

* 本リリースは、2社より同刻に配信していますので、重ねてお受け取りの際はご容赦ください。

平成19年4月5日

報道関係各位

NECビッグローブ株式会社
株式会社博報堂

**BIGLOBEと博報堂が大規模な行動ターゲティング広告配信実験を実施
～新たな市場形成に向けての協業を開始～**

NECビッグローブ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役執行役員社長：鈴木 俊一、以下BIGLOBE）と株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：成田純治）は、両社で行動ターゲティング広告市場の形成に向けて協業を開始いたします。その第一歩として、総配信数約4,000万の大規模な行動ターゲティング広告配信実験を実施しましたので、その結果をご報告いたします。

行動ターゲティング広告とは、ユーザごとにサイトの閲覧、検索等の行動履歴を蓄積し、その行動特性から興味を把握することで、広告表示の際にユーザの関心にマッチした広告を配信するものです。このたび自動車メーカーで実施した行動ターゲティング広告配信実験では、行動ターゲティングしなかった場合と比較して平均1.6倍、最大で4.1倍のクリック率を記録し、行動ターゲティングによる広告配信の有効性を実証することができました。また、広告クリック率だけでなく、行動ターゲティング広告を配信した後の利用者の動きまで把握・分析することによって、同広告が、より能動的な情報収集行動をする利用者の獲得に有効である可能性を示しました。

このたびの広告配信実験の結果概要は、以下の通りです。

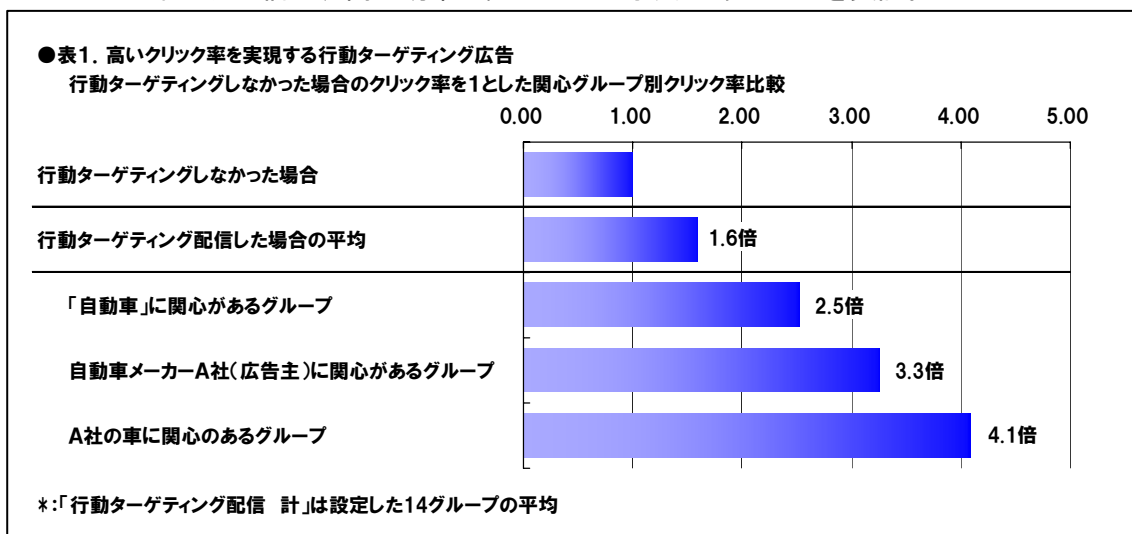
〔実証実験概要〕

- 実験実施期間：2007年1月29日～2月18日
- BIGLOBEのサイト視聴者の内、上記期間中、行動履歴の取れた200万人の中から車に興味のありそうな人に関心領域ごとにグループ化。14のグループに分類し、それぞれのグループごとに関心のありそうな広告を配信して、グループに入らなかった視聴者への通常の配信結果と比較して、広告の反応率を分析。

〔実証実験結果概要〕

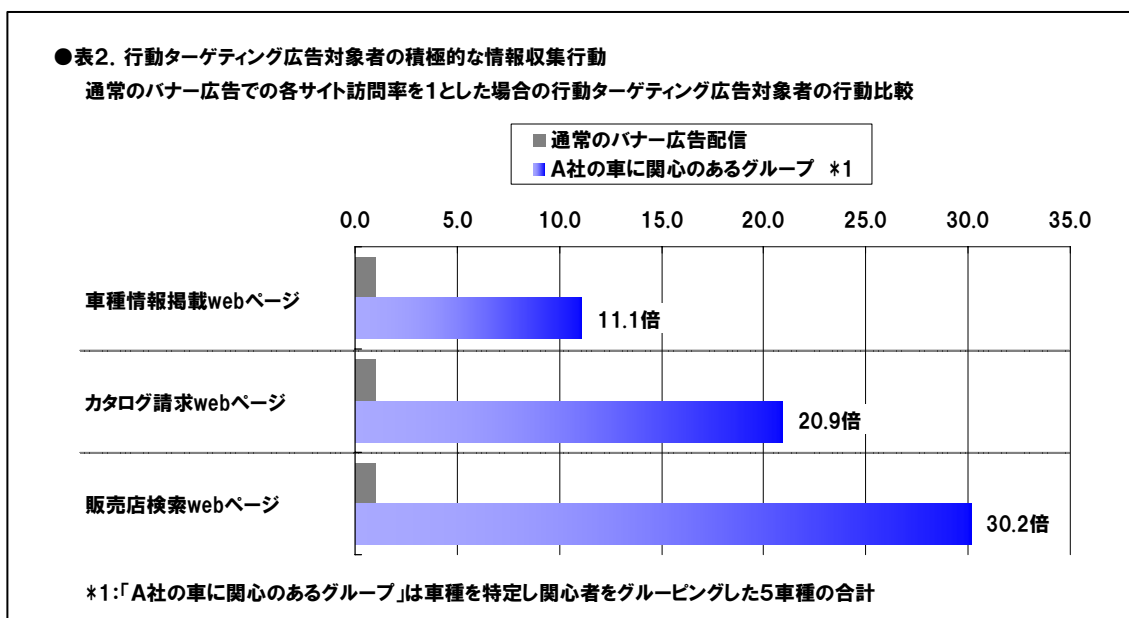
結果① 行動ターゲティングにより広告のクリック率が大幅向上

事前にユーザの属性や検索履歴、サイト内の行動履歴を収集することで、ユーザの関心にあった広告を表示するため、行動ターゲティングしなかった広告と比べ平均1.6倍のクリック率を実現。また、特定の車種に関心を持つ層など対象広告に対し最も高い反応を示したグループでは、約4.1倍のクリック率を観測。行動履歴に基づいた広告のターゲティング配信が、高い効果が認められる手法であることを実証。



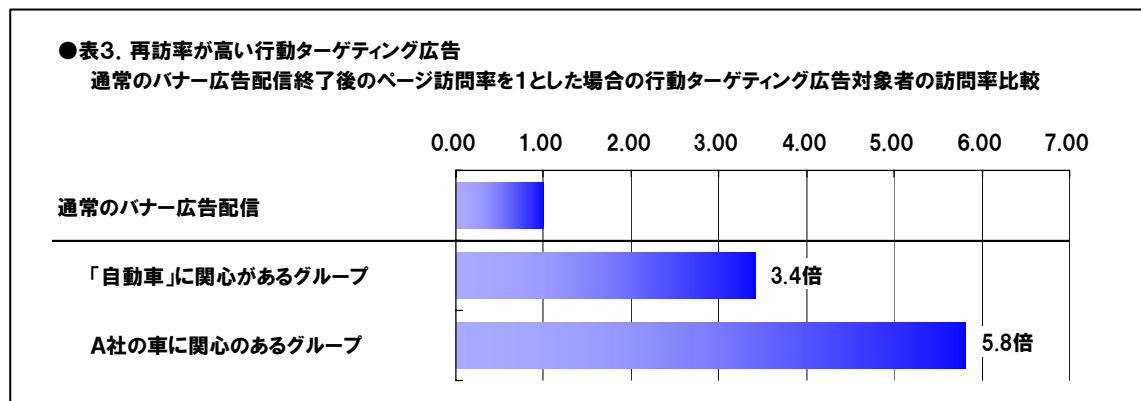
結果② 行動ターゲティング広告は、より能動的な情報収集をするユーザの獲得に有効

行動ターゲティング広告に反応してバナーをクリックしたユーザは、クリックした先の広告クライアントサイトにおいて情報収集行動を能動的に行っていることを確認。車種の情報掲載ページへのアクセス率は、通常のパナー広告と比べて11.1倍、カタログ請求ページで20.9倍、販売店検索ページで30.2倍を記録した。



結果③ 行動ターゲティング広告を配信したユーザは、広告配信終了後の訪問率が高い

本実証実験では、行動ターゲティング広告を配信したユーザの、広告配信終了後の広告クライアントサイト利用状況を把握・分析。その結果、広告配信終了2週間後のクライアントサイト訪問数が最も多いグループでは、通常のパナー広告と比べて5.8倍の訪問数を記録した。ターゲティングされたユーザでは広告配信後においてもトラフィック獲得効果がある可能性が示された。



これらの実証結果を踏まえて、BIGLOBEは、本年6月より行動ターゲティング広告商品を発売する予定です。また、行動ターゲティング広告クリック後のクライアントサイトにおける利用者行動分析サービスや、高い反応を示したグループのユーザがBIGLOBEを再訪問した際に、再度同広告クライアントのパナーを表示して、より能動的なユーザを送客するサービスなどを順次追加開発することを予定しています。

なお、行動ターゲティング広告商品の販売については、博報堂を始め、広くさまざまな広告会社と連携して行っていくものであります。

以上

<本件に関する報道関係からの問い合わせ先>

NECビッグロブ株式会社
経営企画本部 広報宣伝グループ 田中
TEL (03) 6479-5647
e-mail: hd-tanaka@biglobe.co.jp

株式会社博報堂
広報室広報部 小澤・平澤
TEL (03) - 5446-6161
e-mail: MATSUHIKO.OZAWA@hakuhodo.co.jp
USHIO.HIRASAWA@hakuhodo.co.jp