

# NEWS RELEASE

dentsu promotion plus

株式会社電通プロモーションプラス  
105-7001 東京都港区東新橋1-8-1  
<https://www.dentsu-pmp.co.jp/>

2024年7月30日

## 広告と店頭施策とを繋ぎ、“売り”に貢献するメディアパッケージ 「URIMADE（ウリマデ）」を提供開始 —テレビ広告からリテールメディアまでメディア統合による購買拡大を支援—

株式会社電通プロモーションプラス（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：藤 志保、以下「電通プロモーションプラス」）は、株式会社電通と協力してテレビやデジタル広告と店頭施策とを繋ぎ、“売り”に貢献するメディアパッケージ「URIMADE（ウリマデ）」を提供開始しました。



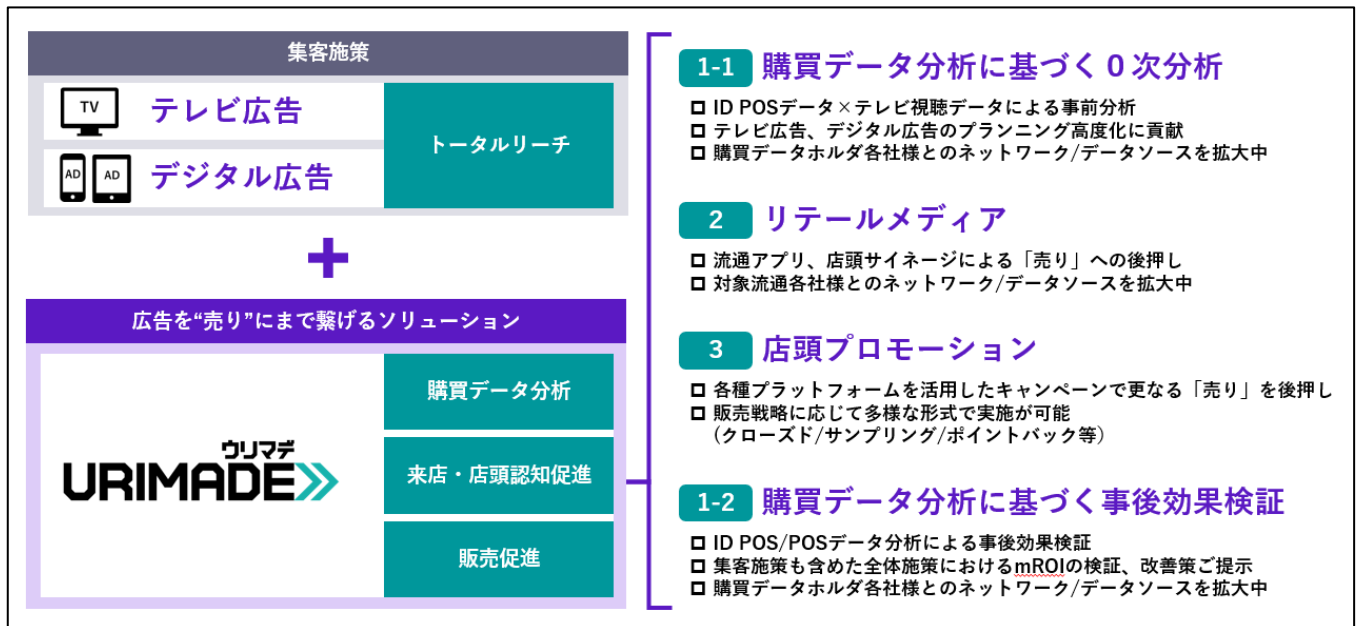
近年、小売企業が自社で独自に収集した顧客の購買データや行動データ（1st Party Data）を活用し、広告を配信するリテールメディアが注目を集めています。また、これまでも広告主企業から、テレビ広告やデジタル広告によるトータルリーチ（集客施策）の拡大と共に、フルファネルを貫通させたメディア統合による購買の拡大が求められてきました。

「URIMADE（ウリマデ）」は、電通グループ各社がこれまで、多くの顧客企業のキャンペーンにおいて実行し、知見を深めてきたテレビ広告とデジタル広告などによる生活者へのトータルリーチ効果に加え、購買起点によるリーチ効果の向上、購買に近い店頭におけるリテールメディアや店頭でのプロモーションを実施することで、購買起点でのマーケティング ROI の向上に寄与します。

大手化粧品やトイレタリーメーカー等、複数の広告主企業様に先行導入いただき、対象商品および商品カ

テゴリ全体における購買リフト増などの成果にもつながっています。

### <「URIMADE（ウリマデ）」のサービス内容>



#### 【URIMADE（ウリマデ）サービス概要】

##### 1-1. 購買データ分析に基づく0次分析

ID-POS データやテレビ視聴データを代表とするメディアデータを連携・活用し、商品の購買状況、購買者の分布や特徴を把握することで、テレビ広告、デジタル広告のプランニング高度化に貢献します。

##### 1-2. 購買データ分析に基づく事後効果検証

ID-POS データや POS データの分析により、効果検証を行います。電通グループ各社が各デジタルプラットフォームと共拡してきたデータクリーンルームも活用し、テレビ広告、デジタル広告を含めた施策全体におけるマーケティング ROI の検証や、改善策を提示し、更なる事業拡大に貢献します。

##### 2. リテールメディアのパッケージ提供

テレビ広告、デジタル広告でつくったトータルリーチ効果に、購入検討に近い接触ポイントでアプローチ可能なリテールメディアを追加することで、売上の増加に貢献します。多数の選択肢があるサービスやメディアをパッケージ化・スケール化し、効果と効率を高めます。

##### 3. 多様な店頭プロモーションの提供

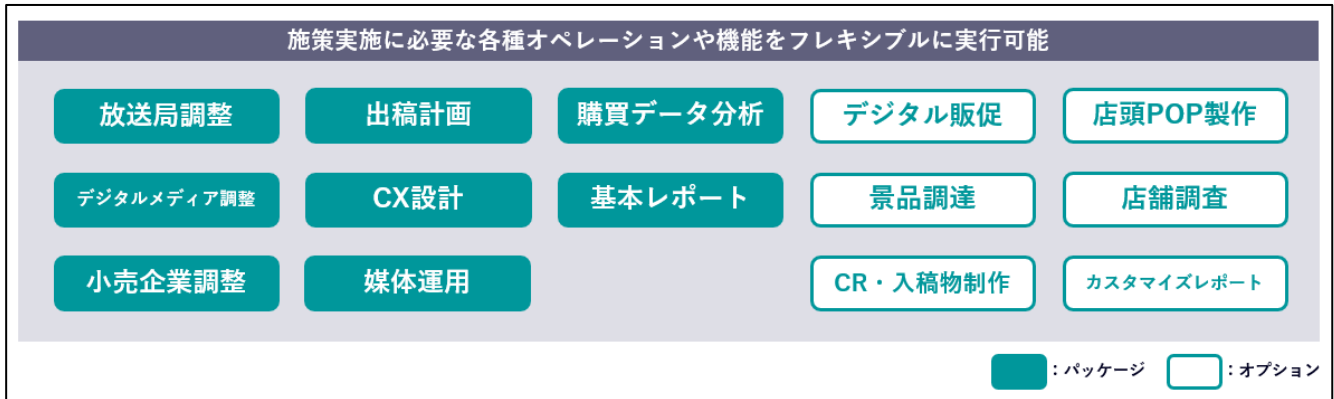
各種 SNS やデジタルプラットフォームを活用したキャンペーン施策を行い、更なる“売り”への後押しを行います。販売戦略に合わせた、多様な形式のキャンペーンを実施可能です。

## 【サービスのポイント】

### ■パッケージング&オペレーションの実行

理想的な連携・自動化がなされていない各メディア・サービス間の統合という、複雑なオペレーションを担い、実行します。

#### <パッケージング&オペレーションの実行>



### ■従来の放送局様と小売企業様連携スキームのアップデート

購買データホルダ各社とのアライアンス、小売企業各社とのネットワークを拡張し、従来の放送局各社との取組みスキームに、スケーラビリティと購買効果検証力を軸にアップデートしています。

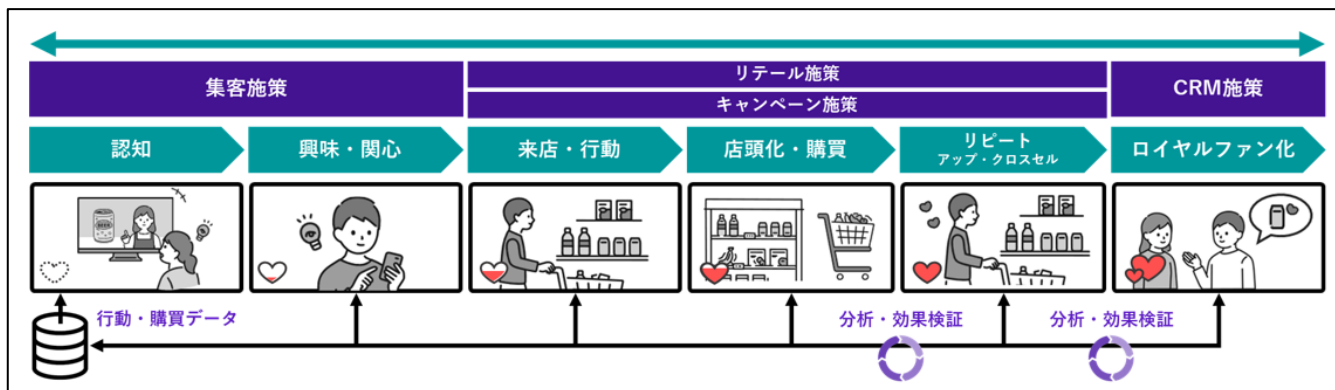
#### <従来の放送局様と小売企業様連携スキームのアップデート>

	電通グループが高水準クオリティで 全国均一化したスキーム
エリア スケーラビリティ	全国どの地区でも実施可能
リテール スケーラビリティ	全国の小売企業様とネットワークを開拓中
メディアサポート スケーラビリティ	購買効果を実証されるメディアをご提供
販促サポート スケーラビリティ	購買効果を実証される販促施策をご提供
効果検証	広告主様のKPI/KGIに合わせた設計

### ■ステークホルダへの提供便益

- ・生活者 : より豊かな認知から購買体験までを提供
- ・広告主企業 : 認知と購買の分断を繋ぐオペレーションの伴走により、マーケティング ROI の向上に貢献
- ・小売企業 : テレビやデジタル広告の持つトータルリーチを“売り”に繋げ、リテールメディア市場の拡大に貢献

<「URIMADE（ウリマデ）」が目指すより豊かな認知～購買体験設計>



「URIMADE」は、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」の4つのプロセスのうち、「Mechanism Resolving（市場構造解明・インサイト解明）」「360° Experience（体験設計実装）」「ROI Management（管理と継続改善）」に該当するサービスです。「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

電通プロモーションプラスは、これまでキャンペーン運営・店頭装飾・売場改善といった、生活者と商品のタッチポイントとなる売場への誘導や、最終的に購買を促すための売場でのさまざまな施策を行うなど、リテール領域の課題解決を支援してきました。その知見を活かし、リテールメディアの立ち上げを支援する dentsu Japan の社内横断プロジェクト「dentsu retail unit」との連携を図り、グループ各社や協力先各社と共に、流通・小売業界のみなさまが抱えている課題に合わせてソリューションを組み合わせ、PDCA サイクルを回し、より効果的に課題の解決を支援いたします。

<サービスのお問い合わせ>

株式会社電通プロモーションプラス

「URIMADE（ウリマデ）」サービス担当 川崎、小山、高橋

MAIL : [URIMADE@group.dentsu.co.jp](mailto:URIMADE@group.dentsu.co.jp)

<本件のお問い合わせ>

株式会社電通コーポレートワン

1 C 推進オフィス

電通プロモーションプラス 広報担当：小笠原、代田

MAIL : [kouhou@dentsu-pmp.co.jp](mailto:kouhou@dentsu-pmp.co.jp)

※当社では、現在リモートワークを実施しており、お問い合わせはメールにてお願いいたします。