

報道関係各位

2014年2月24日
株式会社カンター・ジャパン

**iPhone (アイフォーン) のアプリやブラウザで
広告が表示されたという履歴情報は、
必ずしも収集されていない。
それを収集できるようにして行う
「スマホ広告のブランド効果測定」を本日より開始**

～広告が表示された人とそうでない人のブランドへの認知・好感度の差がブランド効果。
これをAndroid端末とiPhone (アイフォーン) で計測できれば、
認知・好感度の向上に効果的なスマホ広告の打ち方が見えてくる。
企業のスマホ広告への予算拡大の動きに合わせて効果測定の新手法を導入～

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、スマートフォン(以下スマホと略)広告のブランド効果を計測する**スマホ広告効果測定サービス(名称:『アドインデックス・フォー・モバイル(AdIndex for Mobile)』)**の提供を本日より開始します。

この効果測定は、アプリ広告とブラウザ広告それぞれのブランド効果を明らかにするもので、その効果はスマホで行うアンケート調査の結果を用いて計測します。このとき、消費者がどのスマホを使っているかは問いません。

■ 「iPhone (アイフォーン) 上の広告のブランド効果を計測するのが難しい」現状

一般的なオンライン広告(バナー広告)の場合、消費者の広告接触状況は、その人がウェブサイトを訪問したときに広告が表示されたという履歴が残ることでおおよそわかるようになっていきます。それを可能にしているのがクッキー(注¹)です。大手の広告主(企業)の中には、既にこのクッキーの情報(履歴)を収集して広告のブランド効果を計測し、その結果を踏まえた広告の最適な出稿の仕方を検討・実施しているところがあります。

一方、スマホ広告の場合、同じ方法で広告のブランド効果を計測するには一つ課題があります。それは、iPhone (アイフォーン) では一部のクッキー(注²)が受け付けられないため、iPhone (アイフォーン) 使用者が広告に接触したことがあるかどうかは必ずしもわからないことです。したがって、iPhone (アイフォーン) で広告のブランド効果を計測するには、クッキー以外の方法で接触情報(広告の表示履歴)を収集する必要がありました。

News Release

(注 1) クッキーとは、ウェブサイトを訪れたユーザーを認識する仕組み・手段のこと

(注 2) 第三者クッキー。主に広告主が、広告を掲載しているウェブサイトを訪れたユーザーの行動追跡に利用する

■ 「iPhone(アイフォーン)上の広告のブランド効果も計測できる」新サービス登場

私たちが提供を開始する『**アドインデックス・フォー・モバイル(AdIndex for Mobile)**』は、グループ会社のミルワード・ブラウン・デジタル社(本社:イギリス)が世界で広告主(企業)向けに提供しているスマホ広告効果測定サービスです。

このサービスでは、クッキーの代わりにタグ技術^(注 3)を使って iPhone(アイフォーン)使用者の広告への接触情報(広告の表示履歴)を収集します。アンドロイド端末使用者の場合は、クッキーの情報を使います。この結果、消費者が使用しているスマホ端末の大部分で、広告のブランド効果を計測することが可能になります^(注 4)。

ミルワード・ブラウン・デジタル社は、昨年 4 月にこのサービスを開始し、現在までに世界で 450 件以上のスマホ広告のブランド効果測定を行っています。

このサービスを実施する過程で収集した接触情報(広告の表示履歴)は、調査のための使用に限定されています。

(注 3) 日本語では、荷札、付箋。この場合のタグは、配信される広告に挿入され、スマホユーザーが広告に接触したという情報を収集する

(注 4) 日本の消費者が使用するスマホの内訳は、2013 年 12 月に実施した調査で iPhone(アイフォーン)が約 44%、アンドロイド端末が約 51%、その他の端末が約 5%という状況。カンター・ワールドパネル社調べ

■ 今、期待が高まるスマホ広告とその効果

ミルワード・ブラウン・デジタル社(旧ダイナミック・ロジック社)は、もともとオンライン広告(バナー広告)のブランド効果測定に強みを持つ会社であり、その事業領域をスマホ広告や動画広告など新しいプラットフォームを使った広告の効果測定へと拡大しています。

これまで彼らが実施したブランド効果測定の結果から、新しいプラットフォームを使った広告は、その導入段階で高いブランド効果を期待できることがわかっています。その傾向は、特にスマホ広告で強く見られます。

日本の広告主(企業)が本格的にスマホ広告を活用し始めるのはこれからになりますが、オンライン広告(バナー広告)同様にスマホ広告でもブランド効果を計測し、広告の最適な出稿に役立てようとする動きは今後増えてくると考えられます。私たちは、いち早く『**アドインデックス・フォー・モバイル(AdIndex for Mobile)**』を市場に投入することで、スマホ広告に注目している広告主(企業)の最適な広告出稿を支援できると考えています。



News Release

■ サービスの概要

- 名称:『アドインデックス・フォー・モバイル(AdIndex for Mobile)』
- 内容:スマホ広告のブランド効果を計測するために行う、スマホを使ったアンケート調査
- 提供開始日:2014年2月24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。

(参考) カンター・ジャパンが提供する『広告のブランド効果測定サービス』

	アドインデックス・ダッシュ (AdIndex Dash)	アドインデックス・フォー・モバイル (AdIndex for Mobile)
消費者が使う 端末	パソコン 	スマートフォン 
効果測定の 対象	オンライン広告 (バナー広告)	スマホ広告
特徴	リアルタイムで ブランド効果が測定される	iPhoneでも ブランド効果が測定される
提供開始日	2013年5月15日	2014年2月24日

■ 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。親会社は、世界有数の広告会社であるイギリスのWPP(ダブリュー・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
- 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リー業務
- 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 Tel:03-6859-3229