



2011年9月14日  
ネットレイティングス株式会社

\*このニュースリリースは2011年9月7日に米国で発行されたニュースの翻訳です。

## ニールセンの「Nielsen Online Campaign Ratings™」 米国 Media Rating Council (MRC) の認定を取得

ネットレイティングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役会長:福德俊弘)は、ニールセンの「Nielsen Online Campaign Ratings™」がメディア調査会社の監査や認定審査を行なう米国の業界団体、Media Rating Council(MRC)の認定を獲得したことを発表しました。認定を受けた「Nielsen Online Campaign Ratings™」は、インターネットのディスプレイ広告やビデオ広告のリーチ、フリクエンシー及びGRPデータを測定する新システムです。

MRCの認定により、Nielsen Online Campaign RatingsはMRCのメディア・レイティング調査基準を満たしていることが証明されました。オンライン広告キャンペーンのデモグラフィック属性別レイティングスを提供するインターネット視聴測定システムとしては、初の認定となります。認定機関のMRCはメディア業界や関連ユーザーに対し、審査対象となるサービスが有効で信頼性が高く、かつ効果のある視聴者測定サービスであることを確認し、同時にMRCの基準に準拠しているかを判定します。その結果、認定されたサービスの手法、指標やレポートがデジタル測定に関する業界基準(業界団体の米国 Interactive Advertising Bureau の測定ガイドライン)を満たしていることが保証されます。

認定に関して、ニールセンの Media Product and Advertiser Solutions 担当プレジデントのスティーブ・ハスカーは「今回の認定はニールセンや業界全体にとって、非常に意義のある実績となりました。広告主やメディア企業はオンライン・メディアや広告の価値を実証する方法を模索していますが、マーケティング目標の一部である視聴結果や内容に関する標準的、かつ信頼性が高い測定手法が存在しませんでした。Nielsen Online Campaign Ratings はブランド・メーカーにとって親和性が高く、他のメディアとの比較が可能な方法でサイトに掲載した広告の真の価値を測定するシステムで、測定指標の高い信頼性が今回評価・証明されたことを非常に嬉しく思います。MRCの認定は、オンライン・メディアを買う側、売る側の両方がオンライン広告を計画・実施する上で信頼に値する情報が入手可能になる、という点で大きな一歩となるでしょう」とコメントしています。

MRCのCEO兼理事のジョージ・W・アイヴィー氏は「ニールセンが Online Campaign Ratings 視聴者測定サービスの認定審査を無事クリアしたことを、MRCは非常に高く評価しています。Nielsen Online Campaign Ratings は複数のデータ・ソースを用いた新たな測定アプローチです。この度のMRCの認定は、クオリティや情報開示という点で高い評価を獲得しているMRCの基準に Nielsen Online Campaign Ratings が準拠していることを証明しました」と語っています。

Nielsen Online Campaign Ratings は既存のニールセンのテレビ視聴率パネル・データとオンライン視聴率パネル・データを外部のオンライン・データ・プロバイターから得る匿名のデモグラフィック情報と組み合わせる、革新的なアプローチを採用しています(特許申請中)。独自のハイブリッド手法を用いることで、ニールセンはあらゆる規模のインターネット広告キャンペーンのリーチ、フリクエンシー、GRPデータを提供することが可能になりました。広告主と媒体社の両方が重視する視聴データを含むキャンペーン・レポートは、キャンペーン実施



の翌日に提出される仕組みとなっています。

Nielsen Online Campaign Ratings は2011年8月15日に発表、既にプロクター&ギャンブル、キンバリー・クラークなど大手広告主、ディズニーABC テレビジョン・グループやフェイスブックなど大手メディア、そしてグループM やスターコム・メディアベストなどの大手メディア・エージェンシーによって活用されています。

今回の認定について、ユーザーから以下のコメントが寄せられています。

グループM Implementation Research and Marketplace Analysis 代表兼マネージング・パートナー、ライル・シユワーツ氏は「Nielsen Online Campaign Ratings がこの度 MRC の認定を受けたことは、オンライン広告の標準測定システムの確立に向けた大きな一歩と認識しています。マルチスクリーンに対する測定指標の安定的な分析により、メディア・プランナーやバイヤーはコミュニケーションにおけるオンライン広告の真の価値や役割について、貴重なインサイトを得られるようになるでしょう。」と述べています。

ABC テレビジョン・ネットワーク リサーチ担当 EVP、チャールズ・ケネディ氏は、「Nielsen Online Campaign Ratings は素晴らしいシステムで、オンライン広告キャンペーンのトラッキングの正確性や精度を飛躍的に向上させるポテンシャルを持っています。Nielsen Online Campaign Ratings の利用を発展させる上で、我々が重要な役割を担っていることを喜ばしく感じています。MRC の認定は Nielsen Online Campaign Ratings の信頼性を向上し、今日のデジタル社会における重要な指標としてのポテンシャルを更に高めると思っています。」と述べています。

スターコム・メディアベスト・グループ グローバル・リサーチ担当 EVP、ケイト・サーキン氏は、「スターコム・メディアベスト・グループは、品質の高いオンライン視聴者調査の進化を応援しています。Nielsen Online Campaign Ratings が MRC の認定を受けたことは、ニールセンによるクリエイティブなアプローチの実用性が証明されたと言えるでしょう。Online Campaign Ratings はエージェンシーと広告主の両方に対し、広告キャンペーンが狙った視聴者層に到達しているかを確実に実証し、適切な事後分析用測定指標を提供することで、売上やブランドに対する影響などのキャンペーンの効果の評価に貢献します。Nielsen Online Campaign Ratings の利用が広がることで、オンライン視聴者全体に対するソリューションを形成できると思います。」と述べています。

キンバリー・クラーク デジタル・マーケティング担当グローバル・ディレクター、ジェフ・ジャレット氏は、「弊社が実施するオンライン・キャンペーンに接触している本当の視聴者を知ることは、弊社のビジネスにとって極めて重要なことです。だからこそ、弊社のメディア・バイイング業務に Online Campaign Ratings を導入することを決定しました。Media Rating Council から「青信号」が出たということで、このツールの有用性に対する信頼がさらに高まったと感じています。」と述べています。

アメリカ広告調査財団(ARF) デジタル担当 EVP、テッド・マコネル氏は、「ニールセンはプライバシーを尊重し、売る側と買う側の信頼構築を促進するテクノロジー・イノベーションを開発しました。この非常に複雑なテクノロジーが MRC という第三者による認定を受けたことは、業界全体にとって非常に重要なこと。これでメディア・バイヤーは少し枕を高くして寝られるでしょう。」と述べています。

## MRC について



MRC は 1964 年に「有効で信頼性が高く、効果のある測定サービスの確保」という目的で設立された非営利業界団体で、大手テレビ・ラジオ局、出版社、インターネット企業や広告主、広告エージェンシー、事業者団体で構成されています。MRC の認定を獲得するためには、以下の基準を満たす必要があります。1) 測定サービス手法のユーザーへの開示、2) MRC の設けるメディア・レーティング調査最低基準への準拠、3) MRC 指定の監査人による手順監査。また、MRC 会員は調査の質の継続的な向上を目指し、重要性が高い課題に対して積極的に対応しています。現在、約 60 のサービスが MRC の監査対象となっています。詳しくは MRC ウェブサイト、<http://www.mediaratingcouncil.org/> をご覧ください。

###

#### 【ネットレイティングス株式会社 会社概要】

会社名: ネットレイティングス株式会社 英文社名: NetRatings Japan Inc.  
本社所在地: 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント  
資本金: 4 億 346 万円  
設立: 1999 年 5 月  
代表者: 代表取締役会長兼 CEO 福德 俊弘  
代表取締役社長兼 COO 武智 清訓  
主要株主 : The Nielsen Company (U.S.A)、トランスコスモス株式会社、株式会社電通

ネットレイティングスはニールセン、トランスコスモス株式会社及び株式会社電通の合併会社です。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、広告分析、ソーシャルメディア分析の3つ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、及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、広告会社より高い信頼性の評価をいただいております。ネットレイティングスのサービス概要、及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧いただけます。

#### ニールセン・ネットレイティングス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、  
モバイルインターネット利用動向データ Nielsen KeitaiView、  
インターネット基礎調査レポート Nielsen BasicReport など

##### 広告分析ソリューション

オンライン広告統計データ Nielsen AdRelevance、Nielsen AdRelevance EXpenditure  
広告効果分析サービス Ad Effectiveness など

##### ソーシャルメディア分析ソリューション

ソーシャルメディア分析サービス Nielsen BuzzMetrics  
ソーシャルメディア分析ツール Nielsen MyBuizzMetrics など

#### ニールセンについて



ニールセン・ホールディングス N.V. (NYSE : NLSN) は世界的な情報・調査企業で、マーケティング及び消費者情報、テレビなどのメディア視聴率、オンラインおよびモバイルのインターネット視聴率を提供しています。また、トレードショーも開催しており、各分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークとオランダ・ディーンメンに本社があり、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ ([www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)) をご覧ください。

# # #

本件に関するお問い合わせ先:

ネットレイティングス株式会社 広報担当 小宮山 聖花(こみやま きよか)

電話: (03)4363-4200

e-mail: [press@netratings.co.jp](mailto:press@netratings.co.jp)