

平成 28 年 10 月 24 日
株式会社アイレップ

アイレップ、Facebook 社と共同調査を実施：

Web サイト流入最大化のための Facebook 広告の最適な予算投下量を発見。
また、Facebook 広告接触ユーザーの検索エンジン経由流入増も証明

株式会社アイレップ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 CEO：紺野俊介、以下アイレップ）と、Facebook Japan 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：長谷川晋、以下 Facebook Japan）が共同で実施した調査の結果、Facebook 広告の効果を最大化する最適な予算投入投下量が判明しました。また、Facebook 広告がユーザーの検索行動に影響を与えることも明らかになりました。これによりアイレップは、広告が Web サイト流入に与える直接効果だけでなく、間接効果も加味した上で、広告予算を適切に配分し、クライアント企業の成果向上のためのより戦略的な提案が可能となります。

今回の調査は、アイレップが培った運用型広告のノウハウや実績、またソーシャル広告における高いポテンシャルが評価され、実現しました。現在、Facebook の国内ユーザー数は 2,600 万人を突破し（2016 年 9 月時点）、豊富なデモグラフィックデータを活用した同広告のターゲティング効果は既知のものとなっています。

Facebook 広告を配信するクライアントが増加する中、Facebook 広告の効果を適切に判断するためには、直接的な広告効果だけでなく、Facebook 広告に接触したことによるその後のユーザーの態度変容までトラッキングする必要があります。本調査では、Facebook 広告が全てのチャネルからの Web サイト流入に及ぼす直・間接的な影響度と、Google や Yahoo! などの国内主要検索エンジン（以下、検索）からの Web サイト流入にどの程度寄与しているかを実数化し、検証しました。

具体的には、同じデモグラフィックのターゲットオーディエンスに対して、予算投下レベルを「低」「中」「高」の 3 グループに分け、さらに各グループにおいて、Facebook 広告「接触ユーザー群」「非接触ユーザー群」を設定し、広告配信を実施しました（下記調査概要参照）。

その結果、あらかじめ設定したオーディエンスサイズごとに、適切な予算量を投下することで、広告「接触ユーザー」は「非接触ユーザー」の 2.7 倍流入率が上昇し、さらに広告効果を最大化する最適な予算投下量ポイントが予算投下レベル「高」を超えるあたりに存在することを特定しました（図 1 参照）。



図 1：Facebook 広告「接触ユーザー」対「非接触ユーザー」の Web サイト流入リフト率

また、予算サイズごとに、Facebook 広告「接触ユーザー」と「非接触ユーザー」の検索経由の Web サイト流入率を比較したところ、「接触ユーザー」は「非接触ユーザー」よりも最大で+10%の増分効果を記録していることが分かりました（図 2 参照）。これは、Facebook 広告が、広告接触後のユーザーの検索行動に影響を与えている事実を意味しています。

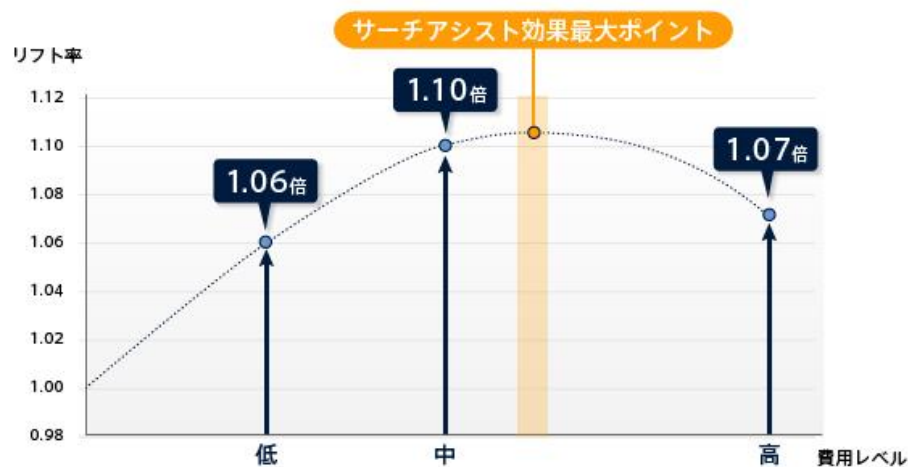


図 2：Facebook 広告「接触ユーザー」対「非接触ユーザー」の検索からの Web サイト流入リフト率

購買ファネルの視点では、直接効果だけでなく、購買行動の直前にいるであろう検索ユーザーを拡大し、態度変容促進効果があるといえます（図 3 参照）。

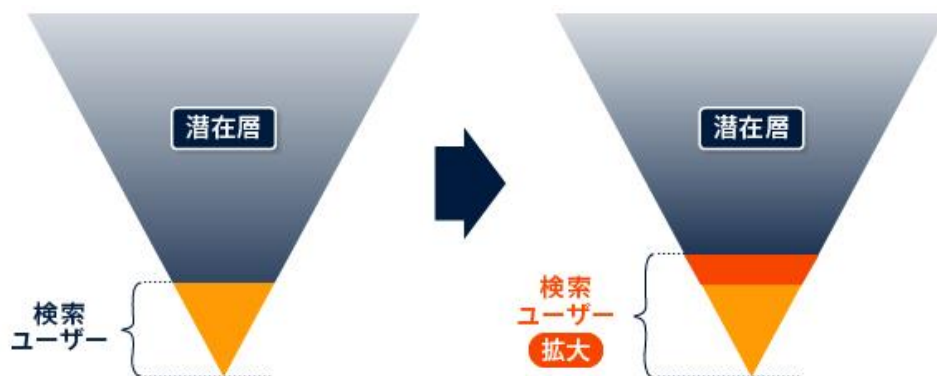


図 3：Facebook 広告接触前後の購買ファネル（イメージ）

■ 調査概要

調査対象者：Facebook ユーザー

調査期間：2016 年 8 月～9 月の 2 週間（掲載終了後 2 週間のトラッキングを実施）

調査方法：広告費用レベルを「低」「中」「高」の 3 グループに分け、Facebook 広告「接触ユーザー」「非接触ユーザー」の流入率を計測・比較し、リフト率として表示（計測期間中、本キャンペーン以外の Facebook 広告は実施しない）。

調査企画：株式会社アイレップ、Facebook Japan 株式会社

調査実施：Facebook Japan 株式会社

アイレップでは今後も、広告主のデジタルマーケティングにおける広告効果の最大化に貢献するために、クロスチャネルによるベストソリューションを追究していきます。

以上

■Facebook, Inc. について

Facebook は、誰もが安心して情報をできる、オープンでつながりのある世界を実現するため 2004 年に設立されました。人々は Facebook を使って友達や家族と常につながり、世界で何が起こっているか発見したり、自分に関連することをシェアしたり表現したりすることができます。



—— 会社概要 ——

【社名】 : Facebook, Inc.

【所在地】 : Menlo Park, California (本社)、東京都港区 (Facebook Japan 株式会社)

【URL】 : <https://www.facebook.com>

【代表者】 : Mark Zuckerberg (Facebook, Inc. 創設者、CEO)、長谷川晋 (Facebook Japan 株式会社 代表取締役)

【設立年月】 : 2004 年 2 月 4 日 (Facebook, Inc.)

■株式会社アイレップ について

アイレップは広告主のマーケティング成果を最大化するデジタルマーケティングエージェンシーです。国内圧倒的ナンバーワンの SEM 領域に、データを起点とした新たな広告事業・ソリューション事業を加えることで、「ユーザーへの最適な情報流通により、国内外のクライアント企業の成果を最大化へと導くエージェンシー」の立場を確固たるものにしていきます。

—— 会社概要 ——

【社名】 : 株式会社アイレップ

【所在地】 : 東京都千代田区永田町 2 丁目 11 番 1 号 山王パークタワー 7F

【URL】 : <http://www.irep.co.jp/>

【代表者】 : 紺野俊介

【設立年月】 : 1997 年 11 月

【資本金】 : 5 億 5,064 万円 (2016 年 9 月末現在)

【事業内容】 :

- ・ 広告代理事業
- ・ ソリューション事業
- ・ ツール事業
- ・ その他 (デジタルメディア事業等)

【記事転載・引用等に関する問い合わせ先】

●株式会社アイレップ

TEL : 03-3596-8050 FAX : 03-3596-8145

【報道関係問い合わせ先】 広報担当 E-MAIL: pr@irep.co.jp

【弊社サービス内容に関する問い合わせ先】 E-MAIL: contact@irep.co.jp

※アイレップは、D.A. コンソーシアムホールディングスの 100% 子会社です

■D.A. コンソーシアムホールディングス株式会社

D.A. Consortium **holdings**

【代表者】 : 矢嶋弘毅

【所在地】 : 東京都渋谷区恵比寿 4-20-3 YGP タワー 33F

【URL】 : <https://www.dac-holdings.co.jp/>

【設立年月】 : 2016 年 10 月

【上場市場】 : 東京証券取引所市場第二部 (証券コード : 6534)