
「So-net PC オンラインゲーム内広告試験サービス」 結果報告

～ほぼ全ての利用者が広告表示に好意的、

ブランド／サービスの好感度・興味も大幅に向上～

ソネットエンタテインメント株式会社(サービス名称:So-net)は、新広告ビジネスの本格的な展開に向け、実際に広告主の広告を掲載した「So-net PC オンラインゲーム内広告試験サービス」を、本年3月4日(水)から約1ヵ月間、子会社である株式会社ゲームポット運営のオンラインシューティングゲーム『ペーパーマン』にて実施してきました。

この試験サービスの第一の目的は、So-net がゲーム内広告ビジネスに本格参入するにあたり、広告メディアとしての“広告価値”を測り、今後の新たな広告としての販売方法(メニュー、料金等)を決定することです。また、韓国 I.G.A.WORKS 社の広告ソリューション技術による広告配信・露出量測定機能の技術検証、そして、ユーザーアンケートにより、ゲーム内に掲載した広告の認知度等、マーケティング分析を行いました。

So-net は、試験サービスの結果概要をまとめましたので、公表いたします。

<総括>

- ・ほぼ全てのユーザーが、ゲーム内広告を好意的に受け止めている
- ・6割以上のユーザーが、ゲーム内で広告を見たと言っている
- ・ゲーム内広告を見た層が、見ていない層より広告ブランドへの好感度が24ポイント高い
- ・同様に、広告掲載サービスへの関心度も、広告を見た層が20ポイント高い
- ・広告掲載の総露出量(トータルインプレッション)は226万回【30日間】
- ・17～29歳(高校生、大学生、20代社会人等)が、広告を見たユーザーの3/4を占める
- ・PCオンラインゲームの利用頻度は、4人に3人が「ほぼ毎日」

<今後の展開>

PC オンラインゲーム利用者は若者層が非常に多く、広告表示は大多数の利用者に好意的に受け止められており、「PCオンラインゲーム内広告」は対象者に確実にリーチできる高価値な広告メディアと判断できます。

今後の広告表示はゲーム内だけではなく、ゲーム前後のアピール(エンディング・バナー等)も考慮し、利用者が広告主の商品・サービスをより楽しめるような仕掛け、および課金に誘導できる仕組みを追求していきます。So-net はこれより、各広告主に本格的に広告販売を開始いたします。

「So-net PCオンラインゲーム内広告試験サービス」 結果概要

1. 実施期間:

2009年3月4日(水)～4月2日(木)【30日間】

2. 広告掲載タイトル:

株式会社ゲームポット提供 windows(R)用オンラインシューティングゲーム
『ペーパーマン』 <<http://www.paperman.jp/> 累計登録ユーザー数:約18万人>

3. 広告掲載箇所:

ゲーム内の16カ所(バナー広告)

4. 広告主企業:

株式会社ぐるなび <ぐるなびデリバリー> 【15日間】

株式会社シマンテック <セキュリティー ソフトウェア> 【15日間】



<ぐるなびデリバリー>

Copyright© GOURMET NAVIGATOR INC.

All rights reserved.

©2009 So-net Entertainment Corporation

©Gamepot Inc., All Rights Reserved.



<セキュリティー ソフトウェア>

©1995-2009 Symantec Corporation

©2009 So-net Entertainment Corporation

©Gamepot Inc., All Rights Reserved.

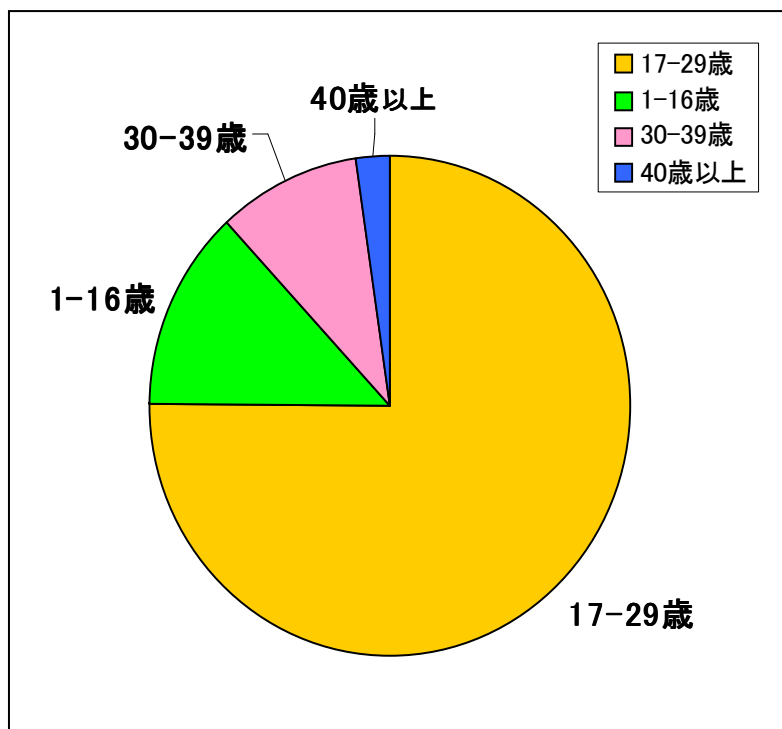
5. 広告総露出量:

トータルインプレッション: 226万回

※広告は、ゲーム内の一部エリアにのみ掲載。今後、『ペーパーマン』内の掲載箇所は
随時増やす予定。

6. 属性:

- 性別 男性 8 女性 2
- 年齢構成

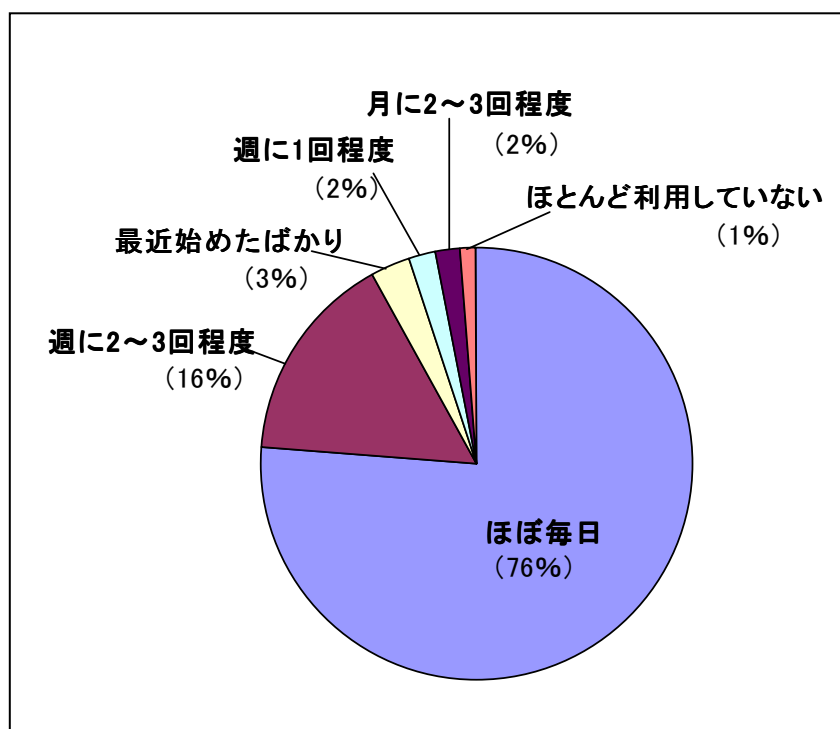


17～29歳(高校生、大学生、20代社会人)が、広告を見たユーザーの3/4を占める

7. ユーザーアンケート結果概要:

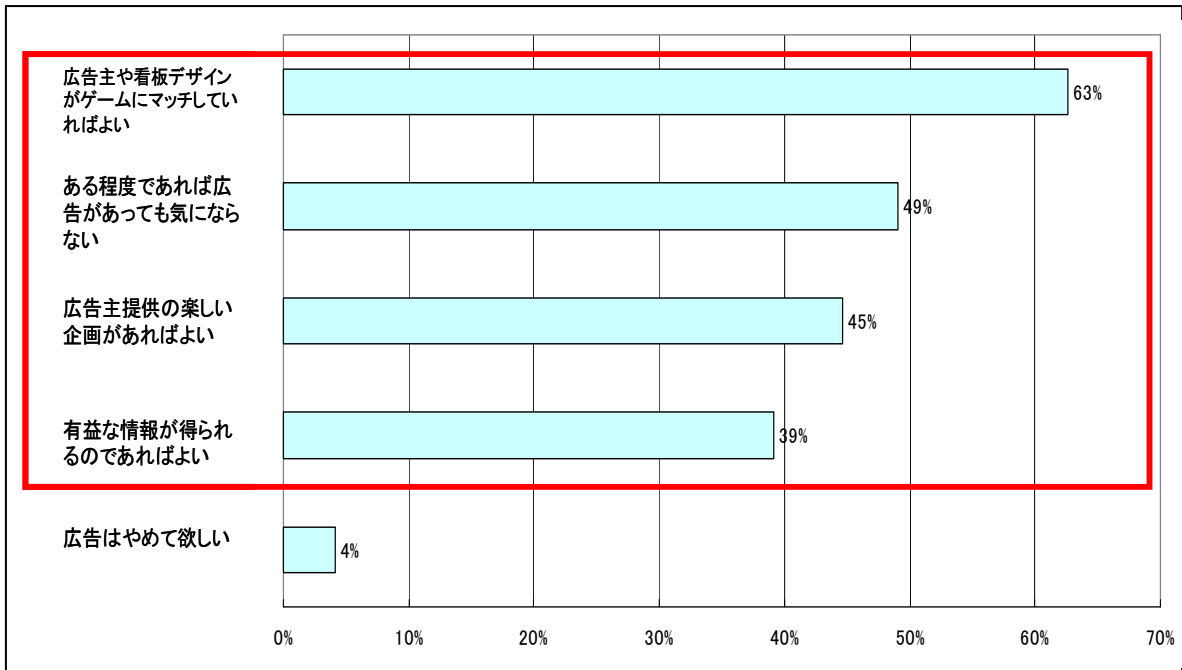
<回答者 1,081 名 (回答方式 Web Form)>

□ PC オンラインゲームの利用頻度



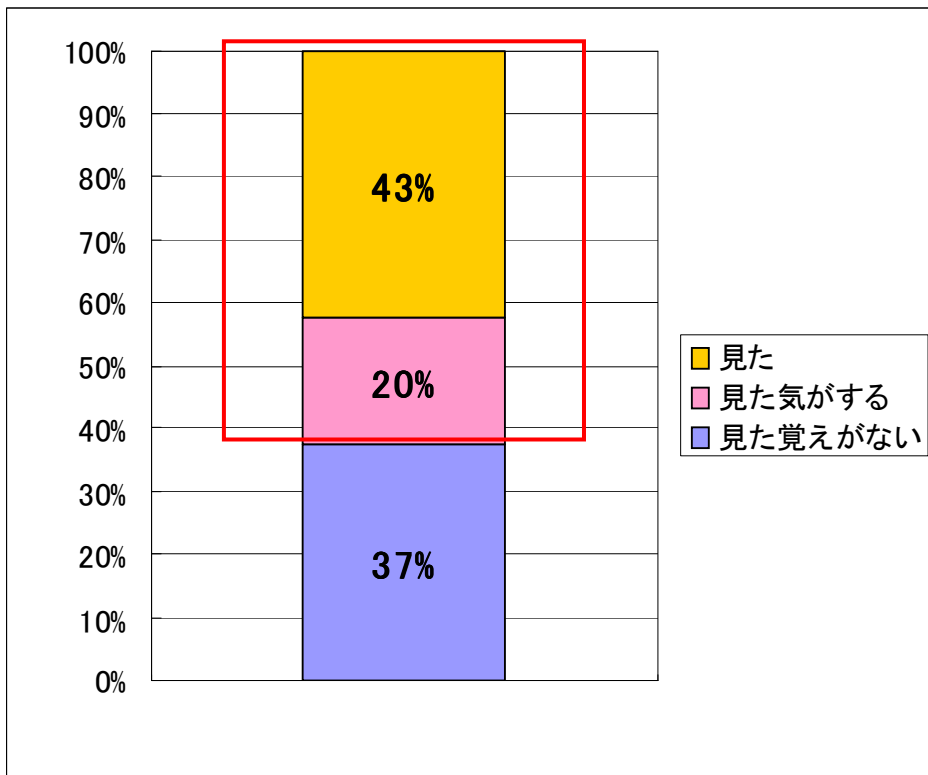
4人に3人が、「ほぼ毎日」PC オンラインゲームを楽しんでいる

□ 『ペーパーマン』内に「広告」が表示されることについて



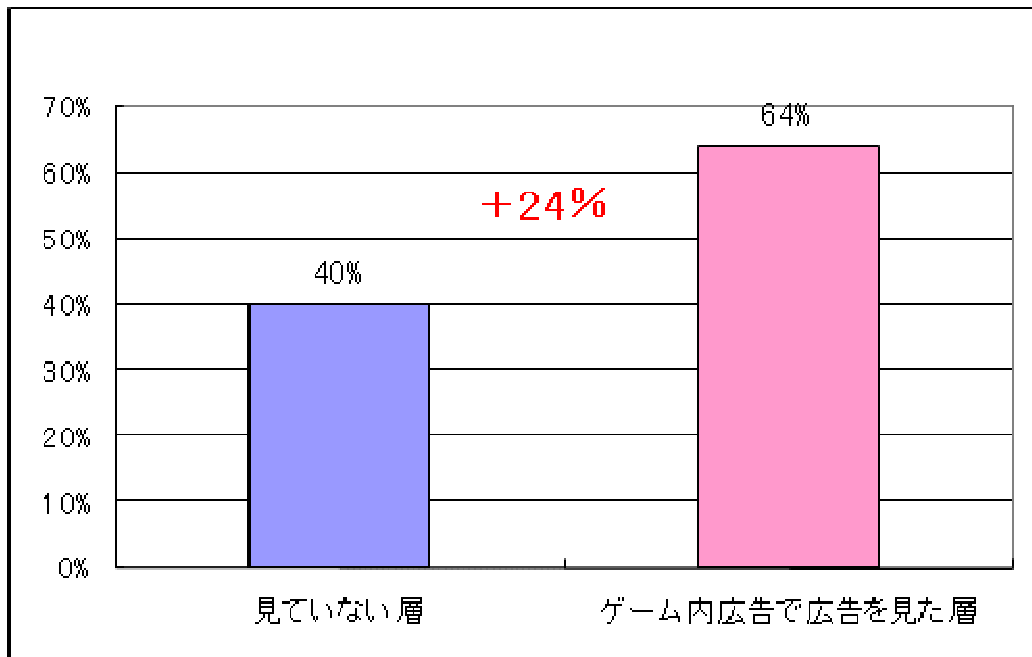
- ・ほぼ全てのユーザーが、広告表示を好意的に受け止めている
- ・広告に否定的なユーザーは 4%程度

□ ゲーム内広告表示の認知度



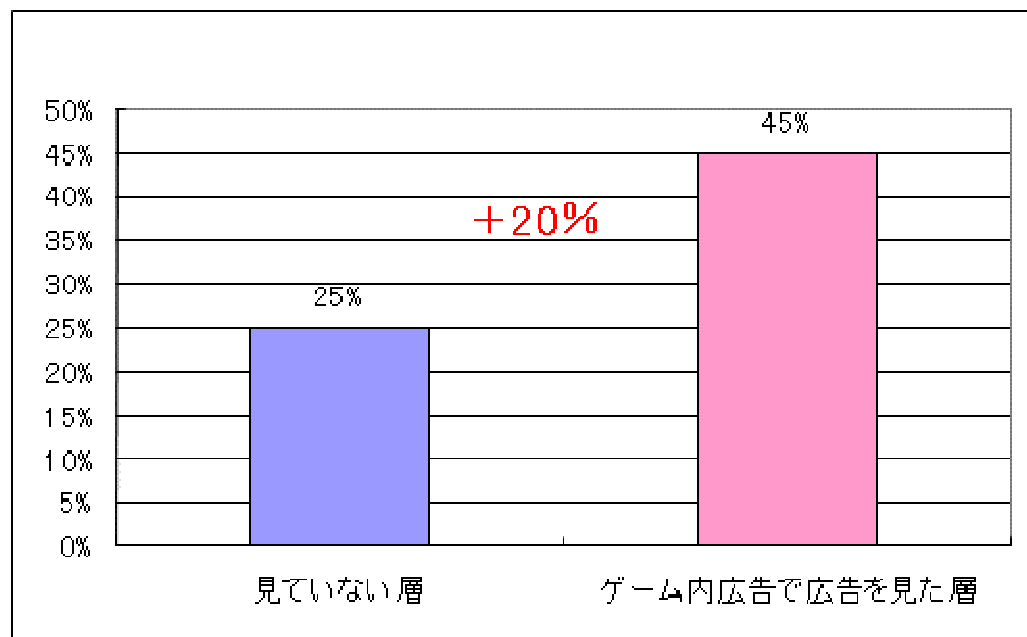
6割以上のユーザーが、ゲーム内で広告を見たと言っている

□ ゲーム内広告で訴求したブランドへの好感度



ゲーム内広告を見た層が、見ている層より広告ブランドへの好感度が24ポイント高い

□ ゲーム内広告掲載されているサービスへの関心度



広告掲載サービスへの関心度も、広告を見た層の方が20ポイント高い

以上

■ 本件に関する報道関係の方からのお問合せ先

ソネットエンタテインメント株式会社

広報 IR 部 広報課

Tel:03-5745-1522 Fax:03-5745-1600

E-mail:pr@so-net.ne.jp
