

各 位

会社名: 株式会社マクロミル
代表者名: 代表執行役社長 グローバル CEO
佐々木 徹
(証券コード: 3978 東証第一部)

デジタル広告事業「Macromill Ads」の開始に関するお知らせ

～ 消費者パネルからのデータを活用し、広告・宣伝領域をワンストップで支援するソリューションを開発 ～

株式会社マクロミル(本社:東京都港区、代表執行役社長 グローバル CEO:佐々木徹、以下、当社)は、当社が構築した130万人の消費者パネルから得られる多様なデータ基盤を活用し、プランニング、広告配信、効果測定に至るまで、顧客企業のマーケティングにおける広告・宣伝領域をワンストップで支援するソリューションを開発しました。このたび、そのソリューション提供を行うデジタル広告事業「Macromill Ads(マクロミル アズ)」を本格的に開始しましたので、下記の通り、お知らせします。

記

1. 事業開始の趣旨

スマートフォンやタブレット端末の普及、様々なソーシャルメディアの登場、EC 経由での購買の増加などから、企業と消費者の接点(タッチポイント)や、消費者が購買に至る経緯(カスタマー・ジャーニー)が多様化しています。それにより、顧客企業が抱えるマーケティング課題は複雑化しており、リサーチ課題だけでなく、より上流からマーケティング課題を全体として捉え、その解決に導くパートナーが必要とされています。

また、世界的な個人情報保護の規制強化の流れによって、プライバシーに配慮したデータの取扱いが重視されています。このため、顧客企業はこれまでのように消費者のデータを簡単に取得することが難しくなっており、さらに取得したデータの処理や活用のノウハウが不足しているという課題も深刻化しています。

当社はこれまで、自社で構築した国内で人口の約1%に相当する130万人を超える大規模な消費者パネル(以下、自社パネル)を強みに、意識データや様々な行動データ^{*1}、生体情報データを取得し、それらを属性データと紐づけて一元的に管理・提供することで、顧客企業のマーケティング活動を支援してきました。また、この自社パネルの構築の過程では、パネルからデータを利活用することへの同意取得のコミュニケーションや、データ処理・分析のノウハウなど、創業以来20年に及ぶ様々な経験と実績を積んできました。

これらを活用し、当社は2020年からデジタル広告事業を開始しており、逐次的に生活者の意識調査結果を測定しながら広告配信を自動で最適化するサービスの提供や、独自に開発した消費者セグメントに基づき広告配信を行うサービスの提供を行っています。

こうした中で、当社はマーケティングリサーチ会社から「総合マーケティング支援企業」への事業モデルの変革に取り組んでいます。具体的には、新たな事業領域として「マーケティング施策支援」の領域にも取り組む方針を掲げてきました。これまでのデジタル広告事業における実績を踏まえ、自社パネルを活用したデジタル広告事業「Macromill Ads」を本格的に開始することにしたのは、この方針に沿ったものです。プライバシー規制がより厳しくなり、データの取扱いがより困難になっていく流れの中でも、当社ではそのデータの利活用の同意が取れている自社パネルからの膨大なデータを活用し、より効果的な広告配信を行うことが可能です。こうした当社独自の強みを活かし、データに基づくマーケティング施策の実行を可能にすることで、顧客企業の広告・宣伝領域をワンストップで支援することを目指します。

2. デジタル広告事業「Macromill Ads」の概要

「Macromill Ads」では、自社パネルのデータに基づいたデジタル広告配信および運用を行います。当社がこれまで培ってきた、マーケティング施策の立案に向けた定量・定性調査や施策の効果測定などの知見を活かす

ことに加えて、実際の広告配信から運用までの一連のプロセスを、(1) Macromill Ads Targeting、(2) Macromill Ads Brand Optimizer の 2 つのソリューションによって提供し、広告・宣伝領域における PDCA を一貫して支援します。なお、将来、当社の自社パネルを用いたリサーチ結果に広告配信による影響が及ぶことを避けるため、広告の配信時には、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にコントロールします。

■ ロゴ



■ 広告領域の課題と提供ソリューション

PDCA	課題	マクロミルのソリューション
Plan	プランニング キャンペーン目的・KPI設計	定量・定性調査 (リサーチ)
Do	ターゲティング プライバシーに配慮しながら、 ターゲットにアプローチするには？	Macromill Ads Targeting
	ブランディング 管理画面上での計測が難しい ブランド認知度等のKPIを最大化するには？	Macromill Ads Brand Optimizer
Check	メジャメント 広告効果の振り返りと 次回施策に向けた改善点の可視化	効果測定調査 (リサーチ)
Action		改善施策の立案・実行

(1) Macromill Ads Targeting

当社が実施したリサーチや、購買データなどの多様な行動データによって抽出した任意の顧客企業のターゲットセグメントに対して、デジタル広告を配信するソリューションです。独自の統計技術や、自社パネルから使用許諾を得ているファーストパーティデータを用いて、プライバシーに配慮した上で各広告配信プラットフォーム上でターゲットセグメントのオーディエンスを構築し、デジタル広告を配信します。

(2) Macromill Ads Brand Optimizer

マクロミル独自のリサーチツールであるリアルタイム調査^{*2}を基に、逐次的に測定するブランド認知度や広告認知度などの意識調査の結果に連動して、デジタル広告配信の運用を最適化するソリューションです。これにより、CPC や PCA 等の従来の「パフォーマンス指標」による配信ではなく、広告認知率や商品認知、購入意向などの「ブランド指標」を基にデジタル広告を最適化し、配信することができます。

3. 今後の見通し

本件に伴う当社業績への影響は軽微です。今後、業績への重大な影響が認められる場合には速やかにお知らせします。

以 上

- ※1 マクロミルが自社パネルから取得している行動データ: 購買情報、EC 購買情報、広告接触履歴、インターネット・アクセス・ログ、位置情報など
- ※2 リアルタイム調査: ブランド認知率・好意度といった「ブランド指標」を高頻度で取得し、オリジナルダッシュボード (millBoard) で、リアルタイムに提供するソリューション
サービスページ: <https://www.macromill.com/service/digital-marketing-research/realtime-research.html>

【株式会社マクロミル 会社概要】

商号: 株式会社マクロミル
代表者: 代表執行役社長 グローバル CEO 佐々木徹
所在地: 東京都港区
設立: 2000年1月31日
主な事業: マーケティング・リサーチおよびデジタル・マーケティング・ソリューションの提供
URL: <https://www.macromill.com/>

— 本件に関するお問い合わせ先 —

< IR に関するお問い合わせ先 >

コーポレートコミュニケーション・IR 本部 高橋
TEL: 03-6716-0706 MAIL: ir@macromill.com

< 報道関係からのお問い合わせ先 >

コーポレートコミュニケーション・IR 本部 広報 G 有吉
TEL: 03-6716-0707 MAIL: press@macromill.com