



NEWS RELEASE

2025.6.23

株式会社CARTA COMMUNICATIONS

CCI、店頭購買データに基づく新たなターゲティング手法を開発

～「Store Sales Ads」での広告配信と効果検証を強化し、リテールメディア市場をリード～

株式会社CARTA HOLDINGSのグループ会社である株式会社CARTA COMMUNICATIONS（東京都港区、代表取締役社長：目黒 拓、以下「CCI」）は、コンビニエンスストアやドラッグストア、スーパーマーケットでの「購買履歴」や「購買親和性」に基づく新たな3つのターゲティング手法を開発いたしました。そして、CCIが提供する店頭購買（オフライン）データを活用したデジタル広告配信および効果検証を行う広告ソリューション「Store Sales Ads」（※1）での提供を開始いたします。



《背景》

リテールメディア広告市場は、デジタル広告市場全体の成長率を上回る水準で推移すると見込まれ、注目を集めています（※2）。また、小売企業を通して商品を販売するメーカーを中心とする広告主企業においても、購買者であるショッパーへの有効なアプローチ方法に対する需要が高まっています。

このような環境下で、CCIは「購買履歴」や「購買親和性」に基づく新たな3つのターゲティング手法を開発し、「Store Sales Ads」での提供を開始いたします。

《特徴》

「Store Slaes Ads」における新たな3つのターゲティング手法（※3）と購買検証レポートは以下の通りです：

① Shopper Targeting

購買履歴活用型のターゲティング手法で、購買の促進を目的として、購買履歴に紐づくデータを広告配信に直接活用します。

② Shopper-Lookalike Targeting

オーディエンス拡張型のターゲティング手法で、購買起点のリーチ拡大を目的として、購買履歴に紐づくデータから類似する特徴を持つ対象者に拡張します。

③ Shopper-Affinity Targeting

興味関心分析型のターゲティング手法で、購買起点のリーチ拡大を目的として、購買履歴に紐づくデータから対象者の興味関心を分析します。



● 購買検証レポート

これらのターゲティング手法を駆使したデジタル広告の配信に加えて、広告の接触者と非接触者の購買率を比較し、広告接触による購買リフトの分析を中心とした効果検証も行います。



CCIでは、今後も「Store Sales Ads」を軸にリテールメディア広告の開発や販売を通して、データパートナー企業や小売企業、広告主であるメーカー企業の課題解決に貢献してまいります。

※1

「Store Sales Ads」は、主に小売企業を通して商品を販売するメーカー企業向けに提供している、店頭購買データを活用したデジタル広告配信および効果検証に対応した広告ソリューションです。

※2 出典「CARTA HOLDINGS、リテールメディア広告市場調査を実施」（2025年1月23日発表）

https://cartaholdings.co.jp/news/20250123_2/

※3

データの利活用は、データパートナー企業や小売企業および消費者の許諾・法令の範囲内で行います。また、利活用するデータや配信先プラットフォーム、広告主企業・商材によって実施可否や実施条件は異なります。

会社名	株式会社CARTA COMMUNICATIONS
本社所在地	東京都港区虎ノ門2-6-1 虎ノ門ヒルズ ステーションタワー36F
代表者	代表取締役社長 目黒 拓

株主	株式会社CARTA HOLDINGS（株式会社電通グループ連結子会社）100%
事業内容	デジタルマーケティング事業

**本件に関する
お問合せ先**

株式会社CARTA COMMUNICATIONS
リテールメディアグロース部
E-mail: digital-hansoku@cartahd.com

**報道関係者
お問合せ先**

株式会社CARTA HOLDINGS 広報担当
<https://cartaholdings.co.jp/contact/>