

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 デジタル広告視聴率による TWITTER の計測を新たに世界 23 市場で開始 モバイルソーシャルメディア広告キャンペーンにおける比較可能な効果測定指標を提供

2017 年 5 月 17 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（東京都港区、代表取締役社長 宮本淳）は、本日、米国に加え、新たに日本を含む世界 23 市場でニールセン デジタル広告視聴率（Nielsen Digital Ad Ratings）による Twitter モバイルキャンペーンの測定を開始したことを発表しました。ニールセン デジタル広告視聴率は、Twitter のソーシャルプラットフォーム上の広告が意図された視聴者に、どれだけ効果的に到達したのかを測定します。

世界中の消費者がモバイルデバイスを通じて広告との接触を増やしている状況下で、ニールセンの Twitter キャンペーン計測は世界中の顧客に、キャンペーンのパフォーマンスに関する独立した第三者測定指標を提供します。ニールセン デジタル広告視聴率は、Twitter モバイルアプリ上で展開される広告キャンペーンの計測に、テレビに使用されている指標と同様の指標である年齢や性別ごとの視聴者数、リーチ（到達率）、フリークエシー（頻度）、GRP を用いて、広告主、広告代理店、媒体社に信頼できるオーディエンス検証を提供します。

「スマートフォンの利用が増え続け、更にデジタル広告費におけるモバイル広告費が成長する中、マーケティング活動全体における Twitter 上でのマーケティングの効果を理解することが、これまで以上に重要になっています。私たちは、より良い広告効果の透明性を提供し、広告主のマーケティング目標を達成できるように、ニールセンとの協業を拡張しました。」と Twitter の Market Insight & Analytics 担当副社長のジェフリー・グラハム氏は述べています。

ニールセンはグローバル規模に展開する業界標準のニールセン デジタル広告視聴率のプラットフォームを活用して、日本、米国、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、中国、香港、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、台湾、タイ、イギリス、フランス、ドイツ、アイルランド、イタリア、ポーランド、トルコ、メキシコ、ブラジル、プエルトリコの 24 市場で、地域を跨いで包括的に Twitter のモバイル広告のリーチを測定、キャンペーンの最適化を顧客に提供します。

Twitter におけるキャンペーン計測の実現は両社の強固なビジネスパートナーシップに基づいています。米国では 2016 年 5 月に Twitter のニールセン デジタル広告視聴率での測定が開始されました。2014 年には Twitter などのソーシャルメディア上で展開されるテレビ番組に関連する活動を測定するソーシャル・コンテンツ・レイティングスの提供を開始しました。また、ニールセンと Twitter は 2013 年に Twitter Nielsen Brand Effect の提供を開始し、世界中の Twitter サービス提供市場において、プロモツイートによるメッセージアソシエーション、ブランド好感度、購買意向などのブランドリフト効果の測定をおこなっています。

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、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 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 スポーツ（レピュ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 か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 デジタル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