

2026 年 7 月 13 日

電通、独自の統合メディアプランニングツールに リテールメディアのデータを初導入

ー認知形成から購買接点までを見据えた統合的なコミュニケーション設計を実現ー

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：松本 千里）は、小売企業が自社店舗のデジタルサイネージや EC サイト・アプリなどを通じて広告を配信する「リテールメディア」を含めた統合メディアプランニングを開始します。テレビ、コネクテッド TV、デジタル広告、デジタル OOH を対象にしていた当社独自の統合メディアプランニングツールである「クロスメディア・プランナー」※1を機能拡充し、リテールメディアのデータを初導入しました。これにより、企業のマーケティング活動における認知形成から購買接点までを見据えた統合的なコミュニケーション設計が実現します。



Cross Media Planner™

近年、購買行動に直結するリテールメディアは新たな広告として注目されており、生活者に最も近いメディア特性を生かし、既存のマスメディアやデジタルメディアと合わせた統合的な活用が求められています。

「クロスメディア・プランナー」は、当社の独自調査や各プラットフォーム事業者の提供データを基に、統合・重複リーチや広告認知、ブランド認知、購入意向といった各態度変容指標（KPI）を最大化する最適なメディアプランを生成し、広告予算配分をシミュレーションできるツールです。今回、リテールメディア領域におけるデータ導入の第一弾として、株式会社ゲート・ワン（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：藏田 一郎）が、全国約 1 万 1500 店舗（2026 年 6 月末時点）で展開するファミリーマート店内のデジタルサイネージメディア「ファミマ TV」のデータを搭載しました。今後、他のリテール事業者との連携も推進し、リテールメディアデータの拡充を進めていきます。これにより、認知領域と購買領域を一体として考えるメディア横断のプランニングを実現します。

今後も当社は、リテールマーケティング領域の開発・活用に取り組む専門組織「リテールマーケティング局」※2を中心に、より網羅的な統合メディアプランニングを実現するとともに、その恒常的な機能拡充を通じて、クライアントのマーケティング活動の高度化と事業成長に貢献していきます。

※1 2015年8月19日発表：電通、テレビCMとオンライン動画・ディスプレイ広告を統合したテレビ×デジタル広告出稿最適化ツール「クロスメディア・プランナー」を開発

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2015/0819-004129.html>

2023年11月9日発表：コネクテッドテレビやOOHなどの認知系メディアの広告出稿最適化を実現

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2023/1109-010656.html>

※2 2025年11月14日発表：電通、リテールメディアの開発・活用に取り組む専門組織「リテールマーケティング局」を新設

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/1114-010966.html>



以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部
河南、内田、早川、永野

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通
データ・テクノロジーセンター
日野、堤

リテールマーケティング局

唐澤、辻本、高沢

Email : koho@dentsu.co.jp