

関係者各位殿

2010年9月21日
NCA（ネットコンピューティングアライアンス）
代表 鈴木 彰

「SaaS 広告」実証実験に関する調査報告について

日頃は、ネットコンピューティングの普及推進にご支援賜り、誠にありがとうございます。
標記の件、昨年 SaaS・クラウドの付加価値拡大を目的として、国内で初めて SaaS 画面に広告を表示するビジネスモデルを研究する「SaaS 広告研究会」を発足し、公開させて頂きました。

この度、本研究会において SaaS 広告についての実証実験を実施し、その広告効果などを検証しましたので、ご報告申し上げます。

今後は、本実験調査をもとに、具体的なビジネスモデルを構築し、SaaS ビジネスの付加価値アップに大きな貢献ができるものと確信しております。

今後ともなおいっそうのご支援ご鞭撻のほどお願い申し上げます。

記

1. SaaS 広告実験結果の概略

- (1) 対象 SaaS：協和テクノロジズ社のグループウェア「増力日誌」
- (2) 表示広告：3種類（㈱シンフォニック様他2社）
- (3) 実施期間：約2週間
- (4) 有効サンプル数＝192人
- (5) NCA の SaaS 広告研究会における、実験プロジェクト参加メンバー
 - ①NCRI 株式会社
 - ②株式会社オリコム
 - ③デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社
- (6) 実験結果の概要

期間中にグループウェアを使用したユーザー192名への広告効果として、ノーヒントの純粋想起（覚えていたかどうかのアンケート結果）で高いもので24～34%、画像を提示して認知できたかどうかで49～79%という高い広告効果が確認されました。

これは、グループウェア特有の、「業務中に繰り返し視野に入り」、同時に「信頼感と安心感をもって広告が受容された」ことによると思われる。

また、SaaS 広告の「印象度」は通常のウェブサイトのバナー広告と同等であり、当初懸念された業務への「支障感」についても過半数が「特に支障はない」と答えています。さらに、会社がグループウェアに広告を掲載することについても、8割が「料金に反映されて経費削減になるのであれば、よい」と支持する評価をしています。

これらのことにより、SaaS 広告は、「オフィスのデスク上30センチの距離への広告配信」であり、オフィスで働く方々や、個人で SaaS を利用する方々ターゲットとする商品・サービスに効果的な新しいメディア（広告媒体）と考えられます。また、企業内に確実に届くことは、B to B の営業支援策として豊かな可能性をもっていると考えます。

2. 今後の計画

具体的なビジネス展開のための組織設置など、検討準備しております。

3. 問い合わせ先

NCA 事務局

住所：東京都千代田区一番町17-6 一番町MSビル5F

TEL：03-4334-3583

メールアドレス：info@ncajapan.com

以上