Loyalty Marketing, Inc.

SERVICE FOR BUSINESS

法人向けソリューション アナリティクス資料

ANALYTICS

Contents

01 ロイヤリティマーケティングとは

02 アナリティクスサービス概要

03 分析メニューのご紹介

04 関連サービス・ソリューションのご紹介

05 FAQ・お問い合わせ

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

01

ロイヤリティマーケティングとは

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

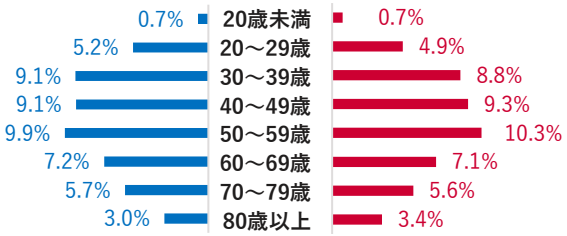
Ponta概要｜共通ポイントサービスのビッグデータを駆使したマーケティング支援

ロイヤリティ事業

Ponta会員

国内最大級の顧客基盤
※ 2010年サービス開始

Ponta会員数 **1億 2,615 万人**



男性 49.9%

女性 50.1%

20~59歳の構成比
66.5%

※2026年3月末時点

Ponta提携社

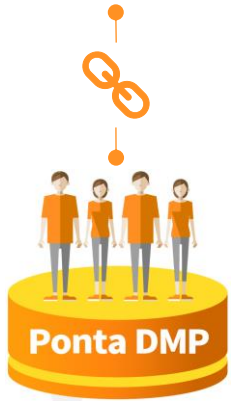
日常消費から生活インフラまで幅広い領域で展開

提携社数	ブランド数	利用可能店舗数
155	228	36万

- 百貨店・コンビニ・スーパー・ドラッグストア
- ファッション・美容
- 音楽・映像・ゲーム
- エンタメ・チケット・お出かけ
- 生活・暮らし・ペット
- ビジネス・英語・習い事
- レジャー・旅行
- ネットショッピング・通販・宅配
- 車・バイク
- スポーツ・ゴルフ
- 引越し・住まい
- 医療・保険
- グルメ・飲食
- レンタカー・ガソリンスタンド・駐車場
- 本・電子書籍・新聞
- 電子マネー・クレカ・金融
- 家電・コンピューター・通信
- 電気・ガス

※2026年8月1日時点

Ponta会員ID



One IDで
管理・連携

マーケティング事業

利用可能データ

日本最大級の会員属性データと実購買データを
はじめとするオフライン中心の膨大なファクトデータ

- 購買データ
- ライフスタイルデータ
- 基本属性データ
- 位置情報データ
- WEB閲覧データ
- 広告CP結果
- 外部データ

ソリューションサービス

Ponta会員IDに紐づくビッグデータを駆使した
IDマーケティングソリューションサービス

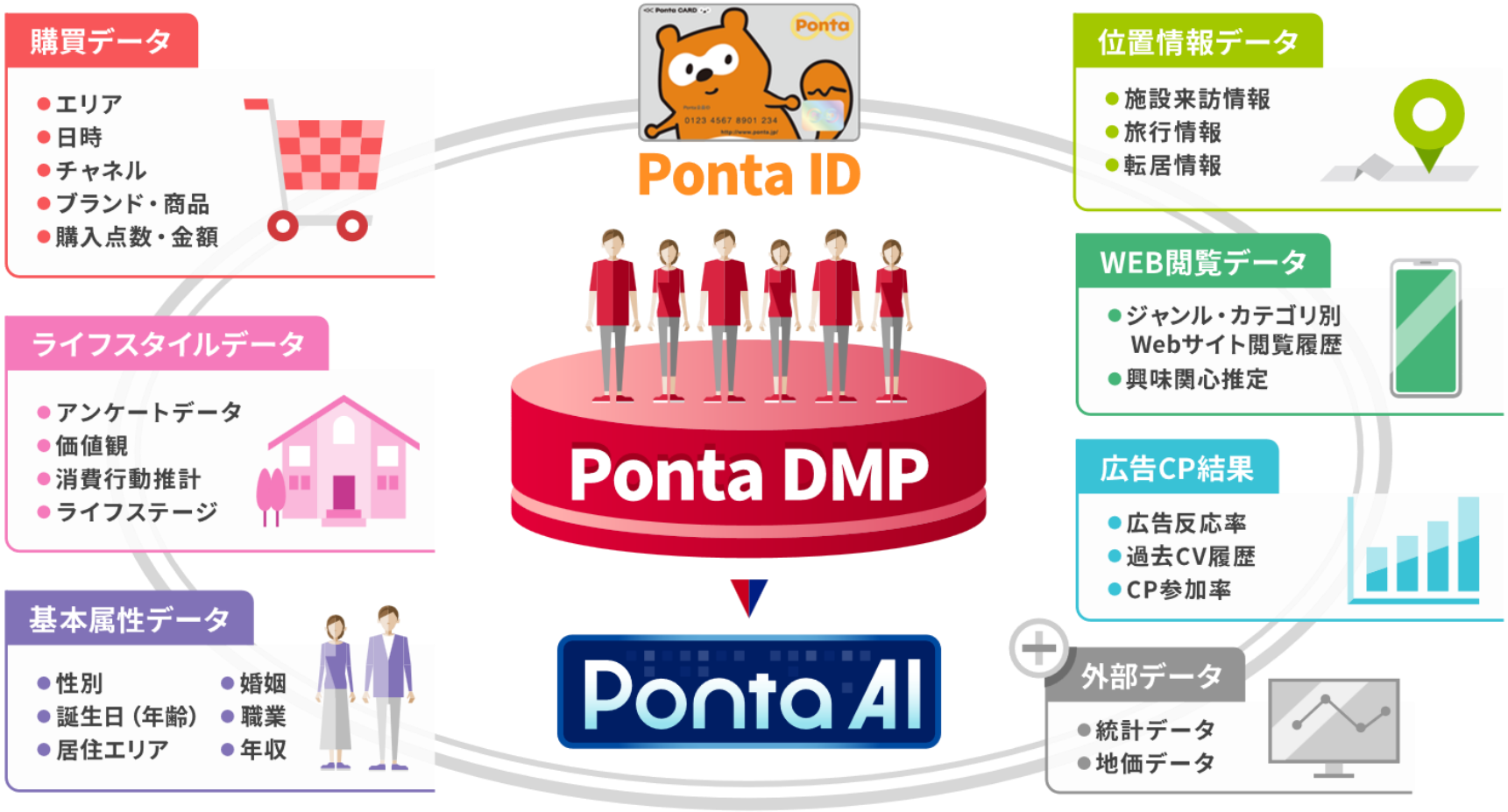
広告・集客	アンケート調査	データ分析・コンサル
PROMOTION	RESEARCH	ANALYTICS

*Ponta DMP = Ponta Data Management Platform

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

大規模なデータソース

1億人超のPontaIDに紐づいた、基本属性や購買データなど各種データを保有。



©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

02

アナリティクスサービス概要

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

データサイエンティストとAI技術のアセットをフル活用

データのビジネス利用価値を最大化

知識
スキル

経験値

ノウハウ

創造力

問題
解決力

多様な分野においてデータを
軸にした問題解決を支援する

データサイエンティスト

人×AI
による
分析

数値
データ

画像
データ

音声
データ

言語
データ

感情
データ

Ponta AI

膨大なPontaデータから
効率的かつ高精度にモデル生成できる

AIプラットフォーム

利用価値の高い
膨大な多変量データ

Ponta DMP

データ収集する提携社チャネル

●コンビニ　●飲食店　●ガソリンスタンド
●宿泊施設　●オンラインストア　‥など

蓄積されるデータ種別

●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閲覧履歴　‥など

分析メニュー

企業のご要望や課題に合わせて、様々な分析メニューをご提供。
４つのメニュー以外でもご対応可能です。

ID-POSデータや意識データを活用した

市場分析

▷P.9

ID-POSデータや属性データ、意識データを活用して、競合を含めた商品やサービスのポジショニングを分析。
消費者のニーズや、自社が参入しているもしくは市場の動向を把握できます。

プロモーションまでご支援

顧客分析

▷P.11

Ponta会員に紐づいた基本属性や価値観データ、ID-POSデータを活用して、顧客を分析。
多角的に自社の顧客を把握できます。

ID-POSで購買状況が検証できる

広告・効果検証

▷P.14

プロモーションやキャンペーンの検証を行い、施策前後でどのような購買行動の変化があったのかを分析。
広告や施策のPDCA運用を支援できます。

システム構築からデータ分析・施策まで

トータル支援

▷P.17

現状のヒアリングから課題を洗い出し、課題解決に向けて
専任のアナリストがデータ整備・分析、
効果的な施策実行を支援します。

ID-POSとは？

POS（ポス）とは、いつ・どの商品が・どんな価格で・いくつ売れたのか？を記録・管理する仕組みのことです。
ID-POSは「POS」に「顧客ID」が紐づいたものであり、だれが買ったのか？まで把握することができるため、
より精緻な購買分析に役立てることができます。

詳細はこちら

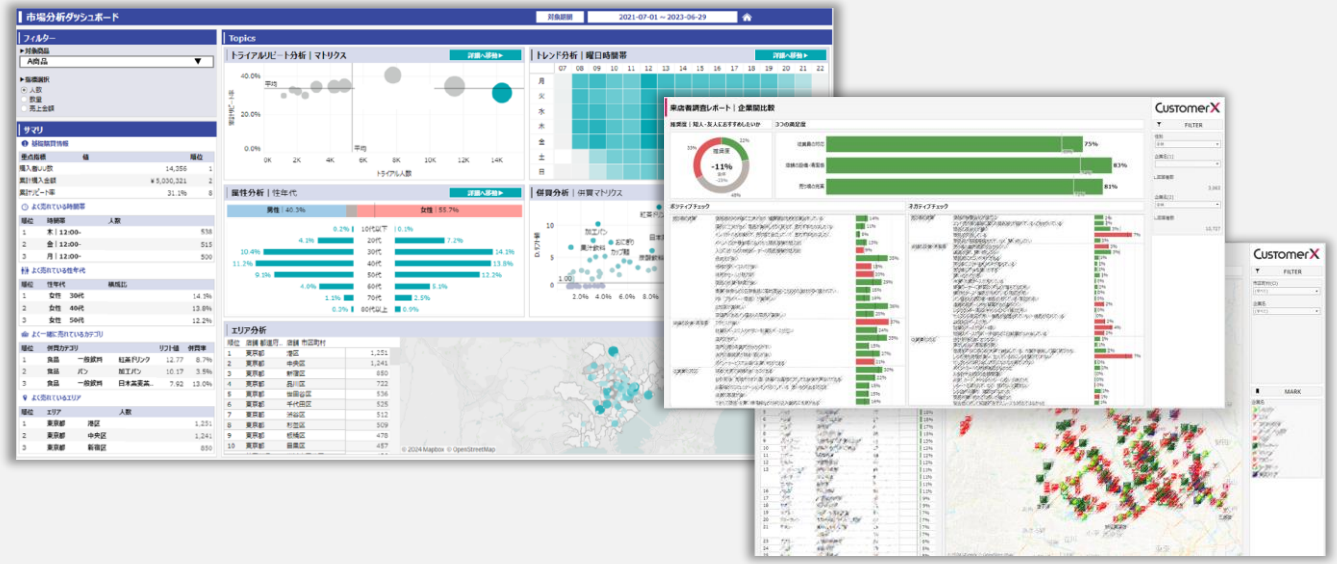
©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

市場分析

ID-POSデータや性年代などの基本属性データ、意識データを活用して、競合を含めた商品やサービスのポジショニングを分析。消費者のニーズや、自社の参入市場の動向を把握できます。

利用シーン

- マーケティングや商品開発の戦略策定において、市場状況を把握したい



特長

✓ ID-POSを活用した実購買データの分析が可能

» ID-POSで競合含めた市場内における自社の状況を把握できます。

✓ リサーチによる意識データでインサイト発掘

» ID-POSや属性データによる分析と、アンケートによる意識データの両面で市場把握ができます。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

市場分析｜事例①

飲料メーカー

アンケートデータとID-POSデータを組み合わせて
購入者層や、商品イメージ、購入シーンの違いをみることで自社商品のポジションを明確化

課題・悩み

- 商品リニューアルにあたり市場を把握したい
- しかし顧客や競合データを持っておらず分析ができない

アプローチ成果

- アンケートによる購買分析とIP-POSを活用した購買分析を合わせて実施
- アンケートでは購買シーン、ID-POSでは購買行動を分析することで、意識データ・行動データの両軸から市場を把握
- 競合含めブランドごとに顧客の違いを明らかにして、商品リニューアルのファクトとして活用

STEP 1

Pontaリサーチを実施し、顧客の意識を把握

生活者にアンケートを実施し、
競合も含めた購入理由や購入決定タイミング、
飲用場所・シーン、満足度を聴取。
生活者が意識している自社商品のポジショニングを確認。

STEP 2

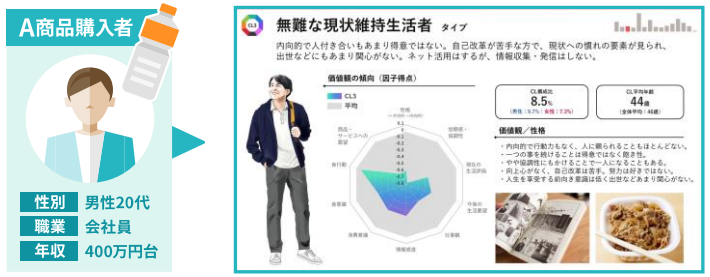
ID-POSデータを分析し、実購買の状況を把握

ID-POS分析では、対象商品の同時併売や
トライアルリピート、購入者の属性を分析し、
自社商品の購買傾向を把握。

STEP 3

ペルソナを構築し、ターゲット層をより明確化

自社商品の購入層を詳細にペルソナ化することで、
市場で受容性が高いターゲット層を明確化。
今後の商品開発に役立つファクトとしてご活用いただいた。



©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

Ponta会員に紐づいた性年代などの基本属性データや価値観データ、ID-POSデータなどの購買履歴を活用して、顧客を分析。多角的に自社の顧客を把握できます。

利用シーン

- 施策検討や戦略策定において、自社の顧客像を把握したい
- 新規顧客獲得などプロモーションにおいて、ターゲットを把握したい

特長

✓ 様々なデータを活用して多角的に把握可能

Ponta会員に紐づく、性年代やエリアなどの基本属性や価値観データを活用することで、詳細に顧客を把握できます。

✓ 潜在顧客を特定して
Pontaメディアでのアプローチまで可能

自社顧客を分析して拡大推計し、潜在顧客を特定することで、各種メディアからアプローチまでできます。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

顧客分析｜事例①

クレジットカード

新規顧客の獲得をしたいという要望を受け顧客分析からプロモーションまでを実施

課題・悩み

- 新規客を獲得したい
- 顧客増や訴求内容も不明瞭で施策を立案できない

アプローチ成果

- クレジットカード利用者にアンケートを実施し、ブランドの特徴や顧客像を明確化
- 分析で特定した顧客ペルソナにあわせてクリエイティブやプロモーションをご支援

STEP 1

利用者へのアンケートで ブランドと利用者の特徴や 満足点などを分析

競合含め利用者に属性や満足項目など聴取。
利用者やブランドを分析。
競合と比較した、利用者の違いや
ブランドの特徴をレポーティング。

STEP 2

利用者にPontaビッグデータを 掛け合わせて 機械学習による拡大推計を実施

アンケートデータを種として、
機械学習で1億人のPonta会員に対して、
潜在顧客セグメントを作成。

STEP 3

アンケートデータおよび 潜在顧客の分析を基に ターゲットのペルソナ像まで明確化

STEP 1 のアンケート分析、
STEP 2 の潜在顧客の構築・分析をもとに、
ターゲットを選定。
分析で得られた示唆からペルソナ像を構築。

STEP 4

特定したターゲットに合わせた クリエイティブを制作し、 プロモーション実施

アンケートによるブランド特徴を活用して
ターゲットに刺さる訴求点を特定し、
ターゲットに合ったクリエイティブを制作。
プロモーションを実施。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

顧客分析｜事例②

嗜好品メーカー

エリアごとの居住者の基本属性や価値観属性に加えてID-POSによる購買属性も分析
各エリアの顧客プロファイルを定め、エリアキャンペーン立案に活用

課題・悩み

- エリアごとの特性を把握しエリアに合ったキャンペーンを実施したい

アプローチ成果

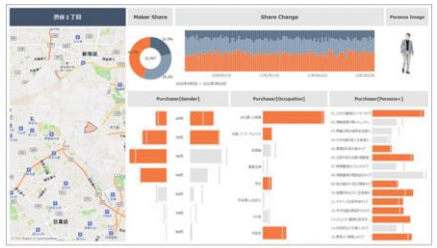
- 各エリアのPonta会員の基本属性や価値観、購買行動を分析
- 得られた示唆からターゲット像を設定しキャンペーン検討に活用

STEP 1

エリア単位で生活者を分析して ダッシュボード化

各エリアのPonta会員の基本属性や価値観、購買行動を分析。
分析結果をエリアごとにダッシュボード化して、エリアの違いを把握。

エリア別顧客属性分析



エリア別購買データ

STEP 2

分析結果を基に 各エリアのターゲット像を制作

STEP1の分析結果からエリアごとにターゲット像のプロファイルを制作。
対象エリアの顧客に合わせたキャンペーン設計や商品選定が可能に。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

広告・施策効果検証

プロモーションやキャンペーンの検証を行い、施策前後でどのような購買行動の変化があったかを分析。広告や施策のPDCA運用を支援できます。

利用シーン

- プロモーションや施策は実施しているが検証ができていない

特長

✓ ID-POSを活用した実購買データの分析が可能

ID-POSを活用することで、
広告や施策によって実際の購買行動に変化があったかを検証できます。

✓ リサーチによる意識データで深堀が可能

リサーチデータを活用することで
広告や施策による意識の変化も捉えることができます。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

広告・施策効果検証｜事例①

飲料メーカー

ID-POSでキャンペーン前後の購買金額を比較し、実購買効果を検証。
アンケートのキャンペーン満足度と購買データをかけ合わせることで、要因や今後の改善示唆を抽出。

課題・悩み

- キャンペーン効果を知りたいが実購買まで把握できず、実際の効果が検証できない

アプローチ成果

- 購買データと掛け合わせ、効果検証を実施
- さらに「意識」と「購買」の両軸からキャンペーン成果の要因を深堀りして評価

STEP 1

購買データでキャンペーン前後の効果を検証

キャンペーン前後の購買行動を比較し、実購買における効果を検証。
新規・リピートやブランドシェアの変動など、さまざまな軸から分析を実施。
長期的な効果やブランド間の流出入の影響を見ることで、多角的に効果を確認。

STEP 2

意識と購買の両軸から効果を検証

キャンペーンの満足度などのアンケートデータと購買データを掛け合わせ、
キャンペーンへの満足感が購買につながっているかを検証。
実購買に影響があったコンテンツを把握することで、次回キャンペーン時の改良が可能に。

- 施策前後の購買金額
- 新規・リピート
- ブランドシェア
- ブランド流出入

ID-POSによる実購買データ

×

- 施策の満足度
- 施策の良かった点
- 商品購入時の意識
- ブランド・商品好感度
- 商品購入意向

参加者へのアンケート

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

広告・施策効果検証｜事例②

証券会社

コンバージョンしたユーザーの基本属性や価値観属性から申込みに至った要因や傾向を把握。
その結果を踏まえてターゲットの絞り込みやクリエイティブの改善など、PDCA運用を支援。

課題・悩み

- 全方位へのアプローチで思うような効果が得られない
- ターゲットを明確にしてプロモーションを最適化したい

アプローチ成果

- PERSONA＋でサービス利用者の価値観プロファイルを作成
- 利用者の価値観を踏まえたターゲットの選定とクリエイティブ制作を実施
- ターゲットが明確になったことで従来の「ばらまき型」のキャンペーンから脱却

STEP 1

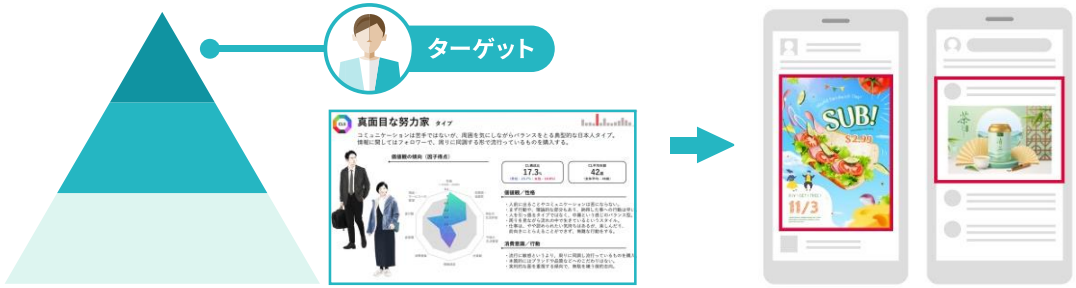
プロモーション実施後CV分析を実施

Pontaメディアでプロモーションを実施後、
コンバージョンしたユーザーの基本属性や価値観データなどを掛け合わせて分析を実施し、
どのような方が申込みまでに至っているのかを検証。

STEP 2

次回のターゲット選定・クリエイティブ改善によるPDCA運用

検証内容を基に、ターゲット選定やアプローチ方法、クリエイティブの改善などを企画。
サービスのターゲットに即した効果的なプロモーション活動を支援した。

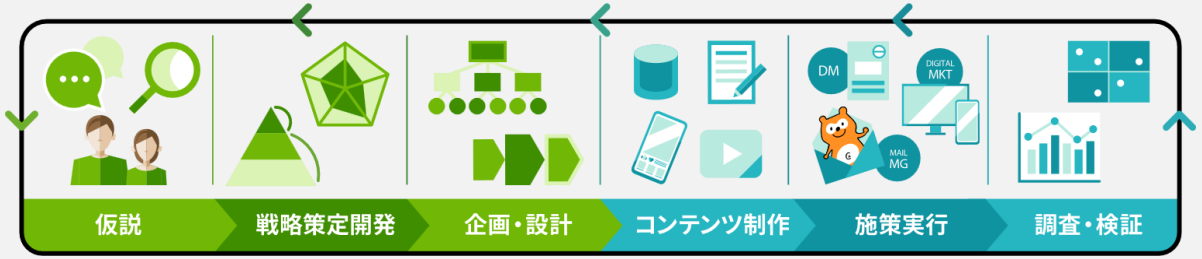


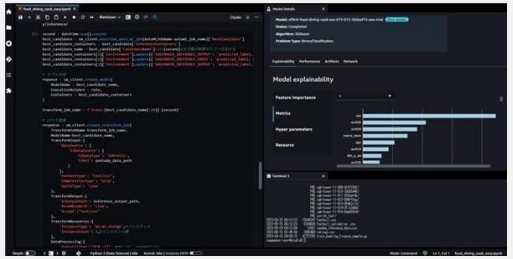
©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

現状のヒアリングから課題を洗い出し、課題解決に向けて専任のアナリストがデータ整備・分析、効果的な施策実行を支援します。

利用シーン

- 漠然とした課題はあるが、どのように対処したらよいかわからない
- 活用できるデータがない
- 保有しているデータはあるがうまく活用できていない





特長

✓ リサーチ・プロモーションも活用して課題解決

Pontaデータ、貴社保有データを活用した分析だけではなく、リサーチによる仮説検証や、プロモーションを用いた施策実行まで一気通貫した支援が可能です。

✓ 専任のアナリストが伴走して支援

専任アナリストがお客様のビジネスを深く理解し、課題・状況に応じて支援内容をカスタマイズ・課題解決へと導きます。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

トータル支援｜事例①

ディベロッパー

埋もれている自社データを整理・可視化。組織内でデータ活用を促進する専用のデータポータルサイトも構築。スポットでデータ分析支援による業務改善・AI活用など総合的に支援。

課題・悩み

- データを活かした業務改善を推し進めたいが、社内データの整理から必要
- 必要な社内リソースも不足

アプローチ成果

- 保有データや業務内容を丁寧に整理
- データを集約した独自のポータルサイトを構築し、データ活用を推進
- データ分析やプロモーション、勉強会新たなテクノロジー導入など多角的に支援

STEP 1

企業データを整形し、クイックに分析できる独自のシステムで業務効率化をサポート

保有しているデータを受領し、データの定義から確認。
業務におけるデータ使用場面などをヒアリングし、
レポート設計と一括管理できるポータルサイトを構築。
組織内でのデータ活用促進に向けた勉強会も定期的に実施。

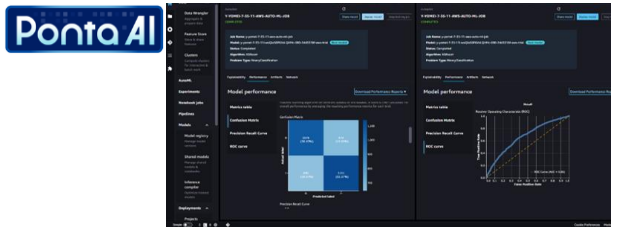
データ整形・レポート

システム構築

STEP 2

機械学習で見込み顧客を予測し、ターゲットを特定

購買・リサーチなど様々なデータをもとに機械学習を行い、
引越予定者を予測するモデルを構築。
各会員に対して引越確率を算出し、
確度の高い潜在顧客を特定し、効率的な訴求を支援。



STEP 3

ターゲットに応じて最適なプロモーションを提案クリエイティブの制作まで一貫して担当

機械学習などで導き出した確度の高いターゲットを
さらに分析で深堀し、購買傾向や価値観を明確化。
ターゲットに最も適したデザインやキャッチコピーで
クリエイティブ制作を実施。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

03

関連サービスのご紹介

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

各種サービスとの連携による支援

購買データなどの「行動面」と、意識データの「内面」の掛け算による多角的な分析から
分析結果を活かした施策実行、効果検証までサービスを掛け合わせて支援します。

仮説

戦略策定開発

企画・設計

コンテンツ制作

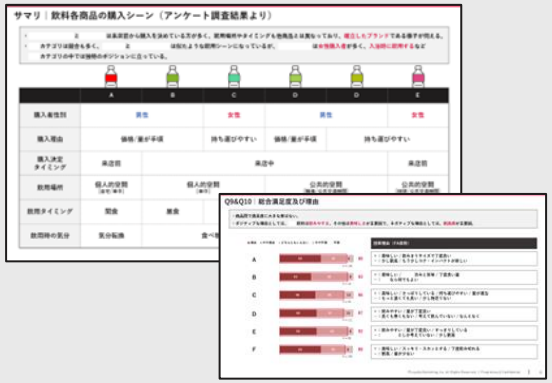
施策実行

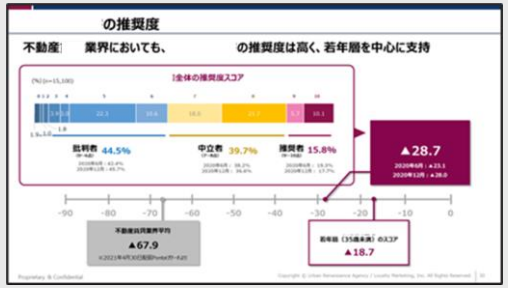
調査・検証

ANALYTICS

RESEARCH

購買・行動データを条件抽出や分析に活用できるアンケート
アナリティクスと掛け合わせて、より深掘りした価値ある示唆をご提供





PROMOTION

デジタル・リアル問わず、プロモーションチャネルを提供
分析で得た示唆をもとに、ターゲティングから広告配信までご支援

Ponta オウンドメディア
※2026年8月時点

- Ponta DM 6,300万
- Ponta メルマガ 2,500万
- Ponta アプリ 2,220万 ※Pontaアプリダウンロード数（2026年時点）
- au Ponta おトクメッセージ 1,450万
- au Payアプリ

Ponta コネクティッドメディア
※2026年8月時点

LINE	Facebook / Instagram	X（旧Twitter）	TikTok	YouTube
6,900万	3,500万	1,000万	3,200万	2,800万

Google Ads	YDA（Yahoo!）	SmartNews	DSP	テレビ視聴
3,000万	5,800万	240万	1,500万	170万

etc.

※自社調べ

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

ソリューションのご紹介

分析関連ソリューションも各種ご用意しております。

Data Solution

独自に構築した
価値観クラスターとプロファイルで
多様化する生活者を的確にとらえる

PERSONA+

顧客の価値観を把握したい

食関連や金融、不動産など
様々な業界のアンケート結果を
データベース化

Special panel

データを補足したい

Ponta会員１億人に紐づく
データと分析技術で
ニーズがある潜在顧客を見つけ出す

LifeAction Segment

潜在顧客を特定したい

Pontaデータ × AI技術を活用し、
企業の潜在顧客の可視化や的確な
プロモーションを支援

Altem ∞

商品購買を予測したい

Output Solution

意思決定の精度と速度向上を支援
大規模データの扱い方を知る
アナリストが提供するBIサービス

COM-BI

データを効率的にみたい

Ponta会員動向を地図上で可視化
地域最適化された無駄のない
マーケティングへ

Ponta Area Analysis

地図上で顧客を把握したい

リサーチ会員への満足アンケートで
店舗の状況を素早くチェック
改善サイクルを促進

CustomerX

自社の強み・課題を把握したい

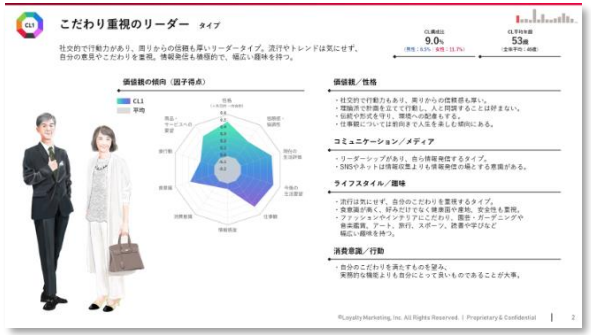
©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

詳しくはこちらをクリック＞＞

価値観マーケティングサービス

PERSONA+
ペルソナ プラス

独自に構築した価値観クラスターとプロファイルで
多様化する生活者を的確にとらえる。



業界別のクラスターサービスもご提供

+FINANCE +INSURANCE +INVESTMENT +FOOD

サービスの特徴

Point 1 独自のロジックで15クラスターを構築

- ✓ 5万人の250項目を超えるアンケートから独自クラスターを構築。
- ✓ リサーチや推計データで判別可能なため、データがなくても活用可能。

Point 2 ライフスタイルがわかるプロファイル

- ✓ 食や住環境、ファッション、趣味などのアンケートから詳細なライフスタイルがわかるプロファイルを構築。

Point 3 クラスターによる広告配信が可能

- ✓ 価値観クラスターはPonta会員すべてに付与。
- ✓ 分析で特定したターゲットクラスターにプロモーションまで可能。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

詳しくはこちらをクリック＞＞

Special panel MORE
幅広い項目の調査結果をデータベース化

アンケートデータベース

Special panel

食関連や金融、不動産など様々な業界のアンケートを
データベース化し、提供するサービス。

データの一例

ヘルスケアパネル

- ✓ 健康状態
- ✓ 喫煙状況
- ✓ サプリメント
- ✓ アレルギー　など

リテールパネル

- ✓ 利用スーパーマーケット
- ✓ 1か月の食費
- ✓ 調理頻度
- ✓ 子供の学齢　など

ギフトパネル

- ✓ 中元・お歳暮の実施有無
- ✓ イベント実施有無
- ✓ 購入金額
- ✓ 購入商品　など

不動産パネル

- ✓ 居住物件
- ✓ ハウスメーカー
- ✓ リフォーム実施・意向
- ✓ 家賃・間取り　など

仕事パネル

- ✓ 職業・職種
- ✓ 勤続年数
- ✓ 保有資格
- ✓ 副業有無　など

金融パネル

- ✓ 保有資産
- ✓ 利用クレジットカード
- ✓ 証券口座有無
- ✓ 加入保険　など

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

潜在顧客ターゲティングサービス｜Life Action Segment

詳しくはこちらをクリック＞＞

潜在顧客ターゲティングサービス

LifeAction Segment

Ponta会員1億人に紐づくデータと分析技術で
ニーズがある潜在顧客を見つけ出すサービス。

サービスの特徴

Point 1 約500個の基本セグメントを構築

- ✓ 購買傾向や興味関心度をスコアリングしてセグメントを構築。
- ✓ 「Inmarket」「Afiinity」で約500個のセグメントを提供。

Point 2 ターゲットを可視化したプロファイル

- ✓ 基本属性・価値観をグラフで把握できるプロファイルを提供。
- ✓ 多角的にターゲット像を把握可能。

Point 3 プロモーションまでご支援

- ✓ 特定したターゲットに向けてプロモーションまでご支援。
- ✓ Pontaオウンドメディアやコネクティッドメディアで広告配信。

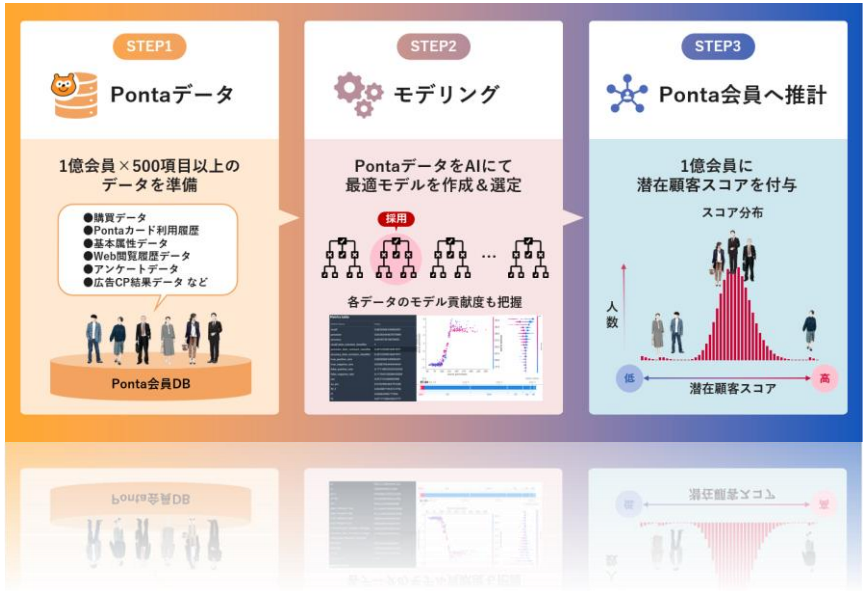
©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

AIを活用したスコアリングサービス｜AItem

詳しくはこちらをクリック＞＞

商品購買予測支援サービス

Pontaデータ × AI技術を活用し、
企業の潜在顧客の可視化や的確なプロモーションを支援



サービスの特徴

Point 1 小売業態50万点以上の商品データを活用

- ✓ さまざまな小売業態を横断した購買データを用いて商品購買予測。
- ✓ 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。

Point 2 新商品向けにオリジナルで構築可能

- ✓ 競合商品の購買傾向を考慮し、オーダーメイドなセグメント設計。
- ✓ 予測する購買期間をカスタマイズし顧客ニーズを正確に把握。

Point 3 潜在顧客の消費行動や興味関心を可視化

- ✓ 潜在顧客の属性や価値観、メディアリーチ数をプロファイリング。
- ✓ AIモデル活用で消費行動を把握し潜在的ビジネスチャンスを逃さない。

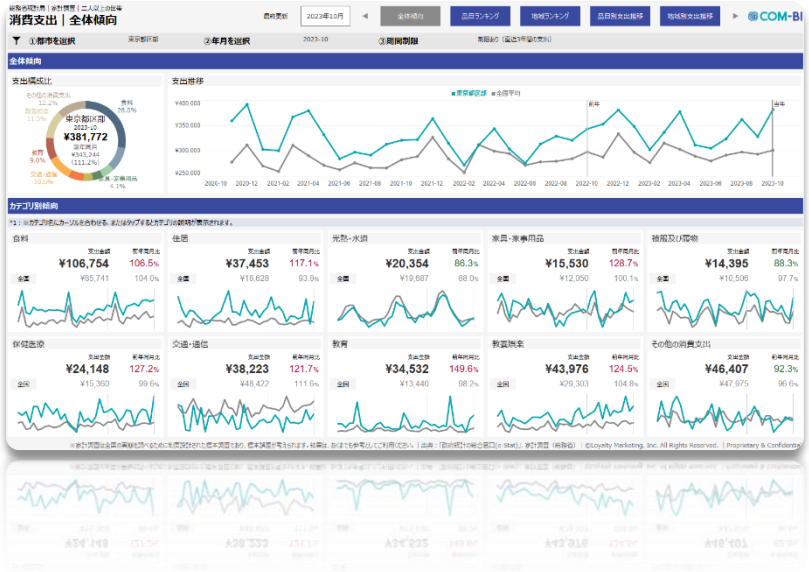
©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

詳しくはこちらをクリック＞＞ COM-BI MORE

マーケティングBI構築サービス

COM-BI

データ追加と可視化で、意思決定の精度と速度向上を支援。
大規模データの扱い方を知るアナリストが提供するBIサービス。



サービスの特徴

Point 1 データ整形から活用までを全面支援

- ✓ 1億人のデータを処理するアナリストがデータの現状を分析。
- ✓ 必要に応じて要件整理/加工/開発/運用/活用の各フェーズを支援。

Point 2 取引/購買/意識データをBIで提供

- ✓ POSデータや政府の家計調査データやを加工しご提供。
- ✓ 必要なデータはPontaリサーチ機能で追加作成可能。

Point 3 登録不要/無料で見れるサンプルレポート

- ✓ Pontaデータやオープンデータを用いたサンプルレポートが閲覧可能。
- ✓ 詳しくは「ロイヤリティマーケティング法人サイト」へ。

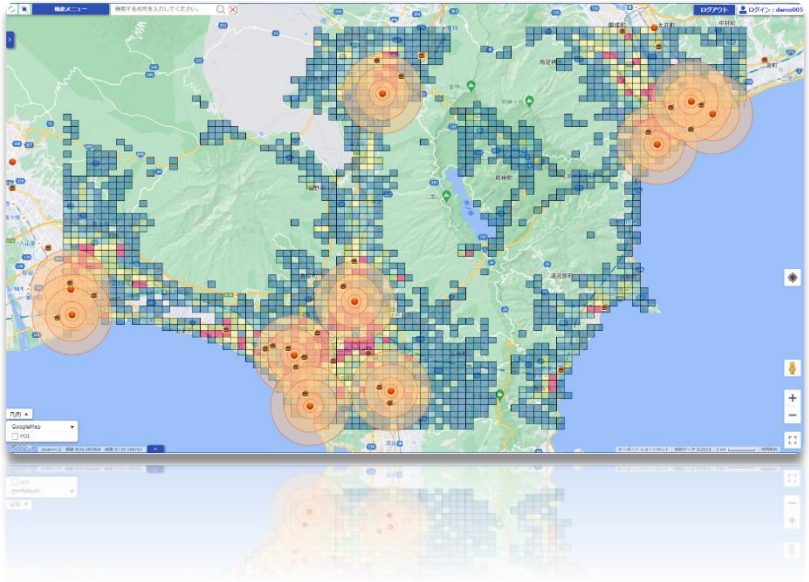
©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

詳しくはこちらをクリック＞＞

エリアマーケティング用GISサービス

Ponta Area Analysis

約1億人のPonta会員動向を地図上で可視化。
地域最適化された無駄のないマーケティングへ。



サービスの特徴

Point 1 対象地域の属性が、30秒でレポートに

- ✓ 現在の年代構成比や直近の人口増減など基礎情報が瞬時に出力。
- ✓ 複数地点を同時に設定できるから、比較検討も簡単。

Point 2 Pontaの取引情報で、人の流れを把握

- ✓ 利用可能店舗数36万のPontaデータで人の流れを可視化。
- ✓ 更に提携POSやリサーチデータを基に購買情報も可視化。

Point 3 データ追加で、さらに詳細な分析へ

- ✓ 自社保有データを取り込むことで、Pontaデータとの相関を確認。
- ✓ データがない場合でも新しくデータを作成し追加可能。

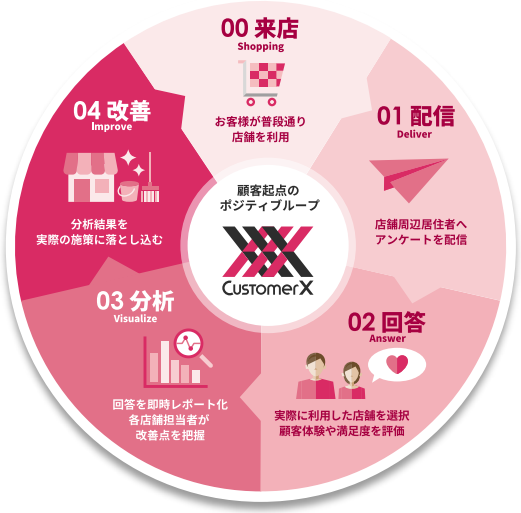
©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

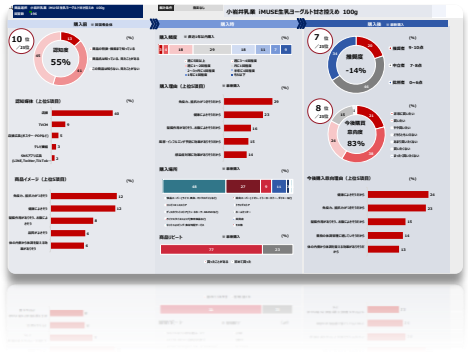
詳しくはこちらをクリック＞＞ CustomerX MORE

小売企業向け店舗調査サービス

CustomerX

約270万人のリサーチ会員へのサービス満足度アンケートで
店舗の状況を素早くチェック、改善サイクルを促進。





製品の満足度アンケートサービスもご提供

CustomerX mono

サービスの特徴

Point 1 お客様の声が、5分で分かるレポートに

- ✓ 全ての回答が一つのExcelにまとまるから、すぐに分析できる。
- ✓ Webリサーチだから忖度の無い回答をしてもらえる。

Point 2 自他店の強み/弱みを同じ尺度で比較

- ✓ 「売り場」「店舗」「従業員」の3つの満足度で多角的に比較。
- ✓ 他店舗の状況も同時に分かるから、比較分析もパッとできる。

Point 3 客観的かつ広範囲な調査が可能

- ✓ お客様の回答を直接いただけるから、調査員の主観が入らない。
- ✓ Webリサーチだから、比較的ローコストで大量の回答を収集可能。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

参考｜ID-POSデータとは？

「いつ」「どこで」「何を」といった市場/商品のマクロな動向から、
「誰が」という顧客単位のミクロな動向まで把握できます。

POS でわかること ⇒ 市場動向

何が | 何と | いつ | どこで | いくつ | いくら

取引履歴例

- 渋谷店｜2022/04/01 08:12 — コーヒーA　バナナ　¥280
- 新橋店｜2022/05/06 19:37 — コーヒーA　弁当　¥720
- 渋谷店｜2022/04/22 08:19 — コーヒーA　バナナ × 2　¥460
- 新橋店｜2022/05/18 20:12 — コーヒーB × 2　弁当　¥820

○わかること
・朝はバナナとの買い合わせが多い。
・夜は弁当との買い合わせが多い。
・コーヒーAとコーヒーBだと、コーヒーAの方が出現率が高い。

Ponta IDによる
購買情報とのリンク

ID-POS でわかること ⇒ 顧客動向

誰が | どのように

ID-A
女性 20代

取引履歴例

ID-B
男性 40代

- 渋谷店｜2022/04/01 08:12 — コーヒーA　バナナ　¥280
- 新橋店｜2022/05/06 19:37 — コーヒーA　弁当　¥720
- 渋谷店｜2022/04/22 08:19 — コーヒーA　バナナ × 2　¥460
- 新橋店｜2022/05/18 20:12 — コーヒーB × 2　弁当　¥820

○わかること
・女性Aは朝に定期的に同じブランドのコーヒーとバナナのセットを購入。
・男性Bは夜に定期的にコーヒーと弁当のセットを購入しているが、
5月中旬以降コーヒーのブランドを切り替えている。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

参考｜拡大推計とは？

リサーチや購買データをサンプルとして、カスタムでPonta会員に対して、
対象商品やサービスの潜在顧客を見つけ出すことも可能です。

拡大推計により IDごとに購入確度を付与

A会員：スコア90
・男性／52歳

B会員：NISA実施意向者
・女性／45歳

C会員：非該当
・女性／22歳

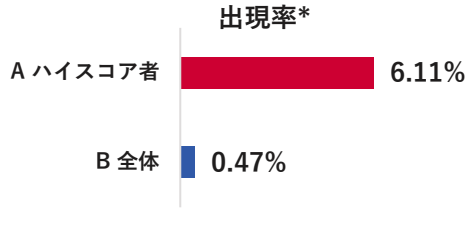
基本属性などを掛け合わせた
該当者の分析や
プロモーション配信が可能に

推計セグメント利用有無での サービス利用者の出現率の違いを検証

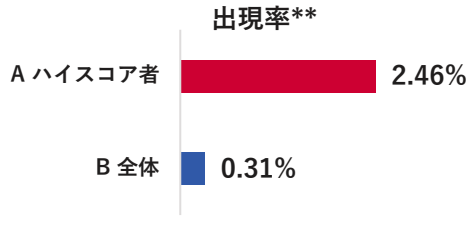
A ハイスコア者	サービス利用スコア60%以上を抽出
B 全体	直近1年間のPonta利用者全体を抽出

実際の行動データから、サービス利用者の出現率をA/B比較

ドラッグストアにおける【ソフトドリンク】カテゴリ購入者



Pontaデータにおける【証券会社】サービス利用者



*ドラッグストアID-POSデータで検証（2022年4月～2023年3月の1年間）　**Pontaトランザクションデータで検証（2022年4月～2023年3月の1年間）

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

05

FAQ・お問い合わせ

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

FAQ

Q 分析のスケジュールや費用はどの程度ですか？

A 分析内容によって、変動がございます。実施したいことや課題をヒアリング後に概算をご提示します。
まずはお気軽にご相談ください。

Q 納品データ形式はどのようなものですか？

A ご希望に合わせて、「集計表（エクセル形式）」「レポート（エクセル形式／パワーポイント形式）」
「ダッシュボード（エクセル形式／Tableau）でご納品します。
※個人情報の観点からID単位でのご納品は基本的にしておりません。

Q 購買データはどのようなカテゴリがありますか？

A ID-POSデータはコンビニエンスストアやドラッグストアのデータを保有しております。
具体的なカテゴリや商品につきましては、事前確認も可能ですのでお問い合わせください。
なお、実施には事前にデータ保有企業様の利用許諾が必要です。

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

充実したサポート体制による支援

ご納得いただけるサービスを提供するべく、充実したサポート体制で最適な分析プランをご提案します。

サポート1

経験豊富な
データアナリスト
による伴走支援

サポート2

わかりやすい
レポート作成と
報告会

特長3

分析だけではなく
次の打ち手まで
ご提案

データを活用したマーケティングにお困りの方は、ぜひお気軽にお問い合わせください

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

Loyalty Marketing, Inc.

SERVICE FOR BUSINESS

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://marketing.loyalty.co.jp/inquiry>

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

会社概要

Loyalty Marketing, Inc.

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　　勝 文彦
従業員数	381名（2026年4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
URL	https://www.loyalty.co.jp/

©Loyalty Marketing, Inc. All Rights Reserved. | Proprietary & Confidential

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.