

平成 18 年 4 月 11 日

各 位

株式会社 USEN

USEN、「GyaO」を対象としたインターネット CM の広告投下モデルを検証  
～フリークエンシー(\*1)を考慮したインターネット CM の  
認知効果を検証するため DAC と共同調査を実施～

株式会社 USEN（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：宇野康秀、以下 USEN、）は、市場の拡大が見込まれるインターネット CM の認知効果を測定する為、視聴登録者数 870 万人（2006 年 4 月 11 日現在）を有する完全無料ブロードバンド放送「GyaO」を対象に、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：矢嶋弘毅、以下 DAC）の協力を仰ぎ、調査を実施しました。

インターネット CM は、これまでのバナー広告と比べて、TVCM 等を活用した音声や映像による高い表現力が可能な広告であり、今後の大きな成長が期待されております。一方で、インターネット CM の効果を最適化するための指標はなく、そのプランニング手法の開発、広告商品開発は市場において大きな課題となっております。

USEN は今回の DAC の調査結果を通じて、「GyaO」が提供する「スポット CM」、「スポット CM セグメント（属性）配信サービス」を対象に、フリークエンシーを考慮した、インターネット CM の認知率の検証を行い、新たな広告商品の開発を検討してまいります。

(\*1) フリークエンシー … ユーザーの広告への接触頻度

#### 調査概要

調査手法	：	インターネットにおける「GyaO」モニターを使った定量調査
対象広告	：	「GyaO」スポット CM 30 秒広告
調査対象者	：	「GyaO」ユーザー
実施案件	：	計 4 案件（有効回収数：12,435 サンプル）
プロジェクト実施期間	：	2005 年 10 月～継続中
調査企画	：	DAC

調査結果サマリー

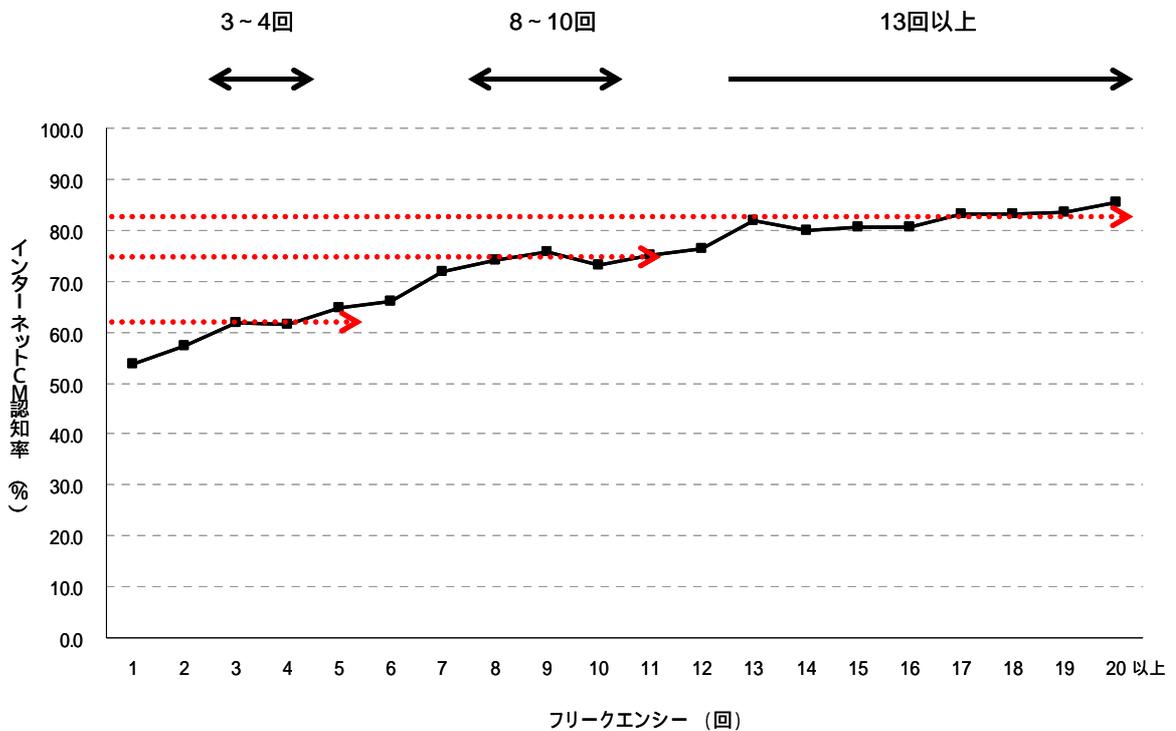
1. 全体のインターネット CM 認知率は、フリークエンシー3~4回、8~10回、13回以上のポイントでピークに達し、約85%まで認知率が上がりました。
2. 男性におけるインターネット CM 認知率は、フリークエンシー5回、9回、14回以上のポイントでピークに達し、約82%まで認知率が上がりました。
3. 女性におけるインターネット CM 認知率は、フリークエンシー3回前後、7~9回、13回以上のポイントでピークに達し、約88%まで認知率が上がりました。

\* 一般的に TV では、GRP (のべ視聴率) を基準とした CM 認知率が、広告投下量における指標となっております。  
 また今回の調査結果の認知率に関しては、TVCM を含めた認知率となっており、TV にも広告を出稿している広告主を調査対象としております。

調査結果詳細

1. 全体のインターネット CM 認知率は、フリークエンシー3~4回、8~10回、13回以上のポイントでピークに達し、約85%まで認知率が上がりました。  
 インターネット CM 認知率は、フリークエンシー3~4回で約62%の認知率になり、8~10回では約75%の認知率、13回以上では、約83%の認知率となりました。

図1. フリークエンシーとインターネットCM認知率の関係 [Top 1 認知(「確かに見た」)]



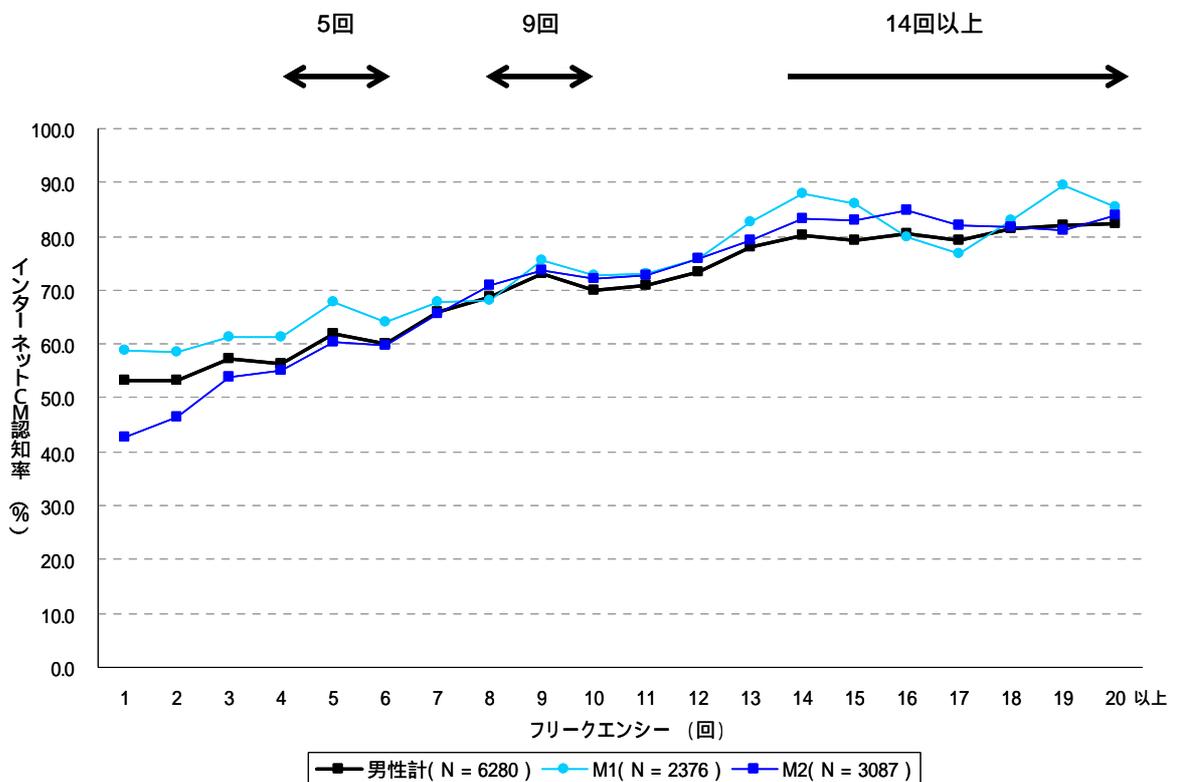
1回および20回以上は実測値を使用。 2回~19回は前後を合わせた3項の平均値

2. 男性におけるインターネットCM認知率は、フリークエンシー5回、9回、14回以上のポイントでピークに達し、約82%まで認知率が上がりました。

M1（男性 20～34 歳）、M2（男性 35～49 歳）別に見てみると、M1の方が、認知率の立ち上がりが早く、フリークエンシー5回で約70%の認知率になり、M2は、約60%の認知率になりました。

また、それ以降のフリークエンシーでは、M1、M2ともに大きな違いはなく、同様の推移となっております。

図2. フリークエンシーと年代別インターネットCM認知率の関係（男性） [Top1認知(「確かに見た」)]



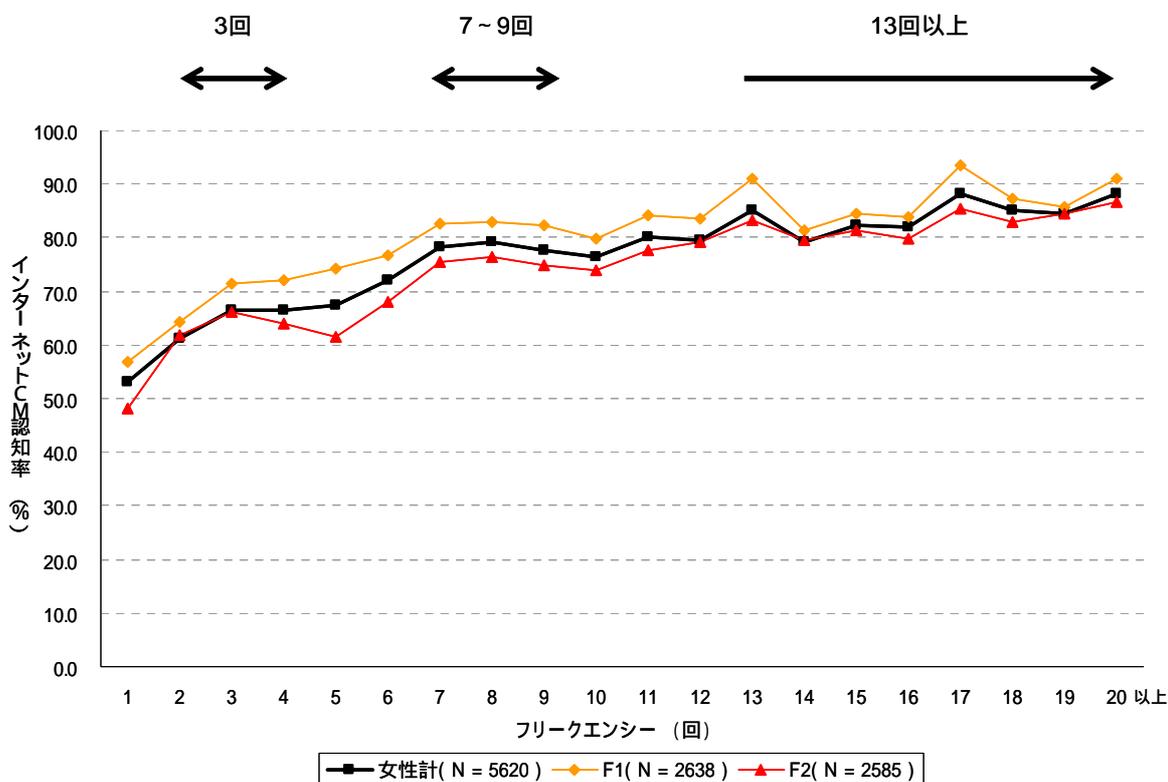
1回および20回以上は実測値を使用。 2回～19回は前後を合わせた3項の平均値

3. 女性におけるインターネットCM認知率は、フリークエンシー3回前後、7~9回、13回以上のポイントでピークに達し、約88%まで認知率が上がりました。

F1(女性20~34歳)、F2(女性35~49歳)別に見てみると、F1の方が、認知率の立ち上がりが早く、フリークエンシー3回で約70%の認知率になり、F2は、約66%の認知率になりました。

また、それ以降のフリークエンシーにおいても、F1の方が全体的に高い認知率となる傾向を見せております。

図3. フリークエンシーとインターネットCM認知率の関係 (女性) [Top1認知(「確かに見た」)]



1回および20回以上は実測値を使用。 2回~19回は前後を合わせた3項の平均値

【本リリースに関するお問い合わせ】  
 株式会社 USEN 広報担当 岡根・二宮  
 TEL : 03-3509-7104 FAX : 03-3509-7103  
 E-mail : [public-relations@tk.usen.co.jp](mailto:public-relations@tk.usen.co.jp)