

## インテージ、Google 認定 YouTube 第三者測定ベンダーとして、 YouTube 広告の態度変容調査の提供を開始 ～YouTube とテレビの広告効果をクロスメディアで測定可能に～

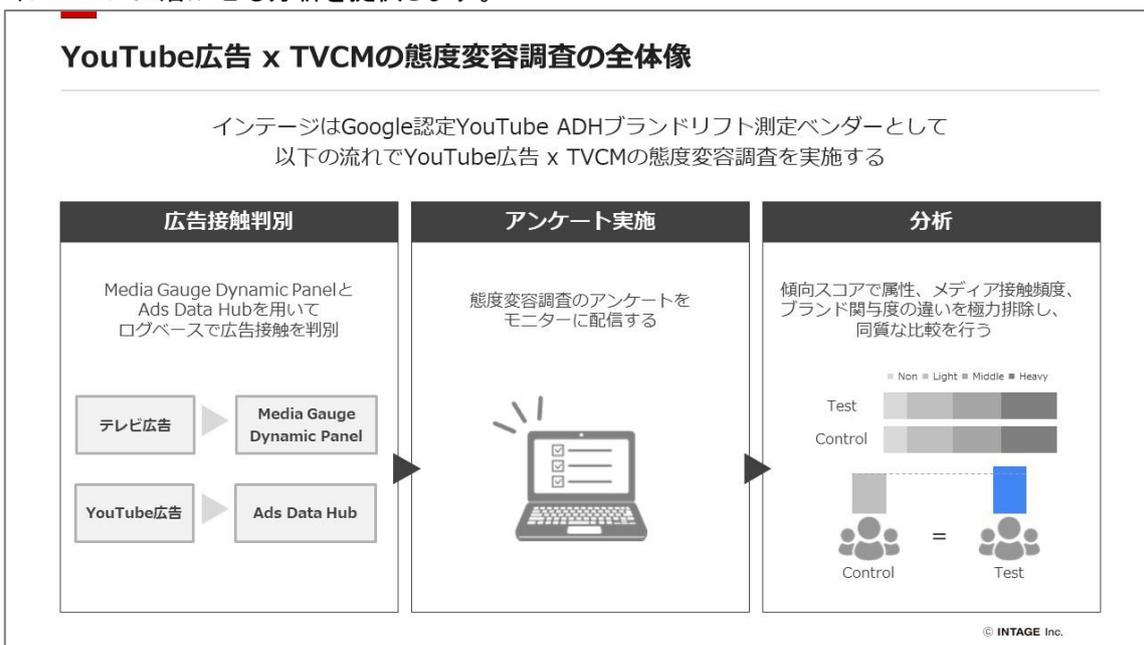
株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下:インテージ)は、Google 認定 [YouTube 第三者測定ベンダー](#)として、YouTube 広告の態度変容調査の提供を開始します。このサービスにより YouTube 広告に接触した人のブランド認知や好意度などへの影響が明らかになります。また、テレビ広告の態度変容調査と組み合わせ、クロスメディアでの広告効果を細かく分析することで、YouTube とテレビのプランニング最適化をはかることができます。詳細は下記 URL をご参照ください。

<https://www.intage.co.jp/service/platform/adh-bls/>

### 【背景】

これまで調査会社などの第三者が YouTube 広告を計測する場合、広告接触判定はアンケート調査でのアスキングや広告識別子を用いたログ計測により行うのが主流でした。しかしこれらの方法には、回答者の記憶頼りになったり、測定できるデバイスに制約があるという課題がありました。

この課題を解決するために、インテージは Google の協力を得て、Google が提供する Ads Data Hub(以下、ADH)を用いて、広告識別子に頼らないログ計測による YouTube 広告の接触判定を実現しました。これにより、YouTube 広告接触有無に加え、接触デバイス別や接触回数別などの細かい分析軸での態度変容分析が可能になります。同時に、全国 92 万人(2022 年 4 月 1 日時点)のテレビ視聴データ「Media Gauge® Dynamic Panel®」を用いて、ログ計測によるテレビ広告の接触判定も行い、YouTube とテレビをクロスメディアで広告効果測定することができます。広告効果の最大化に向けて、次のキャンペーンに活かせる分析を提供します。



## 【本サービスの特長】

本サービスには以下4つの特長があります。

- 1 YouTube とテレビのクロスメディアで広告効果測定
- 2 YouTube 視聴急増のコネクテッドテレビ※(以下、CTV)も計測可能に
- 3 令和2年改正個人情報保護法に対応済
- 4 広告の純粋効果を測定するために傾向スコア補正を導入

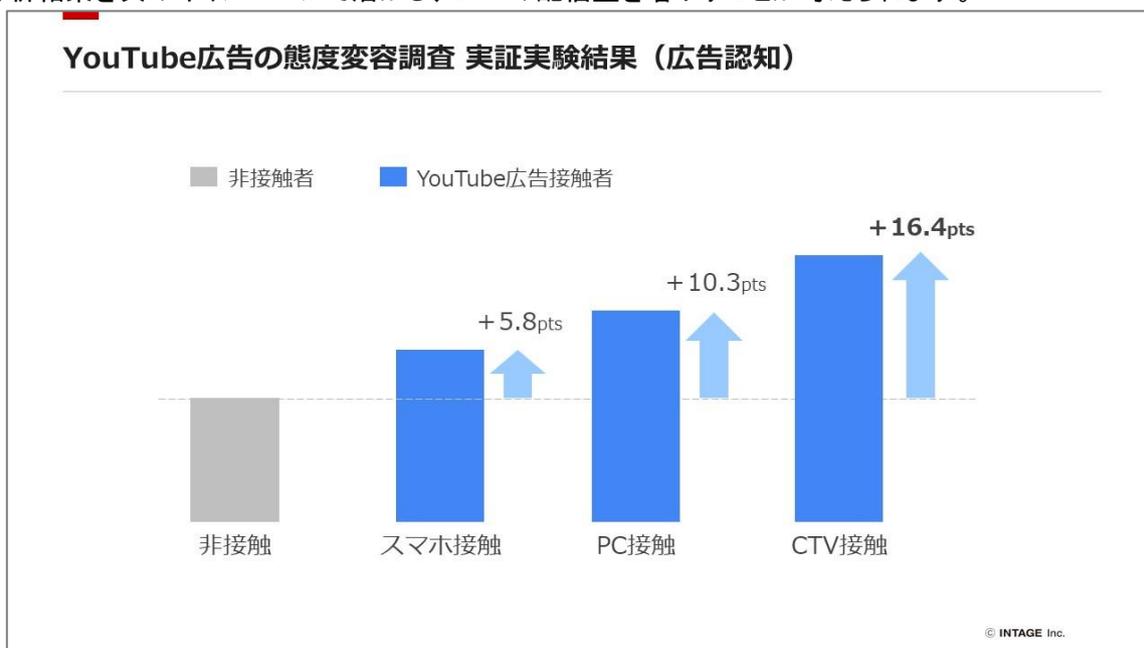
※ コネクテッドテレビとは、インターネット回線に接続されたテレビ端末です。

### 1 YouTube とテレビのクロスメディアで広告効果測定

ADH を用いた YouTube 計測は広告識別子に頼らないため、スマートフォン、パソコン、タブレット、CTV を含む全ての配信デバイスを計測できます。YouTube 広告に関しては、予約型、運用型を問わず、すべての広告メニューが計測可能です。同時に Media Gauge Dynamic Panel によるテレビ広告計測を行うことにより、同一調査モニターから YouTube とテレビの広告接触判定ができ、クロスメディアで広告効果の横比較ができます。テレビ広告に関しては地上波のリアルタイム視聴が計測可能です。ログ計測で YouTube とテレビ広告の接触を判定するため、従来のアンケート調査方式ではできなかった高精度を実現すると同時に、接触デバイス別や接触回数別などの細かい分析軸での分析が可能になります。

### 2 YouTube 視聴急増の CTV も計測可能に

CTV での YouTube 視聴は急増しており、CTV において一部の時間帯では個別の放送局以上の利用率を獲得しています。本サービスでは、従来の方法では計測できなかった CTV を含めて、YouTube の広告効果をデバイス別に比較できます。実証実験の一例では、CTV が他のデバイスに比べて、広告認知効果が高いことが確認できました。この事例においては、分析結果を次のキャンペーンで活かし、CTV の配信量を増やすことが考えられます。



### 3 令和2年改正個人情報保護法に対応済

本サービスは、Google が提供するユーザーのプライバシーが保護された環境の中でさまざまな分析を可能にするソリューションである ADH を活用して YouTube 広告接触を判定します。許諾いただいた調査モニターの YouTube 広告データのみを分析に活用しますので、令和2年改正個人情報保護法に対応した仕組みとなります。また、テレビ広告の接触判定についても、Media Gauge Dynamic Panel データが個人情報に結び付けられることはありません。Media Gauge Dynamic Panel の提供物は、匿名化・統計化されたレポートとなり、個人の特定につながることはありませんので、個人情報に配慮した仕組みです。そのほか、下図の対応もしております。

## 令和2年改正個人情報保護法を対応済

### 許諾データのみ活用

- YouTube広告データ利活用について調査モニターに説明し、**明示的な同意取得済**
- 許諾者のデータのみ分析に活用する
- 許諾者はいつでも**オプトアウト**できるように導線を設置している

### 活用データの最小化

- Google AdsとADHのデータ**連携はキャンペーン単位**で設定が可能
- 計測対象**キャンペーンのみ**連携される
- 連携されるのは**インプレッションデータのみ**

### データの定期消去

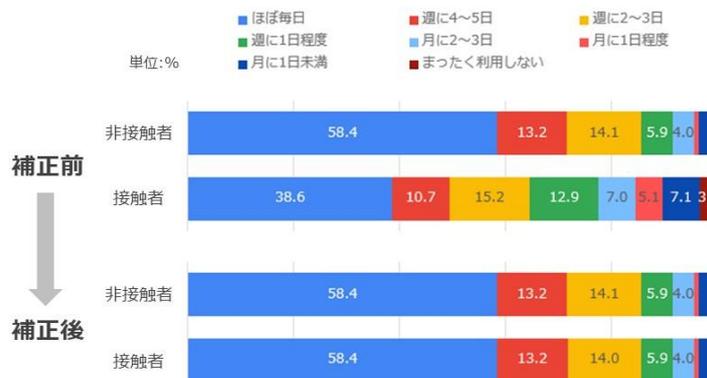
- 連携された広告データはセキュアなサーバーに保管され、**90日以内**に機械的に削除される
- ご要望に応じて90日より前にデータ消去が可能

© INTAGE Inc.

## 4 広告の純粋効果を測定するために傾向スコア補正を導入

広告の接触者と非接触者は必ずしも同質ではないため、両者の態度変容を直接比較すると、広告効果を過大もしくは過小評価し、意思決定を誤るリスクがあります。例えば、接触者にカテゴリ高関与者がより多く含まれる場合、購入意向が高くなりやすく、広告効果を過大に評価してしまう可能性があります。このリスクを解消するために、本サービスは傾向スコア補正を導入します。広告の接触者と非接触者の属性やメディア接触状況、商品カテゴリの関与度などの背景情報を統計的に揃えた上で、広告の純粋効果を測定します。下図は、傾向スコア補正によって YouTube 利用頻度を揃えた例です。同時に複数の属性を補正できるのがこの手法の特徴です。

### 傾向スコア補正のイメージ (YouTube利用頻度)



© INTAGE Inc.

インテージでは、本サービスを通じて、次のキャンペーンに活かせる YouTube とテレビ広告の効果計測を実施し、お客様の広告効果最大化への貢献を目指してまいります。

### 【Media Gauge® Dynamic Panel® (MGDP)】

Media Gauge® TV と、株式会社ドコモ・インサイトマーケティング (以下 DIM) が所有する di-PiNK (DMP) を推計して紐づけ、推定在宅情報や性年代などの属性を利用して人ベースに分解し、指定されたターゲットごとに統計処理を行うことで視聴者データを算出するサービスです。

※Media Gauge TV と di-PiNK の推定紐付けは、インテージが DIM に委託し、DIM 内で加工・集計を行っています。DIM

は個人情報保有しない事業者であり、Media Gauge Dynamic Panel データが個人情報に結び付けられることはありません。また、Media Gauge Dynamic Panel の提供物は、匿名化・統計化されたレポートとなります。本サービスによって個人の特定につながることはありません。

**【本件に関するお問い合わせ先】**

■株式会社インテージ 事業開発本部 デジタル・ビジネス・ディベロップメント部 担当:石井(いしい)／林(れむ)

Email : [adtrace-ope@intage.com](mailto:adtrace-ope@intage.com)

**【株式会社インテージ】** <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは 1960 年に創業。世界 11 の国と地域に拠点を持ちマーケティングリサーチ/インサイト事業でアジア No.1\*のインテージグループを牽引し、国内外の企業・団体のマーケティング活動をトータルサポートしています。「生活者理解の深化」と「データ活用の高度化」により顧客ビジネスの未来創造を支え、「Create Consumer-centric Values ～お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」という事業ビジョンの実現を目指しています。

\*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2022」に基づく(グループ連結売上高ベース)

**【報道関係者からのお問い合わせ先】**

■株式会社インテージ 広報担当:水口(みずぐち)／下河原(しもがわら)

TEL:03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>