

2010年2月24日
デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社
株式会社アクトビラ

IPTVに関する広告効果調査

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)および株式会社アクトビラ(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:木村純 以下、アクトビラ※1)は、2011年地上波デジタル放送化に向けて、今後さらなる注目が集まるアクトビラにおいて、テレビやインターネットCMとは異なる新たな広告価値を検証するためのIPTV※2に関する広告効果調査を行いました。

このたび、広告効果調査の結果がまとまりましたので、以下のとおりお知らせいたします。

【調査目的】

(i)アクトビラの媒体価値検証

アクトビラユーザーとノンアクトビラユーザー(以下、ノンユーザー)の‘メディア接触態度’の比較

(ii)アクトビラにおける広告効果の検証

アクトビラユーザーとノンユーザーの‘広告認知’と‘広告効果’の比較

(i)(ii)を通し、新たな媒体価値や広告効果を見出し、アクトビラならではの広告メニューの開発を行う。

【調査概要】

□タイトル :IPTV 広告効果調査

□調査対象者 :①アクトビラユーザー: 1,178 サンプル

(アクトビラ画面上でのアンケート調査により抽出)

②ノンユーザー:500 サンプル

(インターネット調査により、テレビ視聴時間が1日1時間以上のテレビ利用者かつ、属性条件はアクトビラユーザーとほぼ同様の層を抽出)

□調査方法 :アクトビラユーザーとノンユーザーへの調査を同時期に行い、比較検証。

□調査機関 :①株式会社アクトビラ(アクトビラ画面上での調査)

②株式会社スパイア(同社のサービスである「ターゲットリサーチ」によるインターネット調査)

□調査時期 :2009年10月23日(金)～2009年11月25日(水)

<内、実査は、2009年11月16日(月)～2009年11月25日(水)の10日間>

【調査内容】

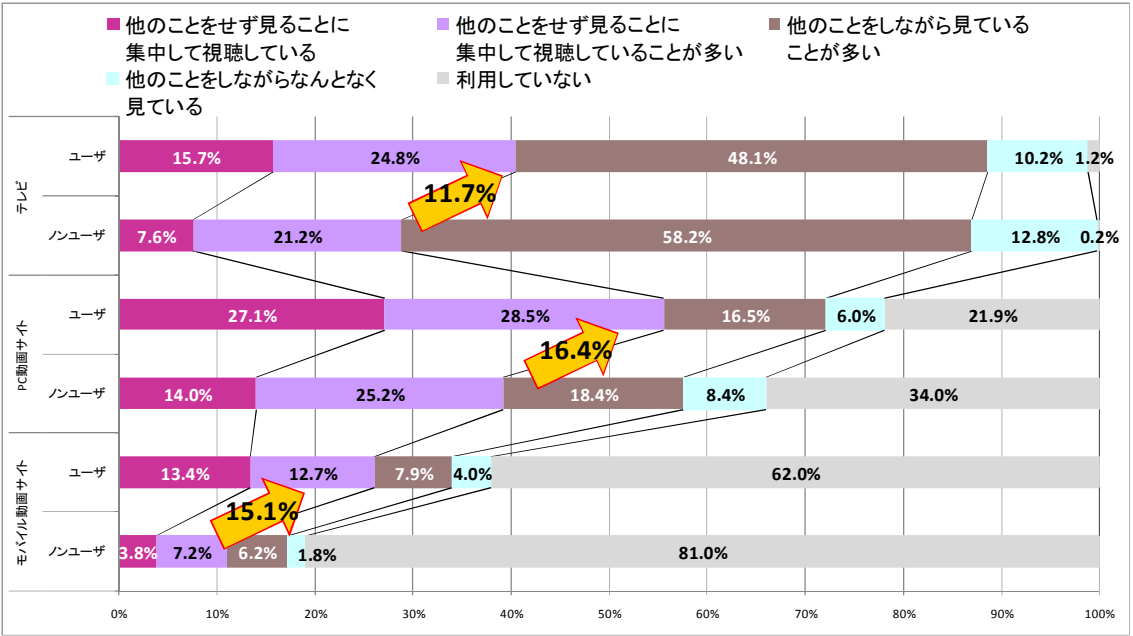
テレビスポットと同素材のCMをアクトビラ上でも配信した後に、①、②双方において、‘メディア接触態度’および‘広告認知’と‘広告効果’を調査。

‘広告効果’については、「印象度」「興味・関心度」「購買喚起」「好感度」「イメージ」の5項目で調査。

【調査結果】

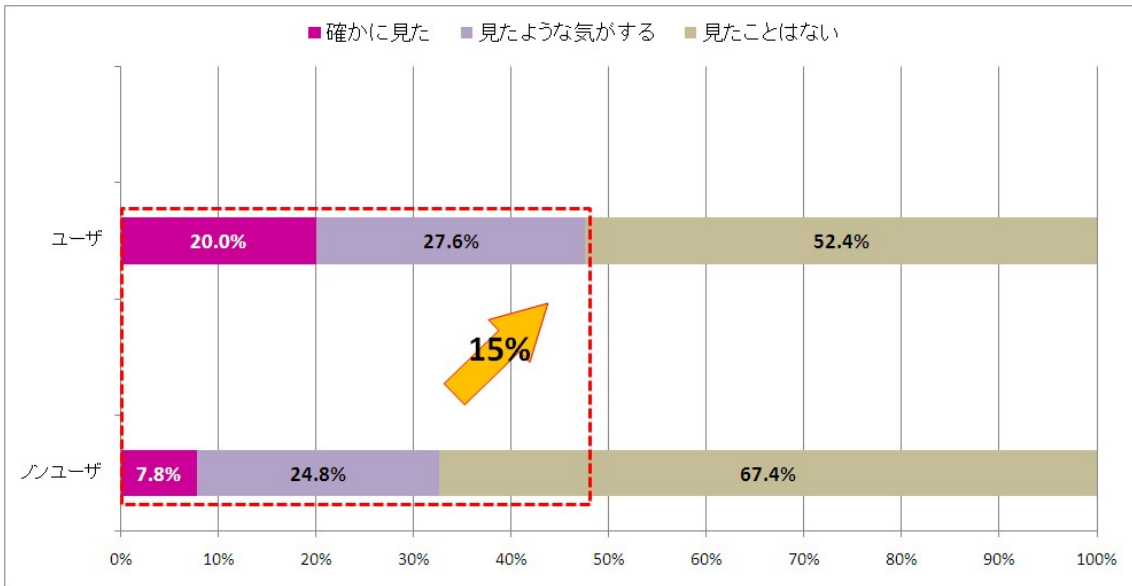
- アクトビラユーザは、ノンユーザに比べ、テレビ・PC 動画サイト・モバイル動画サイトのいずれも集中して視聴している。
- テレビスポットと同素材のCMをアクトビラ上でも配信した後、同CMについて調査を行ったところ、アクトビラユーザはノンユーザに比べ、‘広告認知’と‘広告効果’の双方において高い結果となった。

アクトビラユーザとノンユーザの‘メディア接触態度’の比較



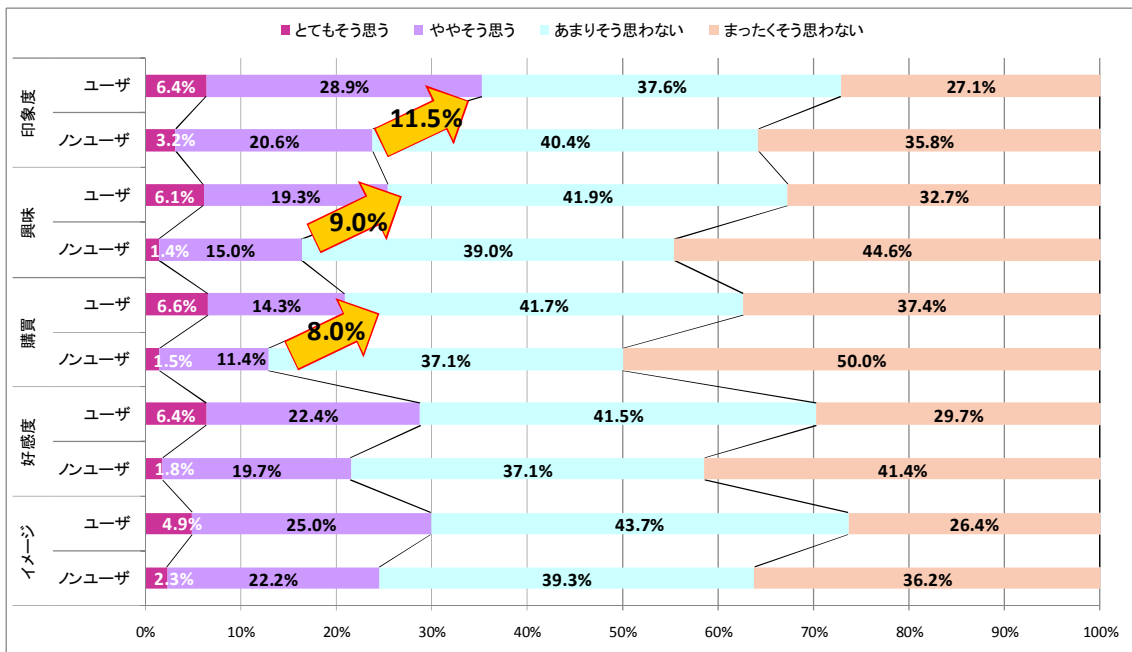
アクトビラユーザは、ノンユーザに比べ、テレビ・PC 動画サイト・モバイル動画サイトのいずれも集中して視聴している。

アクティビラユーザとノンユーザの‘広告認知’の比較



アクティビラ内広告に接触したユーザは、ノンユーザに比べ、広告認知率が高い。

アクティビラユーザとノンユーザの‘広告効果’の比較



アクティビラ内広告に接触したユーザは、ノンユーザに比べ、各項目についてのスコアが上回っており、特に、「印象度(11.5%)」、「興味・関心度(9%)」、「購買喚起(8%)」においては、高い結果となった。

【今後の展開】

2011年7月の地上波デジタル化を追い風に、ユーザ数の一層の増加が見込まれるアクトビラは、マーケティングにおける重要性がますます高まると考えられます。DAC とアクトビラは、本調査結果を踏まえ、アクトビラならではの特徴を活かしたアプローチにより、新たな媒体価値や広告効果を見出し、テレビ CM 等の動画広告素材を活用した広告メニューの開発や拡販を推進してまいります。

□「アクトビラ」とは

「テレビをもっと楽しむための、テレビの新しいネット・サービス」を基本コンセプトとした、デジタルテレビ向けの新しいネット・サービスです。『アクトビラ ビデオ』サービスは、アクトビラに対応するデジタルテレビをブロードバンド回線に接続するだけで、いつでも見たいときに見たいコンテンツがご覧になれるVOD サービスです。2007年11月より有料サービスを開始し、ハリウッドメジャースタジオ作品を含む洋画、邦画、音楽、アニメ、ドラマ、バラエティ、ドキュメンタリーなど幅広いジャンルのコンテンツを配信しています。現在、『アクトビラ ビデオ』対応テレビ・関連機器は、パナソニック株式会社、ソニー株式会社、シャープ株式会社、株式会社東芝、日立コンシューマエレクトロニクス株式会社などの10社より146機種(うち「アクトビラ ビデオ・フル」対応機は、118機種)、「アクトビラ」対応テレビ・関連機器は、全体で13社より168機種が発売中もしくは発売予定です。(詳しくは<http://actvila.jp/>をご覧ください)

□アクトビラ内広告 メニュー例

ユーザがアクトビラ内に掲載されたバナー広告や動画CMをリモコンの決定ボタンでクリックすることで、テレビスポットと同素材のCM(動画広告)が配信されます。





- (※1) 2006年7月7日に、シャープ(株)、ソニー(株)、ソネットエンタテインメント(株)、(株)東芝、パナソニック(株)、(株)日立製作所の6社により共同で設立されました。「アクトビラ」に関する現在のサービス内容につきましては、「アクトビラ公式情報サイト」(<http://actvila.jp/>)をご覧ください。



マーク、^{登録商標}及び「acTVila」、「アクトビラ」は、(株)アクトビラの商標または登録商標です。
その他、文中に記載されている会社名および商品名は、各社の商標または登録商標です。

- (※2) Internet Protocol Television の略で、IP(Internet Protocol)を利用して IP 多チャンネル放送や VOD(ビデオオンデマンド)などを提供する新しい映像配信サービスです。

以上

本件についてのお問い合わせ先：

デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

担 当： 戦略統括本部 広報担当

T E L： 03-5449-6300

e-mail： media-strategy@dac.co.jp

アクトビラについてのお問い合わせ先：

株式会社アクトビラ

担 当： 広報 坂下、石井 / 事業開発部 安藤

T E L： 03-6415-3977

e-mail： actvila_pr@ml.actvila.jp