

(参考資料)

2008年7月29日
博報堂DYメディアパートナーズ

博報堂DYメディアパートナーズ「CROSCOPE」を開発

クリエイティブとメディアプランの効果を統合的に測定

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ(本社:東京都港区、社長:佐藤孝)以下博報堂DYメディアパートナーズ)は、株式会社博報堂と協働で複数のメディアを組み合わせることで広告効果を高めるクロスメディア型広告キャンペーンの効果測定を行う新手法「CROSCOPE(クロスコープ)」を開発しました。

「CROSCOPE」は、マス4媒体だけではなくインターネット広告や屋外広告、さらには商品パンフレットやキャンペーンサイトなど、従来では測定が難しかった、複雑に組み合わされたクロスメディア型の広告キャンペーンと広告表現(クリエイティブ)効果を含めた効果測定を可能にしました。

従来の広告効果測定は、メディア接触回数と購入意向などの指標との関係を継続的に調査することにより広告効果を算出していましたが、クリエイティブの内容も各メディアによって異なるクロスメディアキャンペーンの広告効果を測定するには、限界がありました。

また、インターネット広告や屋外広告などのマス4媒体以外の広告とマス広告との重複接触効果の測定を行うには、膨大なサンプル数が必要となりコストがかなりかかるなどの課題もありました。

この度開発した「CROSCOPE」では、高度な統計処理・解析が可能な独自のWeb実験調査システムを使用することにより、たった一度の調査だけでクロスメディアキャンペーンの広告効果測定やプランニングに必要なデータの獲得が低コストで実現可能となりました。

なお、開発にあたっては、統計数理研究所の河村敏彦助教の協力を得て、調査設計・データ解析を行っています。

博報堂DYメディアパートナーズでは、今後「CROSCOPE」のトライアル調査を重ね、今夏以降にシミュレーションを含めたプランニング商品の実用化・商用化を行う予定です。

この件に関するお問い合わせ先

博報堂DYメディアパートナーズ 広報グループ 加藤、舟橋 03-6441-9347
メディア・コンテンツマーケティング局 山下 03-6441-9763