



2023年5月9日

各位

会社名 株式会社 True Data  
代表者名 代表取締役社長 米倉 裕之  
(コード番号: 4416 東証グロース)  
問合せ先 執行役員経営戦略部長 倉沢 学  
(TEL. 03-6430-0721)

## 新サービス「Poswell (ポスウェル)」提供開始のお知らせ

当社は、消費財メーカーに向けて、実店舗における Youtube 広告の売上効果を検証する新サービス「Poswell (ポスウェル)」を提供開始することを本日、決定致しましたので、下記の通りお知らせします。

### 記

#### 1. 新サービス「Poswell (ポスウェル)」の概要

「Poswell」は、全国の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 4.8 兆円規模の購買データをもとにビッグデータプラットフォームを運営する当社が、Google がオープンソース (GitHub) で公開している Causal Impact という統計モデル※を活用して提供します。統計化した全国規模の購買データをもとに、YouTube 広告の実店舗での売上効果を検証・予測することが可能です。消費財メーカーはこのサービスの利用により、YouTube 広告の実店舗での売上アップ効果を数値で把握した上で、広告配信の地域を拡大したり、広告量を増やしたりすることで、自社内で売上効果の高い広告戦略を立てることができます。当社は、この売上効果の検証サービスを、YouTube 広告を対象にスタートし、将来的にはテレビCMやその他のウェブ広告など、さまざまな広告配信へと拡大していく予定です。

※「Causal Impact」とは、Google が開発した、キャンペーンが KPI にもたらす因果的影響を時系列から推定するための統計分析ツール

#### 2. 新サービスの販売開始時期

2023年5月23日 (予定)

#### 3. 本サービス開始のために特別に支出する費用

本サービスの開発は通常の人件費の中で行っており、特別に支出した費用はありません。

#### 4. 今後の見通し

本サービスは、当社の新規事業領域である広告領域の新たなサービスとして今後取り扱っていく予定です。2022年5月31日に開示した「事業計画および成長可能性に関する事項」に記載の通り、広告領域は当社成長戦略におけるひとつの柱と位置付けております。2024年3月期の業績への影響については、2023年3月期の決算発表時に公表する業績予想数値に織り込む予定です。

より詳細な情報につきましては、別紙のプレスリリースをご参照ください。

以 上

## True Data の購買ビッグデータと Google のオープンソース統計モデルを活用し YouTube 広告による「リアル店舗での売上効果」がわかる検証サービスを開始

～デジタル時代も EC 以外の買い物が 9 割！消費財メーカーの効果的な広告配信を支援～

ビッグデータプラットフォームを運営する株式会社 True Data（トゥルーデータ／本社：東京都港区、代表取締役社長：米倉 裕之）は、2023年5月23日（火）より、消費財メーカーに向けて、実店舗における YouTube 広告の売上効果を検証する新サービス「Poswell（ポスウェル）」の提供を開始します。「Poswell」は、Google がオープンソース（GitHub）で公開している Causal Impact という統計モデルと、リアル店舗における年間 4.8 兆円規模の購買情報をもとに統計化した当社の購買ビッグデータを活用し、動画広告によるリアル店舗での売上効果を検証するサービスです。このサービスにより当社は、データプラットフォームという中立的な立場から、消費財メーカー企業の広告配信における費用対効果アップに貢献し、アフターコロナの経済活性化を支援してまいります。

YouTube 広告の配信

リアル店舗の購買効果を計測  
「Poswell」

- ▶ True Data の「統計化した消費者購買データ」を活用
- ▶ 統計解析を用いて「広告を打たなかった場合の予測値」と比較



### ■背景

民間企業の調査<sup>\*1</sup>によると、2022年のインターネット広告費は3兆912億円で、2兆円を超えた2019年からわずか3年で1兆円も増加し、総広告費における割合は43.5%を占めています。一方で消費においては、経済産業省の調査<sup>\*2</sup>によると、国内の一般消費者向け物販系分野におけるEC化率（インターネット購買の割合）は2021年で8.78%と、前年から0.7ポイント増加しているものの、依然として約9割は実店舗を中心としたEC以外の購買であることがわかります。なかでも、日用雑貨や食品のEC化率はまだ低く、化粧品・医薬品は7.52%、食品・飲料・酒類は3.77%にとどまっています。

そのため、デジタル広告の効果を検証する際には、実店舗でどれくらい売上がアップしたかを把握することがとても重要です。しかし、クリック率などで比較的容易に売上効果が測定できるECと異なり、全国各地の実店舗における売上効果を測定する場合は、データ入手の困難さや、費用面の問題から、実施していない企業も多く存在します。当社は、これらの課題を解決するソリューションとして「Poswell」を開発しました。

## ■「Poswell」について

「Poswell」は、全国の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 4.8 兆円規模の購買データをもとにビッグデータプラットフォームを運営する当社が、Google がオープンソース (GitHub) で公開している Causal Impact という統計モデル※<sup>3</sup>を活用して提供します。統計化した全国規模の購買データをもとに、YouTube 広告の実店舗での売上効果を検証・予測することが可能です。消費財メーカーはこのサービスの利用により、YouTube 広告の実店舗での売上アップ効果を数値で把握した上で、広告配信の地域を拡大したり、広告量を増やしたりすることで、自社内で売上効果の高い広告戦略を立てることができます。当社は、この売上効果の検証サービスを、YouTube 広告を対象にスタートし、将来的にはテレビCMやその他のウェブ広告など、さまざまな広告配信へと拡大していく予定です。

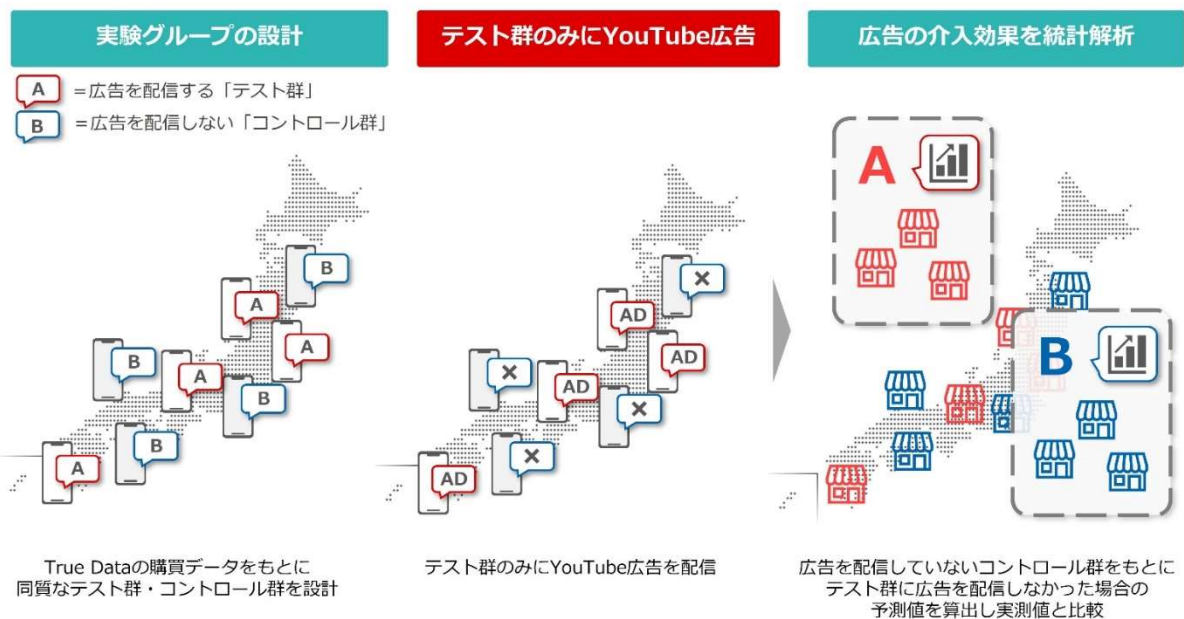
※1 出典：株式会社電通「2022年日本の広告費」（2023年2月24日）

※2 出典：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」（2022年8月12日）

※3 Causal Impact とは、Google が開発した、キャンペーンが KPI にもたらす因果的影響を時系列から推定するための統計分析ツール

## ■売上効果の検証プロセスについて

売上効果の検証にあたっては、まず、日本全国の都道府県を、広告配信を実施する「テストグループ」と実施しない「コントロールグループ」に分けます。このとき、人口などのオープンデータと、True Data の統計化した購買データを使って、両グループが同じような人口、同じような売上となるように設計し、検証する施策以外の要素を排除します。そしてテストグループにのみ YouTube 広告を配信し、True Data の全国データによる実店舗の売上実測値と、Google の統計モデル Causal Impact を使って導き出した「広告を実施しなかった場合の予測値」を比較することで、YouTube 広告配信による実店舗での売上アップ効果を検証します。



## ■True Data 代表取締役社長 米倉 裕之のコメント

当社は小売業の購買データを扱うプラットフォームとして、小売業や、消費財メーカーのデータマーケティングを支援しています。これからは、統計化した購買データを、安心・安全に新たな領域で活用することが経済の活性化に貢献すると考え、広告領域における購買データ活用の拡大をめざしています。昨年、本サービスの開発に向けて、国内の食品メーカーが実証実験を行い、広告配信による売上貢献の可視化に大きな効果を感じていただくことができました。多くの皆さまにこのサービスをご利用いただき、コロナ後の変化する市場での効率的な売上アップにつなげていただきたいと思います。



## 【会社概要】

社 名 : 株式会社 True Data (トゥルーデータ)  
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  
上場市場 : 東京証券取引所 グロース [証券コード 4416]  
U R L : <https://www.truedata.co.jp/>  
お問い合わせ : <https://www.truedata.co.jp/contact>

～事業内容～

全国の消費者購買データを扱うビッグデータプラットフォームを運営。POS/ID-POS など消費者データ分析や購買行動分析ソリューションを小売業、消費財メーカー等に開発・提供。データマーケティング支援。

<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  
企画開発部 広報グループ

H P お問い合わせフォーム <https://www.truedata.co.jp/contact>