

報道関係各位

2016年4月12日
株式会社シグナル

(株)シグナル
ニュースに対する読者の意識変化や態度変容を測る
記事の定性調査サービス「NEWS REVIEW (ニュースレビュー)」提供開始

総合PR会社である株式会社ベクトル(本社:東京都港区、代表取締役社長:西江肇司、東証一部:6058、以下ベクトル)の子会社、株式会社シグナル(本社:東京都港区、代表取締役:草場大輔、以下シグナル)は、ニュースに対する世の中の反応(意識変化※1)/態度変容※2)を測定する定性調査サービス「NEWS REVIEW」の提供を4月12日より開始致します。

(サイトURL: <http://newsreview.jp/>)

※1) 「意識変化」をパブリシティによる認知や認識に関する内心の変化と定義。

※2) 「態度変容」をパブリシティによる具体的な行動に表した変化と定義。

「NEWS REVIEW」は、ターゲットに指定の記事を閲覧させた後、そのターゲットに対してアンケート調査を実施することで、記事による定性効果(意識変化/態度変容)を測定することが可能となるサービスです。

これまでPRの効果測定は、広告代替手段として評価する「広告換算値」を用いるのが一般的とされてきました。しかし、PRの効果を広告の物差しで測る「広告換算値」は、リーチ数に重点を置いている為、露出量の検証のみに留まり、ターゲットがそのパブリシティに触れた結果、どのように態度変容を起こしたかなど、PRによる本質的成果までは測れませんでした。

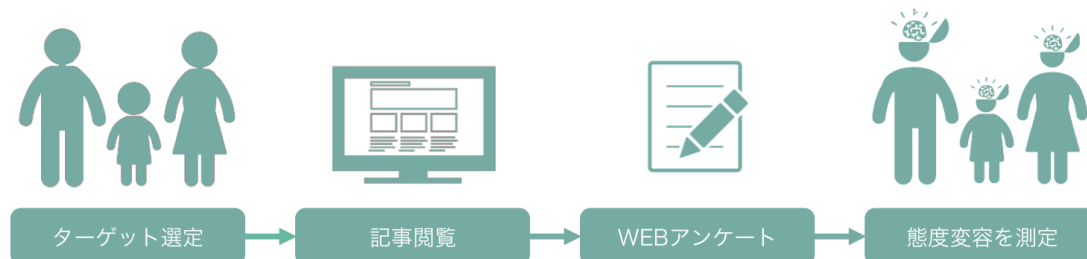
そこで、シグナルでは上記の背景を踏まえ、従来の広告換算に加え、PRによるターゲットの態度変容や意識変化を測る効果検証の必要性が高まっていると考え、新たな効果測定手法の開発に至りました。

このサービスにより、「どのような層が、どのニュース記事を見て、何を感じたか」を計測することが可能になります。記事内で紹介された商品やサービス・キャンペーンについて「関心を持った」「買いたいと思った」等の内心の意識変化や「購買検討した」「友人に勧めた」等の具体的な行動に表した態度変容を把握することで、ターゲットがどのような態度変容を起こせたかの検証が可能となります。

同様にPR施策においては、従来の定量的指標(記事掲載数や広告換算額、コーポレートサイトやオウンドメディアのPV、UU数など)のみでは測定できなかった定性効果(意識変化/態度変容)を、どれだけの確率でどんな態度変容が起きたかを本サービスを利用することで把握できるようになります。

■調査方法

- ①ターゲット選定 : スクリーニングによる調査対象者の選定を行います。
- ②記事閲覧 : 指定の記事をターゲットに閲覧させます。
- ③WEB アンケート : 記事の内容に関するアンケートを実施します。
- ④定性効果測定 : 調査結果はリアルタイムで管理画面に反映します。



■料金プラン

- ①ベーシック : 100名を対象にテンプレート型調査を実施。10万円～
- ②プラス : 100名を対象にカスタマイズ可能な調査を実施。15万円～
- ③プロ : 400名を対象にカスタマイズ可能なアンケートをPR実施の前後で2回の調査を実施。60万円～

※詳細につきましてはサービスページ (<http://newsreview.jp/>) をご参照ください。

【株式会社シグナル 会社概要】

会社名 : 株式会社シグナル
住所 : 東京都港区赤坂 4-15-1 赤坂ガーデンシティ 3F
設立 : 2005年12月
資本金 : 3,000万円(2011年5月現在)
代表者 : 草場 大輔
事業内容 : WEBマーケティング事業
U R L : <http://sgnl.jp/>

【株式会社ベクトル 会社概要】

会社名 : 株式会社ベクトル
住所 : 東京都港区赤坂 4-15-1 赤坂ガーデンシティ 18F
設立 : 1993年3月30日
代表者 : 西江 肇司
資本金 : 1,740百万円(2015年8月31日現在)
事業内容 : マーケティング分野における戦略的PR事業
U R L : <http://www.vectorinc.co.jp/>