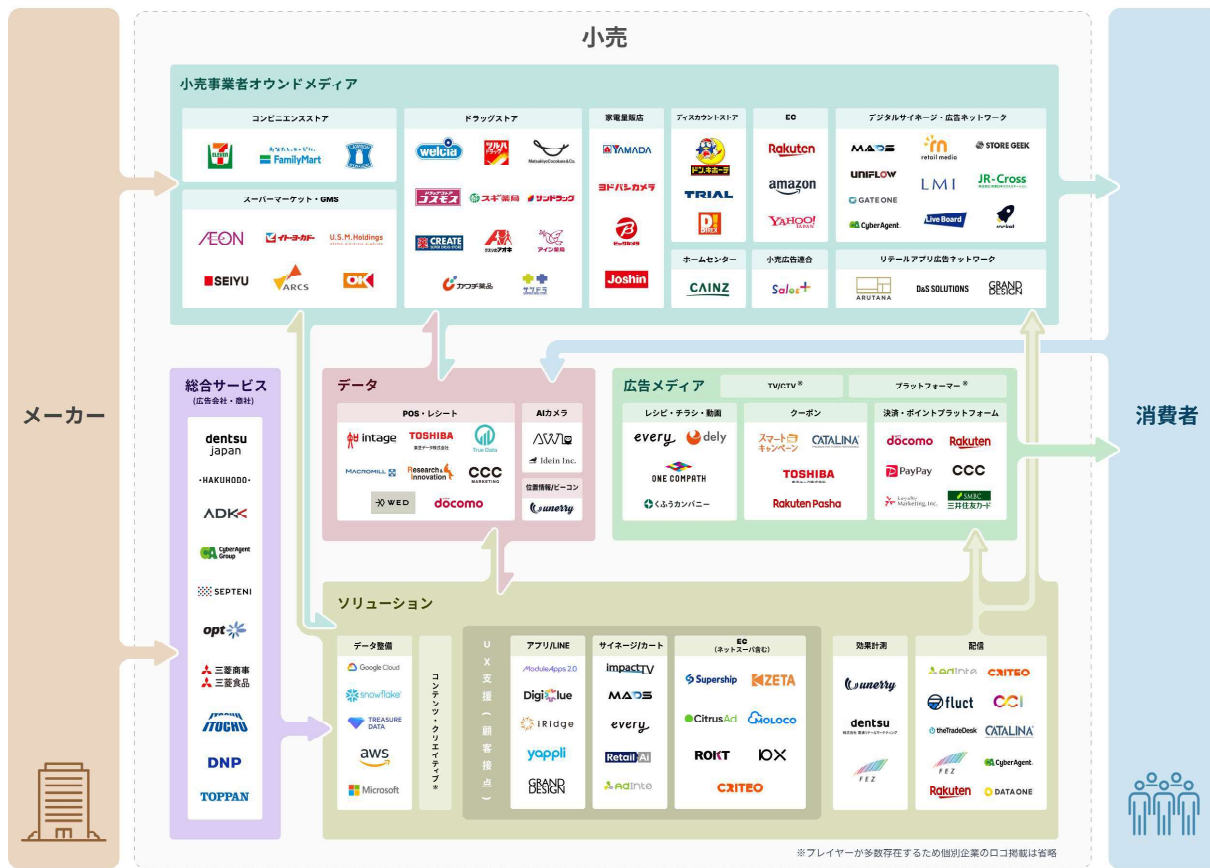


【報道関係各位】

## 「リテールメディアカオスマップ 2024年版」公開 ～業界関係者が分析した102社の主要プレイヤーを紹介～

株式会社 CARTA HOLDINGS (本社: 東京都港区、代表取締役 社長執行役員: 宇佐美 進典、以下「CARTA HD」) と、株式会社 unerry (東京都港区、代表取締役 CEO: 内山 英俊、以下「unerry」) は、小売/広告/アドテクノロジーの各業界最前線に従事する主要24社とプロジェクトを組成し、主要プレイヤーの洗い出しやカテゴリー検討などの業界分析を重ね、リテールメディアカオスマップ2024年版を作成しましたので公開いたします。

### リテールメディアカオスマップ 2024



カオスマップは主要企業を調査して独自に作成しており、網羅性や正確性を完全に担保しているものではありません。多分野の事業・サービスを展開している企業については、代表的なカテゴリーを選定して掲載しています。商標およびロゴマークに関する権利は、個々の権利の所有者に帰属します。掲載に問題がある場合は、ご連絡ください。

©CARTA HOLDINGS Inc. ©unerry Inc.

### カオスマップ作成の背景

リテールメディアとは、店舗を持つ小売事業者およびEC 専門小売事業者が運営するメディア (Web サイト・モバイルアプリ・デジタルサイネージなど)、小売が保有するアセット (データ・コンテンツなど) を活用して配信される広告や購買者の調査・分析サービスの総称です。米国での発展をきっかけに、日本市場も急速に成長し、CARTA

HD の調査によると 2024 年には 4,688 億円、2027 年には 9,332 億円に達する見込みです。

([https://cartaholdings.co.jp/news/20231225\\_1/](https://cartaholdings.co.jp/news/20231225_1/))。

市場の発展により、関連サービスを提供する企業が増加する一方で、業界の構造や主要プレイヤーが不明瞭になっていました。メーカー・小売事業者がリテールメディアを健全に発展・利用する際の参考にしていただくことで、より一層の市場活性化に貢献できればとの願いから、業界関係者が自発的にプロジェクトを組成し、本マップを作成しました。

## 「リテールメディアカオスマップ 2024 年版」の特徴

本カオスマップは、広告主としてのメーカー（左側）、小売事業者（中央）、消費者（右側）に大別されます。小売事業者が自社だけでは実現できないリテールメディア機能を多くの企業が支援し、エコシステムが形成されています。2024 年版の特徴は、以下の 5 点です。

### 1. 小売大手のオウンドメディア整備が急速に進展

大手小売事業者は Web サイト・モバイルアプリ・デジタルサイネージ・公式 SNS・ショッピングカートへの投資を強化し、顕著なユーザ基盤の拡大を実現しました。その結果、消費者の購買接点に最も近いメディアとして活用が進んでいます。さらに、小売事業者横断で提供するデジタルサイネージ・広告ネットワーク事業者やリテールアプリ広告ネットワーク事業者が新たに誕生し、単体では利用者数が少ない小売事業者でもリテールメディアに参入できるようになりました。このことにより、一定の市場規模が形成されてきました。

### 2. 総合サービスを提供する企業として広告会社・総合商社が台頭

メーカーは従来、マスメディアに多額の広告費を投じて来ましたが、効果の測定には課題がありました。リテールメディアでは、デジタル広告技術の進化により、購買効果の計測が可能になり、投資対効果の最適化を行うことができるようになりました。これにともない、広告費をリテールメディアへ配分する割合を増やすメーカーが増え、広告会社や総合商社が総合サービスとして提供する重要な役割を果たしています。

### 3. 消費者データの利活用と効果計測を推進する企業の集約

リテールメディアは、小売事業者が消費者に提供する告知や商品販売時に生成されるデータを最大限に活用し、情報配信と効果測定を最適化します。POS データ、レシート、店頭 AI カメラ、位置情報/ビーコンなどが主に使用されています。これらはかつて多くのプレイヤーによって分散されていましたが、現在では一部の企業に集約され、規模化とリテールメディアでの活用が進んでいます。

### 4. 広告メディアとしてのテレビ・プラットフォーマーと決済・ポイント事業者の存在感

リテールメディアの広告配信においては、小売事業者のオウンドメディアに加え、テレビ、コネクテッド TV、プラットフォーマー（Google、ソーシャルメディア）、レシピ・チラシ・動画アプリ、クーポンアプリ、決済・クーポンプラットフォームが中心的な役割を担っています。特にテレビとプラットフォーマーが配信先として主流ですが、

決済・ポイントプラットフォームもリテールメディア施策においてポイント付与の訴求により重要性を増しています。

## 5. 完成度が高まったソリューションの多様化

小売事業者が自力で構築することが難しい機能については、データ整備企業（Google Cloud など）、コンテンツ・クリエイティブ制作会社、顧客接点を提供する UX 支援事業者（アプリ/LINE、サイネージ/カート、ネットスーパー含む EC）、効果計測事業者、配信事業者が支援を提供しています。特に UX 支援では、多くのスタートアップ企業や外資系企業が参入し、多様なソリューションを提供しています。効果計測の事業者は数社に集約され、リテールメディアのインフラとしての利用が進んでいます。配信事業者は各小売事業者のオウンドメディアや広告メディアとの連携を進め、総合的な配信ソリューションを実現しています。

### 調査概要

調査主体：株式会社 CARTA HOLDINGS、株式会社 unerry

調査時期：2024 年 1 月から 2024 年 4 月

協力企業：株式会社アドインテ、株式会社 CARTA HOLDINGS、CRITEO 株式会社、株式会社サイバーエージェント、株式会社 DearOne、株式会社デジクル、株式会社電通リテールマーケティング、株式会社エブリー、株式会社フェズ、株式会社 fluct、グランドデザイン株式会社、株式会社博報堂、株式会社 MADS、株式会社 NTT ドコモ、リテールメディア株式会社、株式会社 SalesPlus、株式会社トライアルカンパニー、株式会社 unerry、株式会社 10X、他小売事業者等 5 社

### カオスマップへの掲載基準

・小売事業者：売上上位からリテールメディアの取り組みが公開情報または直接確認できる事業者。売上上位ではないが、リテールメディアの先駆けや特筆すべき取り組みを行う企業も記載。

・小売事業者以外：リテールメディアの取り組みが公開情報または直接確認できた主要事業者（リテール DX に留まらず、メーカー向けのメディア・サービスとしての活用が見込まれている企業が対象）。

お問い合わせ先

株式会社 CARTA HOLDINGS 広報担当

<https://cartaholdings.co.jp/contact/?category=pr>

株式会社 unerry 広報 内山、柳田

[information@unerry.co.jp](mailto:information@unerry.co.jp)