

クロスプラットフォーム時代を見据えた

テレビCM／動画広告クリエイティブのワンストップ評価サービスを開始

～ 2016年4月「クリエイティブカルテ」リリース ～

2016年4月18日

株式会社ビデオリサーチ（本社：東京都千代田区、社長：秋山創一、以下ビデオリサーチ）は、来るべきクロスプラットフォーム時代を見据えて、テレビCM／動画広告クリエイティブ評価についての多用なニーズにワンストップで応える『クリエイティブカルテ』を新たに開発し、本日より提供を開始いたします。

<サービス概要>

従来のテレビCMクリエイティブ評価調査は、目的毎に複数調査を使い分けるケースが主流でした。複数調査併用による調査管理の手間とコストの軽減はマーケターの積年の課題でした。

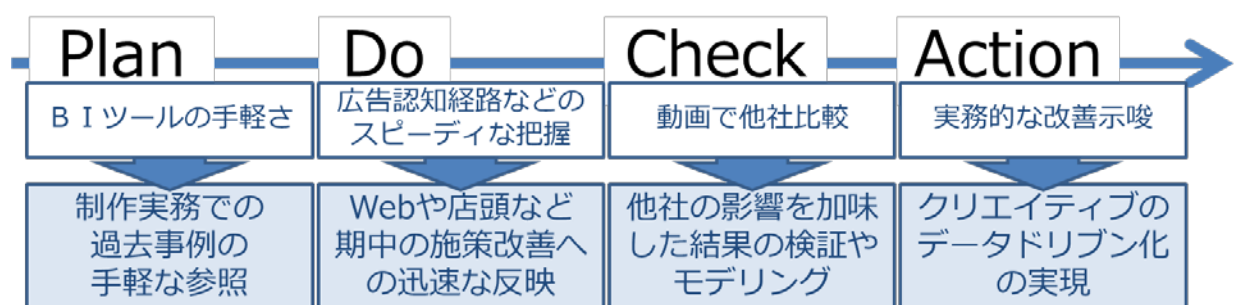
これら従来型調査は急速に進む昨今のデジタル化・視聴の分散化（フラグメンテーション）の趨勢にも対応しきれておりません。テレビとネットなど複数の認知経路を統合して把握したい、という要請も日増しに強くなっております。

そこで、弊社ではこれら多用なニーズにワンストップで応えることが可能なサービスとして『クリエイティブカルテ』をご提供させていただきます。デジタル対応支援と調査管理コスト軽減、この両面からマーケターのクリエイティブ実務に即活用していただくべく、サービス提供を開始します。

<サービスの特徴>

1. テレビCM／オンライン動画広告の「動画での評価」かつ「他社比較」も両立
2. 申込～納品まで1週間なので、Web広告の追加出稿など出稿期中の迅速な施策修正の一助に
3. 広告認知経路も把握することで、クロスプラットフォームでの効果を把握。
デジタルや交通なども含めた統合的マーケティングコミュニケーションの施策改善の要に
4. BIツール（タブロー）納品なので、データ蓄積が容易
5. 契約クリエイターによる実務的・具体的な改善示唆でクリエイティブのデータドリブン化の実現（オプション対応）

クリエイティブカルテのPDCAサイクルへのビルトインイメージ



「クリエイティブカルテ」と他の調査手法との比較表

	クリエイティブ カルテ	一般的な Web調査	一般的な 会場調査（CLT）
動画での評価	○	○	○
競合比較	○	△	△
相乗による単価抑制	○	×	×
実査時期の自由度	○	○	○
キャンペーン期中速報	○	○	△
広告認知効率	○	×	×
広告認知経路	○	△	△

「クリエイティブカルテ」調査概要

調査単位 年間約 100 回（毎週 2 回（①毎週火曜、②毎週金曜））

発行日程 年間約 100 回（①翌週月曜、②翌週木曜にそれぞれリリース）

調査期間 ①②とも各 3 日間

調査地域 関東 1 都 6 県（東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県、群馬県、栃木県、茨城県）

調査対象者 調査時に満 15 歳～69 歳の男女個人

目標有効標本数 540 人

標本抽出法 インターネットリサーチパネルより、無作為にメール送信し、調査を依頼。
性年代均等割付けしたサンプルを住民基本台帳の性・年齢構成に従いウェイト集計

調査方法 インターネット調査

<http://www.videor.co.jp/solution/ad-measure/creative-karte/index01.htm>

お問い合わせは、当社営業窓口もしくは当社コーポレートコミュニケーション室までご連絡ください。