

【報道関係各位】

不明瞭だったインターネット広告の効果を指標として可視化 マクロミルがフリークアウトと共同で研究を開始

2014年12月4日
 株式会社マクロミル

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役：小西克己、以下「マクロミル」）と、株式会社フリークアウト（本社：東京都港区、代表取締役：本田謙、以下「フリークアウト」）は、オンライン行動ログデータ×アンケートでデジタルマーケティング施策の効果測定ができるマクロミルのサービス「AccessMill（アクセスミル）」と、フリークアウトの広告配信データや独自収集しているオフラインデータなどを持ち寄り、インターネット広告の効果測定指標に関する共同研究開発を開始いたします。

近年、日本のデジタルマーケティング市場は年率で108%※1成長しています。また、アメリカの動画広告を中心としたオンラインビデオ広告市場も年率で197%※2成長しています。市場全体、特に耐久消費財メーカー、自動車メーカーなどの、オンライン上で購入が完結しないビジネスモデルの広告主において、デジタル広告の需要が高まっています。しかし、インターネット広告が、「来店・来場」、「ブランド価値」などに、実際どれだけ影響を与えたのかという判断が不明瞭であるため、広告主がデジタル広告を十分に活用しきれない、最適な投資を行えないという課題があり、インターネット広告が与えた効果を可視化することへのニーズが高まっています。

今まで、インターネット広告の効果測定はオンライン行動ログデータのみで行っていたため、AIDMA※3やAISAS※4といったマーケティング理論にあてはまりにくく、ブランド構築を目的とするプロモーションに使いづらいという課題がありました。オンライン行動ログデータとリサーチを連携させたAccessMillを用いて効果測定指標を設定することにより、その課題を解消することができます。インターネット広告の効果測定へのニーズが今後更に高まってゆく中で、マクロミルのAccessMillがオンライン行動ログデータとリサーチの橋渡し役となり、より最適なPDCAサイクルを広告主へ提供できるようフリークアウトと共同研究を進め、2015年夏を目途に発表いたします。

マクロミルは、マーケティング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

※1 株式会社電通「2013年（平成25年）日本の広告費」より

※2 株式会社サイバーエージェント「国内動画広告の市場調査（2014年10月21日発表）」より

※3 AIDMA：「Attention（認知）」「Interest（関心）」「Desire（欲求）」「Memory（記憶）」「Action（行動）」

※4 AISAS：「Attention（認知）」「Interest（関心）」「Search（検索）」「Action（行動）」「Share（共有）」

【参考資料】

マクロミルの「AccessMill」

<http://www.macromill.com/company/release/20140924accessmill/index.html>

【株式会社マクロミル 会社概要】

社名 ■株式会社マクロミル
本社 ■東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F
URL ■<http://www.macromill.com>
設立 ■2000年1月31日
代表者 ■代表執行役 小西克己
事業内容 ■インターネットリサーチ事業を核としたマーケティングサービス

【株式会社フリースアウト 会社概要】

社名 ■株式会社フリースアウト
本社 ■東京都港区六本木 6-3-1 六本木ヒルズ クロスポイント
URL ■[http:// www.fout.co.jp](http://www.fout.co.jp)
設立 ■2010年10月1日
代表者 ■代表取締役 本田謙
事業内容 ■マーケティングプラットフォームの開発、販売

－ 本リリース内容に関する報道機関からのお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報室：度会（わたらい）
TEL：03-6716-0707 MAIL: press@macromill.com

－ 本サービスに関するお客様からのお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル デジタルマーケティング事業部：後藤
TEL：03-6716-0787