

報道関係各位

2013年7月30日
株式会社カンター・ジャパン

バナー広告を見た消費者の好き・嫌いを リアルタイムにつかむ測定法が 新しいネット広告商品に採用

～ネット広告で商品・サービス(ブランド)の認知や好感度の向上を狙う場合に
クリックよりも適した効果の捉え方が、広告配信の仕組みを変える～

市場調査会社の株式会社カンター・ジャパン(本社:東京都渋谷区、取締役社長:大竹秀彦)は、バナー広告を見た消費者の商品・サービス(ブランド)に対する好き・嫌いをリアルタイムに把握する効果測定法(名称:『アドインデックス・ダッシュ(AdIndex Dash™)』)を広告主(企業)に提供しています。

この度、この効果測定法が、広告配信会社のアドバタイジングドットコム・ジャパン株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:高橋健司。以下アドコム社と略)の新しい広告商品(名称:『ファーストビュー・リーチ・ウィズ・リアルタイム・サーベイ(First-View REACH with Real-Time Survey)』)に採用されたことをお知らせします。

アドコム社の新しい広告商品は、広告を複数のウェブサイト配信する彼らの配信技術に我々の効果測定法を組み合わせたものです。具体的には、広告を配信すると各サイト上で訪問者に商品・サービス(ブランド)の好き・嫌いなどを問う調査が実施され、広告主(企業)はその結果を早ければ当日、遅くとも数日中にリアルタイムで確認できるというものです。この商品は、本日からアドコム社が販売します。

■ 我々の効果測定法がアドコム社の新しい広告商品に採用された背景

自社でオンラインストアを持たない大手の(耐久)消費財メーカーなどは、商品・サービス(ブランド)の認知や好感度を高めたい場合に、テレビ・新聞・雑誌などの既存メディアを中心に広告を出稿します。しかし、最近では、このような大手の広告主(企業)が、ネット広告を用いて商品・サービス(ブランド)の認知や好感度の向上を狙おうとする動きが見られるようになってきました。

アドコム社が我々の効果測定法(『アドインデックス・ダッシュ(AdIndex Dash™)』)の採用を決めた背景には、彼らの顧客である広告主(企業)の上のような動向があります。

News Release

■ 我々の効果測定法の特長は、認知や好感度がリアルタイムにわかること

広告主(企業)が商品・サービス(ブランド)の認知や好感度を高めるために広告を配信する場合、その目的を達成できたかどうかは、広告を配信した後に行う消費者調査で把握し、評価します。しかし、実際のところ、消費者調査は実施せずに、クリック数などの入手しやすく、かつリアルタイムで把握できる指標を用いて広告の評価を行っている広告主(企業)が少なくありません。また、消費者調査を実施しても、結果がわかるのは広告配信が終わってから、という場合が多く見られます。

我々の効果測定法(『アドインデックス・ダッシュ(AdIndex Dash™)』)は、消費者の認知や好感度をリアルタイムに把握できる技術を備えており、その結果は早ければ広告を配信した当日にわかります。したがって、広告主(企業)は、例えば2週間広告を配信するとして、効果測定の結果を見て、配信期間中に最も消費者の反応が良いウェブサイトに出す広告の量を増やしたり、適切な広告のサイズを選んだりして、バナー広告を出稿する際の効果を高めることができます。

■ 参考:アドコム社の新しい広告商品

- 名称:『ファーストビュー・リーチ・ウィズ・リアルタイム・サーベイ(First-View REACH with Real-Time Survey)』
- 提供開始日:2013年7月30日
- 販売主体:アドバタイジングドットコム・ジャパン株式会社
※広告の配信量・サイズや価格などの詳細については、アドコム社にお問い合わせください。

■ アドバタイジングドットコム・ジャパン株式会社について

アドバタイジングドットコム・ジャパンは、アメリカ最大規模のアドネットワーク(注¹)事業者であるアドバタイジングドットコム社(現 AOL アドバタイジングドットコム社)と三井物産株式会社の2社が共同出資により、2007年5月に日本におけるサービスを開始しました。現在日本国内で管理・運営されているインターネットポータルサイト、ニュースサイトをはじめとする約200社の法人サイトに、毎月約40-50億インプレッション(注²)のバナー広告(ディスプレイ広告)を配信しています。AOLアドバタイジングドットコム社は、アメリカのインターネット人口に対して約85%のリーチ率(注³)を誇るアメリカ最大規模のアドネットワークを運営すると共に、動画ネットワークやDSP・SSP(注⁴)を初めとした新しい広告プラットフォームを広告主・媒体社に対して提供しています。

- 社名:アドバタイジングドットコム・ジャパン株式会社
- 代表取締役社長:高橋健司
- 本社:東京都港区赤坂 4-2-19 赤坂 SHASTA EAST4 階
- ウェブサイト:<http://jp.advertising.com/>

(注1) アドネットワークとは、新聞社やビジネス系のウェブサイトなど多数の広告媒体サイトを集めて「広告配信ネットワーク」を形成し、それらに広告を配信すること、又はそのネットワークのことです。

(注2) インプレッションとは、広告が露出した回数のことです。

(注3) リーチ率とは、ある特定のウェブサイトが一定期間内にどれだけ多くの人に閲覧されたかを示す数値のことです。

News Release

(注4) DSP(Demand Side Platform)とは、広告主側の広告効果の最大化を支援するツール(仕組み)のことであり、SSP(Supply Side Platform)とは、媒体社の広告枠の販売や広告収益の最大化などを支援するツール(仕組み)のことです。

■ カンター・ジャパン会社概要

カンター・ジャパンは、前身企業から数えると日本で50年超の歴史を持つ市場調査会社です。13の企業(グループ)で構成されるカンター・グループに属し、日本だけでなく海外の消費者調査まで幅広く手掛けています。

- 社名:株式会社カンター・ジャパン
- 本社:東京都渋谷区代々木 2-1-1 新宿マインズタワー6F、7F
- 取締役社長:大竹秀彦
- 事業内容:市場調査、およびそれに付随するアドバイザー業務
- ウェブサイト:<http://www.kantar.jp>

本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社カンター・ジャパン 広報 東園 E-mail:Marketing@kantar.co.jp Tel:03-6859-3229

※アドバタイジングドットコム・ジャパン(アドコム社)の新しい広告商品に関しては、アドコム社にお問い合わせください。
アドコム社の連絡先:広報(前田・日比) E-mail:JapanPR@teamaol.com Tel:03-6277-6190(代表)