

【PRESS RELEASE】

報道関係者各位

2013年1月31日
マリソフトウェア株式会社

Google 商品リスト広告、有償化にも関わらず クリック・広告費ともに増加

マリソフトウェアが 2012 年調査結果を発表

デジタル広告管理プラットフォームを提供するマリソフトウェア社(本社: 米国サンフランシスコ)は、Google が提供する「商品リスト広告 (Product Listing Ads、以下 PLA)」に関する調査結果を発表しました。

当社の調査結果からは主に次のことが浮き彫りになりました。

- 2012 年の PLA のクリックシェア(検索クリック総数に占める PLA クリック数の割合)が、210%増加しました。Google 検索では画像結果として表示され、Google ショッピングでは商品リストとして表示され、消費者がこの広告をクリックする機会が増えたためです。
- Google は 2012 年 10 月から Google ショッピングを有料化したため広告主が離れることが懸念されましたが、2012 年第 4 四半期の広告主の PLA 向けの予算は、約 600%増加しました。
- 2012 年第 4 四半期には、クリスマス休暇に買い物をする人が PLA を利用して購買の意思決定をしたために、インプレッションについても PLA のシェアが 60%上昇しました。
- 2012 年末には、PLA のクリック率はテキスト広告と比較すると高くなりました。さらに、PLA の平均費用は、テキスト広告よりも低いことが分かりました。高いクリック率と低い費用の組み合わせは広告主の収益拡大につながるため、PLA は今後もニーズの高い広告メニューであると考えます。

なお、PLA の利用ニーズ拡大を受け、マリソフトウェアは、1 月からマリソフトウェアが提供するデジタル広告管理プラットフォーム「Marin(マリン)」の PLA 連携機能を拡張します。企業のマーケティング担当者は Marin を利用することにより、効率的な PLA のキャンペーン作成・編集、収益最大化を目的とした入札の最適化、および PLA のパフォーマンスに特化した有益なレポートの作成が可能となります。

調査結果発表に伴い、Marin Software のマーケティング・パートナーシップ担当副社長のマット・ローソンは次のように述べています。「Google がショッピングの広告を有償化すると発表した時は、広告主である小売企業は敬遠するのではないかと考えられていました。しかし、この決断は、消費者の検索やクリックの拡大と広告主の広告投資額の増大という結果をもたらし、十分に効果を上げていることが分かりました。例えば、2012 年第 4 四半期中、小売業界の中には PLA に 30%もの予算を配分している企業もいるのです。PLA 連携機能を拡張した Marin は、必ずやマーケティング担当者がこの広告フォーマットのパワーを使いこなし、オンラインでの収益拡大に貢献するプラットフォームになるでしょう」。

以上

資料

この PLA に関する調査結果は、ウェブサイトを確認できます。<http://insights.marinsoftware.com/>(英語)

■ マリンソフトウェアについて

マリンソフトウェアは、検索広告の管理プラットフォームを提供し、年間で 40 億米ドルを超えるオンライン広告を運用しています。検索、ソーシャル、ディスプレイ、携帯電話の広告の統合プラットフォームを通じて、広告主や広告代理店の広告費を改善し、広告を管理する時間の節約、そして効果的な広告運用に貢献しています。サンフランシスコを本拠地として世界中に支社を展開し、160 を超える国のマーケティング施策を支援しています。

詳細はこちらまで：<http://www.marinsoftware.jp>

【本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先】

株式会社トレイントラックス(広報代理店)

担当：小牧、真島

Tel: 03-5738-4177

Fax: 03-5738-4178

Mail: marin@traintracks.jp