

# VRI、goo、マイクロソフト、Yahoo! JAPAN、 インターネット広告の視認効果に関する基準値の作成に着手

2007年3月15日

株式会社ビデオリサーチインタラクティブ

エヌ・ティ・ティ レゾナント株式会社

マイクロソフト株式会社

ヤフー株式会社

---

## VRI、goo、マイクロソフト、Yahoo! JAPAN、 インターネット広告の視認効果に関する基準値の作成に着手

---

インターネットの利用状況を調査している株式会社ビデオリサーチインタラクティブ（以下 VRI、本社：東京都千代田区）と、gooを運営するエヌ・ティ・ティレゾナント株式会社（本社：東京都千代田区）、ウェブプラットフォームWindows Live(TM)及びインターネットポータルサイトMSN(R)を運営するマイクロソフト株式会社（本社：東京都渋谷区）オンラインサービス事業部、Yahoo! JAPANを運営するヤフー株式会社（本社：東京都港区）のポータルサイト運営事業者3社は、共同調査を開始し、インターネット広告の視認効果に関する基準値の作成を目指します。

2006年に社団法人日本広告主協会・Web広告研究会・メディアミックス委員会が実施したインターネット広告に関する広告主へのアンケートでは、約6割の企業が「効果検証のための分かりやすい指標が必要」と回答しています。このことから、インターネット広告を活用するにあたって、従来からのクリックスルーレート（クリック率）やコンバージョンレート（閲覧者が購買等の行動に至った割合）などを主体とするレスポンス効果の指標に加え、他のマスメディアでも一定の効果が認められているような、広告の視認による認知効果を検証するための分かりやすい基準づくりが求められています。

今回の共同調査では、VRIの監修のもと、goo、MSN、Yahoo! JAPANに掲載される広告を対象として、共通の方法で年間50件程度の調査を行い、広告注目率、クリエイティブに対する評価、広告接触による認知効果等について、基準値を作成します。作成した基準値は、広告が視認されることによる認知効果を検証するための指標として利用するだけでなく、今後ますます重要となるインターネット広告や他の媒体も含めた複合的なメディアプランニングのための基礎デー

タとしても広く活用していきます。

本調査の調査設計は、VRIによって行います。本調査は3月中旬より開始し、調査結果については、2007年度内での発表を目指しています。