

報道関係各位

2014年10月16日  
株式会社カンター・ジャパン

## ウェブサイトの商品・サービスに対する 消費者の「理解」や「好感度」を高める力を 計測するサービス開始

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、代表取締役社長:大竹秀彦)は、ウェブサイトの商品・サービスに対する消費者の「理解」、「好感度」や「購入意向」などの高まりを計測するウェブサイト効果測定サービス(名称:『アドインデックス・マイクロサイト(AdIndex Microsite)』)の提供を10月16日より開始します。

### ■ 一般的なウェブサイト調査との違い

企業がウェブサイト、特に商品・サービスに特化したウェブサイトを作る目的は、テレビ広告やネット広告などでは伝えきれない特徴や消費者にとっての価値をそこで伝え、サイトを閲覧した消費者の商品・サービスに対する「理解」、「好感度」や「購入意向」などを閲覧前よりも高めることです。この「理解」、「好感度」や「購入意向」の高まりの程度(ブランド効果)は、ウェブサイトを閲覧した人としていない人にそれぞれアンケート調査を行い、結果を比較することで把握できます。しかし、一般的に行われているウェブサイトの評価は、サイトを閲覧した人にサイトの使い勝手やイメージなどを聞くものであり、ブランド効果を把握するものではないのが実情です。

広告などでウェブサイトにも多くの消費者を誘導できたとしても、そのサイトで商品・サービスに対する「理解」が進まなかったり、「好感度」が下がったりすれば、企業が広告やサイト制作などにかかった費用は無駄になりかねません。ここにウェブサイトのブランド効果を計測する意味が出てきますし、実際に企業側でもサイトのブランド効果を把握したいというニーズが生まれています。

今回私たちが提供を開始する『アドインデックス・マイクロサイト(AdIndex Microsite)』は、該当のウェブサイトを閲覧した人としていない人にそれぞれ商品・サービスの「理解」、「好感度」や「購入意向」などを聞くアンケート調査を依頼し、それらの回答を比較してブランド効果を計測するものです。また、サイトを閲覧していない人へのアンケート調査は、その人がサイトのアドレス(URL)にアクセスし、閲覧する直前にアンケート調査に回答してもらいます。この点が、他のウェブサイト調査とは異なる点です。

サイトを閲覧した/していないは、クッキー<sup>(注)</sup>の情報で判別します。これは、調査の目的に限定して収集・使用されます。(注)クッキーとは、ウェブサイトを訪問したユーザーを認識する仕組み・手段のこと。

## News Release

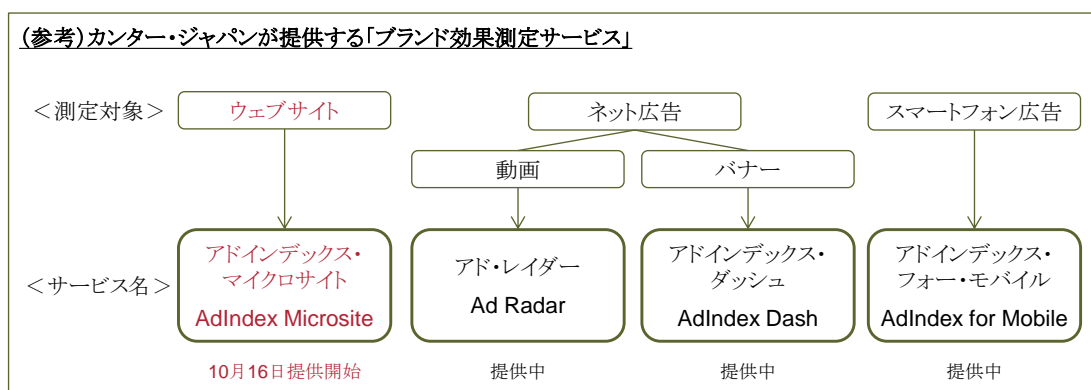
### ■ 既に商品・サービスに関心を持つ消費者の「理解」や「好感度」の高まりを見る

この調査の対象者は、ウェブサイトのアドレス(URL)にアクセスした人から無作為に選ばれ、サイトを閲覧する直前、又はサイト閲覧中に調査依頼を受けることになります。彼らは既に商品・サービスに対して何らかの関心を持ってサイトにアクセスしているので、閲覧する直前の人の回答と閲覧中の人の回答を比較することによって、該当のサイトが商品・サービスに関心のある人の「理解」、「好感度」や「購入意向」などをどの程度高めたかがわかります。

### ■ 新サービスの概要

- 名称:『**アドインデックス・マイクロサイト(AdIndex Microsite)**』
- 内容:商品・サービスに特化したウェブサイトのブランド効果を計測するアンケート調査
- 提供開始日:2014年10月16日

※価格、実施に要する期間などの詳細についてはお問い合わせください。



### ■ 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。12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。親会社は、世界有数の広告会社であるイギリスのWPP(ダブルユー・ピー・ピー)です。

- 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
- 代表取締役社長: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>

本件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](mailto:Marketing@kantar.co.jp) Tel:03-6859-3229