

Press Release
【報道関係各位】

意識調査データと連動しネット広告配信を自動で最適化

～マクロミル、「コンシューマー・インサイト連動配信」の提供を本格スタート～

2020 年 7 月 2 日

株式会社マクロミル

(コード番号：3978 東証一部)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役社長 グローバル CEO：スコット・アーンスト 以下、当社）は、当社の「リアルタイム調査^{※1}」をキーにインターネット広告の配信を自動で最適化するサービス、「コンシューマー・インサイト連動配信」を 2020 年 7 月 2 日より本格提供スタートします。当サービスは、米 Google 社が提供する広告主向けの広告配信サービス「Google Ads」で運用が可能で、逐次的に測定する意識調査の結果（広告認知率やブランディング指標）に連動してインターネット広告の配信を行う、これまでに無い、当社独自の新しいサービスです。

■ サービス開発の背景

成長著しい日本のインターネット広告市場の中で、特に動画広告やリッチメディア、プレミアム広告が拡大しており、テレビ CM で見られるような「ブランド広告」がインターネット広告上でも増加しています。また、昨今の新型コロナウイルスによって、デジタルシフトへのスピードがより一層速まっています。これらに伴い、デジタルマーケティング施策を実施する際には、テレビ CM といったマス広告と同じように、インターネット広告においてもブランドの認知・興味・購入意向といった、「消費者の意識データ」に基づいた指標による評価が必要とされています。

また、広告の配信手法においてもインターネット広告の配信量や配信面、配信ターゲット等をリアルタイムに調整できる「運用型広告^{※2}」が、インターネット広告全体の約 8 割を占めるようになりました^{※3}

これらのインターネット広告を取り巻く環境下で、リアルタイムにインターネット広告の成果が見える従来のパフォーマンス指標（CTR や CVR 等）を中心に広告のプランニングや配信が行われ、運用効率のアップが目指されることが多くありました。しかし、インターネット広告が「ブランド広告」として活用され始めた昨今では、運用型広告の最大メリットである「キャンペーン期間中の最適化をブランド指標でフレキシブルに行う施策」が、十分とは言えない状況にありました。

これらの背景から当社は、逐次的に生活者の意識調査結果を測定しながら、広告配信を自動で最適化するサービス「コンシューマー・インサイト連動配信」を開発しました。当サービスは、「広告認知率」や商品認知・購入意向などの「ブランディング指標」の推移に連動して、インターネット広告の配信 ON-OFF や配信ボリュームの調整を自動で行うことができます。

■ 某大手飲料メーカー様と行った実証実験

某大手飲料メーカー様のご協力のもと、清涼飲料ブランドの YouTube の TrueView・バンパー広告の配信において、広告認知率を効果的に獲得する為にコンシューマー・インサイト連動配信を活用することの有用性を確認すべく、実証実験を行いました。

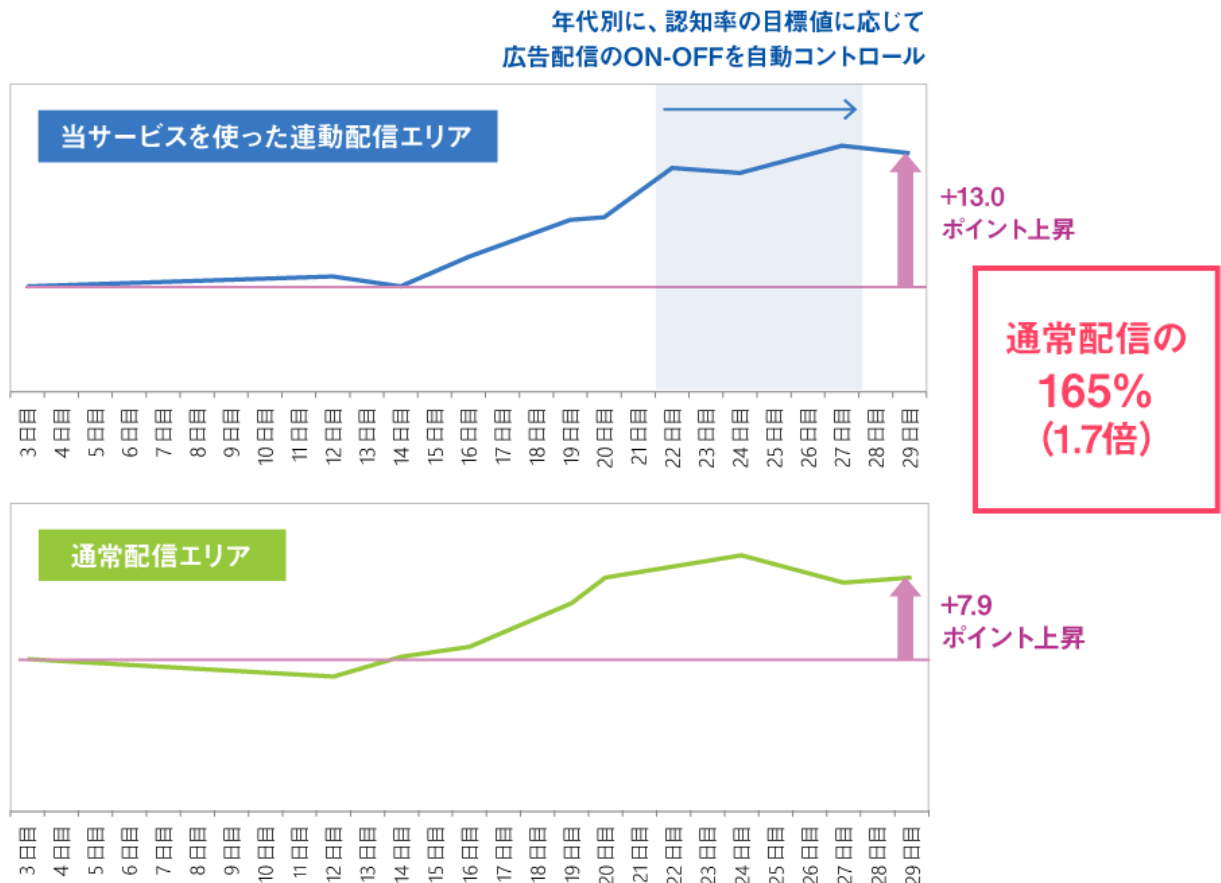
➤ 検証内容

「広告認知の最大化」を目的とし、コンシューマー・インサイト連動配信（以下、当サービス）を使ってインターネット広告の配信を行い、当サービスの有用性を検証しました。「広告出稿初期」から「広告出稿終了後」の広告認知率の伸びについて、当サービスを使った“連動配信エリア”と、“通常配信エリア”で比較しました。

“連動配信エリア”では、取得した広告認知率を元に 2 日に 1 回の頻度で、年代別に設定したキャンペーン広告の目標値に応じて配信の ON-OFF 切り替えによる自動コントロールを行った一方で、“通常配信エリア”では年代別での対応は行いませんでした。なお、広告出稿予算はエリアの人口比率で配分し、出稿量による差異が生じないように調整しました。

➤ 検証結果（当サービスの有用性）

検証結果を見ると、出稿初期からの広告認知率の伸びは、“連動配信エリア”が +13.0 ポイント、“通常配信エリア”が +7.9 ポイントでした。“連動配信エリア”の方が 165%（1.7 倍）高い結果となり、当サービスの有用性を確認することができました。



➤ その他の活用方法

実証実験は「広告認知の最大化」を目的に連動配信を行いましたが、ブランド認知・興味・購入意向などのブランディング指標の動向に基づいた連動配信も可能です。KPI の目標値到達状況に応じて配信 ON-OFF の切り替え、他社とのポジショニングによる最適化などにも活用できます。

当サービスは今後、当社が保有する海外のアンケートパネルとも連携し、グローバルでのサービス展開も視野に入れています。

当社は、今後も事業を通じ、革新的なサービスでマーケティングビジネス領域全体にイノベーションを拡げ、誰もがマーケティングサービスを利用できる社会の実現を目指します。

以上

※1：リアルタイム調査・・・ブランド認知率・好意度といった「ブランディング指標」を高頻度で取得し、オリジナルダッシュボード（millBoard）で、リアルタイムに提供するソリューション。サービスページ：<https://www.macromill.com/service/digital-marketing-research/realtime-research.html>

※2：運用型広告・・・インターネットユーザーの広告反応目標に達成するよう、リアルタイムに入札額やクリエイティブ、ターゲット等を変更・改善しながら運用し続けていく広告のこと。特定のサイトの枠を予約して買う「純広告」とは異なる配信方法。

※3：電通「2018年（平成30年）日本の広告費」より

■株式会社マクロミルについて

マクロミルは、高品質・スピーディーな市場調査を提供する、国内インターネット・マーケティング・リサーチのリーディング・カンパニーです。市場シェア No.1※の豊富なリサーチ実績とノウハウをもとに、お客様のマーケティング課題解決に向けて最適なソリューションを提供しています。世界19カ国、40以上の拠点を展開しており、世界に誇れる実行力と、時代を変革するテクノロジーを統合し、唯一無二のグローバル・デジタル・リサーチ・カンパニーを目指します。

（※ オンライン・マーケティング・リサーチ市場シェア＝マクロミル単体及び電通マクロミルサイトのオンライン・マーケティング・リサーチに係る売上高（2018年12月末時点の12ヶ月換算（LTM）数値÷日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）によって推計された日本のMR業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分（2018年度分））（出典：日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）2019年7月1日付第44回経営業務実態調査）

会社概要

資本金：971百万円（2019年6月末時点）

代表者：代表執行役社長 グローバル CEO スコット・アーンスト

本社：東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F

事業内容：マーケティング・リサーチ事業

売上高：44,279百万円（2019年6月期）

URL：<https://www.macromill.com/>

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル コミュニケーションデザイン本部 度会

TEL：03-6716-0707 MAIL：press@macromill.com

URL：<https://www.macromill.com>