

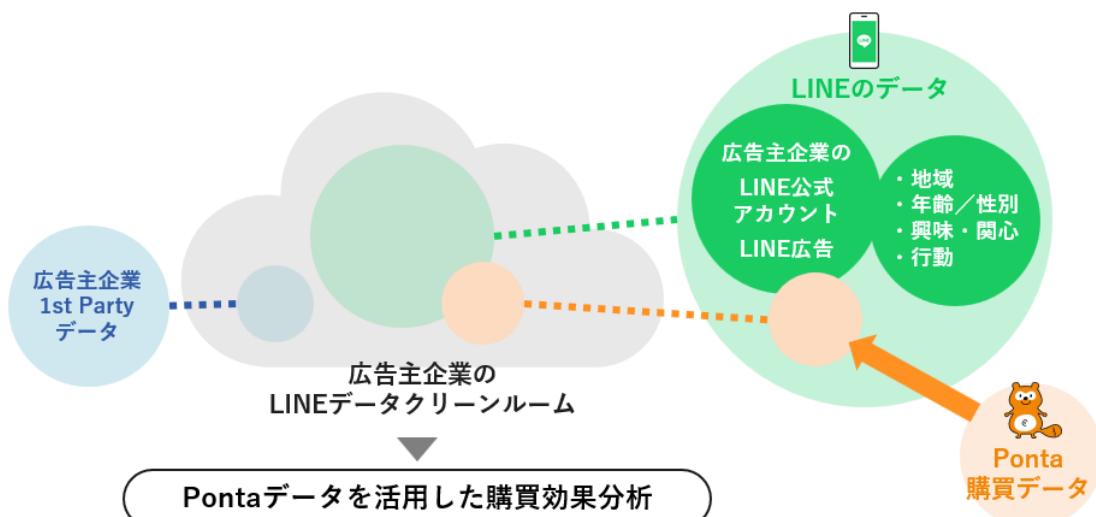
2025年12月10日
株式会社ロイヤリティ マーケティング

「Ponta データを LINE データクリーンルームに連携し、
広告主企業自身での LINE を活用したプロモーションの
購買効果分析を可能にする
「LINE Data Clean Room – Ponta データ分析サービス」販売開始

共通ポイントサービス「Ponta(ポンタ)」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:勝 文彦、以下「LM」)は、2025年12月10日(水)、LINE ヤフー株式会社(以下「LINE ヤフー社」)が提供する LINE データクリーンルーム for Client(以下「LDCR」)上で利用可能な「LINE Data Clean Room – Ponta データ分析サービス」の販売を開始しました。本サービスは LDCR に Ponta の購買データを連携することで、LDCR を利用する広告主企業が自ら、LINE 上での各施策による購買効果を分析できるサービスです。

本サービスは、LINE ヤフー社と LM がデータ連携契約を締結し、実現したものです。これにより、広告主企業は LDCR 上での Ponta データ利用に際して新たな個別手続きや追加の調整を行うことなく、LDCR 上で広告主企業の LINE 公式アカウントや LINE 広告に関するデータに加えて、Ponta データを分析にご利用いただけるようになります。

LINE Data Clean Room – Ponta データ分析サービス



LM は 2024 年 11 月より「Ponta Ads LINE 分析機能」を提供しており、Ponta データと企業の LINE 公式アカウントおよび LINE 広告の接触データを掛け合わせた広告効果分析を支援していました。同機能では、LM がレポートを作成・納品していましたが、広告主企業から「より手軽に、よりセキュアに、よりスピーディーに広告効果を確認したい」という声が寄せられていました。

このたび、こうしたニーズにお応えし、「LINE Data Clean Room – Ponta データ分析サービス」を LINE ヤフー社と共同開発し、販売を開始しました。本サービスでは、LM が保有する Ponta の購買データのうち対象商品の購買データを、個人を特定しない形でセキュアに LINE ヤフー社の LDCR 上で広告主企業の LINE 公式アカウントや LINE 広告に関するデータに連携します。同社を介して、広告主企業の LDCR に Ponta データを連携することで、広告主企業自ら LINE を活用したプロモーションの購買効果を分析する仕組みを実現しています。

広告主企業は本サービスを利用して、LINE 公式アカウントのメッセージや LINE 広告がどれだけ購買に結びついたかを分析できます。具体的には、配信接触者と非接触者の配信前後における購買行動の比較や、配信セグメント別の購買効果の比較が可能となります。効果のある施策を把握し、次のプロモーションに生かしていただけます。

LM は、本サービスの販売および 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、個人情報を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

※LDCR に連携した Ponta データは、個人を特定しない形でセキュアにデータ統合・分析しています。一定の期間経過後、連携した Ponta データは LDCR 上から破棄されます

LINE Data Clean Room -Ponta データ分析サービス- 紹介ページ

https://biz.loyalty.co.jp/promotion/LDCR_Ponta_analysis/

LINE Data Clean Room -Ponta データ分析サービス- 概要

多くのユーザー接点を持つ LINE は、企業にとって重要なコミュニケーションチャネルとなっています。一方で、プロモーションの購買効果を分析するには、小売店に流通する商品などの場合、企業が保有する自社データのみでは、実店舗での購買につながったかどうかを把握することが困難なケースがあります。「LINE Data Clean Room – Ponta データ分析サービス」は、1 億人超の Ponta の購買データを用いて、LINE を活用した施策の購買効果の分析を可能にします。

LM が広告主企業に対して提供するデータを活用いただくことで、配信接触者と非接触者の「配信前後」における購買行動を比較できます。また、同一プロモーションにおいて、異なるセグメントに配信した場合、それぞれの購買効果の比較も可能です。

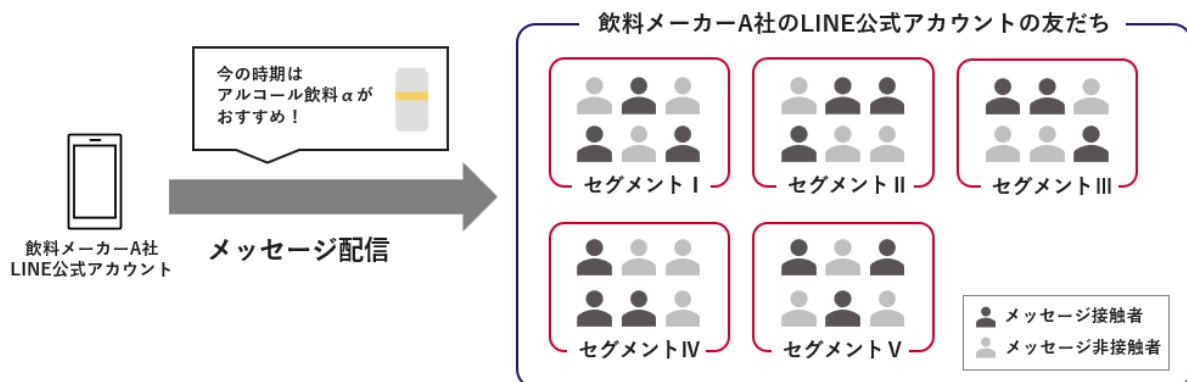
▼本サービスを使った分析イメージ

■本サービスの活用事例

飲料メーカーA 社のアルコール飲料 α のプロモーションにおいて、本サービスをご活用いただきました。A 社の LINE 公式アカウントの友だちを I ~ V の 5 つのセグメントに分け、それに対してメッセージを配信しました。その後、配信効果を Ponta の購買データを用いて分析しました。

【分析内容】

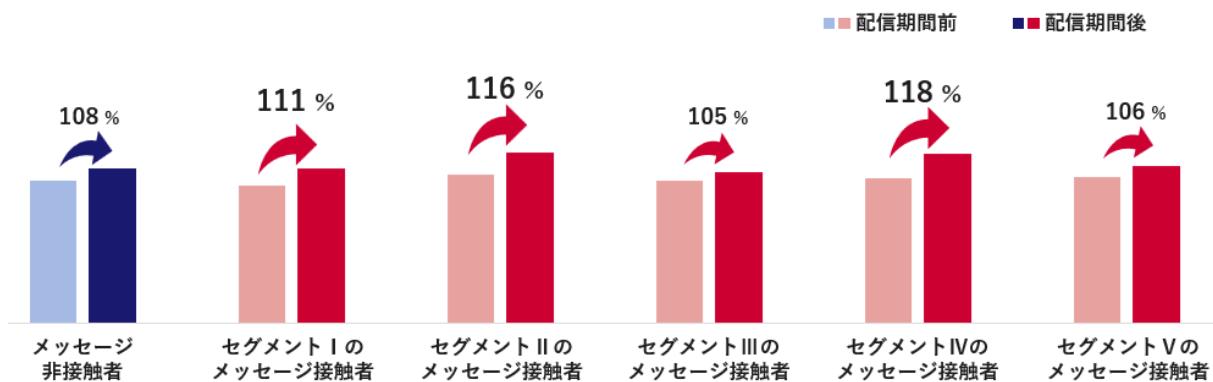
- 配信媒体 : 飲料メーカーA 社の LINE 公式アカウント
(20 歳以上のユーザーのみを対象とするアカウント)
- 配信内容 : アルコール飲料 α を含む複数商品を紹介する動画
- 配信対象者 : A 社 LINE 公式アカウントの友だち (5 つのセグメントに分類)
- 購買集計対象 : アルコール飲料 α の購買者



【分析結果】

本プロモーションにおける各セグメントのメッセージ接触者（開封した人）と非接触者について、メッセージ配信期間の前後 2 週間ずつのアルコール飲料 α の実店舗での購買率を可視化しました。メッセージ配信後のアルコール飲料 α の購買率は、メッセージ非接触者において 108% に上昇しています。これと比較して、セグメント I は 111%、II は 116%、IV は 118% となり、さらに高い購買率の上昇が見られました。一方で、セグメント III と V では上昇幅が比較的小さく、購買行動への影響が限定的だったと考えられます。

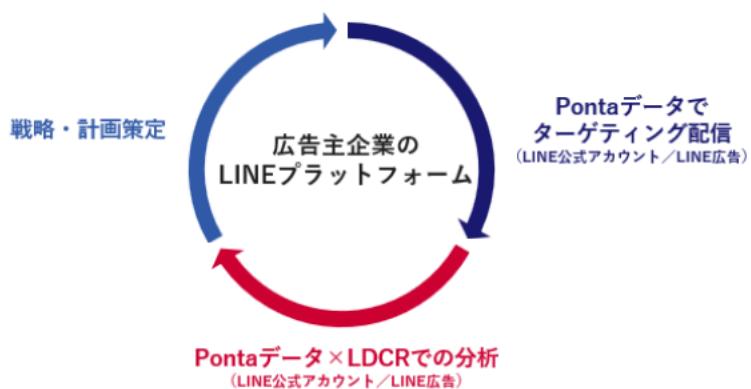
アルコール飲料 α のメッセージ配信前後の購買率



本サービスを活用することで、配信セグメントごとの購買効果を定量的に把握し、実店舗での購買に寄与するターゲット層を可視化できます。これにより、効果の高いセグメントに重点的に広告予算を投下する、配荷計画を最適化するなど、マーケティング戦略全体の高度化につなげるご支援をいたします。

■本サービスを利用した LINE 上での PDCA イメージ

LM は、マーケティングサービス「Ponta Ads」のコネクティッドメディアの一つに LINE 公式アカウントおよび LINE 広告をラインアップしています。広告主企業の LINE 公式アカウントや LINE 広告で、Ponta データを活用したターゲティングが可能なサービスです。今回、「LINE Data Clean Room - Ponta データ分析サービス」を開始したこと、広告主企業の LINE のプラットフォーム上で Ponta データを活用し、ターゲティング配信から購買分析まで PDCA を行っていただくことが可能となりました。



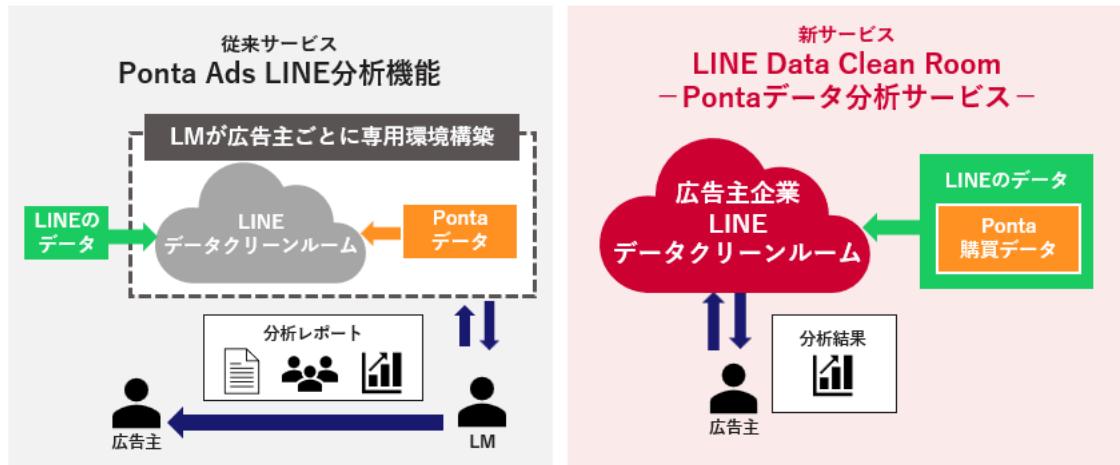
■今後のサービス拡張について

今後、連携する Ponta データの種類を増やし、広告主企業の LDCR でさまざまな分析を実現できるよう開発を進めてまいります。広告主企業が LDCR 上で自ら LINE 公式アカウントの友だちの属性をメッセージ配信前に分析する、プロモーション実施後に配信セグメントとは異なる切り口で広告への反応のよいセグメントを分析する、といったことが実施できるようになります。

<参考：「Ponta Ads LINE 分析機能」（2024年11月提供開始）について>

「Ponta Ads LINE 分析機能」では、Ponta のさまざまなデータを活用した精緻な分析が可能です。LM が専用の分析環境を構築の上、広告主企業の LINE 広告・LINE 公式アカウントについて、Ponta の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。LINE 公式アカウントの友だち分析に基づくプランニングや、購買にとどまらないプロモーションの効果分析など、PDCA を実現します。

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



<ご参考：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できます。

以上