

News Release

お問い合わせ: 西村総一郎、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、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3号』を発表

- 新型メーターの開発により、クラウドコンテンツ配信の計測にも対応
- リニアテレビでの共視聴率 48%に対して、OTT での共視聴率は 34%
- テレビ視聴率予測の実験プロジェクトで精度が向上

2017年4月26日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：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3号』を発表しました。

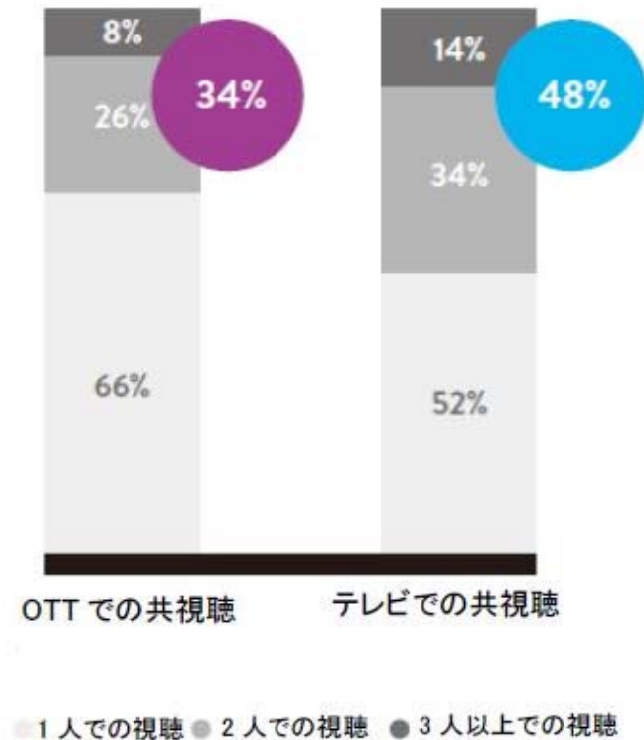
2017年の初号であるこの第3号では、魅力的なテレビ計測の世界に関する3本の特集記事をご紹介します。

テレビは既に定着した媒体である、したがってテレビに関する視聴計測も定着化していると考えがちですが、事実は全く異なります。テレビは変化しつつある今日のメディア視聴習慣の中心に位置しており、ニールセンが長年開発してきた計測システムも、この変化に歩調を合わせる必要があります。これについて、本号の最初の特集記事「全体像: メディア細分化の課題に対応する技術」で考察します。ニールセンのチーフエンジニアが執筆したこの記事では、過去のベストプラクティスを概観し、現代のテレビ視聴計測を作り上げている多くの要素について詳細に解説します。

「OTTデバイスでの共視聴: 似ていること、違うこと」と題した2番目の特集記事では、最も革新的なデータパートナーであるRokuの全数計測によるインプレッションデータを利用して、OTT（オーバーザトップ）デバイスでのテレビ視聴の動向について分析します。従来、テレビ視聴は家族単位で行われることが多い社会的活動でしたが、テレビコンテンツの視聴にスマートフォン、タブレットといった小型スクリーンが利用されるようになった結果、視聴体験は変化しています。これは重要な研究テーマです。果たしてOTTデバイスはこのトレンドを逆転させることができるのでしょうか。

3番目の特集記事「機械学習を利用した将来のテレビ視聴率予測」では、ニールセンのデータサイエンティストが過去のデータに基づいて視聴率を予測するために、最近開発した革新的な方法について考察します。テレビ広告の大半は、放映スケジュールのかなり前に行われる「アップフロント」イベントで購入されることがいまだに一般的であるため、予測精度の向上は業界に大きな経済的メリットをもたらすかもしれません。

OTTでの共視聴の割合と、テレビでの共視聴の割合



その他のトピックス

- ・ある時点における購入に対する広告効果を計測する
- ・適者生存: 進化形アルゴリズムを用いて次の製品のアイデアを最適化する
- ・救済のためのファジーマッチング: 異なる時期の調査設計を整合させる
- ・広告における記憶の解明

「ニールセン メジャメント・ジャーナル 第3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 デジタル株式会社 セールス&アナリティクス

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-2017-vol1-issue3.html>

###

【ニールセン デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital 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： 代表取締役社長 宮本 淳

ニールセン デジタル株式会社は、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 デジタル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 スポーツ (レピコムジャパン株式会社) は、スポーツ産業の中で分析やインサイトを提供するナンバーワンのプロバイダーであり、同部門で最も独立した包括的な市場データと世界で最も完璧な消費者のトレンドや習慣の概観をお届けする信頼のおける情報源です。詳細は <http://niensports.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 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
インターネットユーザーデータベースサービス NetView Lifestyle Powered by Video Research Interactive
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