

取り扱い注意

 M-VALUE DIGITAL

2024年度「M-VALUE DIGITAL」調査概要

2024年5月

一般社団法人
日本雑誌協会

一般社団法人
日本雑誌広告協会

M-VALUE調査コアワーキンググループ

「M-VALUE DIGITAL（デジタル広告効果測定調査）」とは、**雑誌由来のWebコンテンツの価値可視化を目的**とした日本雑誌協会・日本雑誌広告協会傘下のワーキングプロジェクトの下スタートしました。本プロジェクトは両協会と、各協力出版社、広告会社3社（ADKマーケティング・ソリューションズ、電通、博報堂 D Y メディアパートナーズ）、日本アドバタイザーズ協会の協力の下に進めており、2022年9月より共同調査を開始いたしました。

この度、ワーキンググループ（後述の各社）メンバーで議論を重ね、調査手法を改善し、第2回目の「M-VALUE DIGITAL」を実施することになりました。より多くの皆様にM-VALUE DIGITALにご参加いただき、出版社Webメディアの価値向上と、データに基づくプランニングや取引の活性化を目指してまいります。

つきましては、趣旨をご理解いただき、調査のエントリーをいただけますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

①一斉調査から、適時調査へ

- ・「M-VALUE」本誌調査においても従来の形式では、年に一度の一斉調査を行ってまいりました。このたびの調査より、広告主様のメディアプランニングへフレキシブルに対応するための適時調査へ移行いたしました。

②エントリー方式を最適化

- ・事務局機能を、従来の日本雑誌広告協会事務局より、株式会社ビデオリサーチへ移管いたしました。これにより調査のエントリーから調査、調査データのフィードバックはビデオリサーチが事務局として対応してまいります。
- ・調査対象メディアごとにエントリーの主体を明確化いたしました。
 - ①出版社Webメディア タイアアップ広告： 出版社様・広告会社様から事務局へエントリー
 - ②一般Webメディア タイアアップ広告： 広告主様・広告会社様から事務局へエントリー
- ・エントリー機会の拡大に向けて、コンテンツマーケティングプラットフォーム「PrimeAd」(株式会社オールアバウト)とも連携し、新たに受付窓口を設置いたしました。

③広くご活用いただけるメディアデータへ

- ・調査仕様の最適化と業務効率化を通じて、エントリー費用を30万円(タイアアップ広告1素材/1Webメディア)にいたしました。
- ・広告会社様へご提供する調査データについては、エントリー広告素材に加えて、各カテゴリー平均値もオプションとしてご提供することが可能になりました。

●日本雑誌協会

■広告委員会

共催

●日本雑誌広告協会

■企画委員会

コアワーキンググループ（五十音順）

リーダー：小濱 千丈（文藝春秋）

出版社：講談社、集英社、小学館、文藝春秋、マガジンハウス

広告会社：ADKマーケティング・ソリューションズ、電通、博報堂D Yメディアパートナーズ

委託

運営事務局

調査会社：ビデオリサーチ

協力会社：オールアバウト（PrimeAd）

連携

M-VALUE DIGITAL

●日本アドバタイザーズ協会

■メディア委員会（プリントメディア）

●日本広告業協会

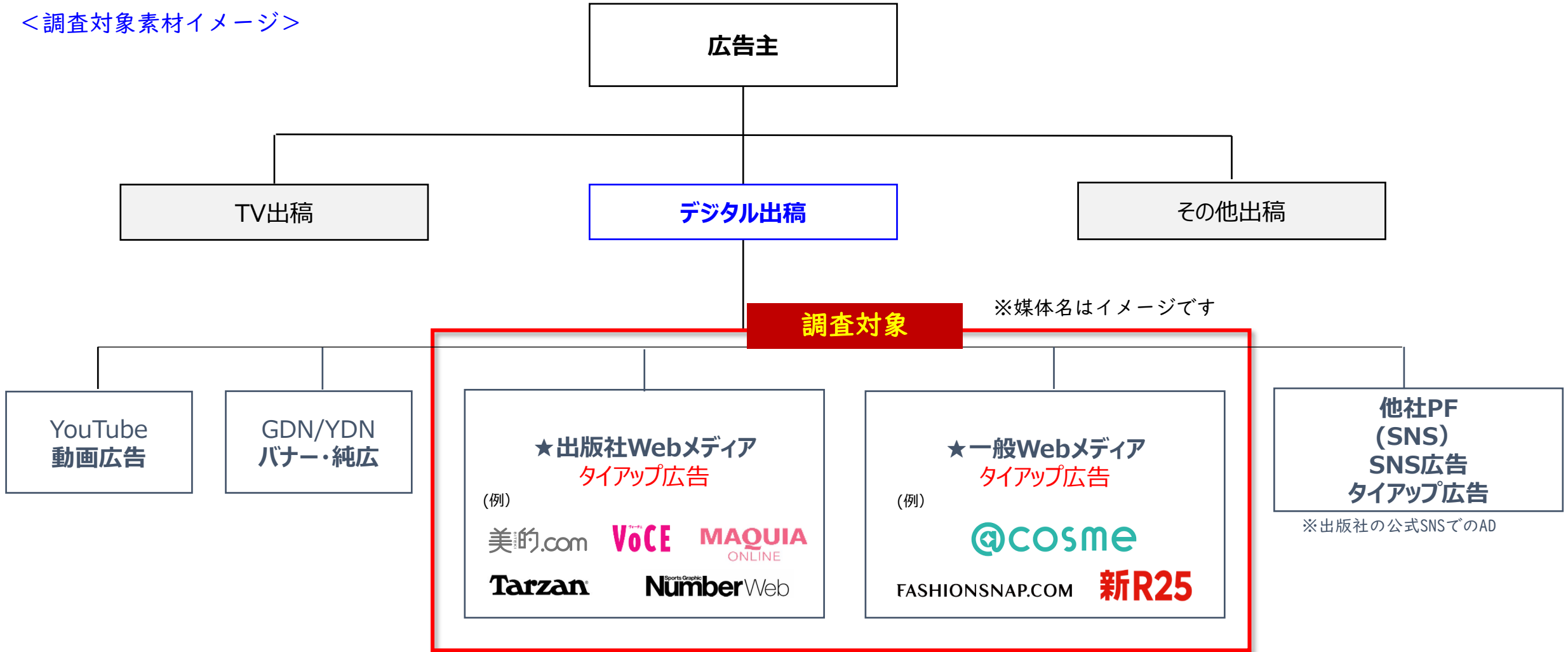
■雑誌委員会

●日本ABC協会

■雑誌幹事会

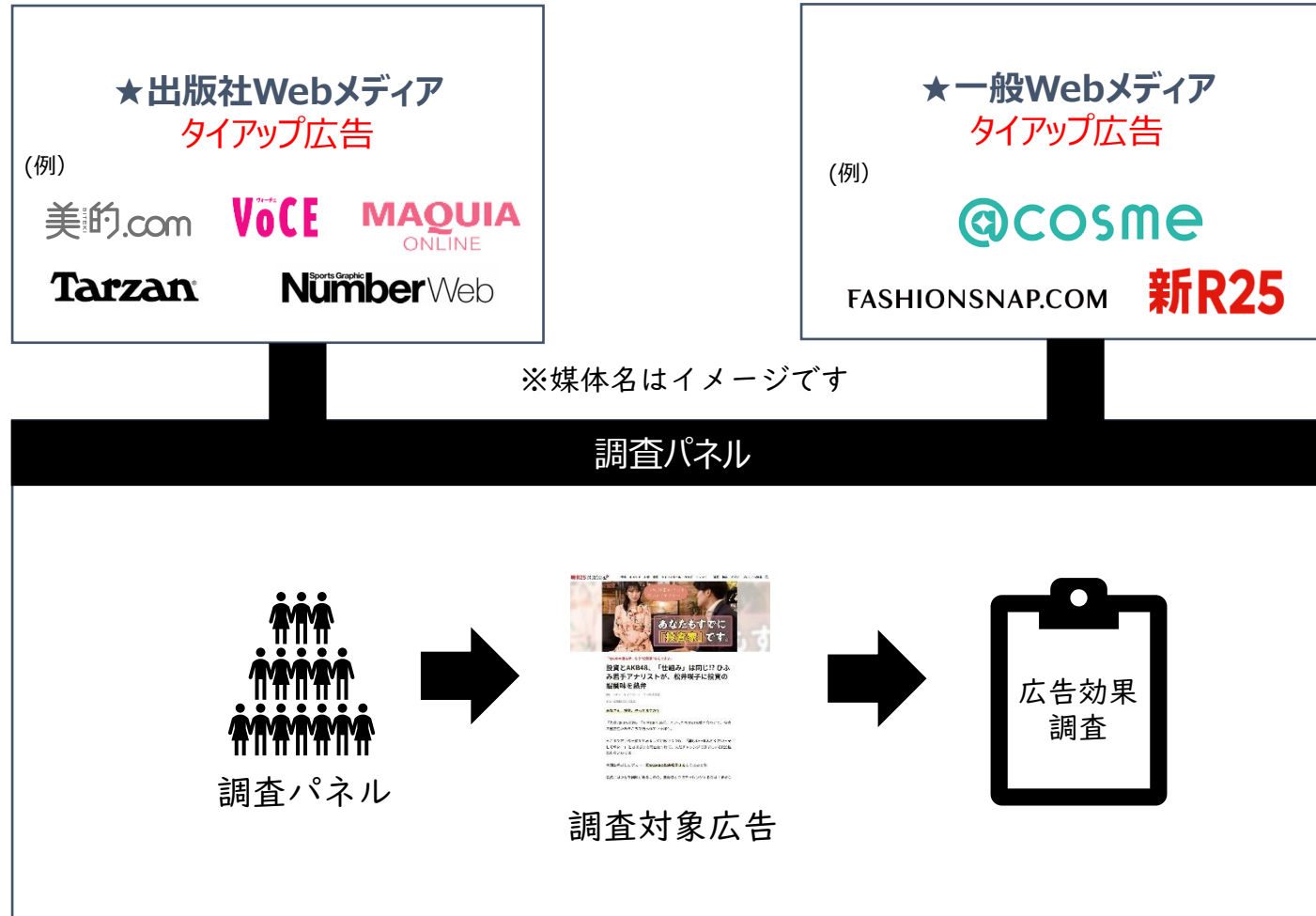
主要広告主のデジタルキャンペーンについて媒体社制作コンテンツ(タイアップ)を横並びで測定し
平均値と比較することで各サイトの有意性を検証致します

<調査対象素材イメージ>



「M-VALUE DIGITAL」調査手法・調査概要

出版社Webメディア、一般Webメディアに出稿されるタイアップ広告が対象
インターネット調査パネルに対して、広告素材をご覧いただいた後にアンケート調査を行います



【調査エントリー】
2024年6月3日より開始します

調査概要

エリア：全国（地域不問）

対象者：①男女20～59才
②当該Webサイト（月に1日以上）
&当該誌の読経験者

調査方法：インターネット調査

サンプル数：400サンプル目標

調査実施機関：株式会社ビデオリサーチ

「M-VALUE DIGITAL」調査内容①

	QN0.	調査内容	対象	回答	備考	
事前調査	SC1	性別・年齢	全員	SA	20-59才 ※性別は対象商材により調整(男性のみ/女性のみ)	
	SC2	当該Webサイト閲読頻度	20-59才	SA	※「月に1日程度」以上を対象	
	SC3	当該紙面閲読頻度	20-59才	SA	※「不定期に閲読することがある」以上を対象	
本調査※広告効果	Q1.	(事前)商品・サービス認知	全員	SA	購入・利用している～知らない	
	広告素材提示 (提示のURLリンクから広告素材確認)					
	Q2.	広告・記事への好意	全員	SA	●●サイト掲載の「○○○」について とても好感を持った→まったく好感を持たなかった	
	Q3.	商品・サービス興味関心	全員	SA	●●サイト掲載の「○○○」について とても興味を持った→まったく興味を持たなかった	
	Q4.	内容理解	全員	SA	●●サイト掲載の「○○○」について とても理解できた→まったく理解できなかった	
	Q5.	詳細理解意向	全員	SA	●●サイト掲載の「○○○」について とても検索したい/調べたいと思った→まったく検索したいと思わなかった	
	Q6.	利用意向	全員	SA	●●サイト掲載の「○○○」について とても利用したいと思った→まったく利用したいと思わなかった	
	Q7.	利用(購入)意向時期	Q6=意向あり	SA	最近購入(利用)した～わからない	
	Q8.	興味喚起の理由	全員	FA	・興味関心を持った理由→Q3興味関心=1or2にONした人が回答 ・興味関心を持たなかった理由→Q3興味関心=3or4にONした人が回答	
	Q9.	興味を持った要素	全員	MA	「全体イメージ・印象」「商品名・ロゴ」「商品画像」など	
	Q10.	心理・態度変容	全員	MA	口コミを見たい、話題にしたい、人に薦めたい、など	
	Q11.	自分ゴト化効果	全員	SA	とても参考になった～まったく参考にならなかった	
	広告素材再提示 (再提示のURLリンクから広告素材確認)					
Q12.	クリエイティブの印象	全員	MA	クリエイティブ要素、商品・サービスについて		

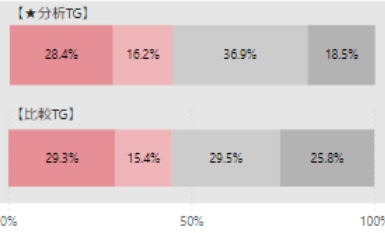
	QN0.	調査内容	対象	回答	備考
※ サイト 評価	Q13.	当該サイト閲覧理由	全員	FA	サイト閲覧理由
	Q14.	Webサイト閲覧理由	全員	MA	「新情報を得る」「詳細を理解する」「購入前の参考にする」 「欲しいモノ・コトを探す」「流行を知る」など
本 調査 ※ 属性	F1.	未既婚・同居子供有無	全員	SA	1. 未婚、2. 既婚(子供あり)、3. 既婚(子供なし)
	F2.	職業区分	全員	SA	
	F3.	世帯年収	全員	SA	100万円未満→3,000万円以上+世帯年収なし・答えたくない
	F4.	個人年収	全員	SA	100万円未満→3,000万円以上+個人年収なし・答えたくない

「M-VALUE DIGITAL」アウトプット(データはBIツールにてご提供 ※下図は一部抜粋)

M-VALUE DIGITAL

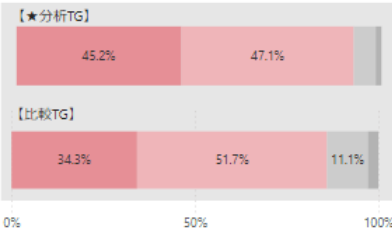
「商品」認知率

●購入・利用... ●よく知って... ●名前を知っ... ●知らない



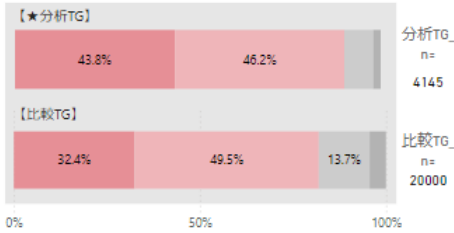
「広告・記事」好感度

●とても好感... ●すこし好... ●あまり好... ●まったく...



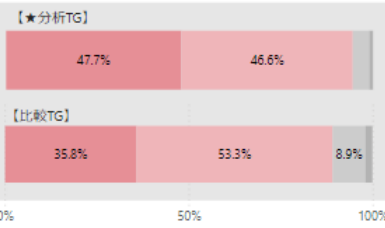
「商品」興味関心

●とても興味... ●すこし興... ●あまり興... ●まったく...



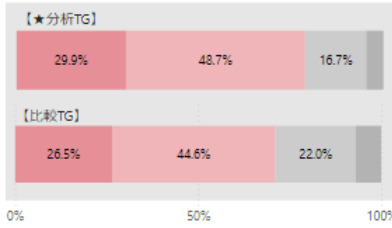
「商品」内容理解

●とても理解... ●すこし理... ●あまり理... ●まったく...



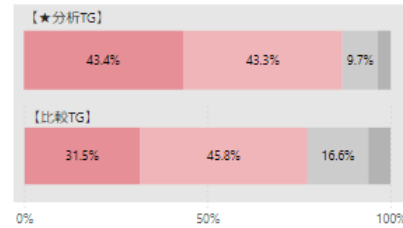
「商品」詳細理解意向

●とても調べ... ●少し調べ... ●あまり調べ... ●全く調べ...



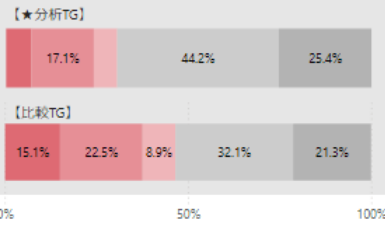
「商品」利用購入意向

●とても使っ... ●少し使っ... ●あまり使っ... ●全く使っ...



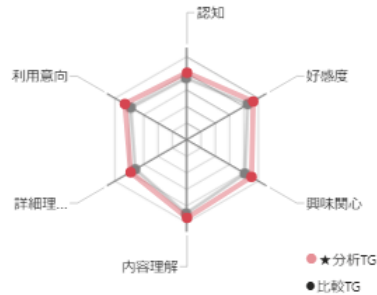
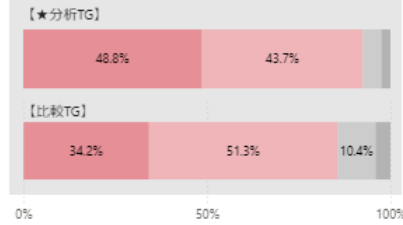
「商品」利用購入意向時期

●この広告... ●6か月以内... ●1年以内... ●次に買っ...



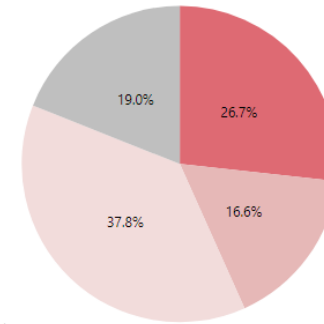
自分ゴト化

●とても参考... ●すこし参... ●あまり参... ●まったく...

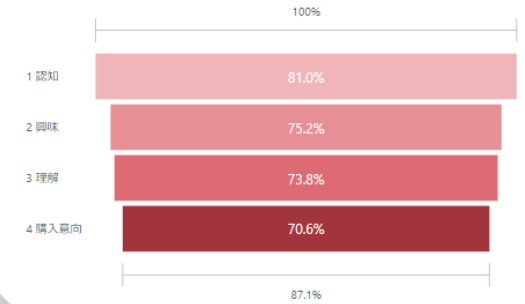


【商品ブランド認知】

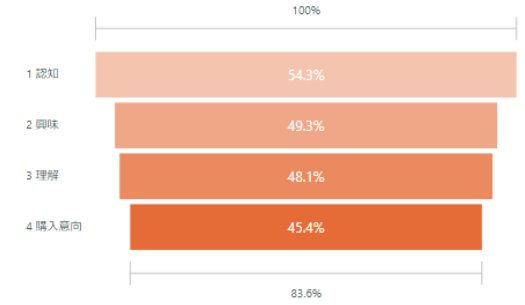
●購入・利用者
●認知(非利用)
●名称認知
●非認知



【認知者(利用者含め)ベース】 分析TG_n=4145

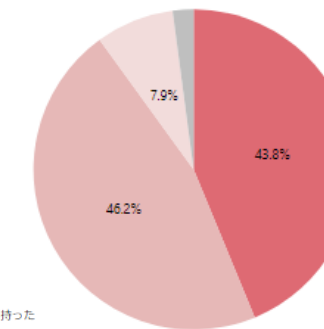


【認知者(利用者除く)ベース】 分析TG_n=4145



【商品興味関心理由】

●とても興味を持った
●少し興味を持った
●あまり興味を持たなかった
●まったく興味を持たなかった



【興味関心あり】

「たった1回だけで肌のハリ感やフェイスラインの肌の引き締め感などに効果実感がある」という結果が出たこと。使い続けたら肌悩みが解決しそうだなと思ったから

「どんなおつまみを食べてもOK」というのは嬉しい。

「ないものは作れない」ということばがよいと思いました。

※対象広告素材のフリーアンサーは全て閲覧可能

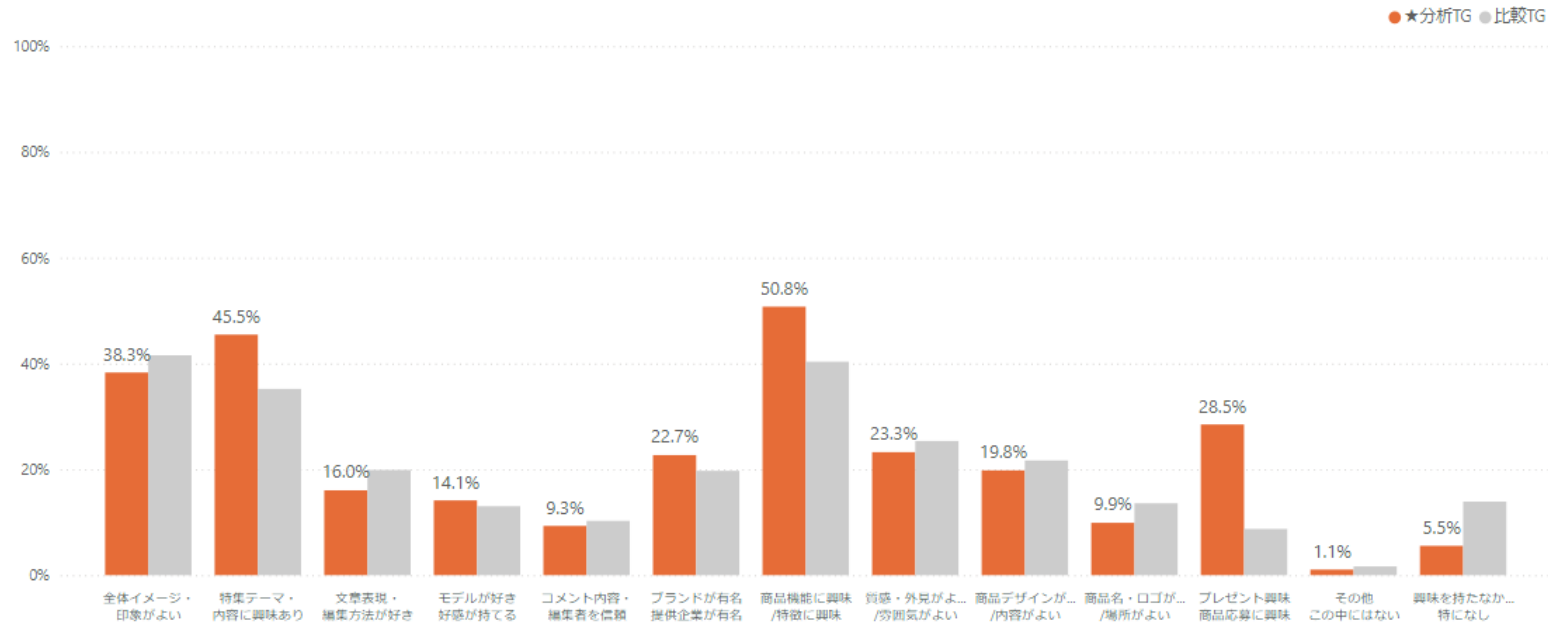
「マイルドな香りと口当たりのよい飲み」を体験したくなった

「...」

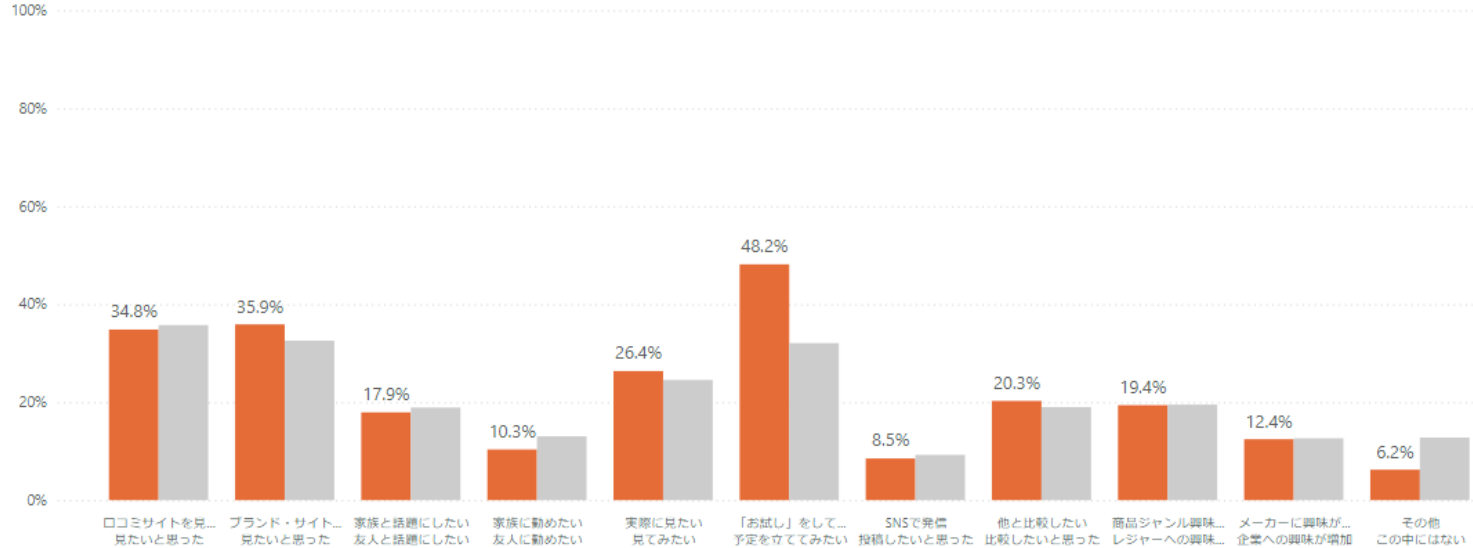
※全ての調査データは、平均値の算出に使用します
※BIツールの利用期間は1年間です

「M-VALUE DIGITAL」アウトプット(データはBIツールにてご提供 ※下図は一部抜粋)

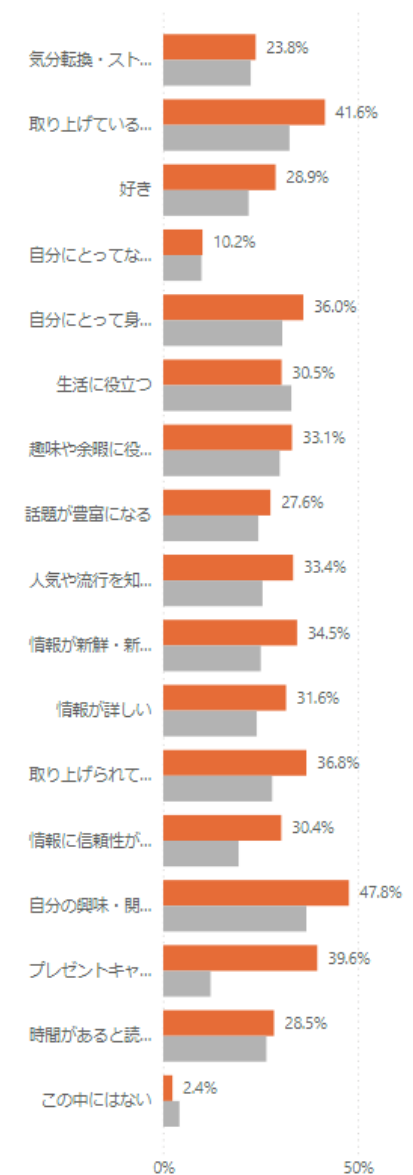
【興味を持った要素】



【心理・態度変容】



【サイト閲覧理由】



「M-VALUE DIGITAL」アウトプット(調査結果の比較対象としてご利用可能な一般Webメディアの広告素材ジャンル)

■コスメ・美容 (N=3,600s)



Webメディア	「商品ジャンル」中分類	「商品ジャンル」小分類
アットコスメ	コスメ・美容	ヘアケア
アットコスメ	コスメ・美容	スキンケア
アットコスメ	コスメ・美容	美容液
アットコスメ	コスメ・美容	美容液
アットコスメ	コスメ・美容	スキンケア
LIPS	コスメ・美容	ヘアケア
LIPS	コスメ・美容	メイク
LIPS	コスメ・美容	スキンケア
LIPS	コスメ・美容	ヘアケア

■男性ライフスタイル (1メディア : N=3,200s)

新R25

サイト名	「商品ジャンル」中分類	「商品ジャンル」小分類
新R25	男性美容	ヘアケア
新R25	男性美容	ボディケア
新R25	機能性飲料	機能性飲料
新R25	男性美容	スキンケア
新R25	機能性飲料	機能性飲料
新R25	ノンアルコール飲料	ノンアルコール飲料
新R25	男性ファッション	腕時計
新R25	アルコール飲料	サワー

■女性ライフスタイル(6メディア : N=7,600s)



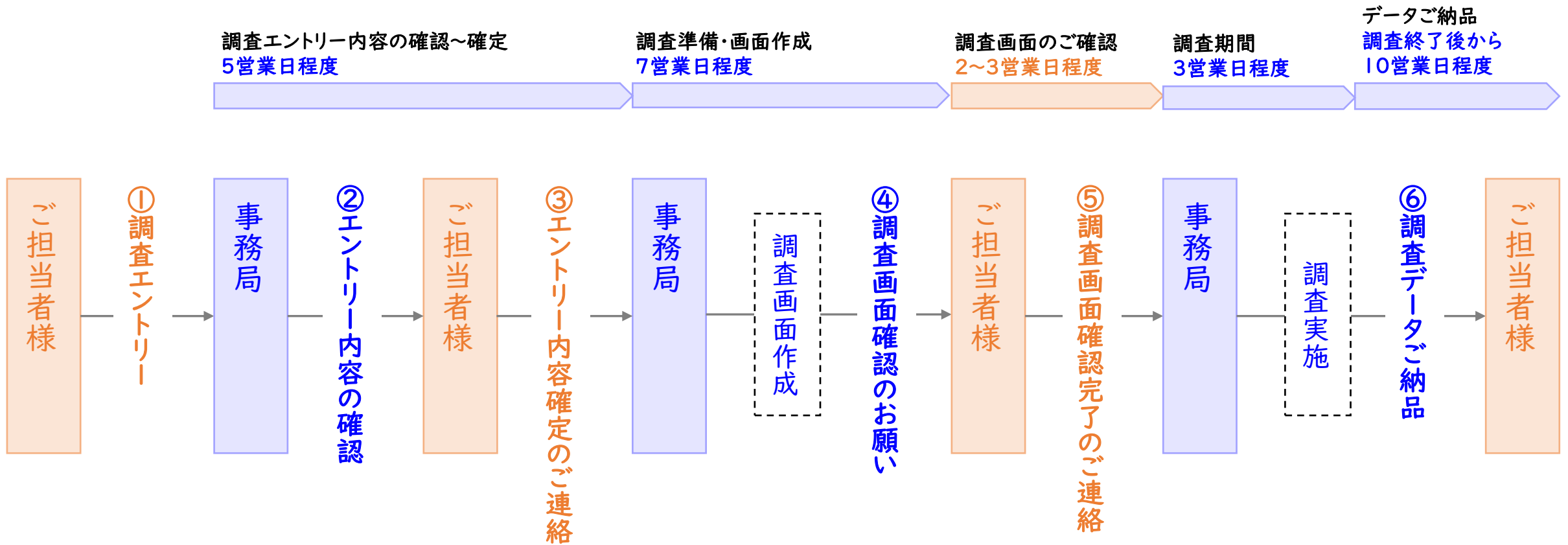
Webメディア	「商品ジャンル」中分類	「商品ジャンル」小分類
TRILL	コスメ・美容	ボディケア
TRILL	コスメ・美容	スキンケア
TRILL	AV家電	イヤホン
TRILL	AV家電	イヤホン
北欧暮らしの道具店	コスメ・美容	スキンケア
北欧暮らしの道具店	日用品	洗剤
北欧暮らしの道具店	コスメ・美容	ヘアケア
北欧暮らしの道具店	家電	家電(飲用水)
北欧暮らしの道具店	家電	洗濯乾燥機
Room Clip	家電	掃除機
Room Clip	家電	冷蔵庫
Room Clip	家電	ライト
LOCARI	コスメ・美容	スキンケア
LOCARI	コスメ・美容	ボディケア
LOCARI	コスメ・美容	スキンケア
LOCARI	機能性飲料	機能性飲料
ファッションプレス	AV家電	イヤホン
モデルプレス	調味料	鍋つゆ
モデルプレス	コスメ・美容	スキンケア

■ホビー&カルチャー(4メディア : N=5,200s)



サイト名	「商品ジャンル」中分類	「商品ジャンル」小分類
TABI LABO	アルコール飲料	酎ハイ
TABI LABO	男性美容	スキンケア
TABI LABO	アルコール飲料	ビール
TABI LABO	アルコール飲料	ビール
TABI LABO	国内旅行	国内旅行
TABI LABO	国内旅行	国内旅行
TABI LABO	国内旅行	国内旅行
TABI LABO	国内旅行	国内旅行
オールアバウト	家電	家電(飲用水)
オールアバウト	機能性飲料	機能性飲料
News Picks	家電	その他
News Picks	機能性飲料	機能性飲料
ハフポスト	ソフトドリンク	ソフトドリンク

「M-VALUE DIGITAL」調査の流れ



調査開始ご希望日より**15営業日程度前**にエントリーのご連絡をお願いします。

※スケジュールが厳しい場合は対応を検討させていただきますので、早めにご一報いただけますと幸いです。

※事務局窓口:ビデオリサーチ

①調査エントリー:

ご担当者様より、調査エントリーのご連絡を事務局までメールにてご連絡をお願いします。

メールの宛先と記載事項は、次ページをご参照ください。※ご連絡は、詳細が確定していない段階でもご一報いただけますと幸いです。

エントリーのご連絡は、調査開始希望日から遡って15営業日程度前までにご連絡ください。※調査内容の確定状況により日数を要することがございます。

②調査エントリー内容の確認:

事務局(ビデオリサーチ)より、エントリー受付内容の確認のためご担当者様へメールにてご連絡をさせていただきます。

③調査エントリー内容確定のご連絡:

調査エントリー内容についてすり合わせをさせていただいた後、調査実施について確定のご連絡をメールにてお送りください。

④調査画面確認のお願い:

調査画面の作成後、画面ご確認のご案内をさせていただきます。

⑤調査画面確認完了のご連絡:

調査画面に問題がなければ、確認完了のご連絡をお願いします。

調査画面に調整が必要であれば、可能な範囲で調整させていただきますのでご連絡願います。

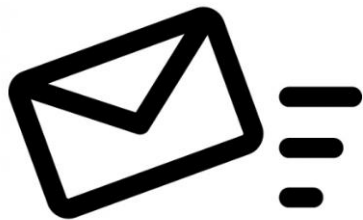
⑥調査データご納品:

調査終了後から約10営業日後に、調査結果データをご納品させていただきます。※詳細スケジュールは個別にご連絡させていただきます。

データは、BIツール(ブラウザで閲覧可能)でのご提供となりますので、アクセスURL、ID、パスワードをご連絡させていただきます。

調査をご希望の際はメールに右記をご記載のうえ、
ビデオリサーチの調査担当者までご連絡ください。

Mail : m-valuedigital@it2.videor.co.jp



※正式名称をご記載ください

依頼主様情報	会社名(ご請求先)	株式会社●●●●
	所属部署	出版ビジネス局
	担当者名	雑誌太郎
	メールアドレス	x x x x x x x x x x @co.jp
	電話番号	〇〇-〇〇〇〇-〇〇〇〇
広告素材情報	広告主名	〇〇食品
	商品・サービス名 ※調査票に表示されます	〇〇プロテイン
	掲載サイト名	Tarzan Web
	出稿期間	2024年〇月〇日～〇月〇日
	掲載URL	https://tarzanweb.jp/〇〇〇〇
その他	ご希望がございましたら ご記載ください	