



2012年10月5日  
ニールセン株式会社

## ニールセン、マルチスクリーンの新広告測定ソリューション Nielsen Cross-Platform Campaign Ratings を発表

ESPN、Facebook、GroupM、Hulu、Unilever がニールセン Cross-Platform Campaign Ratings を早くも導入

ニューヨーク州ニューヨーク - 2012年10月1日 - 消費者が何を見て、何を購入するかについての情報およびインサイトをグローバルに提供するニールセンは、クロスプラットフォーム広告測定への大きな前進を本日発表しました。Media Rating Council 認定の Nielsen Online Campaign Ratings™ およびニールセンの所有する全国的なテレビ視聴率パネルを活用することにより、Nielsen Cross-Platform Campaign Ratings はテレビ広告とオンライン広告のスクリーンをまたいだ広告の真のリーチをご提供します。本ソリューションは10月1日より米国で提供開始となります。

Nielsen Cross-Platform Campaign Ratings は、業界大手各社のご協力を仰ぎ、広範囲にわたる試験を重ねて参りました。ESPN、Facebook、GroupM、Hulu 及び Unilever の各社は、テレビおよびオンライン広告の、重複していない増分のリーチ、フリクエンシーおよび GPR 指標を提供する、本サービスのトライアルに参加しています。

「スポーツファンは消費者のメディア動向を変化させる最先端にいます。ESPN の Nielsen Cross-Platform Campaign Ratings トライアルへの参加は、クロスプラットフォーム動向に関する新しい調査方法を常に求めている私どもの姿勢を示しています。」と、ESPN の統合メディアリサーチ担当バイスプレジデントのグレン・イーノック氏は話しています。

「マーケティング担当者が素晴らしいキャンペーンを構築するうえで、また、媒体社がコストや商品の利用価値を最大限に引き出すうえで、消費者が全てのメディアを通してどの広告を見ているかをより良く理解することは必要不可欠です。Nielsen Cross-Platform Campaign Ratings は、この問題に取り組んでいる初のサービスです。消費者を中心としたキャンペーンの総体的な見通しを得られるということは、業界にとって大きな前進となるでしょう。」と、Facebook の メジヤメント・アンド・インサイト責任者のブラッド・スモールウッド氏は話しています。

「消費者がインターネットに接続されたデバイスで好きなテレビ番組を視聴する今日、業界の長期的な成長を考慮すると、この分野の計測は必要不可欠でしょう。私どもは、一歩前進したニールセンのクロスプラットフォーム測定に対するアプローチを支持しており、今後とも協業できることを楽しみにしています。」と、Hulu 広告担当シニアバイスプレジデントのジャン＝ポール・コラコ氏は話しています。

「Nielsen Cross-Platform Campaign Ratings は、当社のオンライン広告と比較して、当社のテレビ広告を誰が見ているのか特定する手助けとなっています。各メディアプラットフォームへの投資を決定するうえで、これはとても重要なツールとなってきています。」と Unilever のメディアインベストメント・アンド・パートナーシップ担当ディレクターのジェニファー・ガードナー氏は話しています。



ニールセンのアプローチは、オンラインビデオ広告に加え、オンラインディスプレイ広告およびリッチメディア広告をテレビ広告と組み合わせて計測します。2012年の3月から8月にかけて業界内で行われたトライアルでは、テレビ広告およびデジタル広告の、それぞれの視聴者、重複している視聴者および全体の視聴者を計測し、直接比較可能な指標を提供し、高品質な第三者機関データの価値を証明しました。

「スクリーンやプラットフォームをまたいだリーチ、コストや商品価値を計測、収益化する方法を作り出すことは、業界を通して高品質でシームレスな標準を提供する新しい機会へとつながります。Nielsen Cross-Platform Campaign Ratings は、広告主、代理店、そして媒体社の方々が、自社のキャンペーンが世界中のどこで、どのプラットフォームや市場で行われているように、その影響をより深く理解する支援をするものです。」と、ニールセンのグローバル・メディア・プロダクト・アンド・アドバタイザー・ソリューション担当プレジデントのステイブ・ハスカーは述べます。

より多くの消費者がクロスプラットフォームを利用する中、The Nielsen Cross-Platform Campaign Ratings は提供開始となりました。最新のニールセンのクロスプラットフォームレポートでは、米国では、週間テレビ視聴時間が34時間を越えるのに加え、PCからのインターネット接続が5時間にも及ぶと報告されています。アメリカ人の半数以上がインターネットでビデオを視聴する今日、週間平均ビデオ視聴時間は約35時間にまで上昇しています。

#### **Nielsen Campaign Ratings について**

Nielsen Campaign Ratings は、テレビおよびオンラインの広告キャンペーンへ統合された指標を提供します。Nielsen Campaign Ratings 製品ラインの一部である Nielsen Online Campaign Ratings は、ニールセンのクロスプラットフォームホームパネルに匿名で参加しているプライバシーが守られている人口統計に基づいたオンラインデータ提供者から集められたデータを組み合わせます。キャンペーンレポートはキャンペーン開始の翌日に提供可能で、キャンペーン中に必要不可欠な情報を代理店、広告主、媒体社へ提供します。また、Nielsen Campaign Ratings 製品ラインに含まれる Nielsen Cross-Platform Campaign Ratings は、テレビおよびオンライン広告の、重複していない増分のリーチ、フリケンシーおよび GPR 指標を提供するため、Nielsen Online Campaign Ratings および ニールセンが所有するテレビデータを使用します。

###

#### **【ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社) 会社概要】**

会社名: ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社) 英文社名: Nielsen Co., Ltd.

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: 1億円

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 : ニールセン、トランスコスモス株式会社 など



**ニールセン株式会社**(旧ネットレイティングス株式会社)はニールセン、トランスコスモス株式会社などの出資による合弁会社です。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。ニールセン株式会社のサービス概要、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。ニールセン・カンパニー合同会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://jp.nielsen.com/site/index.shtml> でご覧いただけます。

### 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・調査会社で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報、トレードショーやそれに関連した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・ディーンに本社を持ち、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。

**ニールセン株式会社**(旧ネットレイティングス株式会社)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・メディア利用実態調査レポート  
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 My BuzzMetrics など

# # #

本件に関するお問い合わせ先:

ニールセン株式会社 広報担当 西村総一郎

電話:(03)4363-4200

e-mail: [jpw\\_press@nielsen.com](mailto:jpw_press@nielsen.com)