

本当の好きを見つける - Shopping Ads

# Pinterestショッピング広告で

## 買い物の意思決定者にリーチしませんか？

インフルエンサーなどの「ヒト」軸ではなく、「モノ」「コト」軸でアクティブに好きなものを計画的に探し消費活動するピンタレストユーザ。ユーザ行動に合わせて、自動的に親和性の高い商品を訴求することによってさらに購入を促すことが可能！



値段が高くても  
品質が良いものを買う<sup>1</sup>

**67%**

Pinterest月間ユーザーは  
ノンユーザーに比べて

**1.2倍**



世帯年収1000万円以上  
のユーザ<sup>2</sup>

**12%**

Pinterest月間ユーザーは  
他プラットフォームの平均に比べて

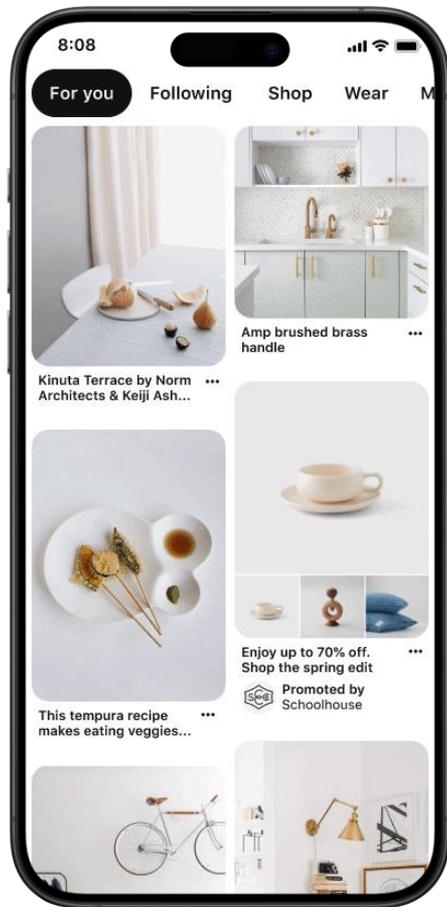
**1.2倍**



Pinterestで見つけた  
製品を他サイトで購入<sup>3</sup>

**15%**

Pinterestで見た商品を購入しているサイト  
はAmazonが58%、楽天市場が51%、  
Yahoo!ショッピングが37%、  
ZOZOTOWNが36%



出典：1 Ipsos株式会社(Pinterestによる委託)、日本、Pinterest月1回以上ユーザー vs Pinterestを含まない主要オンラインプラットフォームユーザー(ノンユーザー)の代表的なサンプル (1)2024年1月 (2)2022年10月

2 出典：Global Web Index、日本、2023年、Pinterestの月1回以上のユーザーとその他のオンラインプラットフォームの月1回以上の値の平均

3 出典：Ipsos社、日本、各プラットフォームの月1回以上ユーザー、2022年10月

本当の好きを見つける - Shopping Ads

# 気軽に始めるPinterestショッピング広告

## 簡単に作成可能なショッピングフィード

Google社データフィードとの仕様比較すると必須フィールドは全て同じ形式となっています。(参照)

## Performance+クリエイティブ

Performance+ クリエイティブを活用して、空白の背景からダイナミックなライフスタイルの背景を自動生成することが可能です。

## ECシステムとの統合

Shopify、WooCommerce、Salesforce、Adobeコマースなどのトップeコマースプラットフォームとの統合により企業は商品カタログを簡単にアップロードして最新の状態で保つことが可能です。

## ダイナミックリターゲティング

ユーザがサイト上で探していたものや、カートに保存済みのアイテムをもとに、彼らをリターゲットできます。すでに商品に興味を持っている購入者をターゲットし、広告の効果を高めることができます。

