

News Release

お問い合わせ: 西村総一郎 エンカウンターズ

Eメール: JPNwebmaster@nielsen.com

電話: 03-6837-6549

ニールセン、米国の各種調査・計測における最新状況をまとめた

『ニールセン メジャメント・ジャーナル 第2号』を発表

- グローバルのマーケティングのリーダー的な会社は、ニューロサイエンスを正規の調査手法として既に採用
- シングルソースデータで広告キャンペーンの売上効果調査をより詳細に計測
- データ収集の自動化成功率は良好

2016年12月6日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長兼COO：宮本淳）は、米国の各種調査・計測における最新状況をまとめた『ニールセン メジャメント・ジャーナル 第2号』を発表しました。

メジャメントサイエンスは、私たちの仕事の要となるものです。ニールセンが提供するあらゆるデータやインサイトは、絶えず進化を続ける科学的な手法とテクニックに支えられています。また、私たちは常に他の科学者や業界のThought Leaderと協力して革新的なプロジェクトに取り組んでいます。これらの仕事はどれも表には現れないものですが、だからと言って重要性が低いわけではありません。それどころか、最高品質のデータをクライアントに提供するために必要不可欠なものなのです。

こうした極めてエキサイティングな進歩や発展に関する情報を皆様と共有するために、『ニールセン メジャメント・ジャーナル』(Nielsen Journal of Measurement)を創刊いたしました。

本号では「理論から実践へ：コンシューマーニューロサイエンスはマーケティングリサーチの主流に」をテーマに、現在のコンシューマーニューロサイエンスの各種ツールと、その根底となる理論についてご紹介します。こうした手法によって解明できる、特に動画広告の分野での消費者行動と市場力学について解説します。この分野の最先端の科学者によるインサイトを紹介し、同じケーススタディについて複数のツールを連携させて実現できた最新の画期的な分析について概説します。

理論から実践へ: コンシューマーニューロサイエンスはマーケティングリサーチの主流に

効果的な広告と、ROI目標を達成できない広告の違いはどこにあるのでしょうか。かつて広告は商品やサービスのベネフィットを伝えることにより効果をあげると考えられてきました。消費者は論理的であり、さまざまな思考プロセスの後、購買行動を決定すると信じられてきました。

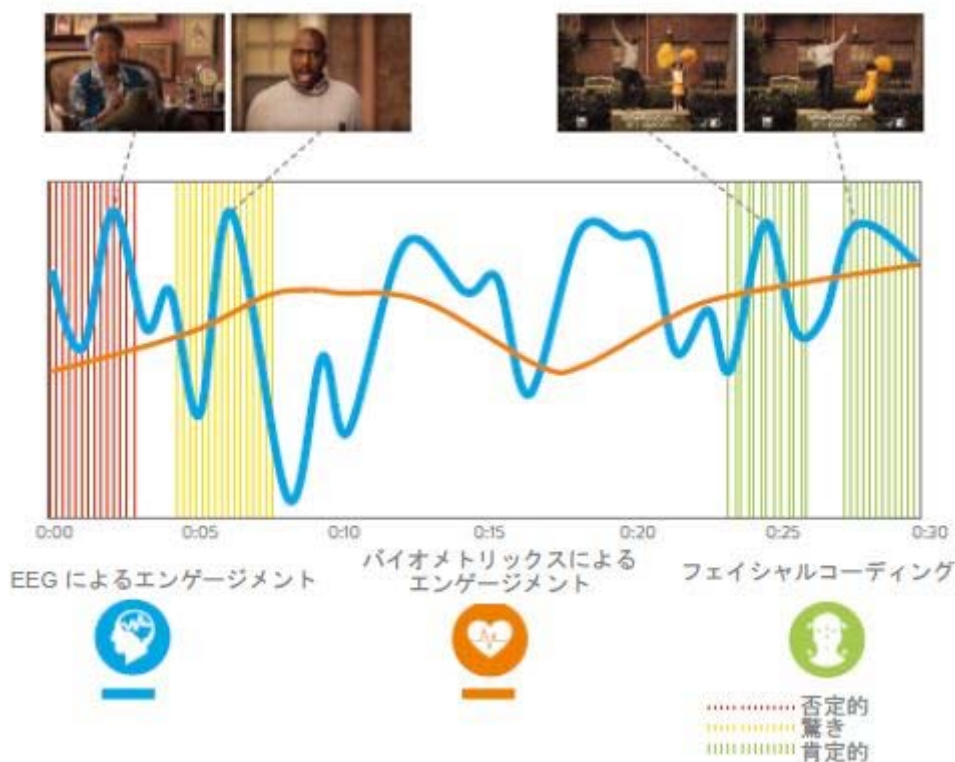
しかし、最近の研究から明らかになっていることは、消費者から感情的な反応を引き出しているコミュニケーションは、理性的なものよりはるかに売上げに対しての貢献度が高いということがわかってきています。

従来の調査手法では、消費者の感情をとらえることは困難でしたが、ニューロサイエンスの進歩によってコミュニケーションにおける消費者自身がかばって意識下（無意識）の反応を探り、感情関与を計測することができるようになりました。

グローバルでマーケティングのリーダー的な会社は、ニューロサイエンスを正規の調査手法として既に採用しています。

ニューロサイエンスは、その目的によりさまざまな手法が開発されています。ただ、重要なのはその「新しさ」ではなく、確固とした科学的かつ論理的な根拠に基づき、ROIの改善に有意に貢献することです。

■チアリーダーの広告をEEG、バイオメトリックス、フェイシャルコーディングで分析



その他の特集及びトピックス

- ・シングルソースデータから広告の効果を計測する
- ・クラウドソーシングと画像処理によるデータ収集の自動化
- ・さらに小型、低価格、強力に: Nanoメーター
- ・何もかもひづるめて: あらゆるデジタルテレビでのインプレッションを計測するためのSDK
- ・ひとりじゃない: OTTが誰かと一緒にテレビを見ることを再びクールなものにする?
- ・機械学習を活用して、変化するメディア ランドスケープにおける将来のテレビ視聴率計測を予測

「ニールセン メジャーメント・ジャーナル 第2号」についての詳細は、以下までお問い合わせください。

ニールセン株式会社 セールス&マーケティング

Tel : 03-6837-6500 Email : jpw_ClientServices@nielsen.com

下記リンクからレポート全文をダウンロードできます。

<http://www.nielsen.com/jp/ja/insights/reports/nielsen-measurement-journal-2016-vol1-issue2.html>

###

【ニールセン株式会社概要】

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

ニールセン株式会社は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、メディアリサーチ、販売予測、マーケティング ROI 分析、エ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

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ア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 以上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

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