

## Press Release

報道関係者各位

2026年4月23日  
株式会社 True Data

# True Data の広告用購買データをソリューションに連携する SMN と共同で、 大手飲料メーカーの広告によるオフライン購買効果を可視化

～テレビ CM やデジタル広告戦略の意思決定に大規模な購買データ活用が欠かせない時代へ～

株式会社 True Data（本社：東京都港区、代表取締役社長：米倉 裕之、証券コード：4416、以下 True Data）は、当社の広告用購買セグメントデータ<sup>※1</sup>をソリューションに連携するソニーグループの SMN 株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役 執行役員社長：原山 直樹、以下 SMN）と、広告効果に関する共同検証を実施したことをお知らせします。

この検証において、大手飲料メーカーの「健康志向飲料」のテレビ CM とデジタル広告の連携によるオフライン購買計測が、購買効果の可視化において極めて有効であることを確認しました。

当社はこれからも SMN との連携を通して、消費財メーカーの広告戦略における意思決定に欠かせない「OS」として広告用購買データ活用を推進し、リテールメディア領域の発展に貢献してまいります。



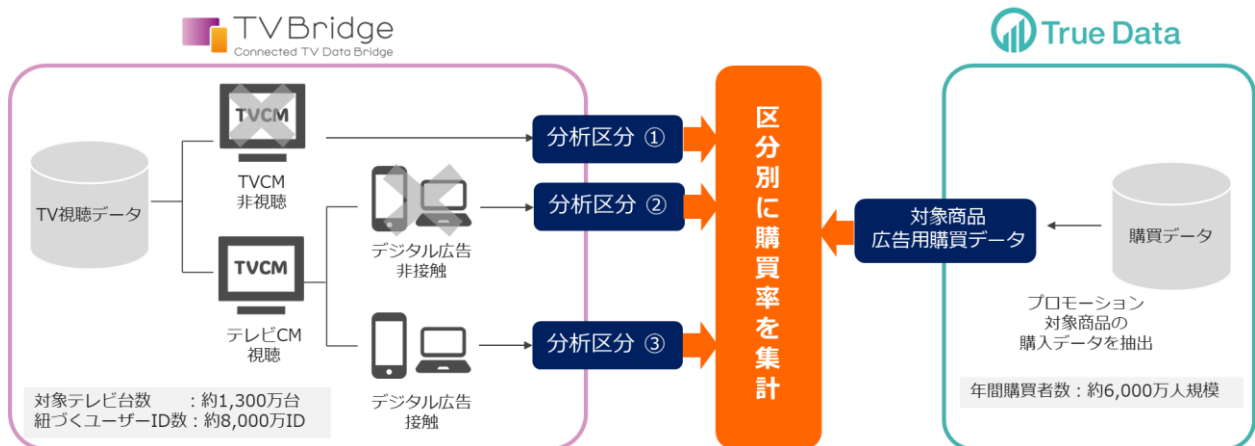
### ■背景

経済産業省の調査結果<sup>※2</sup>によると、消費者が商品を買う場所は、今でも約 9 割がネットではなく「実店舗（スーパーマーケットやドラッグストアなど）」です。しかし、大規模な予算を投じるテレビ CM と、ターゲティングが可能なデジタル広告の双方が、最終的に店頭での購買にどう結びついたのかを正確に測定することは技術的に容易ではなく、投資対効果の検証に課題を抱えている企業は少なくありません。これらの課題を解決するため、SMN と True Data は 2025 年 7 月に協業を開始<sup>※3</sup>しました。

## ■ 共同検証の概要

今回の検証では、大手飲料メーカーの「健康志向飲料」において、SMNの「TVBridge Ads」※4を活用し、テレビCM放送期間に合わせてTVer等の動画配信サービスへデジタル広告を配信した後、ユーザーを以下の3つのセグメントに分類しました。その後、True Dataの広告用購買データを用いて、それぞれの購買率(Purchase Rate)を比較検証しました。(購買率は「購入者数」による集計値)

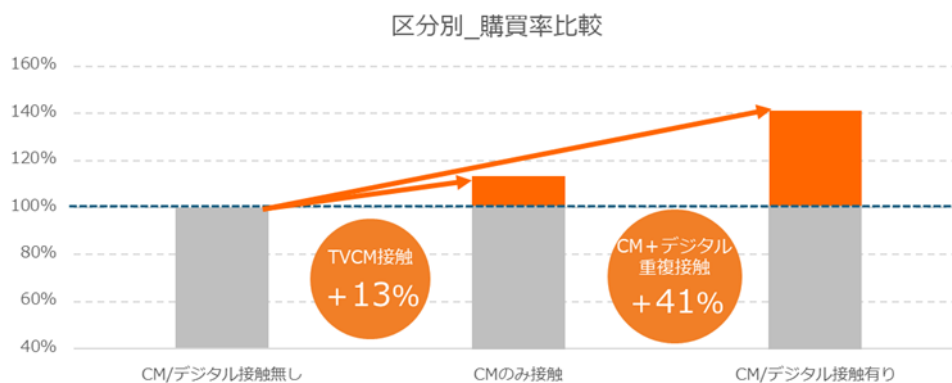
- ・分析区分①：テレビCM/デジタル広告に接触していないユーザー群（ベース値）
- ・分析区分②：テレビCMのみ接触ユーザー群
- ・分析区分③：テレビCM/デジタル広告の重複接触ユーザー群



## 【検証結果】

検証の結果は以下の通りです。

- ・ テレビCMのみ接触層（分析区分②）：非接触層比 **+13%** の購買リフト
- ・ テレビCM+デジタル重複接触層（分析区分③）：非接触層比 **+41%** の購買リフト



特筆すべきは、テレビCMに加え、TVer等の動画メディアでデジタル広告を重ねて接触させることで、購買率(購入者数による集計)の増加幅がテレビ単体の約3倍に跳ね上がった点です。これは、多くの生活者がテレビで広く商品を「認知」し、デジタルのターゲティング広告で「自分ごと化」することで、最終的な「購買」に至るという勝ちパターンがデータとして実証されたことを意味します。

このような客観的数値に基づいた広告効果のオフライン購買計測は、広告投資のROI(投資対効果)を改善したり、テレビCMとデジタル広告の予算バランスやクロスメディア戦略を立案したりといった広告領域の様々な場面で、メーカー企業意思決定を後押しします。

## ■今後の展望

プライバシー保護強化の流れを受けた 3rd パーティクッキー規制の高まりを受け、購買データなど 1st パーティデータを活用した、リテールメディアが注目されています。True Data は購買起点の 1st パーティデータを横断的に活用することで、マーケティングの新たなスタンダードを創り、消費財・小売業界全体の価値創造を底上げする「実装基盤 = OS」として、広告領域での購買データ活用を推進してまいります。

※1) True Data の広告用購買セグメントデータは、購買データより抽出したターゲティングや効果検証に利用できる広告識別子のデータ群です。個人や店舗を特定する情報は含まれません。

※2) 経済産業省「令和 6 年度電子商取引に関する市場調査の結果」

<https://www.meti.go.jp/press/2025/08/20250826005/20250826005.html>

※3) SMN との協業に関するプレスリリース（2025 年 7 月 31 日）

<https://www.truedata.co.jp/release20250731/>

※4) SMN の「TVBridge」は、国内大手テレビメーカー 4 社が取得しているテレビ視聴データと、SMN が保有するデジタルメディアの接触データをもとにした広告配信を実現するデータ活用サービスです。コネクテッドテレビ約 1,200 万台分（2024 年 10 月時点）のテレビ視聴データを活用し、様々なターゲット手法を用いて効果的な広告施策を実現しています。テレビ視聴データとは、ユーザーから広告用途への利用が許諾されているテレビ放送（全国の地上波、BS、CS）の視聴データです。このデータには、個人を特定する情報は含まれません。

<https://www.tv-bridge.com/>

## ■SMN 株式会社 < <https://www.so-netmedia.jp/> >

2000 年 3 月に設立。ソニーグループで培った技術力をベースに、マーケティングテクノロジー事業を展開しています。「技術力による、顧客のマーケティング課題の解決」を実現するため、ビッグデータ処理と人工知能のテクノロジーを連携し進化を続けています。現在、DSP「Logicad」、マーケティング AI プラットフォーム「VALIS-Cockpit」のほか、テレビ視聴データ活用広告配信サービス「TVBridge」を提供するなど、マーケティングに関する様々な課題解決を実現しています。

### 【SMN 株式会社 会社概要】

代表者 : 代表取締役 執行役員社長 原山 直樹

所在地 : 〒141-0032 東京都品川区大崎 2 丁目 11 番 1 号 大崎ウイズタワー12 階

設立 : 2000 年 3 月 21 日

お問い合わせ : <https://www.so-netmedia.jp/contact/>

## ■株式会社 True Data < <https://www.truedata.co.jp/> >

ドラッグストアや食品スーパーマーケットにおける年間レシート規模 5.5 兆円、年間アクティブ数 6,000 万人規模の POS、ID-POS データを軸としたビッグデータプラットフォームを運営。小売業、消費財メーカー、その他幅広い業種の皆さまへ、顧客理解から商品戦略、販促施策、広告最適化、生産・在庫管理など、DX 時代に有効なデータ活用ソリューションを提供しています。

### 【株式会社 True Data 会社概要】

代表者 : 代表取締役社長 米倉 裕之

所在地 : 〒105-0012 東京都港区芝大門 1-10-11 芝大門センタービル 4 階

設立 : 2000 年 10 月 10 日

お問い合わせ : <https://www.truedata.co.jp/contact/>

< 報道関係者様からのお問い合わせ先 >

株式会社 True Data 〒105-0012 東京都港区芝大門 1-10-11 芝大門センタービル 4 階  
広報室 H P お問い合わせフォーム <https://www.truedata.co.jp/contact>