

News Release

2023年7月13日

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社

DAC、全世界 2 億人超が利用するゲーミングメタバース「ROBLOX」で

日本初となる広告配信サービスの効果検証を実施

～視聴効果・ブランドリフト効果等で有為な結果を実証～

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役 社長執行役員CEO兼CCO：田中雄三、以下 DAC）は、XR・メタバース領域でのメディアおよび広告ビジネスデザイン事業「arrova（アローバ）」において、日本初となるメタバース広告の効果検証を実施し、視聴効果およびブランドリフト効果などに関する有為な結果を確認できたのでお知らせいたします。

【調査概要】

世界的なゲーミングメタバース「ROBLOX」において、日産自動車株式会社と連携して同社の企業広告を配信し、日本初となるメタバース広告配信の効果検証を実施しました。



■ 広告配信フォーマット

DAC では、「ROBLOX」における広告配信ネットワークを保有する米国 Super League Gaming 社と提携し、同メタバース空間におけるサインージ（屋外広告）型の広告枠を販売・提供しています（※）。今回の検証では、この VOOH（Virtual Out of Home）*を活用しました。

*VOOH（バーチャルサインージ広告）：ユーザーが参加する 3D 空間内に、現実の屋外広告と同様の形式で掲載される広告枠。ユーザーのプレイ環境は阻害せず、ネイティブに訴求可能。また、デジタル上の空間で掲載されるためユーザーの広告視認時間/視野角/距離を判定し適切な接触（ビューアブルインプレッション）計測を行い、1 接触当たりの単価（インプレッション単価）ベースで配信を設定できる点も特徴。

■ クリエイティブ/掲載イメージ

3D 空間での配信にあたり、より視認性を高めるためにメタバース空間の世界観に合致し奥行きのある立体視パナーを考案し制作。存在感のあるクリエイティブ配信を行いました。

■調査内容

①媒体取得の配信数値

一般的なデジタル広告配信における指標を中心に実績値を算出

<主な計測指標>

- ・広告ビューアブルインプレッション
- ・広告リーチ
- ・広告視聴時間（1 接触当たりの広告視聴時間）
- ・広告配信単価（1 接触当たりの広告接触単価）

②NPC**アバターを用いたブランドリフトアンケート調査

ゲーム内の NPC アバターを用いたブランドリフトアンケート調査

<聴取方法>

ROBLOX の各空間に配置した NPC アバターが選択式アンケートを実施。ユーザーが話しかけることにより聴取を開始する（複数設問を順に表示する形式）。広告接触者/非接触者（有効回答数 N = 6,458）別でのリフト差分を比較。

**ゲーム上でプレイヤーが操作しないキャラクターのこと

③第三者調査機関によるメディア露出価値調査

第三者調査機関のニールセンスポーツ社との連携によるメディア露出価値調査

<聴取方法>

ニールセンスポーツ社独自の「クオリティ・インデックス（QI）スコア」指標（画面上で広告看板が占める割合や、露出位置、1 回当たりの秒数、画面上のほかの広告看板の個数などを基に算出する指標）を用いて、「ROBLOX」空間内広告のメディア露出価値を調査・分析し、効果的な露出や価値向上に対するインサイトを得る。（提供：ニールセンスポーツジャパン株式会社）

【調査結果サマリ】

①デジタル広告と同水準の視聴効果

媒体取得の配信数値において、1 ビューアブルインプレッション当たりの単価が、動画配信プラットフォームのインプレッション並みの単価で配信することができた。また、1 接触当たりの広告視聴時間は、動画配信プラットフォームの広告と同水準という結果も得られた。

②平均 5 ポイント以上のブランドリフト効果

NPC アバターを用いたブランドリフトアンケート調査において、有効回答者のうち、広告接触者のブランド認知/好意度/想起が、非接触者に比べて、いずれも平均 5 ポイント以上リフトした。

③メディア ROI は平均 4.5 倍

ニールセンスポーツ社と実施した媒体露出換算調査では、「QI スコア」で一般的なサッカー中継における看板広告の平均値の 2-5 倍、メディア ROI（広告掲載金額に対し同社が算出する媒体横断での価値換算金額の倍率）が 5.4 倍（平均 4.5 倍）という結果となった。

■ 考察

メタバース空間内における広告配信において、定量・定性ともに一定水準以上の効果を確認しました。特定の空間内に滞在し続けるゲーミングメタバースの性質上、広告に接触する時間が長くなったことに加え、ゲームコンテンツは一般的に画面を注視しながら行われるため、広告への印象（認知や想起など）が高まったと考えられます。

今後も DAC の「arrova」では、生活者の可処分時間の投下が加速すると予想されるメタバース領域における、先端的な広告プロダクトの開発・商品化を行い、企業のマーケティング活動の支援を推進してまいります。

(※) 2022年5月25日リリース『DAC、米国Super League Gaming社と提携しメタバース領域で国内初の広告販売を開始』
https://www.dac.co.jp/press/2022/20220525_arrova

以 上

■ arrovaについて

DAC では、近年急速に広がりつつあるメタバース領域における次世代型メディア事業への取り組みとして、ゲーム・XR コンテンツなどのバーチャル空間内での広告を展開するサービス「arrova」（アローバ）を 2021 年に立ち上げました。既に、大手ゲーム事業会社や国内有力の XR 媒体とのパートナーシップ締結、広告枠の開発・販売等による広告出稿など多くの実績を有しています。また、メタバース領域におけるコンサルテーションやメディアプロデュースのほか、バーチャル空間内での広告配信システム・計測ツールなどの研究開発も行っており、今後、次世代インフラとなりうるメタバース領域におけるメディア取引の体系化に向けた取り組みを進めています。

■ ROBLOX について

「ROBLOX」は、全世界に2億人以上のMAU（マンスリーアクティブユーザー）を抱えるゲーミングメタバースです。ユーザーはオンライン上で様々なコンテンツを体験・創造することができ、ユーザー間の交流及びデジタルアイテム等の取引によるコミュニティやエコシステムが形成されています。「Fortnite」や「マイクラフト」に並び、最も“メタバース”を体現しているコンテンツの一つと評価されており、Z 世代への新規のタッチポイントとして、企業・ブランドによる出展も多数行われています。

<会社概要>

■ デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社 <https://www.dac.co.jp>

DACは、インターネット広告の黎明期にあたる1996年の設立以来、情報や生活のデジタル化とともに事業を拡大し、デジタルマーケティング市場の形成と成長を牽引してまいりました。

現在は、デジタル広告の豊富な知見や経験、高度な技術開発力、媒体社・プラットフォーム・テクノロジーパートナー等との強固な関係性を活かし、企業のデータ活用、各種プロモーション、マーケティング基盤の開発・構築をはじめとする、総合的なデジタルマーケティングサービスをグローバルに提供しています。

今後もDACは、"**Empowering the digital future デジタルの未来に、もっと力を。**" というミッションのもと、広告やマーケティングの新しい形の創造をリードし、新たな価値を社会へ提供し続けていきます。

代 表 者 : 代表取締役 社長執行役員CEO兼CCO (Chief Compliance Office) 田中 雄三

本社所在地 : 東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー

設 立 : 1996年12月

事 業 内 容 : メディアサービス事業、ソリューションサービス事業、オペレーションサービス事業

本件についてのお問い合わせ先

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社

戦略統括本部広報担当 E-mail : ir_inf@dac.co.jp

Empowering the digital future

デジタルの未来に、もっと力を。