GLORY Confidence Enabled
人と社会の「新たな信頼」の創造へ

NEWS RELEASE

2025 年 8 月 20 日

報道関係者各位

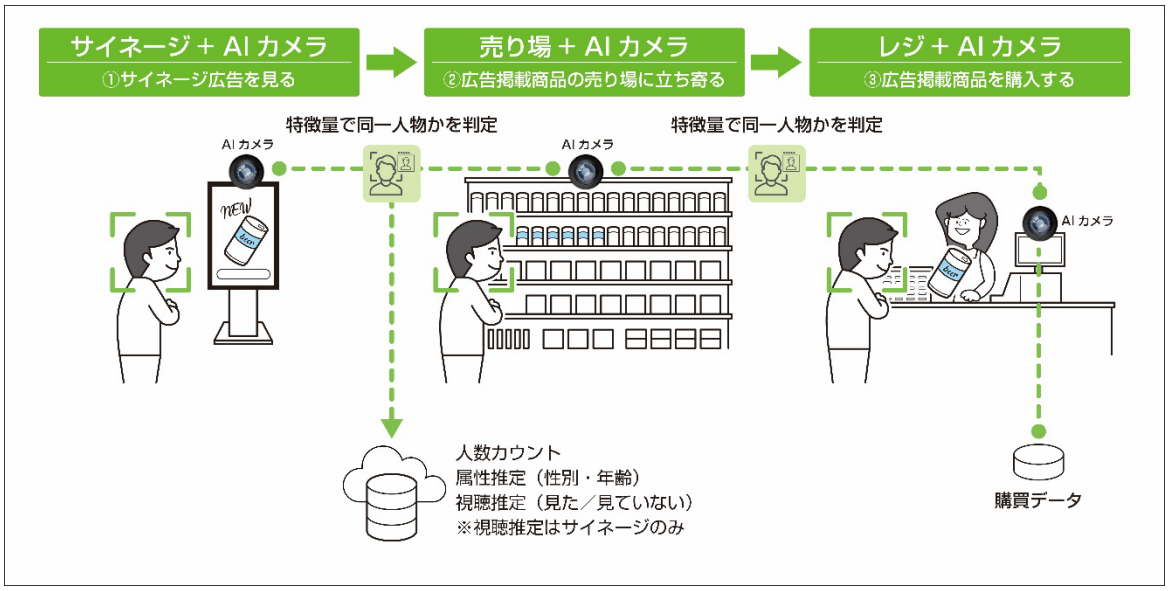
グローリー株式会社

業界初、デジタルサイネージ広告の購買効果を可視化

～ リテールメディアの効果を最大化する「AI カメラ分析サービス」の提供を開始 ～

グローリー株式会社（代表取締役社長：原田 明浩、以下 グローリー）は、小売業界向けにデジタルサイネージ広告による購買効果を可視化し、レポーティングを行う「AI カメラ分析サービス」を 2025 年 9 月 1 日より提供開始します。

本サービスは、デジタルサイネージ前やレジ前などに設置された AI カメラシステムで顔の特徴量を取得し、POS レジから得られた購買データと組み合わせることで、広告を視聴した来店客の購買行動をより精緻に測定し、分析レポートとして提供します。なお、顔の特徴量と購買データを組み合わせてデジタルサイネージ広告の効果を検証するサービスは業界初の取り組みです。



背景

近年、小売業界では、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、ドラッグストアなどの店舗や EC サイトを広告媒体として活用するリテールメディアが注目されています。なかでも、デジタルサイネージ広告は、店舗内で購買直前の来店客に訴求ができ、高い視認性や柔軟な配信が可能なことから需要が高まっています。

しかしながら、これらの広告が実際に来店客の購買行動へ繋がったかどうかについては、明確なデータが得られていないため、以下の課題がありました。

① 広告代理店は、広告主に対して投資対効果を十分に説明することが難しい状況です。
② 店舗は、広告効果を示せず、広告収益の機会を逃しています。
　また、広告効果が得られない場合は、商品販売の機会損失にも繋がります。
③ 広告主は、投資の判断が難しく、継続的な広告出稿をためらうことがあります。

特長

1. 顔認証技術と購買データの連携により広告効果の見える化が可能

リテールメディアの効果を最大化するための新たな取り組みとして、グローリーの顔認証技術を搭載した AI カメラシステムを店頭のデジタルサイネージ前とレジ前などに設置し、サイネージ広告を見た来店客と商品の購入者が同一人物かを特定します。さらに、購買データと照合することで、デジタルサイネージ広告の視聴が実際の購入に繋がったかを定量的に把握することができます。

これにより、前述の課題が解決できます。

① 広告代理店は、広告主に投資対効果を数値で示すことで提案力を強化することができます。

② 店舗は、広告出稿と商品購入の関係を把握することで、広告主に広告効果を証明でき、広告枠の販売による収益機会を得ることができます。また、広告効果が高まることで商品販売にも繋がります。

③ 広告主は、広告効果の分析や施策の見直し、広告予算配分の最適化ができます。

2. 来店客行動の可視化で、広告価値と収益性を向上

AI カメラシステムで取得した顔の特徴量を元に、来店客の広告視聴率や属性（性別、年代）を測定。実データから売り場への集客効果や、購買への影響度を分析できるため、売場レイアウトや商品配置の改善にも活用でき、デジタルサイネージ広告の価値を最大限に高めます。

さらに、通常陳列棚や特設売り場などのそれぞれに AI カメラシステムを設置することで、売り場ごとの購買効果の検証を行うことも可能です。

グローリーは、今後も認識・識別技術を活用した革新的なソリューションの提供を通じて、小売店をはじめとするお客さまの業務効率化と最適な店舗運営の実現に貢献してまいります。

【お客さまからのお問い合わせ先】
グローリー株式会社
国内カンパニー 営業本部 DX ビジネス推進統括部 データビジネスデザイン部
電話（03）5207-3163

【報道機関からのお問い合わせ先】
グローリー株式会社
経営戦略本部 コーポレートコミュニケーション部 広報グループ
電話（079）294-6317