

Press Release
【報道関係各位】

**マクロミル、Google の YouTube 広告における第三者計測パートナーに認定
サードパーティークッキーに頼らないイベントログベースでの広告効果測定が、
コネクテッド TV を含む全デバイスで可能に**

2023 年 12 月 19 日

株式会社マクロミル

(コード番号：3978 東証プライム)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役社長 CEO：佐々木徹 以下、当社）は、YouTube 広告ブランドリフトにおける第三者計測パートナーとして Google より認定されました。

これにより、サードパーティークッキーや広告識別子に頼らず、イベントログ（通常の解析ツールでは計測できないユーザー単位の行動）ベースでの広告効果測定が、コネクテッド TV、スマートフォン、パソコン、タブレットなどの全配信デバイスにおいて可能になりました。顧客の広告プランニングの最適化に向けた分析の提供、そして、広告効果の最大化を支援します。

■ 背景

従来、第三者がデジタル広告の接触判定を計測する方法としては、サードパーティークッキーや広告識別子を用いたログ計測が主流でした。しかし、個人情報保護法改正により規制が強化され、サードパーティークッキー技術に頼らない、持続可能な広告効果測定方法の確立が求められていました。

こうした背景を受け、当社では各プラットフォームと連携し、当社の強みである消費者パネルを活用した独自の効果測定手法の共同開発に取り組んでまいりました。そしてこの度、Google より YouTube 広告ブランドリフトにおける第三者計測パートナーとして認定されました。

■ サービスの特長

本認定を受け、当社が「Google Ads Data Hub（ADH）」を用いた広告効果測定ソリューションを Google の協力を得て開発し、サードパーティークッキーや広告識別子に頼ることなく、コネクテッド TV、スマートフォン、パソコン、タブレットなどの全配信デバイスにおける、YouTube ブランドリフト効果測定が可能になりました。広告効果の最大化に向けて、YouTube 広告のプランニング最適化に活かせる分析を提供します。

また当社の YouTube ブランドリフト効果測定は、アンケート設問の自由度が高く、自由にカスタマイズが可能で（一部固定）、顧客が普段から計測している中間指標への効果を検証することも可能です。

データをアウトプットする際は、正しいブランドリフト効果を計測できるよう、傾向スコアを用いた補正を行います。これによって、接触者と非接触者における、カテゴリの関与度や、メディアの視聴状況のバイアスを極力抑え、精緻な広告効果を計測します。

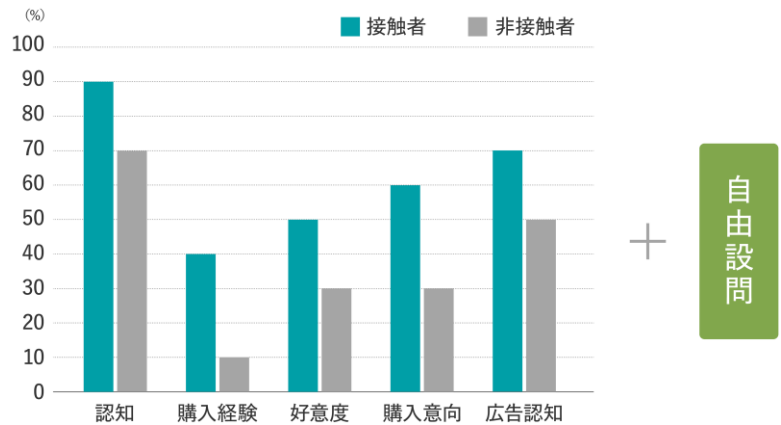
1. 多様なデバイスでの測定

コネクテッドTV、スマートフォン、パソコン、タブレットなどの全配信デバイスにおけるイベントログベースでの計測が可能。



2. アンケート設問の自由度

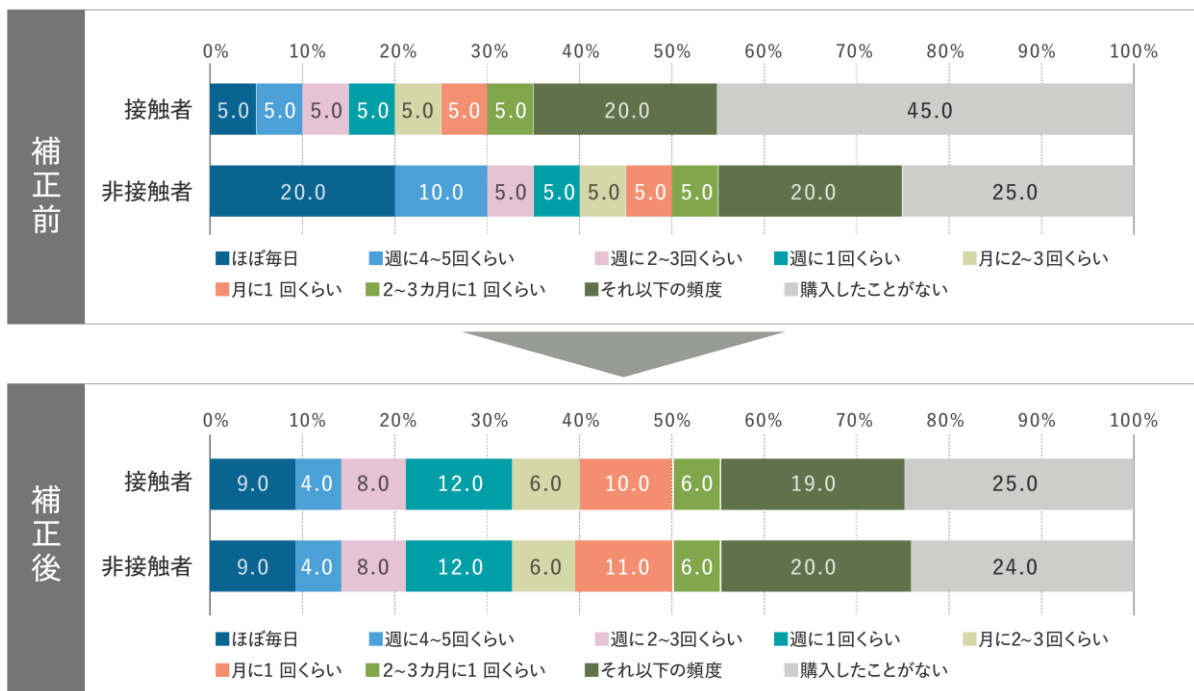
固定設問に加え、自由設問を聴取可能。顧客の中間指標に対するブランドリフト効果の検証が可能です。



図表：固定設問+企業独自の自由設問でアンケート聴取が可能

3. 傾向スコアを用いたデータ補正を標準実装

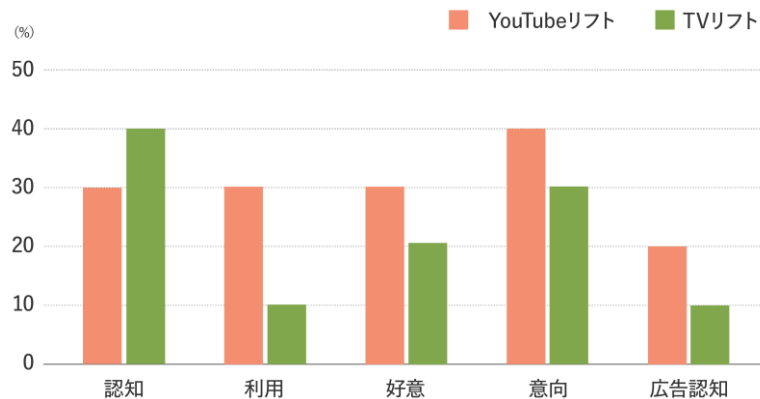
精緻な広告効果を測定するためのデータ補正を標準実装。カテゴリの関与度やメディアの利用頻度など、接触者と非接触者でバイアスが発生することを除外し、正しい広告の接触効果を導き出します。



図表：傾向スコアを用いた補正後のグラフィイメージ

■今後の取り組み「YouTube とテレビの広告効果をクロスメディアで測定可能に」

YouTube とテレビの広告プランニングの最適化に向けたクロスメディアでの測定ができるようになります。本件は、2024 年前半に発表予定です。



図表：YouTube とテレビのクロスメディア分析イメージ

マクロミルは、今後も顧客企業の広告効果最大化と、広告業界の更なる発展に貢献できるサービスの提供を目指してまいります。

以上

■株式会社マクロミルについて

マクロミルは、国内オンラインリサーチ業界のリーディングカンパニーです。市場シェア No.1[※]の豊富なリサーチ実績とノウハウ、90 以上の国と地域で 1.1 億人へのリサーチが可能なグローバルネットワーク、独自に構築した消費者パネルから得られる多種多様なデータを活用し、お客様のマーケティング課題の解決に向けて最適なソリューションを提供します。創業時から育んできたデータネイティブな発想で、お客様のビジネスに成功をもたらす Data Culture 構築の原動力となることを目指します。

※ (オンライン・マーケティング・リサーチ市場シェア=当社単体及び株式会社電通マクロミルサイト、株式会社 H.M.マーケティングリサーチのオンライン・マーケティング・リサーチに係る売上高(2022 年 6 月期) ÷ 一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)によって推計された日本の MR 業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分(2021 年分) (出典：一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA) 2022 年 6 月 17 日付第 47 回経営業務実態調査)

【株式会社マクロミル 会社概要】

代表者 : 代表執行役社長 CEO 佐々木徹
 本社 : 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F
 設立 : 2000 年 1 月 31 日
 事業内容 : 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
 売上高 : 40,616 百万円 (2023 年 6 月期)
 URL : <https://www.macromill.com>

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報・ブランドマネジメント部 広報ユニット 度會 (わたらい) ・金子
 TEL : 03-6716-0707 MAIL: press@macromill.com
 URL: <https://www.macromill.com>