



2006年7月6日

メディア・アトラス、フィリピンで開始

2006年7月6日マニラ発 - グローバルマーケティングリサーチの大手企業であるシノベイトは、広告業界から高く評価を受けたメディア調査を新たにフィリピンで開始したことを発表しました。シノベイト・メディア・アトラスとして知られるこの調査は、まずはマニラ近郊を対象に、マーケティング担当者やメディアスペシャリスト、メディアオーナーらが最も関心を持つ社会階級 ABCD を網羅します。

2005年に大手メディアスペシャリストと広告主が集まり設立された広告評議会で、ターゲットとする社会階級層の代表例を完全に把握するためのメディア調査の必要性が提示されました。

前広告評議会会長で長年に渡って ZenithOptimedia の会長を務めている Javier Jose (JJ) Calero 氏は、市場に競争関係をもたらすことに成功したことは注目に値し、広告評議会はメディア・アトラスの立ち上げを歓迎している、とコメントしています。

また同氏は、「とりわけマニラ近郊において、消費者の構成、購買力、メディア傾向に関する情報が不足している我々の業界にとってこれは非常に重要な一歩です」と述べています。

広告評議会の会長に新しく就任した Matec Villanueva 氏は、フィリピンの Ad Board の会長、Publicis Groupe の JiminezBasec の上級役員としても活躍しています。

「この新しい情報にとっても期待しています。特殊な調査設計と手法を用いて、マニラの中流階級層と富裕層の実態を把握できると確信しています」と、同氏はコメントしています。

シノベイト・メディア・アトラスの調査は広告評議会より満場一致の支持を受け、開始されました。この調査は15-64歳の社会階級層の代表性があるように複数の手法を組み合わせ、展開されています。電話調査と面接調査を組み合わせることで、中流階級層や富裕層の厳重なホームセキュリティシステムの問題にも対応しています。

「社会階級層 A および B の住宅には厳重なセキュリティシステムが配備されています。門が構えられていることは当然で、大多数は警備員や犬を配置し住宅を守っています。最も割合の高い社会階級層 C においても、その4分の3が門のついた住宅に住んでいます。このような背景から、電話調査は真の代表例を捉えるために欠かせない要素なのです」と、シノベイト・フィリピンの代表取締役 Carole Sarthou はコメントしています。

「広告業界からメディア・アトラスへの支持を得ることができ、私たちは非常にうれしく思っています。その結果、実際の調査が始まる前の段階で多くの大手新聞社や雑誌出版社からの依頼を頂いています」と、同氏はコメントしています。

1,000人を対象とした最初の調査結果は、大きな売り上げが見込まれるクリスマス前の広告時期に対応すべく、2006年8月末までに発表される予定です。年間の対象者数は2,000人を目標としており、さらに富裕層も組み込まれてきます。

ロレアル・フィリピン代表取締役の David Ennes 氏は、「私たちがターゲットとする消費者の新聞や雑誌の購読実態にとっても興味を持っています。広告業界の協力を得られたという点は素晴らしく、この調査に高い期待を抱いています」と、コメントしています。

シノベイト・メディア・アトラスはすでにタイ、マレーシア、香港で実施されています。

シノベイトについて

シノベイトは、Aegis Groups plc のマーケティング・リサーチ部門として、競争力のあるマーケティング・営業活動を支援するため、消費者インサイトを発信しています。シノベイトでは、5,500名以上のスタッフが、世界50ヶ国に広がるネットワークを駆使し、顧客に必要なグローバルサポートと総合的なマーケティング・リサーチサービスを提供いたします。詳しい情報は、ホームページをご覧ください。www.synovate.com