

# 分析結果を配信に直結させるソリューションの力 独自のファーストパーティデータに基づき マーケティングの全工程を総合的に支援

2000年に創業したマーケティングリサーチ会社マクロミルは、時代に応じて進化を遂げてきた。近年は「総合マーケティング支援企業」へ事業モデルの転換を図っており、デジタル広告事業Macromill Ads (マクロミルアズ) のサービスを開始した。どのようなサービスなのか。

## 安心安全なデータ活用と 広告効果の透明化を図る

「総合マーケティング支援企業」へと事業モデルの転換を図るマクロミルは、2021年8月にデジタル広告事業「Macromill Ads」を開始した。「当社は独自に構築した130万人の消費者パネルから、リサーチデータ、購買データをはじめとする実行動データなどを取得。Macromill Adsではそれらのデータを基に広告配信から運用までを3つのソリューション①Macromill Ads Targeting②Macromill Ads Brand Optimizer③Macromill Ads Creativeで提供。広告プランニング、

クリエイティブ制作、広告配信、効果測定まで、PDCAの全工程を支援します」とMacromill Ads事業 マネージャーの岡駿介氏は話す【図表】。

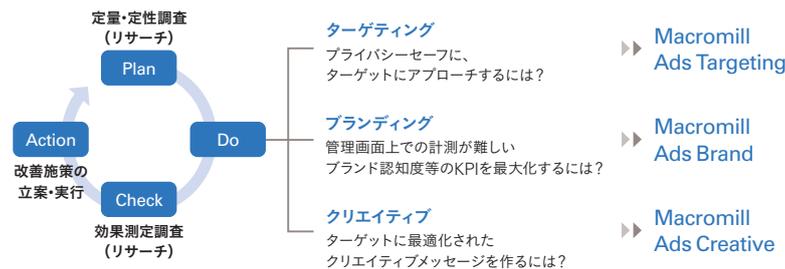
「サードパーティクッキーの規制などを受けて、当社のようなファーストパーティデータを活用するサービスに、可能性を感じてくださる広告主企業が増えています」と岡氏。その中でクライアントが求めるのは安心安全と広告効果の透明化だという。

「私たちは消費者パネルを基盤に、許諾の取れた安全なデータと統計技術を駆使し、プライバシーに配慮したターゲティング広告を配信します。施策立案に向けた調査や独自の効果

測定機能も揃っているため、PDCAサイクルを運用できる『基盤』を提供できます」(岡氏)。

同事業 プロダクト開発部 マネージャーの田口恭平氏は、「広告主の“商品ターゲットについて細かなペルソナを描き戦略を立てても、デジタル広告を配信する際にそのターゲットにリーチできない」という課題にも、当社ではデータを駆使して対応が可能で、その効果まで可視化できます。今後もリサーチのノウハウやナレッジを基盤に、『良質な消費者パネルデータという資源』『分析結果をそのまま広告につなげることができる配信ソリューション』『顧客のPDCAプロセスに一貫して伴走する総合マーケティング支援力』といった強みを生かしていきたい」と語った。

図表 「Macromill Ads」サービスイメージ図



広告を配信する際には、データの拡張元となっているマクロミルの自社パネルには広告が配信されないよう、コントロールしている。



マクロミル  
Macromill Ads 事業  
マネージャー  
岡 駿介氏



Macromill Ads 事業  
プロダクト開発部  
マネージャー  
田口恭平氏