

プレスリリース

お問い合わせ： 久々江敦志、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、デジタル広告のキャンペーン評価についてまとめたホワイトペーパー

『デジタル広告のビューアビリティ その次にあるものは？』を発表

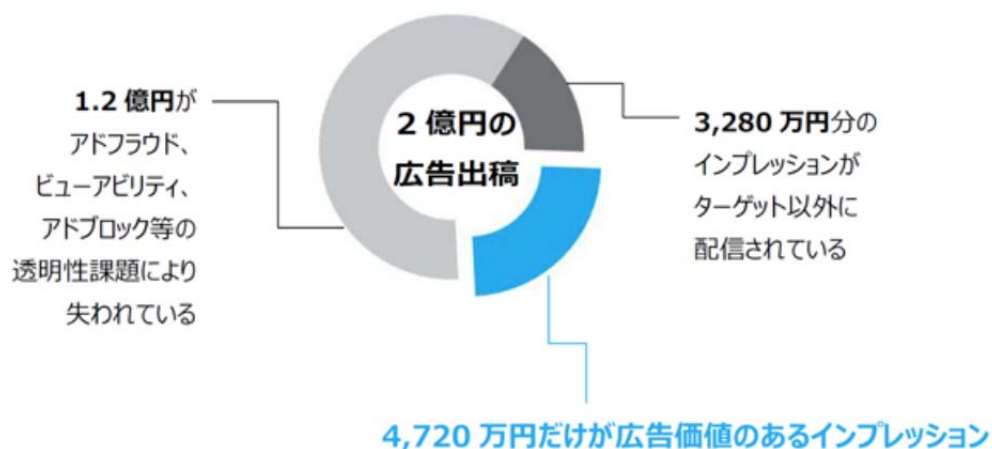
～デジタル広告のインプレッションの60%がデジタル広告サプライチェーンの不透明性により失われている～

2018年3月13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、ニールセン デジタル広告視聴率（Nielsen Digital Ad Ratings）で計測した全世界のデジタル広告のキャンペーン評価についてまとめたホワイトペーパー「デジタル広告のビューアビリティ その次にあるものは？」を発表しました。

2018年、全世界のデジタル広告費は25兆7000億円に達しようとしています。そのインプレッションの60%が「アドフraud：ボットなどの広告詐欺」や「ビューアビリティ：可視領域に一定時間表示されない広告」、「アドブロック」等の透明性に関する課題のために失われています。さらに、残りの40%の内、設定したキャンペーンターゲットに到達しているインプレッションは59%です。つまり、全インプレッションの内、広告価値のあるインプレッションは僅か23.6%ということになり、デジタル広告費の75%以上が無駄になっています。

失われた広告費のイメージ例：2億円のデジタル広告を出稿した場合



出典：アドブロックに関しては eMarketer 2016 年 6 月版、アドフraud/ビューアビリティに関しては Integral Ad Science 社 Media Quality Report 2016 年第 1 四半期版、広告のオンターゲット率についてはニールセン デジタル広告視聴率で 2017 年第四半期に計測した全体平均である 59%を適用



一方、ブランドから発信されるメッセージの量は年々増え続けており、広告主にとっても媒体社にとっても実際に広告を見た人を明確に理解することがキャンペーンの成功のために重要な課題になっています。その課題に対して、ニールセンはデジタル広告視聴率で計測した実データをもとに、①ビューアブル率（総インプレッションの内、スクリーンの可視領域に行って時間広告が表示された割合）、②オンターゲット率（総インプレッションの内、設定したターゲットに配信されたインプレッションの割合）、③ビューアブル・オンターゲット率（ビューアブルだったインプレッションの内、設定されたターゲットに配信されたインプレッションの割合）の3つの指標を用いたキャンペーンの評価方法を提案しています。

消費者の行動に影響を与えるのは、意図した視聴者が実際に広告を視聴した場合のみです。新しい計測指標であるビューアブル率、オンターゲット率、ビューアブル・オンターゲット率によりデジタル広告業界の全てのプレーヤーが、デジタル広告のサプライチェーンを最適化する上で積極的な役割を担っていくことが重要です。広告主、媒体社、広告代理店は性年齢属性グループ別のビューアビリティ測定を活用して、より透明性を確保したメディア購入と広告配信の意思決定をおこなう必要があります。

下記リンクからホワイトペーパー「**デジタル広告のビューアビリティ その次にあるものは？**」をダウンロードできます。
<http://www.nielsen.com/jp/ja/insights/reports/nielsen-digital-whitepaper-viewability.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
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオリサーチ

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 ジャパン株式会社は、マーケティングのデータ提供、コンサルティングを行う、世界最大規模のスポーツマーケティング会社です。スポーツ団体及びスポーツに出資する企業に於いても、マーケティング戦略に不可欠なデータとして、世界中で数多く採用されています。日本では、J リーグやプロ野球球団等とも契約しています。詳細は <http://niensports.com/jp/> でご覧いただけます。



グレースノート株式会社は、世界の代表的なブランドのエンターテインメント製品に、音楽・テレビ/映画・スポーツコンテンツについての認識技術を提供しています。2 億曲以上をカバーする楽曲データと 85 カ国以上のテレビ番組表データ、4,500 のスポーツリーグや国際大会に関する統計データ等を提供しています。詳しくは www.gracenote.com/ja/ でご覧いただけます。

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は、世界的なマーケティング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コンテンツおよび広告視聴動向を把握するトータルオーディエンス測定などを提供しています。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などを提供しています。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企業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 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 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

デジタル広告モニタリングツール Nielsen Digital Ad Intel など