



Press Release

【報道関係各位】

ブランディング指標を高頻度で計測し、調査結果データの即時確認が可能となる ブランド調査ソリューション『リアルタイム調査』提供開始

～リアルタイムに消費者の意識変化を確認し、マーケティング施策の最適化を支援～

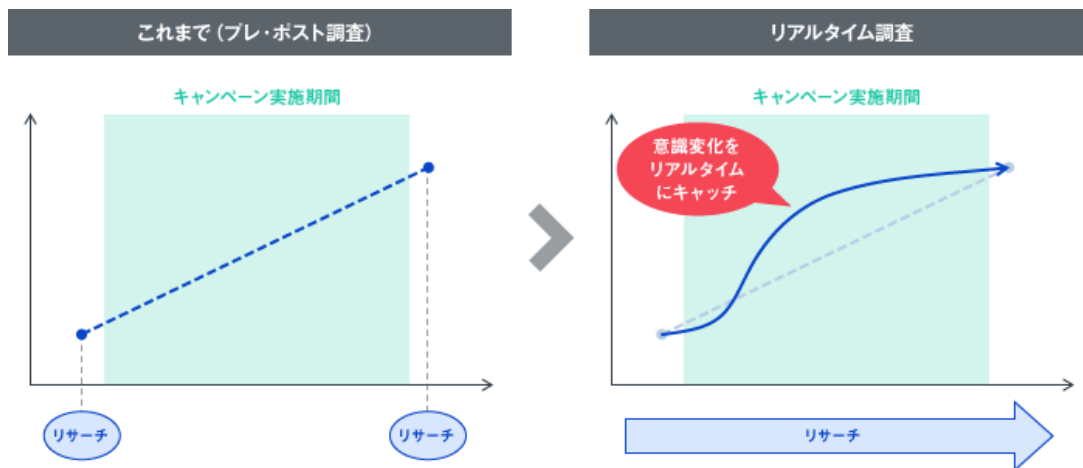
2018年6月20日

株式会社マクロミル

(コード番号：3978 東証一部)

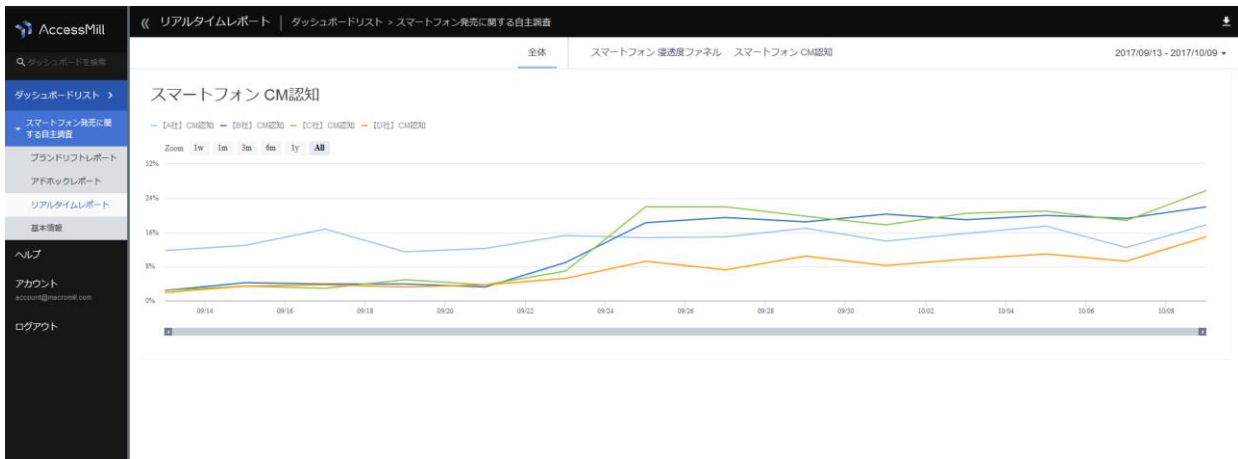
株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役 グローバル CEO：スコット・アーンスト 以下、当社）は、ブランド認知率・ブランド好意度等の「ブランディング指標」を日次単位などの高い頻度で計測し、その結果をリアルタイムに確認することができる新リサーチサービス『リアルタイム調査』を本日より提供開始します。

本サービスは、商品やサービスの販売促進・広告キャンペーン等の実行中に、そのブランドに対する認知度、イメージ、好意度、購入意向度といったアンケート調査でしか聴取できない意識データを、リアルタイムに計測・確認することを可能にしたものです。これまでの広告や販売促進キャンペーンの効果測定では、キャンペーン実施前後の2回、消費者に対する意識調査を実施し、キャンペーン前後の「ブランディング指標」の数値の変化を確認する、という方法が一般的でした。しかし、本サービスを利用することで、キャンペーン期間中に、頻度高く複数回にわたってブランド調査を行うことが可能となり、キャンペーン期間中の消費者のブランドに対する意識変化を時系列で確認することができます。



また、本サービスは、“広告効果測定”に特化した当社オリジナルダッシュボード『millBoard（ミルボード）』を用いて提供いたします。通常、意識調査は調査終了後の集計・レポートに時間を要するため、調査終了から結果の閲覧までにタイムラグが生じますが、『millBoard』を用いることで結果データの即時提供を実現しました。さらに、『millBoard』では、『リアルタイム調査』の結果に加え、Web 広告への接触率（ログ情報）や、TVCMの投下量等を表示させることも可能[※]なため、各種キャンペーン施策と、キャンペーン期間中の消費者の意識変化を掛け合わせて確認することができます。これにより、キャンペーン施策の細かなチューニングが可能となり、マーケティングやプロモーション施策の効率化・最適化をスピーディに実現すること（高速 PDCA）が可能です。

※『millBoard』へのデータの取り込みが必要。7月中旬頃に機能リリース予定。



※『millBoard』上での『リアルタイム調査』結果表示画面イメージ

【新サービスの概要】

- サービス名：リアルタイム調査
- 内容：ブランディング指標等の意識調査データを、高頻度で計測し、調査結果をダッシュボード（millBoard）上でリアルタイムに確認できる、ブランド調査ソリューション
- 提供開始日：2018年6月20日 ※価格等、詳細についてはお問い合わせください。
- 調査可能項目：ブランディング指標（ブランド認知、ブランドイメージ、興味関心度、購入／利用意向・・・等）
※その他、キャンペーンサイトや広告の認知率、広告接触後の行動、属性情報等の聴取も可能

【本サービス提供の背景】

Web 広告はテクノロジーの発展を背景に、マーケティングにおいて欠かせない存在となっています。これまでの Web 広告は Web 上でコンバージョンさせることを目的とした広告が主流であったため、CTR（クリック率）や CVR（コンバージョン率）といった「単純パフォーマンス指標」で評価されていました。しかし昨今、動画広告やリッチメディア、プレミアム広告の拡大により、Web 広告においても TVCM のような「ブランド広告」が増えています。そのため、Web 広告の評価指標にも、ブランド認知・興味・購入意向等の「ブランディング指標」が用いられるようになり、Web 広告に対し、TVCM 等のマス広告との統合的なプランニングが求められています。

この「ブランディング指標」は、アンケート等の意識調査を用いて計測する必要があるため、広告出稿中にリアルタイムに計測することが難しく、キャンペーンの開始前と終了後に 1 回ずつ調査を実施し、その変化で効果を測ることが一般的でした。そのため、これまで、Web 広告の最大メリットである「キャンペーン期間中に広告出稿のチューニングを行うことで最適化を図る」ことに対し、意識調査の結果を活かすことができませんでした。

ブランディングを目的とした Web 広告が増えるにつれ、「ブランディング指標」の評価においても、リアルタイムに成果を測ることを求める声が高まっており、これらの課題を解決するソリューションとして、当社では、本サービスを開発いたしました。なお、サービスとしての精度をより高めるために 2017 年 10 月より、β版の運用を開始していましたが、検証期間を経てこのたび 2018 年 6 月 20 日より本格提供開始いたします。

■ β版活用のお客様の声

本発表にあたり、β版『リアルタイム調査』をご活用いただいているマルコム株式会社様よりエンドースメントを頂戴しております。

マルコム株式会社 マーケティング部 広報宣伝課 尾田春菜様

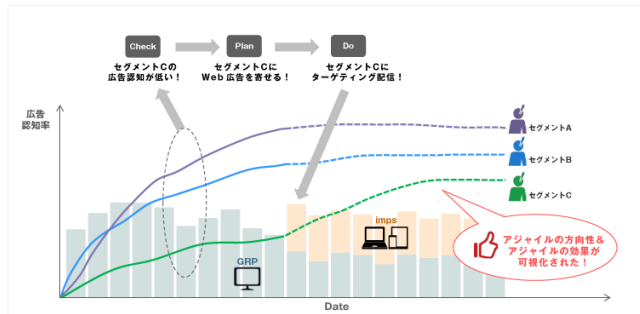
私たちマルコムは、この度マクロミル社から『リアルタイム調査』提供開始が発表されたことを大変嬉しく思います。当社も広報宣伝活動においてオンライン・オフラインに関係なく様々なコミュニケーションを図っていますが、各施策の効果を逐次的に把握することが難しいという課題がありました。その解決策の一つとして、マクロミル社よりβ版『リアルタイム調査』活用の提案を受け、年間を通して主要な評価指標の動向を追うべく、2018年3月末から本サービスを導入しました。導入後3ヶ月しか経過していないため、まだ本調査結果を活用できていないものの、今後は当社の露出と生活者の意識変化を紐づけることで身に付けていくオンゴーイングの改善力という観点から、本効果に期待しています。

【本サービスの活用イメージ】

事例①：Web 広告をオプティマイズする

CP
期中

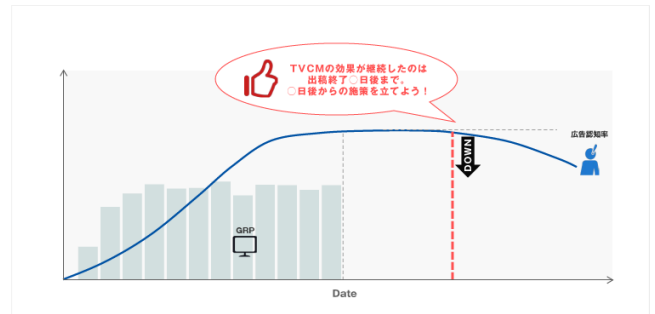
TVCMの広告認知が低いセグメントに、Web 広告の出稿を寄せたい。
ターゲティングすべきセグメントは？



事例②：TVCMの残存効果を把握する

CP
終了後

TVCM出稿終了後、効果はいつ頃から低減していくのか？
次期出稿はいつから行えばいいのか？



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 松本
 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