

PORTO、コネクテッドTVでのインストリーム動画配信において、ブランドリフト調査を実施  
～CTVで広告接触することがブランドイメージの向上に寄与、特に利用意向の醸成に効果あり～



※各層に対するCTV接触者のリフト率を表示



サービス認知	×105.4%
特徴理解	×116.4%
興味関心	×101.7%
好意度	×107.3%
利用意向	×165.6%



株式会社 CARTA HOLDINGS のグループ会社で、統合マーケティングプラットフォーム「PORTO(ポルト)」(<https://porto.cartaholdings.co.jp/>)を運営する株式会社 PORTO(東京都渋谷区、代表取締役：吉田 大樹)は、コネクテッドTVデバイス(以下「CTV」)へのインストリーム動画広告配信において、実ログベースでのブランドリフト調査を実施しました。その結果、CTVで広告接触することで、広告非接触者に比べて好意的な回答が多くなり、ブランドイメージの向上に寄与することを実証いたしました。

CTVはPC・SPに続く新たな広告配信先デバイスとして期待されていますが、その広告効果については、まだ事例が少なく、またログベースでの検証が難しい点が課題でした。そこで、「PORTO Instream Video」において、CTV接触者・SP接触者・広告非接触者に対してブランドリフト調査を実施し、各層の回答結果を比較しました。その結果、CTV接触者は、サービス認知・特徴理解・興味関心・好意度・利用意向の各項目において広告非接触者に対し、リフトすることが確認されました。また、SP接触者との比較では、利用意向においてCTV接触者がリフトする結果となりました。以上のことから、CTVで広告接触することでブランドイメージの向上に寄与し、特に利用意向の醸成に効果があることが分かりました。

PORTOでは引き続き、ブランディング施策に寄与できるよう、CTV領域における効果検証に努めてまいります。

**【調査概要】**

- ・ 調査主体 : 株式会社 PORTO
- ・ 調査実施機関 : 株式会社 インテージ
- ・ 調査実施時期 : 2021 年 6 月 17 日 (木) ~ 6 月 22 日 (火)
- ・ 対象者条件 : 15 歳 ~ 69 歳の男女個人、プロモーション期間の広告接触状況で抽出
- ・ サンプルサイズ : n=2,110

■ 「PORTO」 ( <https://porto.cartaholdings.co.jp/> ) について

「PORTO」は、ブランディングを重視するブランド広告主が安心して出稿できる統合マーケティングプラットフォームで、オフラインで出稿されているラジオ広告と同じフォーマットでオーディオ広告のプログラマティック配信ができる「PORTO Premium audio」や「PORTO Premium DOOH」などを提供しています。現在、オーディオ、インストリーム、DOOH、プレミアムディスプレイなど、オンライン・オフラインをまたいだ多様なフォーマットを、統合計測・管理・配信できる、唯一無二の統合マーケティングプラットフォームです。

**【株式会社 PORTO】** <https://porto.cartaholdings.co.jp/>

代表取締役 : 吉田 大樹

取締役 : 西園 正志、金子 武比古

所在地 : 東京都渋谷区道玄坂 1-21-1 渋谷ソラスタ 15F

設立 : 2021 年 1 月 4 日

資本金 (準備金含む) : 1,000 万円

事業内容 : ブランド広告主向けアドプラットフォーム事業

**【PORTO へのお問合せ】**

株式会社 PORTO E-mail: [porto\\_ad@voyagegroup.info](mailto:porto_ad@voyagegroup.info)

**【報道関係者お問い合せ先】**

株式会社 CARTA HOLDINGS 広報室 お問い合わせフォーム: <https://cartaholdings.co.jp/contact-pr/>