



Press Release  
【報道関係各位】

**ブランディング施策の投資対効果検証に特化した初の MMM サービス  
「Brand Dynamics Modeling」の提供を開始**  
～購買サイクルの長い商材や BtoB 商材の分析も可能に～

2024 年 9 月 30 日

株式会社マクロミル

(コード番号：3978 東証プライム)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役社長 CEO：佐々木徹 以下、当社）は、マーケティング施策における短期的な売上向上施策から、長期的なブランディング施策の効果を同列に定量化して捉える MMM（マーケティング・ミックス・モデリング）サービス「Brand Dynamics Modeling」の提供を開始しました。

当サービスでは、ブランドに対する顧客の認知や想起、購入意向などの意識データ（以下、ブランディング指標）を当社のマーケティングリサーチ事業の強みを活かして取得・活用し、各施策の中長期的な効果を可視化します。データ取得から意思決定までを一気通貫で支援する、**ブランディング施策の投資対効果検証に特化した初の MMM サービス**です。

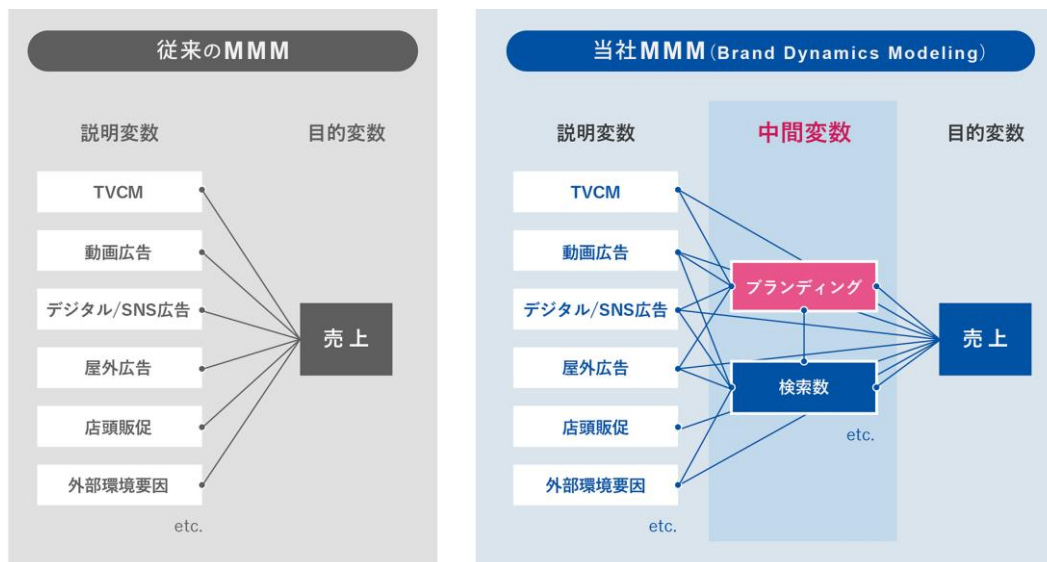


図 1：従来の MMM と、当社の MMM の違い

■ 従来の MMM における課題

MMM は、テレビ CM やオンライン広告をはじめとするさまざまなマーケティング施策の効果を定量的に可視化する手法として広く活用されています。しかし、従来の MMM サービスの多くはブランディング指標が組み込まれておらず、マーケティング施策の成果指標（売上やコンバージョン）に対する効果を分析するケースが多くあります。その結果、施策の効果が即時的に成果指標として表れにくいブランディング施策の投資効果を、正しく評価できていないという問題がありました。こうした問題に対応するには、ブランディング指標を組み込んだモデルの構築が必要とされますが、そのデータ自体の取得やモデル

構築の難易度の高さが課題でした。

## ■「Brand Dynamics Modeling」のサービス概要

当社が開発した「Brand Dynamics Modeling」は、ブランディング指標のデータ取得からブランディング施策の投資効果の可視化、それらに基づく投資最適化を一気通貫で支援するMMMサービスです。ブランディング指標を高頻度で取得し、中間指標として分析するため、短期的な販売促進を目的とした施策と中長期的なブランディング施策を、同列に評価することができます。これにより、顧客企業の中長期的なマーケティング施策の投資効果の可視化やメディア戦略の最適化、マーケティング ROI（マーケティング活動による投資収益率）の向上を支援します。

### サービスサイト URL

<https://www.macromill.com/service/digital-data/ad-roi/>

## ■「Brand Dynamics Modeling」のサービス特長

### 1. 短期的な売上向上施策と中長期的なブランディング施策の総合評価

数値化が困難だったさまざまなメディアのブランディング効果を分析し、中長期的な広告効果を測定。短期的な施策と中長期的な施策を同列に評価することが可能です。

### 2. ブランディング指標データを中心に、分析に必要なデータ収集をサポート

ブランディング指標の取得には、当社の「リアルタイム調査」を活用し、アンケートを自動配信。通常の調査費用の最大半額<sup>(※)</sup>と安価、かつ、高頻度にブランディング指標をトラッキングして蓄積します。また、当社の豊富なデータアセットを活用することで、MMMに必要な外部環境データや市場データも収集します。

(※) 調査の実施回数やサンプルサイズ、設問数によって変動

### 3. 購買サイクルの長い商材、BtoB 商材の分析も可能

ブランディング指標の活用により、買い替えサイクルの長い商材や、意思決定までにタイムラグのある BtoB 商材などのさまざまな商材で分析が可能。ブランディング活動を支援する広告企業の包括的な支援もご提供します。

## ■展望

MMMの実施に必要なデータのさらなる拡充に向けた、企業との戦略的パートナーシップを積極的に推進していきます。これにより、顧客企業のデータ準備の負担を軽減させ、よりスムーズな MMM の導入を支援します。

また、顧客セグメント別の投資効果の分析や、ブランド資産価値に基づくベースラインの予測分析により、ビジネス目標の到達に必要な投資プランの分析機能の追加開発も予定しています。

以上

## ■ 株式会社マクロミルについて

マクロミルは、国内オンラインリサーチ業界のリーディングカンパニーです。市場シェア No.1<sup>\*</sup>の豊富なリサーチ実績とノウハウ、90以上の国と地域で1.3億人へのリサーチが可能なグローバルネットワーク、独自に構築した消費者パネルから得られる多種多様なデータを活用し、お客様のマーケティング課題の解決に向けて最適なソリューションを提供します。創業時から育んできたデータネイティブな発想で、お客様のビジネスに成功をもたらす Data Culture 構築の原動力となることを目指します。

※オンラインリサーチ市場シェア=当社単体及び(株)電通マクロミルインサイト、QO株式会社のオンラインリサーチに係る売上高(2023年6月期)÷一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)によって推計された日本のMR業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分(2022年分)(出典:一般社団法人日本マーケティング・リサーチ協会(JMRA)2023年6月27日付第48回経營業務実態調査)

### 【株式会社マクロミル 会社概要】

代表者 : 代表執行役社長 CEO 佐々木徹  
本社 : 東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F  
設立 : 2000年1月31日  
事業内容 : マーケティングリサーチおよびデジタル・マーケティング・ソリューションの提供  
売上高 : 40,616百万円(2023年6月期)  
URL : <https://www.macromill.com>

#### － 本件に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報・ブランドマネジメント部 広報ユニット 度會、井上  
TEL : 03-6716-0707 MAIL: [press@macromill.com](mailto:press@macromill.com)  
URL: <https://www.macromill.com>