万

Google Ads

2,700万

YDA (Yahoo!)

3,700万

SmartNews

220万

Gunosy Ads

540万

DSP

1,500万

テレビ視聴

170万

etc.

### ポイント

## 幅広いメディアから選定できるため マーケティングにおける円滑なPDCAが実現可能

### ● 広告接触データを購買データと掛け合わせた分析

大手プラットフォーム内に**分析専用環境**があり、さらに**十分なデータボリューム**を確保しているため  
精度高いターゲティング配信だけでなく、広告接触者／非接触者の購買検証や、  
キャンペーン事前事後での来店率・購買金額の検証も可能です。

### ● 多種多様なメディアへのターゲティング広告配信

主要SNSや大手webサイトともデータ接続をしており、  
**多種多様なメディア**への広告配信を行うことができます。

### ● マスメディアの分析も可能

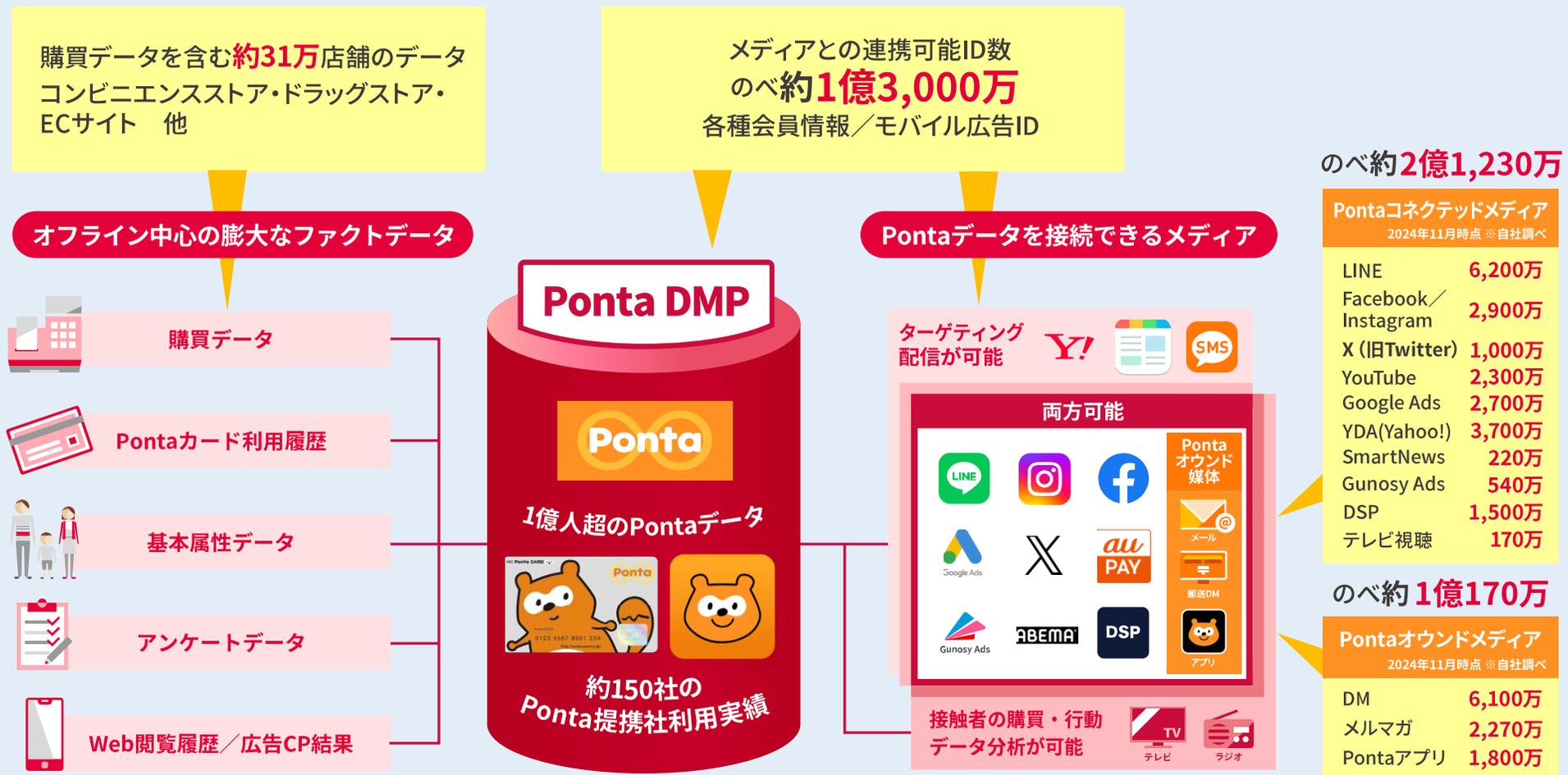
広告代理店様との協業によりマスメディアの分析も可能なため、  
番組やCM視聴者の広告接触者／非接触者の購買検証が可能です。  
視聴率だけではない軸で広告プランニングに活かせます。

### 特長 3

## データ接続ボリューム

# 特長3 データ接続ボリューム

広告IDに依存しない会員情報で巨大メディアと連携、  
 大量のID突合を実現、配信・分析に十分な量を確保します。



### ポイント

## 各メディアとのID突合によるデータボリュームの確保

### 課題

オフラインデータとメディアとの突合での課題として  
Cookieや広告IDのみを使うと  
最終的にターゲティング広告の対象者が小さくなるケースも散見される



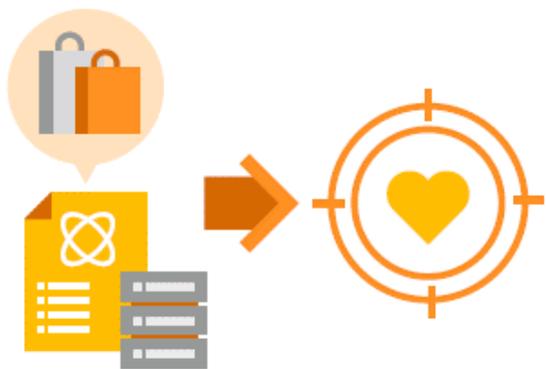
Ponta DMPで保有するデータは  
**Cookieや広告IDにほとんど依存せず**  
Ponta IDをキーとした各種の会員情報によって  
各メディアとID突合を実施しているため  
**データボリュームが確保可能。**

## 実現できること

# 実現できること

マーケティングサイクルを1つのID&DMPでシームレスに行うことで  
広告のメッセージを的確なターゲットに広告のメッセージを的確に届け  
プロモーション効果も可視化できます。

実購買データ中心の  
データ群から  
高精度ターゲティング



多彩な接続メディアと  
データ接続ボリュームを  
持ち合わせた広告配信



実購買データ中心の  
データ群を使って  
効果検証することで  
広告効率を可視化



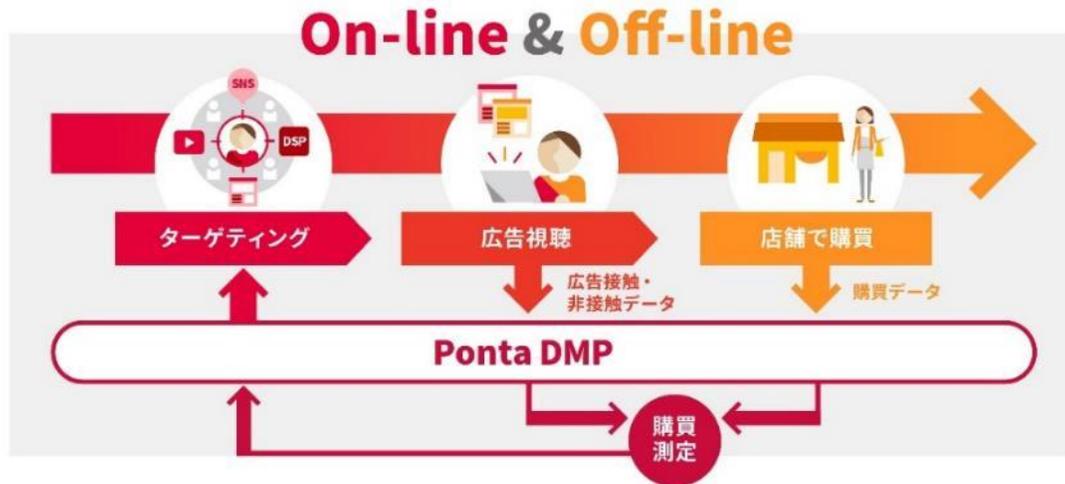
# 実現手法 Google™ の Ads Data Hub™ を活用した広告効果測定

Pontaのリアル購買データと、企業の保有する Google Ads 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
- 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とGoogle Ads へのターゲティング広告の配信サービスを組み合わせてお使いいただくことで、分析結果を次回以降のターゲティングに活かし、デジタルマーケティングにおけるPDCAを円滑に実施いただけるようになります。

	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	購入者数	購入率	購買数	購買金額	購入者数	購入率	購買数	
■ 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										
⋮										

アウトプット例

# より詳しくご検討したい方へ Ponta Adsのプロモーション

Pontaデータから読み解いた「価値ある情報」をもとに  
問題解決に導くプロモーションサービスを提供しております。

## 郵送ダイレクトメール

最大リーチ数  
**6,100万 ID**



- Ponta会員に対して、郵送DMを発送
- PDCAサイクルで最適なターゲティングを実現
- 様々な仕様での発送、直送サンプリングも可能

## Pontaアプリ

リーチ数  
**1,800万 以上**

※Pontaアプリダウンロード数  
(2024年時点)



- ID単位でのセグメント配信が可能
  - 予算に合わせたバナーサイズ、imp数を選択可能
  - ユーザーの約半数が毎日起動
- ※Pontaリサーチ調べ

## Pontaコネクティッドメディア

最大リーチ **6,200万 ID**

広告IDに依存せず大手広告プラットフォームとPontaデータを連携し、配信ボリュームを確保。

配信後は、購買データの検証を行うことで、より顧客の購買行動に促したアプローチにつなげます。



## メール広告

最大リーチ数  
**2,270万 ID**



- 独占メール**  
貴社の情報を単独で配信
- クリックポイントメール**  
送客力を高めるクリックポイント付きメール
- アンケートプロモーション**  
Webアンケートを通じて、商品理解・興味関心の高まりを促進

## au Ponta おトクメッセージ

- 重要通知と並んで掲載されるため視認性が高いSMS広告
- 開封率・クリック率がともに高く、高い効果が見込める



## au PAY アプリ

- Pontaデジタル会員証画面で訴求力の高いバナー広告
- ID単位でのセグメント配信が可能



## SNS広告



購買行動を基にしたPontaデータ連携による精度の高い配信と広告接触者のリアル購買測定を大手プラットフォームで実現。

## 動画広告

YouTube



認知効果の高いインストリーム広告で効果的に訴求。伸長する動画広告市場の中で、より目的に応じたターゲティングと分析フォーマットをご提案いたします。

## ディスプレイ広告



主要Web/アプリを横断して「人」軸でターゲティング。SNSや動画ではリーチできない層にも有効です。

# より詳しくご検討したい方へ Ponta Adsのプロモーション



## ターゲティング セグメント情報

- ターゲティングセグメント
- 基本属性セグメント
- ライフスタイルセグメント
- 行動履歴セグメント
- 購買履歴ターゲティングのボリューム (突合ID数)

## プロダクト情報

### Pontaオウンドメディア

- 郵送ダイレクトメール
- メール広告
- Pontaアプリ
- au PAY アプリ
- au Ponta おトクメッセージ (SMS)
- アンケートプロモーション
- アクションポイント
- Pontaリサーチ

### Pontaコネクティッドメディア

- LINE公式アカウント / LINE広告
- Facebook & Instagram
- X (旧Twitter)
- YouTube
- Google Ads (GDN)
- YDA (Yahoo!広告)
- SmartNews ●Gunosy Ads
- DSP

## 購買分析情報

- 購買分析接続先
- メディア環境での購買分析
- LM環境での購買分析



**Ponta Ads**

## お問い合わせ先

当社サービスにご関心がございましたら  
お気軽にお問い合わせください。

お問い合わせはこちら  
<<https://biz.loyalty.co.jp/inquiry/>>

# ロイヤリティ マーケティング 会社概要



会社名	株式会社 ロイヤリティ マーケティング	
設立年月日	2008年12月1日	
主事業	ポイント事業／マーケティング事業	
役員	代表取締役社長 長谷川 剛	
従業員数	349名（2024年10月1日時点）	
資本金	23億8,157万8千円	
株主	三菱商事株式会社	22.37%
	株式会社ローソン	20.00%
	KDDI株式会社	20.00%
	株式会社リクルート	15.00%
	日本航空株式会社	15.00%
	株式会社三菱東京UFJ銀行	5.00%
	株式会社ゲオホールディングス	2.63%
本社所在地	〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-18-14 恵比寿ファーストスクエア7階	
グループ会社	株式会社ビヨンド・ザ・データ	
URL	<a href="https://www.loyalty.co.jp/">https://www.loyalty.co.jp/</a>	

# CONFIDENTIAL

本資料は、未刊行文書として日本及び各国の著作権法に基づき保護されております。  
本資料には、株式会社ロイヤリティ マーケティング所有の特定情報が含まれており、これら情報に基づく本資料の内容は、  
貴社以外の第三者に開示されること、また、本資料を評価する以外の目的で、  
その一部または全文を複製、使用、公開することは、禁止されています。  
また、株式会社ロイヤリティ マーケティングによる書面での許可なく、  
それらの情報の一部または全文を使用または公開することは、いかなる場合も禁じられております。

The information contained in these documents is confidential, privileged and only for the information of the intended recipient and may not be used, published or redistributed without the prior written consent of Loyalty Marketing, Inc.

