

10月18日は「統計の日」。サイカが統計解析を活用し、コロナ禍が広告に与えた影響を発表 ～テレビCMや動画広告の費用対効果が向上～

2021年10月18日は、統計の日です。この統計の日に合わせて、株式会社サイカ(本社:東京都千代田区、代表取締役CEO:平尾 喜昭、以下 サイカ)が提供する、統計解析を活用した広告ソリューション「ADVA(以下、アドバ)」により明らかになった「コロナ禍が広告に与えた影響」を発表します。新型コロナウイルス感染症(以下、新型コロナ)が広告に与えた影響を明らかにするため、40社以上の企業様を対象に、コロナ禍前後における各広告の費用対効果の変化を、統計を活用して解析。結果、費用対効果が低下した広告と、向上した広告に二分されたことが判明いたしました。



【本解析の背景】

2020年1月以降、新型コロナ拡大という未曾有の危機により、広告主における広告販促活動は、キャンペーンや各種イベントの延期・中止など、これまでの活動内容から大きな変化が見られました。さらに、コロナ禍における消費者の行動様式の変化に伴い、消費者が広告に接触する機会や場所も変化しました。

このような変化の激しい環境下においても、広告主は常に最適な広告投資が求められます。一方、新型コロナが自社の広告にどの程度影響を与えているのかを把握することは困難であり、広告メディアへの最適な予算配分に頭を悩ませている企業様も少なくありません。

サイカは2016年から、国内No.1の広告効果分析ツール※1「ADVA MAGELLAN(以下、アドバマゼラン)」を提供しています。アドバマゼランの分析は統計解析を活用しており、広告施策だけ

でなく、天候や新型コロナ影響などの外部要因も含めて統合的に広告施策の効果を分析することができます。

そこでこの度、新型コロナが広告に与えた影響を明らかにするため、40社以上の企業様を対象に、コロナ禍前後における各広告の費用対効果の変化を統計解析しました。

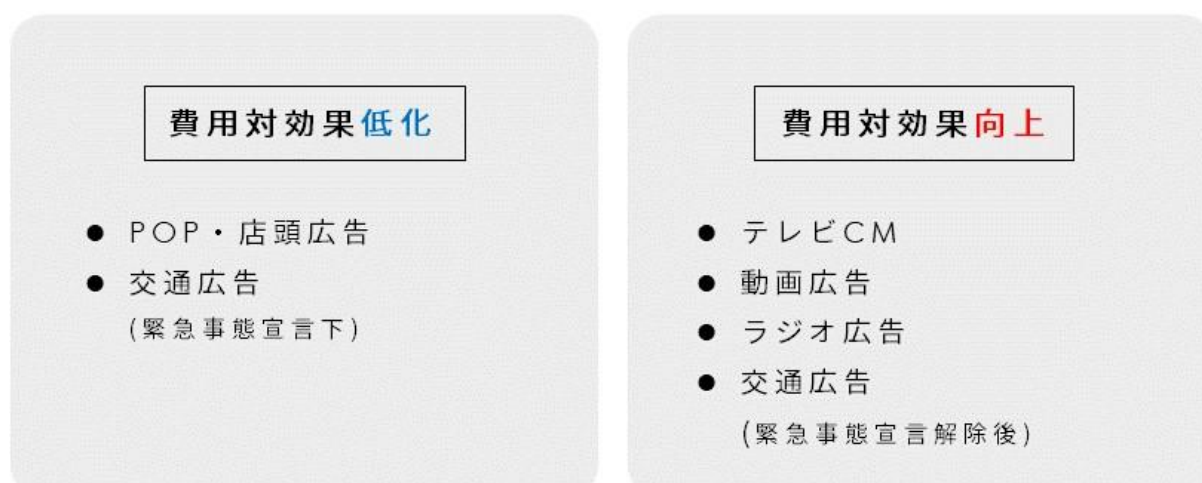
【広告に対する新型コロナの影響の解析結果】

<結果サマリ>

新型コロナの影響により、費用対効果が低下した広告と向上した広告に二分されました。

- 低下した広告は店頭施策や交通広告などのオフライン広告が中心。外出自粛による影響が大きいことが推察された。
- 向上した広告はテレビCMや動画広告、ラジオ広告などで、在宅時間が長くなったことや、外出時の交通手段の変更により接触媒体が変化したことが示唆された。

■広告に対する新型コロナの影響



<詳細>

コロナ禍で費用対効果が低下した広告

①POP・店頭広告

外出自粛など行動制限の影響により来店客数そのものが減少したことも影響し、来店客数減少の影響を除いても、店頭広告の費用対効果が低下。その理由として、行動制限下における来店客は購入目的の商品が明確に定まった状態で来店している場合が多く、POPなどの店頭広告による影響を受けにくいということが推察される。

②交通広告(緊急事態宣言下)

緊急事態宣言の影響で交通機関の利用者数が減少した結果、交通広告の費用対効果が低下。

コロナ禍で費用対効果が向上した広告

①テレビCM・動画広告

巣ごもり需要で在宅時間が長くなり、テレビやスマホでの番組・動画視聴時間が増加したことに加え、スマホによる情報収集の時間増加に伴い、オンラインでの商品の購入機会が増加したことが影響していることが推察される。

②ラジオ広告

公共交通機関から自動車移動に交通手段が変化したことにより、ラジオ広告を耳にする機会が増えたことによる影響が示唆される。また、外出自粛やリモートワークの普及により、radikoの聴取率が伸びたことによる影響も寄与していると推察。

③交通広告(緊急事態宣言解除後)

緊急事態宣言中の費用対効果が低下した交通広告であるが、緊急事態宣言解除に伴い交通機関の利用者数が回復すると、費用対効果が向上。

今回の解析結果より、コロナ禍における人々の行動変化が広告効果に大きく影響を与えていることが分かりました。また、物理的な広告接触者数(来店客数など)の変化だけでなく、接触者の特徴(来店動機など)の変化が広告の効果に与える影響も明らかとなりました。

サイカでは、今後もアドバ マゼランを活用した統計解析を通して、企業様の広告投資の最適化と事業成果の最大化に貢献してまいります。

【ADVA(アドバ)について】

データサイエンスを駆使して、テレビCMを中心としたマーケティングの成果を最大化させるサービスです。広告効果の可視化や最適な予算配分をはじめ、テレビCMのクリエイティブ分析・制作から、メディアプランニング・バイイングまでワンストップで行います。アドバはマーケティングの分野で統計学を活用することで「誰もがデータに基づく正しい判断ができる世界」を実現します。

【会社概要】

会社名 : 株式会社サイカ

代表者 : 代表取締役CEO 平尾 喜昭

所在地 : 東京都千代田区西神田2丁目5番2号 TASビル2F・3F・6F

設立 : 2012年2月

URL : <https://xica.net/>

※サイカおよびXICA、ADVAの名称・ロゴは、日本国およびその他の国における株式会社サイカの登録商標または商標です。

※その他、記載されている会社名・商品名についても、各社の商標または登録商標です。

(*1) クロス・マーケティンググループの株式会社ショッパーズアイが、マーケティングミックスモデリングツールおよびオンオフ統合分析ツール10社を対象としたイメージ調査を上場企業様のマーケティング担当者149名に対して行った調査

調査期間 : 2019年10月16～18日

調査概要 : マーケティングミックスモデリングツールおよびオンオフ統合分析ツール10社を対象としたイメージ調査

調査手法 : インターネット調査

調査対象者 : 22-69歳、男女、全国、マーケティング職種、上場企業勤務、テレビCM出稿企業勤務している方149名

【お客様お問い合わせ先】

株式会社サイカ マーケティング課

TEL : 03-6380-9357

E-MAIL : marketing@xica.net

※ プレスリリースは当社Webサイトでも公開しています。

<https://xica.net/news/adva-toukei/>