

2026 年 6 月 30 日
株式会社 True Data

True Data、フリークアウトとリテールメディア領域で協業開始 購買データを活用した広告ターゲティング・効果検証を支援

～広告 ROI 最大化へ、AI 時代のデータプラットフォーム戦略を加速～

株式会社 True Data（本社：東京都港区、代表取締役社長：米倉 裕之、証券コード：4416、以下 True Data）は 2026 年 6 月 30 日（火）、株式会社フリークアウト（本社：東京都港区、代表取締役：時吉 啓司、以下フリークアウト）の DSP（広告配信プラットフォーム）「Red」に、True Data の広告用購買セグメントデータ※¹ が連携されることをお知らせいたします。

小売業の購買データなどファーストパーティデータを活用した広告配信は「リテールメディア」と呼ばれ、サードパーティクッキー（Cookie）規制に縛られない新たな広告配信として注目されています。本連携により「Red」を利用する企業は、全国 6,500 万人規模の ID-POS データ※² を扱う True Data の広告用購買セグメントデータを活用して、高精度なターゲティング配信に加えオフラインにおける「購買リフト効果」の検証が可能となります。

両社は本協業を通じて、企業にとって最適な意思決定を支える次世代のマーケティング基盤を推進し、業界全体の価値創造を加速させてまいります。

広告ROIの最大化へ リテールメディア領域で協業開始



高精度なターゲティングやオフラインでの購買リフト検証が可能に

■背景

インターネットが普及した現在も、消費者が商品を買う場所は約 9 割が実店舗であると言われています※3。多くの広告代理店や広告主にとって、広告への接触が「実際に店舗での購買にどれだけ結びついたか」というオフラインでの効果検証は困難であり、大きな課題となっていました。さらに、世界的なプライバシー保護規制の強化に伴って、従来のデジタルマーケティングの基盤であったサードパーティクッキー（Cookie）の活用に頼らない、新たな顧客アプローチ手法の確立が求められています。こうした中、広告主である消費財メーカーなどが小売業の購買データや顧客基盤を活用して広告運用する「リテールメディア」が世界的な急成長を遂げており、その市場規模は急速に拡大しています。

このような背景から、True Data はフリークアウトと協業し、多くのクライアントに支持されている同社の強力な広告配信プラットフォーム「Red」へのデータ連携を決定いたしました。両社の強みを掛け合わせることで、不確実性の高まる広告市場において、データに裏付けられた確実な意思決定を行える環境を提供します。

■概要

True Data の広告用購買セグメントデータを、フリークアウトの広告配信プラットフォーム「Red」へ連携することで、購買データを活用した 広告配信・分析機能の提供が可能となります。

【本連携により「Red」で実現すること】

1. 購買データに基づく広告配信

従来の位置情報データや BtoB データ、年齢・性別・興味関心などの各種データに加え、新たに購買データを活用したターゲティングが可能になります。これにより、購買傾向から購入可能性の高い生活者に対して広告配信ができるようになり、より精度の高いターゲティングを実現します。

2. オフライン購買データを活用した広告効果分析

広告接触者と非接触者の購買状況を比較することで、広告施策が購買行動に与えた影響を分析することができ、オンライン上の指標だけでは把握が難しかったオフライン購買への寄与を可視化し、広告投資の評価や改善に活用できます。

3. 配信から分析までをワンストップで提供

購買データを活用したターゲティング配信と広告効果分析を同一基盤上で実施できるため、施策の企画から実行、検証までを効率的に運用することが可能になります。分析結果を次の広告配信に活用することで、継続的なマーケティング施策の高度化が実現します。

■今後の展望

「Red」へのデータ連携を皮切りに、True Data とフリークアウトはそれぞれが保有するデータやテクノロジー、知見を活かし、位置情報マーケティングプラットフォーム「ASE」との連携強化や、新たなサービス展開も視野に入れています。これにより、クライアント企業のブランドにおける顧客生涯価値（LTV）の最大化を実現し、統合的な意思決定支援 OS（基盤）への進化を目指します。

※業績への影響は軽微であると見込んでおります

■フリークアウトの広告配信プラットフォーム「Red」について

最先端の独自機械学習エンジンを搭載した全デバイス対応のマーケティングプラットフォーム。国内最大級の月間 8,500 億インプレッションを超える RTB 経由の広告在庫を有し、ビデオ、ネイティブ、ディスプレイの各種フォーマットにおいてフリークアウト独自のターゲティング技術を用いた広告配信が可能です。

<https://www.fout.co.jp/freakout/product/red/>

- ※ 1) True Data の広告用購買セグメントデータ：購買データより抽出したターゲティングや効果検証に利用できる広告識別子のデータ群のこと。個人や店舗を特定する情報は含まれません
- ※ 2) ID-POS：顧客 ID が紐づいた購買データのこと。購入者の属性や、リピート率、スイッチングなどの購買行動を把握できます。True Data が提供する統計化した購買データには、店舗、個人を特定する情報は含まれません
- ※ 3) 経済産業省「令和 6 年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」より

■フリークアウトについて

フリークアウトは、インターネット広告のリアルタイム取引を日本で初めて事業化したマーケティングテクノロジーカンパニーです。

国内最大級の広告在庫とデータを基盤に、マーケティングプラットフォーム「Red」や位置情報マーケティングプラットフォーム「ASE」、AI 活用プロダクト「alpaka」などを開発・提供。ディスプレイ、ネイティブ、動画・CTV、High Impact、DOOH（屋外広告）といった多彩なフォーマットと精緻なターゲティングで、企業の課題解決を支援します。また多様な事業会社のニーズに応じた、独自の広告インフラ構築もサポートしています。

フリークアウトは創業以来、透明性の確保やアドフraud対策を徹底し「嫌われない広告」と「信頼される広告空間」の実現を追求してきました。広告を「邪魔な存在」ではなく「有益な情報との出会い」へと昇華させる挑戦を続け、デジタルマーケティング業界の健全な発展に貢献していきます。

【株式会社フリークアウト 会社概要】

代表者：代表取締役 時吉 啓司
所在地：〒106-0032 東京都港区六本木 7-15-9 住友不動産六本木セントラルタワー 7F
設立：2017 年 1 月
U R L：<https://www.fout.co.jp/freakout/>

■True Data について

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アクティブ数 6,500 万人規模の POS、ID-POS データを扱うビッグデータプラットフォームを運営。小売業、消費財メーカー、その他幅広い業種の皆さまへ、顧客理解から商品戦略、販促施策、広告最適化、生産・在庫管理など、DX 時代に有効なデータ活用ソリューションを提供し、データに基づく企業の意思決定を支援しています。

【株式会社 True Data 会社概要】

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
U R L：<https://www.truedata.co.jp/>
お問い合わせ：<https://www.truedata.co.jp/contact/>

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