



プレスリリース

お問い合わせ： 西村総一郎、広報担当

Eメール： jpw_press@nielsen.com

電話： 03-6837-6500

ニールセン、デジタルコンテンツ視聴率を日本で提供開始 透明性のある人ベースの媒体評価、広告取引のための標準指標を提供

2018年7月2日

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、ニールセンが推進するトータルオーディエンスソリューションのキーコンポーネントであるニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）のサービス提供を、本日より日本で開始することを発表しました。ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、すべての主要なデジタルデバイスやプラットフォームにわたって、ストリーミングビデオ、静的（テキスト）コンテンツページ、モバイルアプリなど、デジタルコンテンツのメディア接触を包括的に測定することで、複雑なマルチプラットフォーム、マルチデバイス、分散配信/視聴環境に対応し、透明性を担保した第三者が計測する「人」ベースのリーチ計測で、公平な媒体評価、広告取引のための標準指標を提供します。

消費者は多くのプラットフォームでデジタルコンテンツを利用しており、媒体社、広告主、広告会社はメディア視聴の実態を把握するためにも消費者のコンテンツ消費総量を明確に知ることが重要です。ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）は、ブラウザでのストリーミングやアプリでの番組やエピソード（放送回）レベルでの動画視聴と静的な（テキスト）コンテンツの視聴を「人」ベースで測定し、プラットフォームを横断してデジタルコンテンツのリーチ、フリークエンシー、GRP、視聴者数や視聴者属性、視聴時間などのテレビ視聴データと直接比較可能な指標や豊富な分析軸を提供します。

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）は、ニールセンが従来から提供している業界標準のパネルベースのネット視聴率である NetView(PC 版)、Mobile NetView(スマートフォン版)を進化させ、パネルデータと全数データのハイブリッドレポートとしてご提供いたします。これにより、デバイス、プラットフォーム間をまたいで、重複利用を排除したユニークなトータルデジタルの視聴状況を「人」ベースでレポートすることを可能にしています。また、全数データの活用により、例えば、動画であれば番組単位、放送回単位というコンテンツ単位の粒度の細かいレポートの提供も可能にしています。

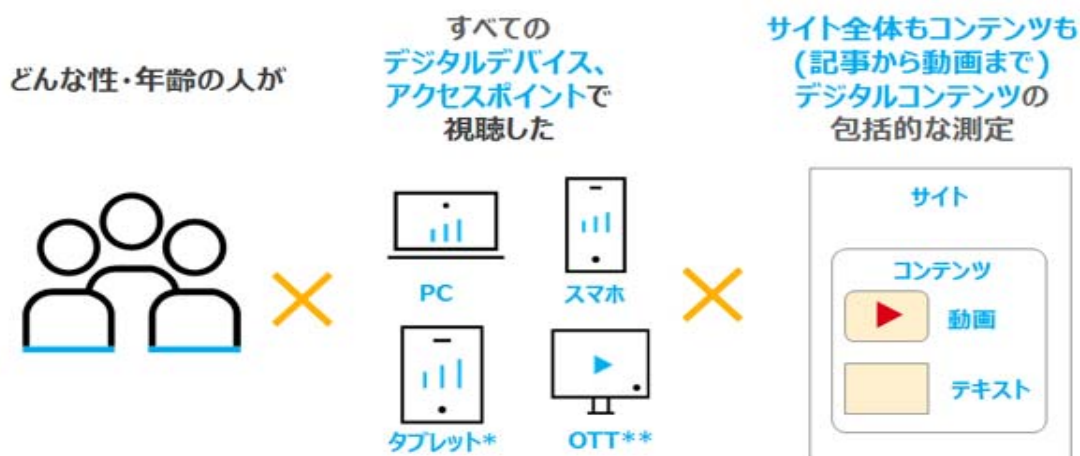
当社代表取締役社長の宮本 淳は、次のように述べています。「当社は、長らく日本のネット視聴率の標準データとしてNetView及びMobile NetViewを提供して参りました。この両サービスは無作為抽出された代表性を確保したパネルの実際の視聴行動をリアルタイムで収集し、毎月実施されるインターネット人口調査の結果に照らし合わせてデータを作成する統計調査で、ウェブサイト間、アプリ間の利用状況の相対比較を可能にするデ

ータです。しかし、それぞれのデバイスに対するデータであり、PCとモバイルデバイスを横断したトータルデジタルの利用状況をレポートすることができませんでした。加えて、パネルデータの限界として、コンテンツ単位の粒度の細かいレポートの提供をおこなうことができませんでした。この度、ニールセンはこのようなお客様の潜在ニーズに応えるため、ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）の提供を開始します。ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）は、トータルデジタルのユニークな視聴者数や粒度の細かいコンテンツ単位のデータをご提供すると同時に、昨年来、デジタルメディア並びに広告業界で問題となっている透明性やウォールダーン問題を解決する、米国MRC*で唯一認定されている属性別のデジタル広告視聴率データであるニールセン デジタル広告視聴率(Nielsen Digital Ad Ratings)と同手法を用いるメディア視聴データとして、デジタルメディア業界の標準指標となりうるデータを提供して参ります。

*米国Media Rating Council（MRC）は、メディア調査会社の監査や認定審査を行なう業界団体です。

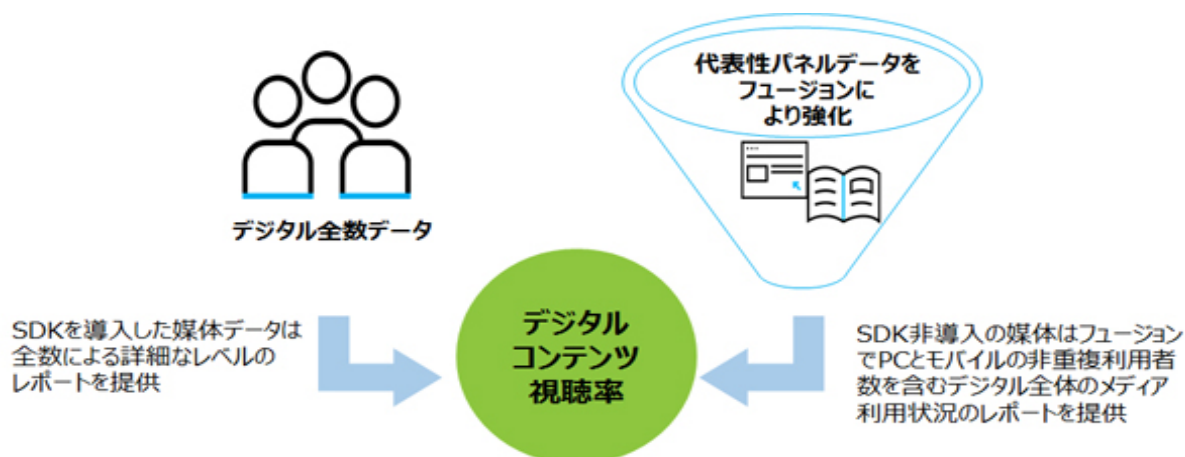
<http://www.mediaratingcouncil.org/>

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率の特徴



* SDK導入コンテンツのみ対象となります。

** SDK導入コンテンツのみ対象となります。また、UAやリーチは計測されず、PV数などボリューム指標のみ計測されます。





- ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、全数データを用いることにより、従来の NetView、Mobile NetView が提供しているブランド、サブブランドという大きなコンテンツの括りのレポートと異なり、コンテンツ単位(動画であれば番組/放送回単位)の粒度の細かい視聴状況をレポートします。
- ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、全数データでは Facebook 会員情報との照合により、デバイス間を跨ぐ重複を排除したユニークリーチをレポートします。また、全数調査に参加していない媒体については、PC とスマートフォンパネルデータのフュージョンにより、デバイスを横断したトータルデジタルの視聴状況をレポートします。
- ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、メディアデータに求められる速報性を有しています。日別データであれば 3 日後にデータがレポートされます。また、従来の NetView、Mobile NetView では提供していない 4 半期ごとの視聴状況もレポートしています。
- ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、ディストリビュータ側で視聴されたバーチャルメディアのコンテンツ視聴状況を、バーチャルメディア側でもクレジットして視聴データとしてレポートするので、分散化戦略を採るメディアの総合的なコンテンツ視聴状況の把握が可能です。

本サービスに関しては弊社営業部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 営業部

電話 03-6837-6500 e-mail: jpw_clientservices@nielsen.com

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 (Nielsen Digital Content Ratings) について

ニールセン デジタル広告視聴率は、デジタル媒体の全てのコンテンツを、PC、モバイル、タブレット、および OTT などの全てのデバイスを横断して計測し、デジタルコンテンツ全体の視聴者のメディア接触と消費量を包括的に把握することを可能にします。媒体社はこのサービスを使うことで、デジタルメディアの消費状況全体を把握でき、広告販売における透明性のあるデータの開示や競争力のある広告メニューの開発をおこなえます。広告主、広告会社は広告購入における適切な予算配分計画をおこなえます。ニールセン デジタルコンテンツ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 2,800 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、日本のデジタルメディアの視聴状況を性別、年齢層別に把握することが可能になります。日次データは 3 日後にはオンラインのインターフェイス上に表示され、顧客企業はデジタルメディアの利用状況をすばやく知ることができます。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/dcr.html>

Nielsen NetView について

Nielsen NetView は、日本全国に 4 万名以上のオンライン視聴者パネルを構築し、データを収集、報告しています。また、ニールセンの視聴率パネルは家庭のみならず、日本で唯一、職場にも 2,200 名以上のパネルを構築していますので、日本全体の PC でのインターネット利用動向を俯瞰することができます。同一条件で測定される視聴率情報であるがゆえに、自社サイトの利用状況や利用者属性の把握のみならず、競合サイトの利用状況との比較もでき、かつ、日本全体あるいは業界内での自社のポジショニングを確認することもできます。時系列データの抽出や、他サイトとの重複利用状況を抽出するなどの豊富なツールも実装されています。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/netview.html>

Nielsen Mobile NetView について



Nielsen Mobile NetView は日本全国の 8,000 名 (iOS、Android 各 4,000 名) の調査協力モニターから取得するアクセスログ情報を元に作成されます。従来のアンケート調査とは異なり、実際のユーザーのアクセス記録に基づくデータであり、アプリやウェブサイトの利用時間や利用頻度などの正確な利用動向データの提供が可能です。また、利用者属性情報を含むパネル調査であるため、属性別の利用状況を把握できます。データは、ウェブサイトの訪問、アプリの利用もしくはスマートフォン全体での利用状況を参照することができ、また、利用者属性、OS、電話会社、デバイスなどのフィルターを使用してデータを抽出することもできます。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/nielsen_mobile_netview.html

##

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 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

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

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