

# プレスリリース

お問い合わせ： 広報担当 西村総一郎  
 Eメール： jpw\_press@nielsen.com  
 電話： 03-6837-6500

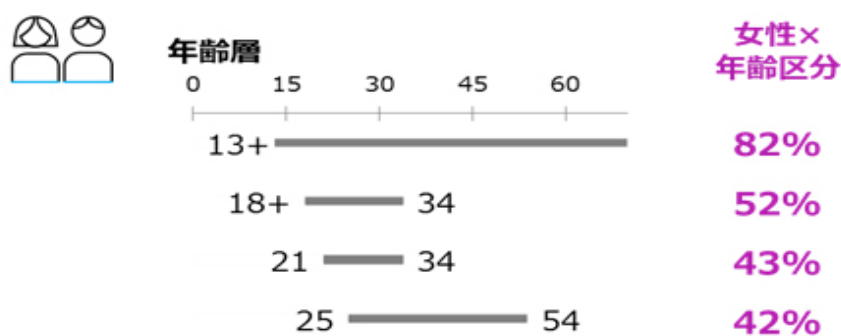
## ニールセン デジタル広告視聴率の計測実績データをもとに 平均“オンターゲット率”を発表

2018年11月29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（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) の計測実績データ（2017年7月～2018年9月の間に計測された1,000件以上のデジタル広告キャンペーンデータ）をもとに、デジタル広告キャンペーンで配信した総インプレッションのうち、何%が意図していた性年代にリーチしていたのかを表す“オンターゲット率”に関する分析結果を発表しました。

まず、ターゲットとして設定されていた性年代別にオンターゲット率をみると、年齢の上限設定がない場合は高い値となっていました。18-34歳の女性をターゲットとした場合では52%となっていました。また、21-34歳（年齢範囲 14歳）の女性と25-54歳（年齢範囲 30歳）では、ターゲットとしている年齢範囲は倍近く違うものの、それぞれオンターゲット率は同程度の43%と42%でした（図表1）。

図表1：性年代別 平均オンターゲット率

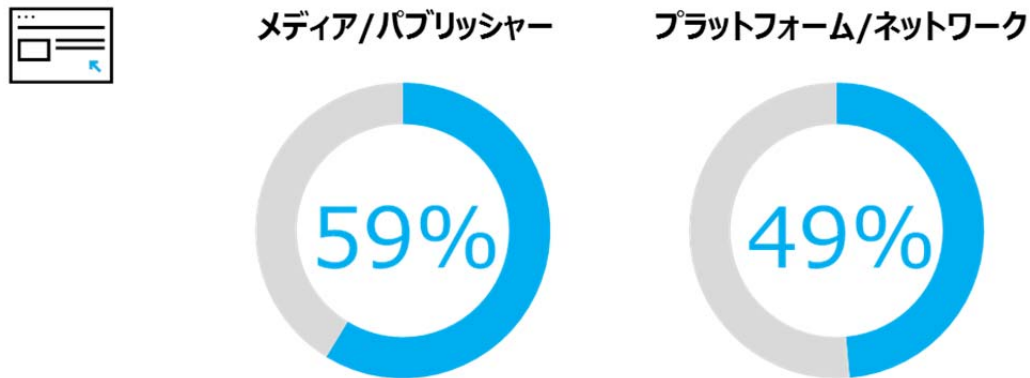


※対象となるサイトの計測数が30件未満になりますので、参考値としてご確認下さい。

次に、配信種別のオンターゲット率をみると、アドネットワークなどを利用して複数メディアに配信する「プラットフォーム/ネットワーク」と比べて媒体社が直接特定のメディア上に配信する「メディア/パブリッシャー」のほうが10ポイ

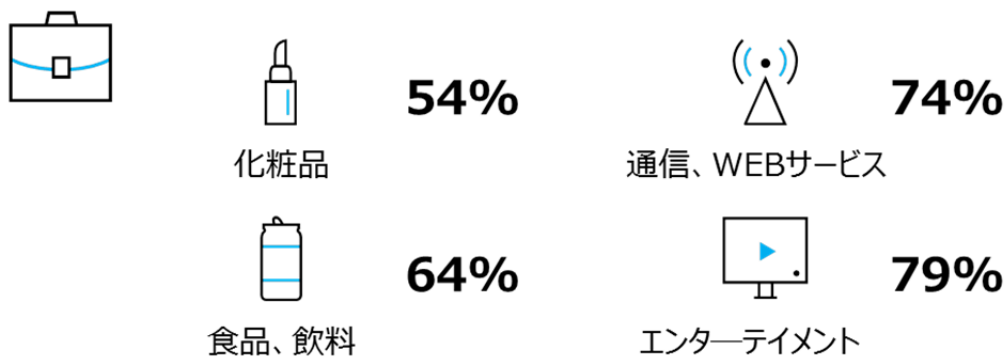
ント高く、59%となっていました。図表にはありませんが、特にモバイルデバイス上のメディア/パブリッシャーのオンターゲット率が高く、61%となっていました（図表2）。

図表2：配信種別 平均オンターゲット率



最後に、広告主の業種別にオンターゲット率を比較すると、業種によって大きく異なり、エンターテインメントや通信、WEBサービスでは70%を超えていました。一方、消費財では食品、飲料は通信、WEBサービスよりも10ポイント低い64%、化粧品はさらに10ポイント低い54%となっていました（図表3）。

図表3：業種別 平均オンターゲット率



デジタル広告はターゲティング配信が可能ですが、類推拡張による配信セグメントでのターゲティングとなるため、すべての広告を意図したターゲットに配信することはできません。今回見たように、ターゲットとなる性年代や配信種別、業種によって“オンターゲット率”は大きく異なります。デジタル広告キャンペーンを成功に近づけるために、各キャンペーンの“オンターゲット率”を評価し、改善を図っていく際にご参考にしていただくことを目的に、各種業界平均の数値を発表いたしました。本リリースにてご紹介している数値は分析結果の一部で、その他の性年齢別の結果やその他の業種、デバイスごとの分析結果もレポートにまとめています。詳細な分析結果をご確認になりたい場合は、弊社営業までお問い合わせください。

ニールセン デジタル広告視聴率は、デジタル広告キャンペーンのターゲット消費者へのリーチを詳しく知りたいと願う広告主にとって最適なソリューションです。さまざまなデジタル・メディア上で展開する広告キャンペーンに接触している消費者をより良く理解する物差しを求め続けてきた広告主、広告代理店、媒体社は、このサービスを使うことで、広告効果をより正確に説明し他社との比較や検討ができるようになります。「ニールセン デジタル広告視聴率」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 万人以上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・パネルの情報とを複合的に組み合わせることにより、日本のオンライン・ユーザーで広告に接触した人々を性別、年齢層まで把握することが可能になります。調査結果は 24 時間以内にオンラインのインターフェイス上に表示され、顧客企業は自社の広告キャンペーンの結果をすばやく知り、必要に応じてキャンペーンの途中でもこれを改善し最適化することが可能です。サービスの詳細は、ウェブサイトでもご覧いただけます。

<https://www.netratings.co.jp/solution/DigitalAdRatings.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。ニールセン株式会社のサービス概要、および会社概要は [www.netratings.co.jp](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。詳細は [www.nielsen.com/jp](http://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/](http://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、世界規模の消費者と市場における最も完全に信頼された見解を提供しています。私たちのアプローチは独自のニールセンデータと他のデータソースを結び付けることで、今何が起り、今後何が起るのか、そしてこの知識に基づいてどの様に行動するのがベストなのかを世界中の顧客が見つかるお手伝いをします。ニールセンはメディア、広告、小売りそして日用消費財産業が直面する最も重要な問いに答

えるための新しい方法を開発し続けながら、90年以上に渡り科学的な正確性と革新性に基づくデータと分析を提供してきました。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](http://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