



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、公式パートナーとして Advertising Week ASIA 2018 に参加

2018年5月8日

世界最大級のマーケティング調査&データ分析の会社であるニールセンは、5月14日から5月17日まで東京で開催される Advertising Week Asia 2018 に公式パートナーとして参加いたします。Advertising Week は世界最大規模の広告およびマーケティング業界のイベントの1つで、世界中の広告主、広告代理店、リサーチャー、マーケティングの専門家が参加します。

ニールセンは永年にわたり米国で開催されている Advertising Week のパートナーとしてイベントを支援してきました。今回の Advertising Week Asia 2018 でも公式パートナーとして、期間中に2つのセッションに登壇し、日本の、そして世界の広告、マーケティング業界に向けて重要なインサイトを提供いたします。

5月14日（DAY1）のイノベーション・ステージ「**指標の共通化がもたらす未来：デジタルメディアが正当に評価されることで成り立つエコシステム**」にはニールセン デジタル社長 宮本 淳が登壇します。株式会社ビデオリサーチインタラクティブ 取締役 池田 宜秀氏をゲストにお迎えし、デジタルメディアにおいて「総視聴数」「MAU」「アプリDL数」等、メディアパワーを示す指標が乱立し、メディアとしての本来の価値が伝わらない実態を生み出している現状、また、プランニングをする側も、共通の指標が無いためにメディアの比較ができず、適切なメディアを選択できないという不健全なメディア投資を余儀なくされていることに対し、デジタルメディア投資の健全なエコシステム構築のために必要な条件や課題、実現した際のメディアと広告主の双方におけるベネフィットについて議論を展開いたします。

5月15日（DAY2）のテクノロジー・ステージ「**大手ブランド広告主10社とデジタル広告のリーチ指標を共同研究、「人」ベースのリーチ計測の活用方法とは**」では、資生堂ジャパン株式会社 メディア統括部長 小出 誠氏、株式会社NTTドコモ プロモーション部メディアセンター長 井上 直己氏をゲストにお迎えし、モデレーターであるニールセン デジタル社長 宮本 淳と共に、昨年、大手広告主10社がニールセンと共に立ち上げた「デジタル広告におけるリーチ指標利活用研究会」における研究成果を共有した上で、ブランディング目的でのデジタル広告をより活用しやすい環境を整えていく上で、メディア横断型の標準統一指標として「人」ベースでのリーチ計測を、KPI や業界の共通言語としてどの様に活用していくことが出来るのか、そして広告主が抱えている課題とメディアや広告会社に求めることを、パネルディスカッション形式で議論を展開致します。



弊社関連の講演スケジュール

■ 5月14日 (DAY1) イノベーション・ステージ (Room7) 午後1時～

「指標の共通化がもたらす未来：デジタルメディアが正当に評価されることで成り立つエコシステム」

ニールセン デジタル株式会社 代表取締役社長 宮本 淳

(ゲスト) 株式会社ビデオリサーチインタラクティブ 取締役 池田 宜秀 様

■ 5月15日 (DAY2) テクノロジー・ステージ (ホール A2) 午後1時～

「大手ブランド広告主 10 社とデジタル広告のリーチ指標を共同研究、「人」ベースのリーチ計測の活用方法とは」

ニールセン デジタル株式会社 代表取締役社長 宮本 淳

(ゲスト) 資生堂ジャパン株式会社 メディア統括部長 小出 誠様

株式会社 NTT ドコモ プロモーション部 メディアセンター長 井上 直己 様

Advertising Week Asia 2018 開催概要

日時：2018年5月14日から5月17日

会場：東京ミッドタウン

イベントの詳細につきましては、「Advertising Week Asia 2018」の公式サイトをご覧ください

<http://asia.advertisingweek.com/>

###

【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。

また、Nielsen は 2018 年 FIFA ワールドカップ ロシア大会のオフィシャル・マーケットリサーチ・プロバイダーです。



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、世界最大級のマーケティング調査&データ分析の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