

広告主企業のデジタルを活用したブランディング活動支援『Hakuhodo DY digital_branding™』 「動画広告クリエイティブの最適解発掘」に向けた活動報告

～第1段階は、Google ブランド効果測定（博報堂D Yグループアカウント）結果を集合データ化して分析～

株式会社博報堂D Yデジタル（本社：東京都港区、代表取締役社長：辻輝、以下 博報堂D Yデジタル）は、広告主企業のデジタルを活用したブランディング活動を支援する『Hakuhodo DY digital_branding™』を始動し、「動画広告クリエイティブの最適解発掘」という課題に対して継続的かつ積極的な取り組みを行ってまいりました。今回、その取り組みにおける第1段階が完了しましたので、結果の概要をお知らせいたします。

オンライン上で提供される動画視聴サービスの拡大、SNS を中心とした動画コンテンツの多様化は進展を続け、生活者によるオンライン動画視聴は日常習慣の一つとして幅広い層に浸透しています。このようなメディア環境やユーザー動向の変化を背景に、企業のプロモーション施策におけるオンライン動画広告の需要はますます高まっています。また、既存のテレビCM素材をWebで配信する従来の動画広告から、デジタル向けのオリジナル動画素材を使用した動画広告が広く活用され始めたいま、「デジタルの文脈や形式に最適化されたクリエイティブの在り方」に関心が寄せられています。

このような背景を受けて、博報堂D Yデジタルは『Hakuhodo DY digital_branding™』の一環として、「動画広告クリエイティブの最適解発掘」という課題に取り組んでいます。その取り組みの一つとして今回行ったのが『集合データ分析』。Googleが提供するブランド効果測定のうち、博報堂D Yグループのアカウントの調査結果を集合データ化しました。今後はその集合データを用いて、動画広告のクリエイティブ表現を要素分解し、各要素がブランド効果にどのように貢献しているかを解明します。さらにそこから、ブランド効果を最大化させるためのクリエイティブ表現の最適解を導き出すことで、動画広告のクリエイティブ開発に貢献してまいります。

本取り組みは、①『集合データ分析/ソリューション開発』、②『クリエイティブ分析/ソリューション開発』、③『クロスメディア/フルファンネル分析/ソリューション開発』の3段階での分析を行うとともに、この分析結果から得られた知見を活かした独自のソリューション開発についても同時に進めております。

①『集合データ分析/ソリューション開発』

動画広告の基本特性（フォーマット、素材秒数、クリエイティブタイプ）およびキャンペーンの業種別に、ブランド効果を比較検証する

②『クリエイティブ分析/ソリューション開発』

動画広告のクリエイティブ表現を、機械判別の技術、およびテレビCM制作スタッフの経験則に基づき要素分解し、各要素がブランド効果にどのように貢献しているかを解明する

③『クロスメディア/フルファンネル分析/ソリューション開発』

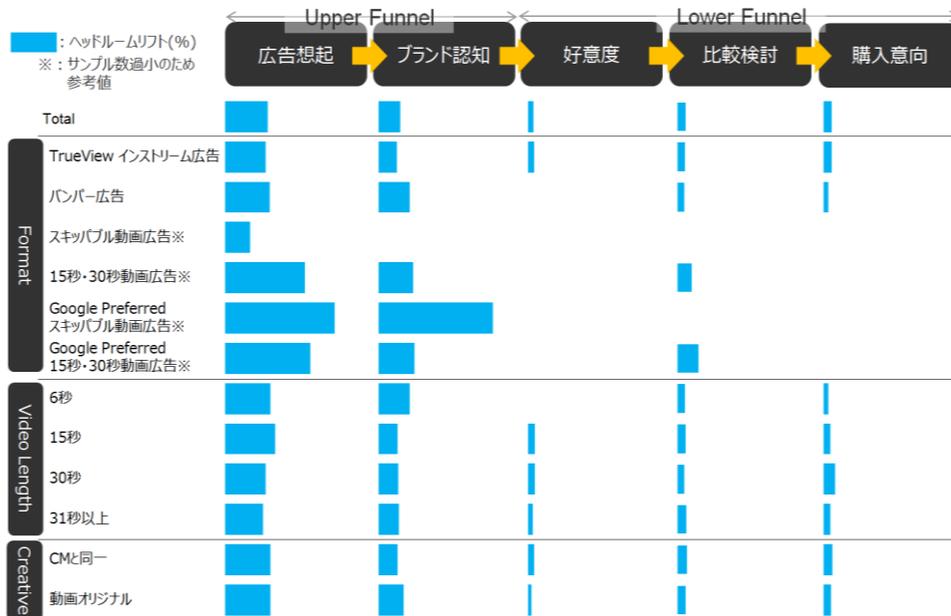
動画広告の基本特性やクリエイティブ表現、およびマスメディアへの出稿が、ブランド効果と購買行動にどのように貢献しているか、ブランド効果と購買行動はどのような支援・貢献関係にあるかの関係性を解明する

今回は第1段階の『集合データ分析/ソリューション開発』が完了したので、結果の概要をご紹介します。

■『集合データ分析/ソリューション開発』 結果概要

1. 動画広告要素別のブランド効果検証

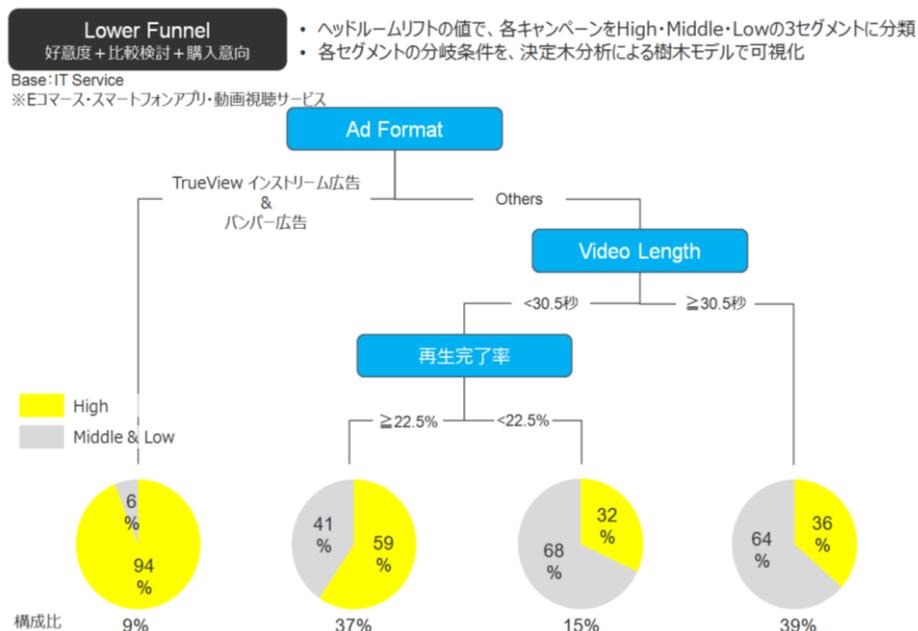
- 動画広告を基本特性でブレイクダウンし、広告想起、ブランド認知、好意度、比較検討、購入意向（以下、ブランド指標）それぞれにおけるブランド効果を比較検証
- 各ブランド指標におけるヘッドルームリフト（上昇ポテンシャルに対してどの程度スコアを伸ばすことができたか）をグラフ化



※Format 軸について、TrueView インストリーム広告、バンパー広告以外はサンプル数過小のため参考値（2017年12月時点）

2. ブランド効果の要因抽出

- 業種別かつブランド指標別に、ブランド効果の要因を抽出
- ヘッドルームリフトが高いキャンペーンはどのような特性を持っているのかを可視化



3. 動画広告メニューと KPI の最適化

- 業種別かつブランド指標別に、動画広告メニューの最適解と管理すべき KPI をフレームワーク化
(今後は更なるデータ拡充により、ブランド指標別のメッシュで分析を深掘りする想定)

有効な動画広告メニューと管理すべきKPI

		Format						Creative		KPI			
		TrueView インストリーム広告 15秒	TrueView インストリーム広告 30秒	TrueView インストリーム広告 31秒	バナー広告	Google Preferred	TrueView インストリーム広告 & バナー広告	TrueView インストリーム広告 & Google Preferred	CMと同一	動画クリエイティブ	Frequency	再生完了率	Brand Lift コスト効率
CPG	Upper Funnel	■		■	■	■							■
	Lower Funnel	■									■	■	■
ITサービス	Upper Funnel		■		■							■	■
	Lower Funnel		■				■					■	■
通信	Upper Funnel				■								
	Lower Funnel	■											
自動車	Upper Funnel			■		■					■	■	
	Lower Funnel									■		■	
金融・保険	Upper Funnel				■					■			■
	Lower Funnel		■							■			■

博報堂 DY デジタルは今後も動画広告クリエイティブの最適解の発掘、ひいてはあらゆる動画広告を活用したブランド効果の最大化を追求してまいります。今後、本取り組みを通じて得られた知見や開発したソリューションについては、広告主企業のデジタルを活用したブランディング活動『Hakuhodo DY digital_branding™』の一環として随時、積極的に発信していきます。それらを通じ、広告主企業のマーケティング成果向上ならびに業界全体の健全な発展のために、博報堂 DY グループ一丸となって本領域の課題解決に取り組んでまいります。

以上

■ 本件に関するお問い合わせ先 ■

株式会社博報堂 DY デジタル 経営計画本部 広報担当 三石・大石 03-6441-7888