

報道関係各位

2020年9月3日

合同会社カンター・ジャパン

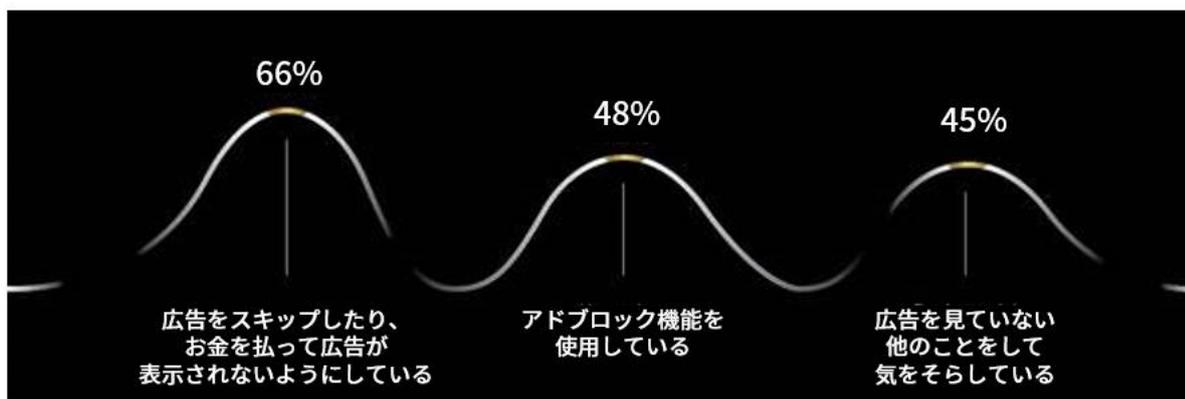
- たった3日でデジタル広告の効果が測定可能 -

## カンターより、新ブランドリフト調査ソリューション 「Context Lab LIVE(コンテキスト・ラボ・ライヴ)」登場

マーケティングのインサイトとコンサルティングで世界をリードする Kantar (カンター)の日本法人、合同会社カンター・ジャパン(東京都渋谷区、以下、カンター・ジャパン)は、実査準備から報告(オンラインレポートのご提供)までの日数がたったの3日間という、既存のソリューションよりもはるかに短期間に、メディアや広告メニューの違いによる広告クリエイティブ効果を明らかにする革新的なソリューション「Context Lab LIVE(コンテキスト・ラボ・ライヴ)」の提供を開始いたしました。

### ■デジタル広告投資でより多くのリターンを得るために

長引くコロナ禍で「ニューノーマル」はそのまま習慣として常態化し、消費者のメディア消費は急速にデジタルシフトする中、ブランドもまたデジタルシフトに適応することが求められています。また、マーケティング投資に対する結果にこれまで以上の説明責任が求められる中で、マーケターは各プラットフォームの特性に合わせて配信する広告やコンテンツを設計し、ROIを改善することが期待されています。



しかし、上図のように、どんなに良いコンテンツでも、配信先のメディアやメニューと相性が悪ければ、せっかくの投資に無駄が発生してしまいます。逆にメディアやメニューが良くても、コンテンツがふさわしいものでなければ同じことが言えます。もちろんデジタル広告への投資だけでなく、デジタル環境での消費者との接点も貴重です。その機会を最大限活かすためには、事前に、そして素早く、コンテンツのブランドリフト効果を理解し、プラットフォームを横断してメディアプランを最適化する必要があります。

## ■新サービス「Context Lab LIVE (コンテキスト・ラボ・ライヴ)」が可能にすること

Kantar の新ソリューションとして登場する Context Lab LIVE(コンテキスト・ラボ・ライヴ)は、広告クリエイティブとメディア上で最も効果の高い広告表示のされ方(メニュー/表示箇所)の組み合わせを明らかにし、デジタル広告のパフォーマンス最大化に貢献します。

革新的なテクノロジーを導入した Context Lab LIVE(コンテキスト・ラボ・ライヴ)は、実際のキャンペーン環境を再現することで、キャンペーン開始前に消費者に対する広告効果を計測します。広告クリエイティブがどのようなメディアコンテキストで表示された際に、ブランドリフト効果を最大化できるのかを事前に明らかにします。

ここでいうメディアコンテキストとは、消費者がどのメディア(YouTube、Twitter、Facebook、Instagram、Snapchat、TikTok など)で、どのように(メニューや表示箇所)広告を目にするかを指します。最も効果の高いメディアコンテキストを明らかにすることは、広告クリエイティブを展開する際の最適解を得ることに他ならず、この最適解によりキャンペーンを開始初日からベストな ROI でスタートさせることが可能になります。

### Context Lab LIVE(コンテキスト・ラボ・ライヴ)に適した課題:

- 広告クリエイティブとメディア上での広告表示のされ方(メニュー/表示箇所)の最も効果の高い組み合わせを数日で特定したい。
- キャンペーン開始前に、プラットフォームを横断してデジタル広告のブランドリフト効果を比較したい。
- 実際のキャンペーン環境下で、他の数千件の広告と比較しながら、広告のパフォーマンスを検証することで、広告クリエイティブを展開する際の最適解を得たい。
- 広告クリエイティブと相性の悪い場所に広告が表示されることでブランド毀損するリスクを最小限に抑えたい。(ブランドセーフティーを高める)
- どのようにしたらブランド認知、好意度、購入意向などの KPI を最大化できるかを事前に把握し、自信をもってキャンペーンを展開することで ROI を向上させたい。

### Context Lab LIVE(コンテキスト・ラボ・ライヴ)の特長:

- 1つの広告クリエイティブを複数のメディアコンテキストでテストできる。(YouTube vs Twitter vs Facebook vs Instagram vs Snapchat vs TikTok など)
- ブランドリフト効果だけでなく、クリエイティブへの評価を同時に得られる。
- キャンペーン実施前に各プラットフォームにおける広告クリエイティブのエンゲージメントデータを取得できる。(ビューアビリティ、クリックスルー率、視聴完了率など)
- 実査準備から報告までたったの3日間、結果をメディアプランにすぐ反映できる。

Context Lab LIVE(コンテキスト・ラボ・ライヴ)をご利用いただくと、オンラインレポートを通じてアナリストによる質の高い分析と示唆を受け取るのに数週間も待つ必要はありません。たったの「3日」でお客様が意思決定することを可能にします。お客様のデジタルキャンペーンのパフォーマンス最大化を実現するために、これまでオペレーションが複雑だったブランドリフト調査を、Kantar はテクノロジーの力で手軽に時間をかけず実施できるシンプルかつ、費用対効果の高いソリューションとして提供を開始いたします。

Context Lab LIVE(コンテキスト・ラボ・ライヴ)の紹介動画(YouTube)はこちら

<https://www.youtube.com/watch?v=zClrdkOdJgE&feature=youtu.be>

※本文を引用される場合は、出典が「カンター・ジャパン」であることを明記してください。

## 《会社概要》

### Kantar(カンター)について

Kantarは、マーケティングのインサイトとコンサルティングで世界をリードする会社です。100か国以上、約3万人の従業員を擁するカンターは、あらゆる分野の専門的なりサーチおよびコンサルティングにおいて、世界中の企業や政府機関に納得いただけるインサイトとビジネス戦略を提供しています。

Global Webサイト: [www.kantar.com](http://www.kantar.com)

### カンター・ジャパンについて

【社名】 合同会社 カンター・ジャパン(Kantar Japan)

【代表者】 CEO: ヴァルマ・シシール

【所在地】 東京都渋谷区代々木2-1-1 新宿マインズタワー6F

カンター・ジャパンはKantarの日本法人で、国内では50年以上の歴史があるマーケティング・エージェンシーです。有用なインサイトを調査データから導きだし、社内外に存在する様々なデータと組み合わせることで、適時適切な「経営/マーケティング判断」を行うための「ソリューション」と「専門的なアドバイス」を提供しています。カンター・ジャパンは、Kantarの新しい知見や効果的な手法の国内導入を積極的に行い、「ビジネス機会の評価」から「製品・ブランド戦略の立案」、「マーケティング施策実行・支援」まで、海外調査も含めた「ワンストップサービス」を強みとしています。

カンター・ジャパン Web サイト <https://www.kantar.jp>

### プレスリリースに関するお問い合わせ先

合同会社 カンター・ジャパン 広報 : 川井 禮奈

Tel: 03-6859-4254 E-mail: [Marketing@kantar.com](mailto:Marketing@kantar.com)

