

# オロ、ビジネスモデルにあったデジタル広告を 可能にする独自指標「PGI」を開発

売上に寄与する数字を把握、分析し、売上増につなげる

デジタルマーケティングの戦略設計から実施・運用をワンストップで手掛ける株式会社オロ（本社：東京都目黒区 代表取締役社長：川田 篤 以下 オロ）は、デジタル広告分野において、KPI・KGIとは別に、独自の指標である「PGI（Project Goal Indicator）」を新たに手法開発いたしました。施策効果計測をサポートするPGIを導入することで、デジタル広告が自社のビジネスモデルと合わないと思っていた企業でも施策効果を可視化し、かつ広告効果を最大化することが可能になります。



## 【背景】

コロナ禍の影響を受けマイナス幅となった2020年の総広告費の中でも、デジタル広告市場は前年比105.6%（2019年2兆1,048億、2020年2兆2,290億）（※1※2）と成長傾向にあります。

一方で下記のような理由から、デジタル広告を導入していない企業も多くいます。

- ・ デジタル広告はGRP換算や棚割りなどの自社のビジネスモデルとの繋がりが見えていないので、合わないと思っている。
  - ・ CVRやCTRを目標に以前デジタル広告施策を行った際、売上に影響しなかったのでデジタル広告と相性が悪いと思っている
- オロでは上記のような課題を感じている企業で効果を出すにはまず、最終的なゴールに対する施策の達成度合いを測るための適切な指標を設計し、その上で、効果計測を行う必要があると考えています。

※1 2021年2月 株式会社電通 「2020年 日本の広告費」

※2 2020年3月 株式会社電通 「2019年 日本の広告費」

## 【デジタル広告の特徴】

デジタル広告にはデジタルデータを活用した媒体効果（広告クリック数など）を計測しやすいという利点があります。

一方で、計測の容易な媒体効果に着目しやすくなることで、媒体効果の取りやすい安易な指標設計に陥ってしまうなどのデジタル広告ならではの課題もあります。それにより、適切な指標設計が難しいケースも多いです。

そういったケースでは施策目的への効果が考慮されないままKPI設計・施策が行われてしまい、結果的に、デジタル広告の効果がでてこなかったという印象を抱かれることがあります。これまでデジタル広告が自社のビジネスモデルと合わないと考えていた企業の多くは、施策効果を見るための指標設計ができていなかったということが考えられます。

## 【オロのデジタル広告】

オロでは指標設計をサポートするための指標としてPGIを取り入れ、媒体の効果を測るKPIと、施策の効果を測るPGIで指標を明確に切り分けています。それにより、指標設計が複雑なケースでも施策目的の計測を見落とさなくなる設計を行います。例えば、クーポン付与したデジタル広告による「来店促進」を目的とした施策を行うとします。KPIは「広告を経由したクーポンのタップ率」。このケースでは、媒体上のデータであるKPIのみでは、媒体外の行動である「来店促進」の効果を得られたのか計測できません。そこで、PGIとして「実際に来店した人のクーポン提示率」を設計し計測。広告による媒体効果ではなく、施策目的に対する反響効果指標を計測します。デジタル広告が合わない・効果が見えないと思っていた企業にも、オロでは施策効果の計測をサポートする適切な指標（PGI）を設計し計測することで、効果の可視化できるデジタル広告の導入を可能にし、販促経路の増加、並びに広告効果の向上を支援します。

「施策効果計測をサポートするPGI設計」に加えて、「適切な媒体選定」「設計レベルから改善を行うPDCA」「アドベリフィケーション対応」まで、デジタル広告運用において重要な4つの観点からROIを最大化してまいります。

### • 適切な媒体選定

施策やターゲットとの相性はもちろんのこと、クライアントが保持する資産（cookie・モバイルID・各種SNS会員・メールアドレスなど）や、KPIとプラットフォームの相性を鑑みた上で媒体選定を行います。

### • 設計レベルから改善を行うPDCA

施策実行後も施策に対する改善案といった局所的な考え方に陥るのではなく、PGI設計や媒体選定から見直し全体最適化の視点で改善を行います。

### • アドベリフィケーション対応

企業ブランドを守るためのアドベリフィケーション（広告を検証する仕組み）を標準実施します。

メディアプランナー 小池 隆之介

「『デジタル広告は自社のビジネスと相性が悪いからやっていない』『一度試したが効果が出なかったからやめてしまった』という声をよく耳にします。こういったお客様の大半は、成果を出すため、もしくは適切に成果を可視化するための設計ができていません。オロでは、デジタル広告をビジネスを成功に導くために1つの手段と考え、あらゆる手段の中から成果が出る方法を設計、実行、検証、改善することで、企業様のマーケティング活動をサポートいたします。」



## 【株式会社オロについて】

デジタルトランスフォーメーション事業

企業のデジタル戦略プランニングおよび実行・推進支援：<https://dx.oro.com/>

マーケティングDX / エリアマーケティング / 国内プロモーション / 広報PR /

クリエイティブ / デジタル広告・インターネット広告

海外向けプロモーション支援：<https://www.oro.com/global/>



【本サービスに関するお問い合わせ先】

株式会社オロ DX事業部 <https://dx.oro.com/contact/>

【報道に関するお問い合わせ先】

広報担当 齊藤 TEL：03 -5843 - 0836（直通） / E-Mail：[oro\\_dx\\_pr@jp.oro.com](mailto:oro_dx_pr@jp.oro.com)