

お問い合わせ: 中川奈津子、コミュニケーションズ
Tel: +81 3 6837 6549
Email: JPNwebmaster@nielsen.com

ニールセン デジタル広告視聴率にビューアビリティ指標を追加 実際に広告が視聴できる位置にあったかどうかをインプレッション、GRP でレポート

視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社は、オンラインでのブランディング広告キャンペーンのリーチ(到達度)を計測する「ニールセン デジタル広告視聴率」にビューアビリティ指標(実際に広告が視聴できる位置にあったかどうかの指標)をオプションとして追加し、提供を開始しました。

広告をクリックするか、無視するか、全てまとめて非表示にするか。視聴者の選択が影響力を増した昨今では、広告詐欺(Ad Fraud)に対する対処も必要になってきました。このような環境変化の中、広告主は自分たちの広告が何度掲載されたかのみならず、実際に広告が見られる位置に表示されたのかも把握することが重要です。2014年度の米国における推定デジタル広告費4兆6千億円のうち、約半分の広告が視聴できる位置に表示されていなかったと言われていています。「ニールセン デジタル広告視聴率」のビューアビリティ指標は、広告のピクセル数の少なくとも50%が1秒間以上にわたって閲覧可能な位置に表示された場合に広告が視聴されたと認定し、視聴された広告のインプレッション数、インプレッション数の割合、視聴者の性年齢別の、あるいは、視聴者全体の広告視聴者数、リーチ、フリークエンシー、GRPをレポートしています。

「ニールセン デジタル広告視聴率」は、広告が視聴者に見られる位置に表示されたかを、米国のオンライン広告業界団体が定める業界指標 3MS にのっとった定義で測定します。ビューアビリティの測定には、業界リーダーの1社である Integral Ad Science 社のテクノロジーを採用しています。同社のテクノロジーは、正確に人の目に触れる位置に表示された広告のみを対象にビューアビリティを計測することが可能で、明らかな“隠し広告”(stacking)や“隠しテキスト”(stuffing)の兆候や、送信元 IP アドレスから特定される不審な通信、ボット、スパイダーなども排除した計測を可能にします。

株式会社 NTT ぷらら サービス本部デジタルマーケティング担当の中村治樹氏は、「ニールセン デジタル広告視聴率」にビューアビリティ指標が追加になることに関し、コメントを寄せました。「NTT ぷららでは新規ユーザーを獲得するための施策としてオンライン・キャンペーンを実施しており、その成果はアクセス解析ツール等を使用して、広告配信先ごとに分析、評価しています。昨今、分析をもとに PDCA サイクルを回してゆく中で、ターゲティング精度は高まっていると推測されますが広告接触者のサイト訪問数やコンバージョンの改善が認められないケースがみられます。そのためクリエイティブ・ターゲティングの次の軸として、配信された広告はユーザーの目に触れる位置に表示されたのか、想定したターゲットユーザーに閲覧されているのか、の2つの要素についての検証の必要性が高まってきました。今回の『ニールセン デジタル広告視聴率』へのビューアビリティ指標の追加は、このような課題に対して精度の高い情報を提供するソリューションであり、当社にとって期待の高いサービスです」。

ニールセン デジタル広告視聴率について

「ニールセン デジタル広告視聴率」は、オンライン・キャンペーンのターゲット消費者へのリーチを詳しく知りたいと願う広告主にとって最適なソリューションです。さまざまなオンライン・メディア上で展開する広告キャンペーンに接触している消費者をより良く理解する物差しを求め続けてきた広告主、広告代理店、媒体社などは、このサービスを使うことで、広告効果をより正確に説明し他社との比較や検討ができるようになります。「ニールセン デジタル広告視聴率」の日本でのサービス提供は、世界最大のソーシャルネットワーキング・サービス、フェイスブック社とのパートナーシップによって実現しました。日本で 2,400 万人の登録者数を誇るフェイスブックの巨大なユーザー・データベースをパネルと見立て、その情報とニールセンの持つ市場代表性の高いオンライン・パネルの情報とを複合的に組み合わせることにより、日本のオンライン・ユーザーで広告に接触した人々を性別、年齢層まで把握することが可能になります。調査結果は 24 時間以内にオンラインのインターフェイス上に表示され、顧客企業は自社の広告キャンペーンの結果をすばやく知り、必要に応じてキャンペーンの途中でもこれを改善し最適化することが可能です。

「ニールセン デジタル広告視聴率」に関する詳細は下記 URL をご覧ください。

www.netratings.co.jp/solution/DigitalAdRatings.html

###

【ニールセン株式会社 会社概要】

社名： ニールセン株式会社 英文社名： Nielsen Co., Ltd.
本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11 階
資本金： 1 億円
設立： 1999 年 5 月
代表者： 代表取締役会長兼 CEO 福德 俊弘
代表取締役社長兼 COO 宮本 淳
主要株主： ニールセン、トランスコスモス株式会社 他

ニールセン株式会社はニールセン、トランスコスモス株式会社などの出資による合弁会社です。ニールセンの消費者視聴行動分析部門の日本法人として、視聴者分析と広告分析のソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、および分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、Eコマース企業、広告会社より高い評価をいただいています。ニールセン株式会社のサービス概要、および会社概要は www.netratings.co.jp でご覧いただけます。

ニールセンの消費者購買行動分析部門は、ニールセン・カンパニー合同会社です。

消費者調査、ショッパー調査、メディカルリサーチ、販売予測、マーケティング ROI 分析、コンシューマーニューロサイエンス分析、海外市場情報提供などを行っています。詳細は www.nielsen.com/jp でご覧いただけます。

ニールセンについて

ニールセン N.V.(NYSE: NLSN)は、世界的な調査会社として消費者の視聴行動、購買行動の分析を行っています。視聴行動分析部門は、メディア・広告企業向けに各種デバイス上での動画・音声・テキストコンテンツ消費動向を把握するトータルオーディエンス測定を提供しています。購買行動分析部門は、消費財メーカーや小売企業を対象に業界で他に類を見ない世界規模のリテールパフォーマンス分析を提供しています。視聴行動分析、購買行動分析を他のデータと組み合わせた世界レベルの測定・分析により、ニールセンはクライアントのパフォーマンス向上を支援します。S&P 500 企業として、世界人口の 90%を網羅する 100 カ国以上に拠点を有しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください: www.nielsen.com

ニールセン株式会社が提供しているソリューションと主な製品サービス
視聴者分析ソリューション

インターネット視聴率データ Nielsen NetView

スマートフォン視聴率データ Nielsen Mobile NetView

スマートフォン利用状況分析レポート Nielsen Smartphone Analytics

検索サービス利用データ Nielsen MegaView Search など

広告分析ソリューション

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings

ブランディング広告効果計測・最適化サービス Nielsen Digital Brand Effect など