

News Release

お問い合わせ： 中川奈津子、コミュニケーションズ
Eメール： JPNwebmaster@nielsen.com
電話： 03-6837-6549

ニールセン、デジタル広告視聴率にデモグラフィック属性別ビューアビリティ測定の提供を開始、 ビューアビリティ・ツールベンダーは顧客が選択可能に

ニールセン デジタル広告視聴率の顧客企業は今後、DoubleVerify、Integral Ad Science、Moat
を含むビューアビリティ・ツールベンダーを選択してビューアビリティ測定が可能に

2016年8月1日

世界最大のリサーチ会社*¹ニールセンは、業界標準のデジタル広告測定ソリューション、ニールセン デジタル広告視聴率（Nielsen Digital Ad Ratings）に利用顧客企業が採用しているビューアビリティ測定ツールを使用して、デモグラフィック属性別のビューアビリティ測定を可能とする機能拡張を発表しました。日本を含むデジタル広告視聴率が導入されているすべての市場で今後、すべての PC ディスプレイ広告や動画広告のインプレッションにおける視聴者の性別や年齢別のビューアビリティの測定が可能となります。

デジタル広告業界では近年、デジタル広告キャンペーンの効果測定において広告配信数を意味する配信インプレッションよりも、実際に視聴者が広告を閲覧できる状態にあったビューアブルインプレッションを採用する動きが顕著になっています。これに伴い、広告主や広告代理店も配信された広告が狙った視聴者によって視聴可能であったという保証をより強く求める傾向にあります。今回発表されたニールセン デジタル広告視聴率の新機能ではビューアブルインプレッションが視聴者の性別や年齢別に測定可能になるため、同ソリューションの利用者はデジタル広告キャンペーン効果のより詳細な分析、最適化や評価ができるようになります。また広告を閲覧できる状態にあった視聴者数や GRP をデモグラフィック属性別に把握し、サイトや掲載面ごとのオンターゲット比率を知ることにより、利用者は実施したデジタル広告キャンペーンの目標達成を検証する上でより深いインサイトを得ることができ、今後のキャンペーンプランニングに役立てることができます。ニールセン デジタル広告視聴率は複数の統合ビューアビリティ測定プロバイダーが提供するツールをサポート、複数のビューアビリティ閾値に柔軟に対応しているため、利用者には選択肢を提供し、変化の激しい業界への対応を支援します。

「ニールセンは、市場では様々なビューアビリティ閾値やプロバイダーが利用されているという事実を受け、配信結果における違いの把握を可能とし、状況に応じた最適化を支援するサービスに柔軟性を提供いたします。デジタル広告業界において、ビューアビリティと広告詐欺は重要な課題として認識されています。そのためにニールセンは

*¹ ESOMAR Industry Report “Global Market Research 2014”調べ。

業界を代表する複数のテクノロジー企業と協業し、顧客が求める測定サービスを今後も提供していきます」とニールセンのデジタルプロダクトリーダーシップ担当シニアバイスプレジデント、デイビッド・ウォンは述べています。顧客からのフィードバックをもとに、ニールセンは DoubleVerify、Integral Ad Science や Moat などのビューアビリティツールプロバイダー企業との協業を通じ、ニールセン デジタル広告視聴率においてシングルタグを利用したデジタル広告視聴者のデモグラフィック属性別ビューアビリティ指標の開発に取り組みました。複数社のツールを統合することでビューアビリティ測定プロセスを簡素化すると同時に、広告取引関係者の意向にも対応しています。

「顧客企業が実施するデジタル広告キャンペーンの露出を検証する上で、ビューアビリティは主要な効果測定指標です。顧客企業のマーケティング費用の最適化に貢献するため、我々は常に新たな手法を探しています。オーディエンス測定と顧客が採用しているビューアビリティ指標の組み合わせを可能にするニールセンの新機能により、広告代理店はデモグラフィック属性別インビューインプレッションの測定という顧客企業のニーズに応えることができるようになります」、とニューヨークを本拠地とする世界規模の広告代理店、IPG Mediabrands の広告オペレーション担当バイスプレジデント、ミッチ・ワインスタインは述べています。

「今回、複数のプロバイダー企業が提供するツールを活用したビューアビリティ測定データをニールセン デジタル広告視聴率に統合したニールセンの努力を高く評価します。ビューアブルインプレッションはより多くの広告主や広告代理店によってスタンダードとして採用されていることから、視聴者のデモグラフィック属性別ごとの閲覧機会を測定し、最適化することが非常に重要となります。測定を統一することで効率が向上すると共に、デジタルメディアサプライチェーン全体を通じた透明性も高まるでしょう」、とプログラマティックプラットフォームを提供する企業、Rocket Fuel の最高技術責任者（CTO）であるマーク・トランスは述べています。

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、デジタル広告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。さまざまなデジタル・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。

サービスの詳細は、下記ウェブサイトでもご覧いただけます。

<http://www.netratings.co.jp/solution/DigitalAdRatings.html>

###

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (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 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併会社です。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
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
広告効果分析サービス Nielsen Digital Brand Effect など