

Press Release

【報道関係各位】

“広告効果測定”に特化したオリジナルダッシュボード、

『millBoard（ミルボード）』提供開始

マーケティングデータを統合管理、Web 広告施策の計画・運用の「高速 PDCA」の実現をサポート！

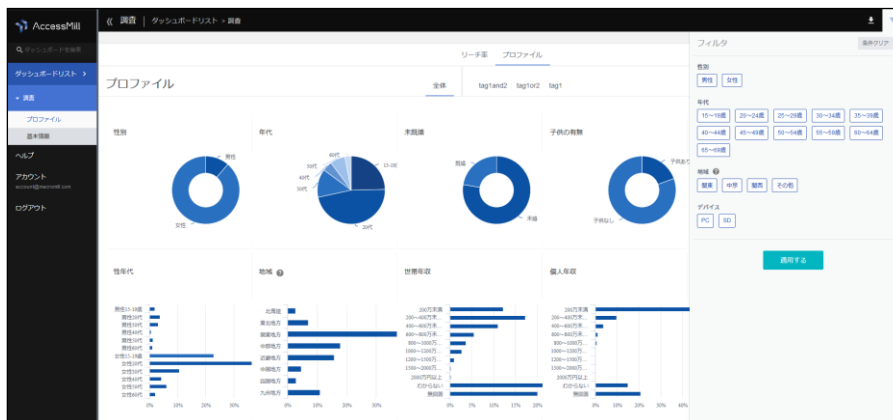
2018 年 6 月 11 日

株式会社マクロミル

(コード番号：3978 東証一部)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役 グローバル CEO：スコット・アーンスト 以下、当社）は、広告効果測定に特化したオリジナルのダッシュボード『millBoard（ミルボード）』の提供を、2018 年 6 月 11 日より開始しました。

『millBoard』は、独自の機能として、（1）Web 広告の出稿直後から、広告のリーチ状況を確認できる（2）広告の認知率や、対象商品・サービスの認知率、購買意向等の「意識調査結果」を自動で反映、確認できる の 2 つを備えています。



※『millBoard』イメージ

本サービスは、特に、「ブランディング」を目的とした Web プロモーションを実施している企業に役立つ機能が充実しています。当社の抱える約 90 万人の Cookie パネルをベースとし、当社で保持しているモニターの「基本属性情報（性別・年代・職業等）」と「広告接触ログ情報」を掛け合わせることで、Web 広告の出稿直後から、リアルタイムで広告のリーチ状況を把握することが可能となります（リーチレポート）。

また、ブランディング広告の結果指標となる、「ブランド認知率」「ブランド好意度」「ブランド購入意向」等は、Web 上の行動からでは判別ができず意識調査を行うことが必要となりますが、これまではこういった意識調査結果を自動で取り込むダッシュボードはあまり存在していませんでした。『millBoard』ではこのような意識調査結果を、API 連携等を用いずに自動でダッシュボード上に反映させることが可能です。これにより、広告リーチ状況と併せた広告効果の確認が容易になります。広告接触者と非接触者における、ブランド態度変容効果の比較も可能です（ブランドリフトレポート）。

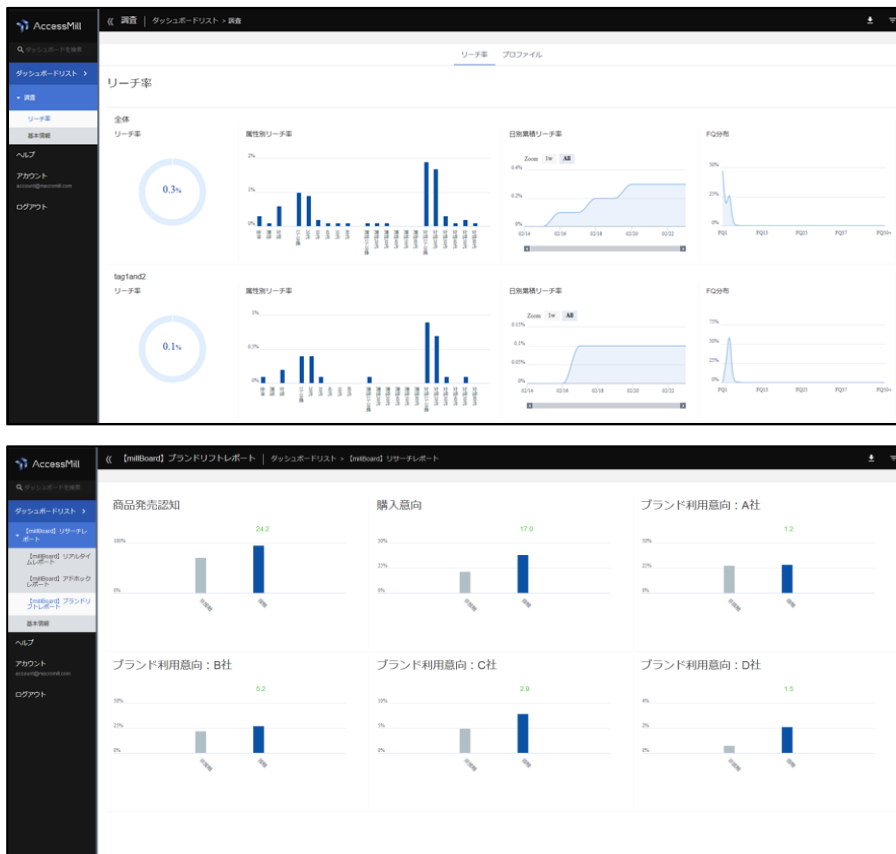
『millBoard』では、これらの独自機能により、昨今 Web プロモーションに携わるマーケティング担当者から求められている「高速 PDCA」をより“速く”、“正確に”実行することが可能となり、スピーディな広告投資の最適化が図れ、統合的でより費用対効果の高い広告プランニングを実現することができます。



【サービス開発の背景】

日本の Web 広告費は年々増加し、2016 年には 1 兆円を超えています。そのような中、Web 広告に求められる役割は徐々に変化し、購買等の行動喚起を目的とした広告だけでなく、認知向上やブランディングを目的とした広告が増加してきています。Web 広告の効果測定においても、これまでのパフォーマンス指標（CPA、CTR、CVR など）だけでなく、ブランディング指標（認知、好意度、NPS など）を取り入れる企業が多くなってきており、Web プロモーション等のデジタル施策の最適化を図るための、統合的なプランニングがよりいっそう求められてきています。

当社では、デジタルマーケティングリサーチサービス『AccessMill』を用いて、年間約 2,000 件の Web プロモーション・Web 広告施策の効果測定を実施しています。その中で、多くのお客様より、デジタル施策の結果を一元的に管理したいというご要望を受け、広告リーチ状況と意識調査等のリサーチデータ、および、各種マーケティングデータを一元管理し、指標をリアルタイムで確認できる、広告効果測定に特化したダッシュボードを開発しました。



※『millBoard』イメージ

【新サービスの概要】

- サービス名： millBoard（ミルボード）
- 内容： リサーチデータなどの各種データの蓄積とマーケティングデータを統合管理するダッシュボードサービス
- 提供開始日： 2018年6月11日 ※価格等、詳細についてはお問い合わせください。
- 提供機能：
 1. リサーチデータ（意識調査結果）の蓄積
 - ・・・定点調査や広告効果測定調査の結果を一元管理できます。
 2. 調査対象者の基本属性によるフィルタリング（絞込み）
 - ・・・マクロミルが保有するモニターの基本属性で絞り込んで、結果を閲覧することが可能です。
 3. 詳細データ・グラフのダウンロード
 - ・・・ダッシュボード上で表示されるグラフ画像や、詳細データ（エクセルファイル）のダウンロードが可能です。レポート等にもお使いいただけます。

【『millBoard』の特徴】

1. リーチレポート

Web 広告接触ログ情報と、当社の保有するモニター（調査対象者）の基本属性データを紐づけることで、Web 広告のリーチの状況（どれくらいにリーチしているか／またそれは誰にリーチしているのか）をリアルタイム（日次累積）で把握することが可能です。リーチ状況は、Web 広告の出稿直後からご確認いただけます。

2. ブランドリフトレポート

Web 広告接触ログ情報と、ブランド認知調査等の意識調査データを紐づけることで、広告キャンペーンの接触者／非接触者間でのブランドリフトを確認することができます。

3. プロファイルレポート（オウンドメディア向け）

当社の保有する Cookie パネルデータと Tagging の仕組みを用いることで、オウンドメディア来訪者の属性を精度高く、継続的にトラッキングすることが可能となり、より精緻なマーケティング施策の立案が可能となります。

マクロミルは、今後も事業を通じ、革新的なサービスでビジネス領域全体にイノベーションを拡げ、誰もがマーケティングサービスを利用できる社会の実現を目指します。

以上

■ 株式会社マクロミルについて

マクロミルは、高品質・スピーディな市場調査を提供する、国内インターネット・マーケティング・リサーチのリーディング・カンパニーです。市場シェア No.1※の豊富なリサーチ実績とノウハウをもとに、お客様のマーケティング課題解決に向けて最適なソリューションを提供しています。世界 13 カ国、34 の拠点を展開しており、世界に誇れる実行力と、時代を変革するテクノロジーを統合し、唯一無二のグローバル・デジタル・リサーチ・カンパニーを目指します。

（※ オンライン・マーケティング・リサーチ市場シェア＝マクロミル単体および電通マクロミルサイトのオンライン・マーケティング・リサーチに係る売上高（2016 年 12 月末時点の 12 ヶ月換算（LTM）数値÷日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）によって推計された日本の MR 業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分（2016 年度分））（出典：日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）2017 年 7 月 14 日付第 42 回経営業務実態調査）

会社概要

資本金：674 百万円（2017 年 6 月末時点）

代表者：代表執行役 グローバル CEO スコット・アーンスト

本社：東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F

事業内容：マーケティング・リサーチ事業

設立：2000 年 1 月 31 日

売上高：35,514 百万円（2017 年 6 月期）

URL：<https://www.macromill.com>

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

<お客様からのお問い合わせ先> デジタルマーケティング事業本部 西條、渡辺
TEL：03-6716-0787 MAIL：support_mb@macromill.com

<報道関係からのお問い合わせ先> コミュニケーションデザイン本部 吉村、森田
TEL：03-6716-0707 MAIL：press@macromill.com