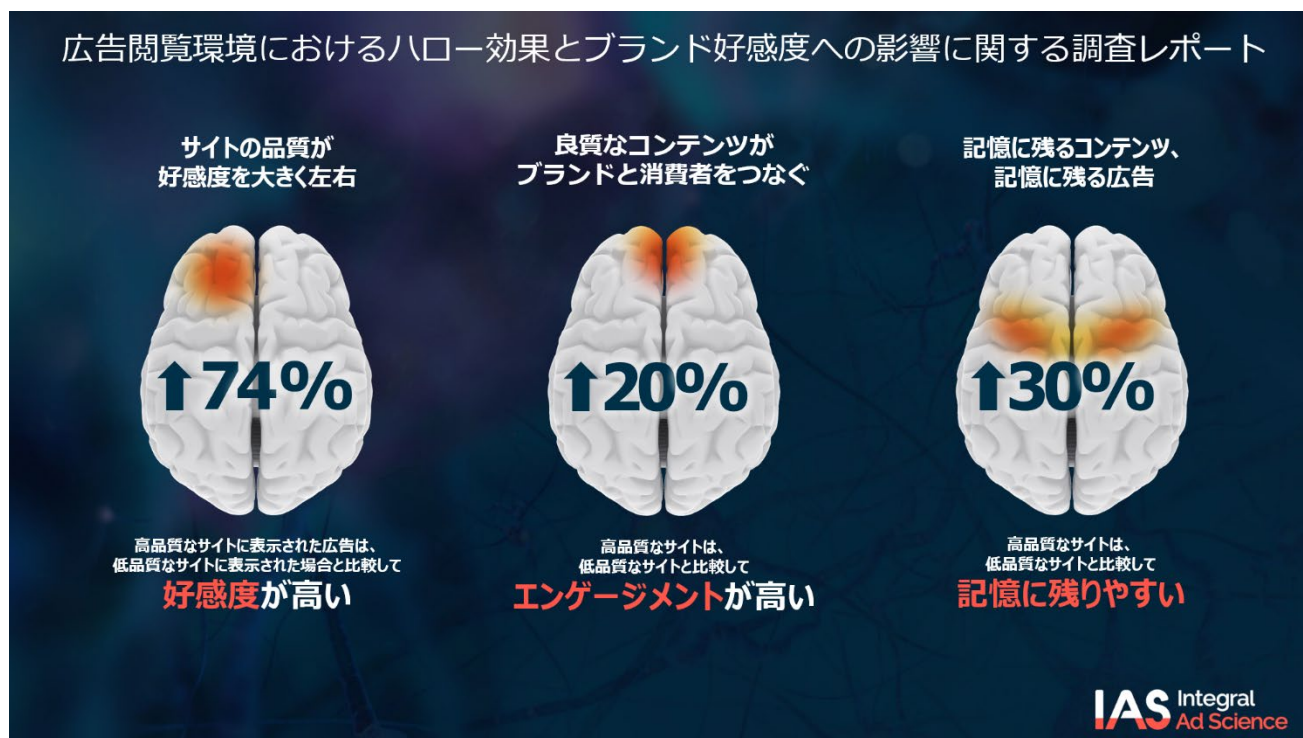




高品質なコンテンツ環境に配信された広告は 好感度が74%アップすることが判明！

IAS が、コンテンツがデジタル広告に与える影響を脳神経学の観点から明らかにする調査を実施

広告業界の透明性を高め、デジタル広告の効果を最大するテクノロジーとデータをグローバルに提供する Integral Ad Science（本社：米国ニューヨーク、CEO：リサ・アツツシュナイダー / 日本オフィス：東京都千代田区、マネージングダイレクター：藤中太郎、以下 IAS）は、米国時間 2019 年 7 月 19 日、スマートフォンで閲覧するコンテンツの質が広告のパフォーマンスに及ぼす影響を脳神経学の観点から明らかにした調査レポートを発表しました。IAS Japan は、2019 年 7 月 26 日、同レポートの日本語版を発表いたします。



『脳科学から見るブランド認知
～広告閲覧環境にけるハロー効果とブランド好感度への影響に関する調査レポート～』
ダウンロード：<https://integr.al/2Y3CtVP>

レポートでは、まず、消費者を取り巻くコンテンツ環境の変化、特に膨張し続けるデータ量についてデータを用いて解説しています。次に、米国におけるブランドセーフティの重要性について広告主の意識の変化や、ブランドリスクへの対応に言及。それを踏まえたうえで、今回実施した調査の結果を次のようにまとめています。

■ 調査結果

1. 高品質なコンテンツは好感度の向上に大きく寄与

高品質なコンテンツとともに広告が表示された時、被験者はその広告を低品質なコンテンツ環境で閲覧した時と比較して **74%より好ましいと感じている**ことがわかりました。さらに、質の低いコンテンツに表示された広告を閲覧した際には好感度の向上に寄与しないどころか、好感度が下がるという結果になりました。

2. 高品質なサイトには、エンゲージメントを高める効果も期待できる

高品質なサイトのコンテンツは低品質なサイトと比較して、**コンテンツへのエンゲージメントが 20%高まる**ことがわかりました。消費者にとって好ましいコンテンツは、そこに表示される広告にも良い影響を与えると可能性が高いと言えます。

3. 高品質なコンテンツは、記憶にも残りやすい

高品質なコンテンツは、低品質なコンテンツと比較して**記憶への残りやすさが 30%アップ**することがわかりました。記憶に残るコンテンツとともに広告を閲覧した場合、広告のブランドが記憶に残る可能性も高まります。

■ 総評

世界中で、人類がこれまでに経験したことのない規模とスピードで生み出される膨大なコンテンツは、コンテンツを管理することをより困難にしています。コンテンツ管理の難しさは、ブランドの価値を守り、高めたい広告主にとって、困難だが解決しなくてはならない問題です。

今回の調査で、広告が表示されるコンテンツ環境がブランドパーセプションを左右する鍵を握っていることが改めて浮き彫りになりました。また、高品質なコンテンツ環境で閲覧される広告は、消費者からより高い好感を得ることができ、エンゲージメントが高く、記憶に残りやすいことが証明されました。

米国のマーケターは、IAS が 2018 年 11 月に実施した別の調査で、安全ではないサイトを含むメディアパートナーへの投資を減らし、ブランドリスクに対する対策を実施しているパブリッシャーへの投資を増やす、と回答しています。

■ 調査概要

調査期間	2019年5月14日～24日（米国ニューヨークにて実施）
対象者	週に5回以上スマートフォンでニュースを読む18歳以上の男女
サンプル数	50
調査方法	被験者に脳波など機器を装着してもらい、市場調査会社 Neuro-Insight の協力のもと、脳の活動状況をリアルタイムに計測する Steady State Topography (SST/定常状態トポグラフィ) で、以下の内容を実施している際の脳神経の活動を測定 <ul style="list-style-type: none">被験者は30分間で8つのサイトを閲覧8つのサイトのうち半数の4サイトがIASのブランドセーフティ基準で高品質と判定されたサイト、残り4サイトはブランドリスクありと判定されたサイト各サイトには異なる業界の8つの有名ブランドのバナー広告各3種を表示

【IAS (インテグラル アド サイエンス) について】 www.integralads.com/jp/

IAS は場所やデバイスを問わず、インターネット広告主のための安全かつ高品質な広告掲載面環境およびデジタルキャンペーンの透明性を提供するグローバル・テクノロジー企業です。

提供するソリューションはグローバルトップ 100 広告主様のうち 80 社、150 社を超えるテクノロジーパートナー様に採用されています。IAS はニューヨークに本社を構え、ロンドン、ベルリン、シドニー、シンガポール、東京など、13 カ国・22 都市で事業を展開しています。

IAS のイノベーションと成長は高い評価を受けており、Inc.5000、Crain's Fast 50、Forbes America's Most Promising Companies などに選出されています。

Integral Ad Science, Inc.

代表者 : リサ・アツシュナイダー-CEO

所在地 : 95 Morton Street, 8th floor, New York, NY 10014

設立 : 2009 年 5 月

事業内容 : デジタル広告の検証・不正対策・最適化のためのデータとソリューションの開発と提供

Integral Ad Science Japan 株式会社

所在地 : 〒100-0006 東京都千代田区有楽町 1-1-1 日比谷三井タワー12F

代表 : 藤中太郎 (マネージングダイレクター)

開設 : 2015 年 7 月

《本件に関するお問い合わせ》

担当 : IAS 広報 吉井

TEL : 03-4588-6307

Email : jpinfo@integralads.com