

2019年9月9日

各位

株式会社サイバー・コミュニケーションズ

CCI と CHEQ、広告配信 PMP2.0 における広告効果分析と好意度調査を実施
～良質な配信面では CTR が最大 250%、好意度が 4.2 倍上昇～

株式会社 CARTA HOLDINGS のグループ会社である株式会社サイバー・コミュニケーションズ（本社：東京都中央区、代表取締役社長：新澤 明男 以下 CCI）は、CHEQ JAPAN 株式会社（本社：CHEQ AI Technology イスラエル、以下 CHEQ）と共同で、CHEQ の技術を活用した PMP 配信（以下、PMP2.0※1）における、広告効果分析および好意度調査を実施しました。

＜調査背景・目的＞

近年、国内外でインターネット広告の透明性や安全性への関心が高まり、インターネット広告における広告掲載先コンテンツやトラフィックの品質確認・担保が可能なアドベリフィケーションサービスを活用する企業が増えています。

一方、アドベリフィケーションサービスを活用することで、広告掲載単価が上昇し、結果的に各種パフォーマンスが低下するのではないかという懸念も存在しています。

本調査は CHEQ を活用した広告配信 PMP2.0 を活用し、広告配信に相応しいインプレッションのみ買い付けをすることで広告のパフォーマンス及び広告効果にどのような変化が生じるかを確認することを目的に実施しました。

＜調査結果サマリ＞

・アドフラウドブロックおよびネガティブコンテンツブロックを実施した掲載面 (Valid) でのクリック率 (CTR) は実施していない掲載面 (Invalid) と比較して、最大 250% 上昇。

・CHEQ がポジティブと判定したコンテンツに広告が掲載されると、CHEQ がネガティブと判定したコンテンツに広告が掲載された場合と比較して、広告好意度が 4.2 倍高くなった。

上記のことから、PMP2.0 を活用し、広告配信に相応しいインプレッションのみを買い付けすることで、パフォーマンスを維持したまま、高い広告効果が得られることが分かりました。

<調査内容>

■調査方法：PMP2.0での広告配信を実施し、CHEQが提供する①アドフラウドブロック②ネガティブコンテンツブロックの2つの機能を利用して、広告配信に相応しい配信面と好ましくない配信面それぞれにおけるバナー広告（PCのビルボード枠：970x250）の効果検証、および広告好意度調査を実施しました。

■調査数：3,395人

<調査結果詳細>

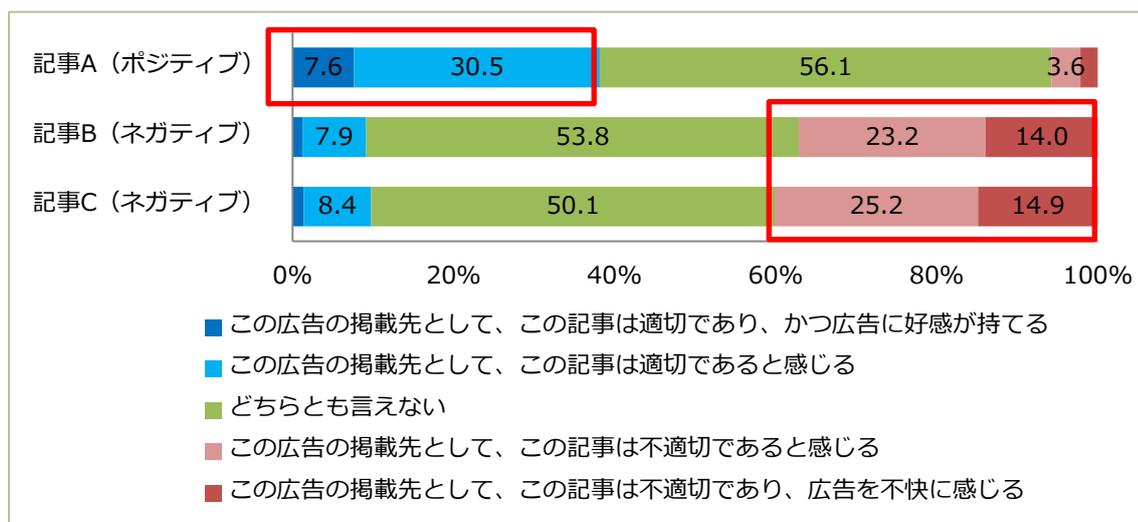
（1）バナー広告（PCのビルボード枠：970x250）の効果検証

フラウドおよびネガティブコンテンツブロックを実施した掲載面(Valid)でのクリック率は、フラウドおよびネガティブコンテンツブロックを実施しなかった掲載面(Invalid)と比べて最大250%の上昇が見られました。

	Valid CTR	Invalid CTR	差分	CTR 上昇率
SiteA	0.35%	0.25%	0.10%	140%
SiteB	0.70%	0.63%	0.07%	111%
SiteC	0.20%	0.08%	0.12%	250%

（2）好意度調査

CHEQがポジティブと判定したコンテンツに広告が掲載されると、CHEQがネガティブと判定したコンテンツに広告が掲載された場合と比較して、好意度が4.2倍高くなる結果が出ました。

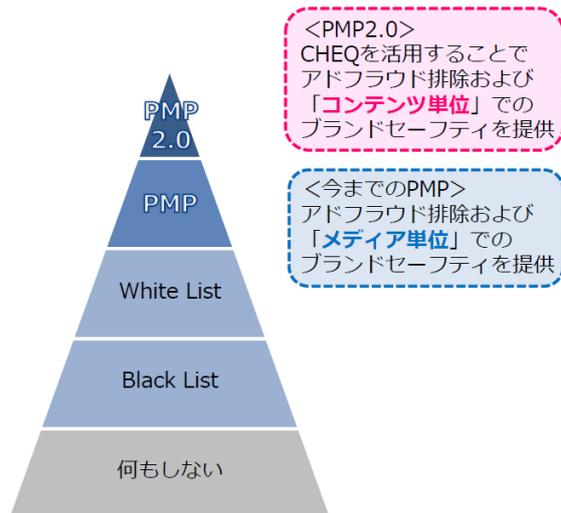


今後も、CCIはCHEQと連携し、PMP2.0を始めとする安心・安全な商品の提供を通じて

市場の健全な発展に寄与して参ります。

※1:PMP2.0とは

CHEQを活用し、コンテンツ単位で広告インプレッションの分析を行い、従来のPMPよりも細かい粒度でブランドセーフティおよび高度なアドフラウドブロック機能を提供するPMP。



以上

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社サイバー・コミュニケーションズ
アドプラットフォームビジネス・ディビジョン 吉田
E-mail: h.yoshida@cci.co.jp

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社サイバー・コミュニケーションズ マネジメントオフィス 小泉
E-mail: press@cci.co.jp