

2025年6月27日

各 位

東京都新宿区西新宿五丁目1番1号  
株式会社 アドウェイズ  
代表取締役 山田 翔  
(コード番号：2489 東証プライム市場)  
問い合わせ先：  
上席執行役員 管理担当 田中 庸一  
電話番号 03 (6771) 8512

実購買データで“本当に届けたいファン層”を捉えるゲーム業界特化型  
ソリューション「Ads-u for Games」の提供を開始

当社は、オンライン上の実購買データを活用し、高精度なターゲティング設計を可能にする  
ゲーム業界特化型ソリューション「Ads-u for Games (アズユーフォーゲームス)」の提供を開  
始いたしましたので、お知らせいたします。

詳細につきましては、添付のプレスリリース資料をご参照ください。

※ 添付のプレスリリース資料は、発表日現在の情報です。最新の情報と異なる場合がありますのでご了承ください。

以 上

2025.06.27

## 実購買データで“本当に届けたいファン層”を捉えるゲーム業界特化型ソリューション「Ads-u for Games」の提供をアドウェイズが開始

株式会社アドウェイズ(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:山田 翔、以下アドウェイズ)は、オンライン上の実購買データを活用し、高精度なターゲティング設計を可能にするゲーム業界特化型ソリューション「Ads-u for Games(アズユーフォーゲームス)」の提供を開始いたしました。

本ソリューションは、これまでの確かなアプローチが困難だった“本当に届けたいファン層”へのダイレクトな広告配信を実現し、ゲームマーケティングの効果を最大化します。



### ゲーム市場の変化とターゲティング広告の課題

近年、国内のゲーム市場は成熟期を迎え、新規ユーザー獲得の難易度とコストは年々増加していることから、LTV(ライフタイムバリュー、顧客生涯価値)を最大化し、中長期的にユーザーと良好な関係を築くことの重要性がさらに増しています。

また、従来のターゲティング広告は、ユーザーの年齢や性別といったデモグラフィック情報や、特定ジャンルへの興味関心などをベースに配信を行うことが主流でしたが、「普段の生活で何を購入しているのか」「他社ゲームは何を遊んでいるのか」といった、“見えにくい消費行動”までは捉え切れないため、本当に届けたいファン層にアプローチできているかどうかの確証が持てないことが実情です。

「Ads-u for Games」は、「このゲームを購入したユーザーは、他にどのようなタイトルを遊んでいるか」「ゲーム以外のどんな商品やカテゴリを日常的に購入しているか」といった、ターゲットであるユーザーのライフスタイルや興味関心を可視化します。これにより、既存のペルソナとの照合、さらには、真のペルソナに基づく戦略設計が可能となり、広告効果を最大限に引き出す運用を実現します。

## 「Ads-u for Games」によって実現できること

購買データを独自に蓄積・分析することで、“本当に届けたい相手”との接点を高める



### 「Ads-u for Games」が提供する3つの特長

「Ads-u for Games」は、これらの課題を解決するために、ゲームマーケティングに特化した組織を持つアドウェイズ独自のソリューションです。ユーザーから許諾を得たうえで、オンライン上の購買データを独自に蓄積・分析し、“本当に届けたい相手”との接点を高めることを目的に、主に3つの価値を提供します。

#### ・熱心なゲームファンへのアプローチ

過去の購買履歴に基づき、「自社作品ファン」や「競合作品ファン」といった、高精度なセグメントを作成し、広告配信に活用できます。これにより、新作発売の告知による購買の後押しや、ブランドへのロイヤルティの醸成、競合への流出防止といった、ファンとの継続的なコミュニケーションを効果的に実現します。

#### ・網羅的なターゲティングの組み合わせ

「Ads-u for Games」は、最も購買意欲の高い“本当に届けたいファン層”にアプローチが可能です。そのため、従来の興味・関心ベースのターゲティングと組み合わせることで、ミドルコア層からライトユーザー層まで、適切な接点設計を行うことができます。限られた広告予算の中でも、狙うべき層に的確に届ける戦略立案を支援します。

#### ・データ活用による深い顧客インサイトの理解

実購買データに基づき、顧客の解像度を飛躍的に高めるインサイトを提供します。例えば、特定ゲームのファンが他にどのような商品を買ったか、どんなサービスを利用しているかという「購買関連」や、個々のユーザーの詳細な消費行動を可視化することで、より本質的なマーケティング戦略やペルソナ設計に貢献します。

## 今後の展望

広告予算が限られるなかで「誰に届けるか」の重要性はこれまで以上に高まっています。アドウェイズは「Ads-u for Games」を通じて、従来のターゲティングでは捉えきれなかった生活者の購買行動を可視化し、機会損失を減らすことで、広告主やゲームメーカーが抱える成果への課題に、より実践的なアプローチで応えてまいります。また今後も「Ads-u」シリーズとして、異なる業種・分野への展開も行う予定です。

アドウェイズグループでは、今後も市場のニーズにいち早く対応し、全世界に「なにこれ すげー こんなのはじめて」を届け、当社に関わるすべての方々の可能性をひろげる「人儲け」の実現に向け、尽力してまいります。

---

### 株式会社アドウェイズについて <https://www.adways.net/>

2001年設立。2006年に東証マザーズ、2020年に東証一部に上場。2022年に東証プライム市場に移行。パーパスに、“全世界に「なにこれ すげー こんなのはじめて」を届け、すべての人の可能性をひろげる「人儲け」を実現する。”を掲げ、アプリ・Webの包括的なマーケティングを支援する広告事業、テクノロジーを駆使し新しい広告表現や広告効果最大化を実現するアドプラットフォーム事業、ライフスタイル事業、DX事業など、領域をまたいだ事業を展開。日本を始め、アジアを中心とした海外への事業展開も行っている。