



**Kenshoo による最新調査：2015 年第 4 四半期はダイレクトレスポンス広告が活発に  
ソーシャル広告の新しい入札方式によってリーチ、クリック数の増加を促進**

2016 年 1 月 22 日  
Kenshoo Japan 株式会社

サンフランシスコ (2016 年 1 月 20 日) – アジャイルマーケティングで世界をリードする [Kenshoo](http://www.Kenshoo.co.jp) (<http://www.Kenshoo.co.jp>) は本日、新しいインフォグラフィックス「[Kenshoo Digital Marketing Snapshot: Q4 2015](#)」を発表しました。広告主にとってリスティング広告費用が業績を左右する状況に変わりはありませんが、今回のインフォグラフィックスでは、新しいソーシャル広告タイプが台頭する中で、ソーシャル広告と検索広告の情勢がどのように変化しているかについて特集しています。Facebook のダイナミックプロダクト広告や Instagram 広告などの登場により、ソーシャル広告費用は前年比で 50%増加しています。また、昨年はリスティング広告のインプレッション数全体の 8%しか占めていなかった Google の商品リスト広告が 26%を占めるまでになっています。いずれのチャネルでも、成長を牽引している主要な分野はモバイルです。リスティング広告費用が前年比で 8%増加していますが、これはほぼ全てがモバイルによるものです。

調査で明らかになったその他のトレンド:

- ソーシャル広告のインプレッション数が前四半期比では 4%増だが、前年比では 21%減
- ソーシャル広告のクリック数が前四半期比では 16%減だが、前年比では 30%増
- ソーシャル広告のクリックスルー率が前四半期比では 20%減だが、前年比では 64%増
- リスティング広告のインプレッション数が前四半期比では 8%増、また前年比では 12%増
- リスティング広告のクリック数が前四半期比では 13%増、また前年比では 32%増
- リスティング広告のクリックスルー率が前四半期比では 5%増、また前年比では 17%増

Kenshoo のマーケティング調査ディレクターである Chris Costello は、次のように述べています。「第 4 四半期は、昔からクリスマスセールの時期でもあり、商品リスト広告やダイナミックプロダクト広告への依存度が大きくなる時期でもあります。この時期は、マーケターがダイレクトレスポンス広告タイプをどれくらい重視しているかが顕著に現れます。新しいソーシャル広告タイプに加えて、ソーシャルチャネルの入札方式の変更によって、広告主は、エンゲージメントというよりは購買行動に直接働きかけ、さらにターゲットを絞り込んだ少数のクリック数に照準を合わせることができるようになりました。これは、業績の健全化を目指した様々なデジタル活動における小売企業のクリスマスショッピングシーズンの売上目標とも合致しました。」

PMG の戦略アカウントディレクターである David Gong は、次のように述べています。「第 4 四半期は、広告主、特に小売企業間の競争が激しさを増します。そのため、新たに現れた広告商品や入札方式を活

用して新しい効果的な方法を見極めることが重要です。さもなければ、市場での競争に勝つために投資した莫大な広告費用が回収不能になってしまいます。幸運なことに、当社は、Kenshoo の業界をリードするテクノロジーによって、そのような効果的な方法を特定できるため、それらに投資を行うことで、最適かつ効果的なキャンペーンを行うことができます。」

デジタルマーケティングイノベーションの分野で先頭を走る [Kenshoo Infinity Suite](#) を活用することで、顧客生涯価値を最大限高め、アジャイルマーケターとして成功することができます。Kenshoo の [業界をリードする 受賞歴のある](#) デジタルマーケティングプラットフォーム上に構築された Kenshoo Infinity Suite では、無限の最適化によって、あらゆるチャネルおよびデバイスにおいて、顧客を引き戻し、顧客を増加させることができます。

[Kenshoo.com/Digital-Marketing-Snapshot](#) から新しいインフォグラフィックス「*Kenshoo Digital Marketing Snapshot: Q4 2015*」をダウンロードしてください。

## 調査方法

リスティング広告とソーシャル広告の成果は、60 か国以上の国で、20 の業種にまたがる 3,000 に及ぶ Kenshoo の広告主と代理店のアカウントを対象にした、四半期 5 期にわたるパフォーマンスデータに基づいています。調査は、Google、Bing、Baidu、Yahoo!、Yahoo! Japan、Facebook®オーディエンスネットワークで実施しました。一部の異常値は除外しています。調査のサンプルは、インプレッション数が 5,500 億、クリック数が 110 億、広告主による支出が 60 億米ドルとなっています。広告費用および CPC は、Ex-FX ("固定為替") 調整を使用して測定しています。Ex-FX では、現地の通貨に基づいて結果を集計し、その後一般的な通貨に換算しています。

## Kenshoo について

Kenshoo は、アジャイルマーケティングのグローバルリーダーです。ブランド、代理店、開発者は Kenshoo Infinity Suite を利用して、検索、ソーシャル、モバイル、ディスプレイの各広告を通じて約 3,500 億ドルの年間クライアント売上収益を上げています。Kenshoo は、Facebook、FBX、Instagram、Twitter、Google、Yahoo、Yahoo Gemini、Yahoo Japan、Bing、Baidu を対象とした広告用の最先端のネイティブ API ソリューションを提供しています。Kenshoo は、190 か国以上に及ぶフォーチュン 50 社のほぼ半分の企業、および世界トップ 10 の広告代理店ネットワーク全てにおいて、デジタルマーケティングキャンペーンをサポートしています。Kenshoo の顧客は、CareerBuilder、Expedia、Facebook、Havas Media、John Lewis、Resolution Media、Sears、Starcom MediaVest Group、Tesco、Travelocity、Walgreens、Zappos などの企業です。Kenshoo は、世界中に 27 の拠点があり、Sequoia Capital、Arts Alliance、Tenaya Capital、および Bain Capital Ventures による支援を受けています。詳しくは、[www.Kenshoo.com](#) にアクセスしてください。

Facebook®は Facebook 社の登録商標です。

Kenshoo のブランドおよび製品名は Kenshoo Ltd. の商標です。その他の会社名およびブランド名はそれぞれの所有者の商標です

-----  
本件に関する報道関係の方のお問い合わせ先：

**Kenshoo Japan** 株式会社 担当：吉武

電話：03-4360-5529 FAX：03-4360-5301

email：Akiko.Yoshitake(a)kenshoo.com

**Kenshoo Japan** 広報代理店

共同ピーアール株式会社 担当：山本

電話：03-3571-5326 FAX：03-3574-0316  
-----