



## 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した “ベンチマークレポート”を発表

2019年2月19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) の過去の計測実績データ（日本市場レポートは2015年7月～2018年9月の間に計測された5000インプレッション以上の全キャンペーン）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まとめた「ニールセン デジタル広告視聴率 ベンチマークレポート」を発表しました。このベンチマークレポートは日本を含む25の市場の状況を、アジアパシフィック版、ヨーロッパ版、東南アジア版、南米版、オーストラリア版、インド版の6つの地域レポートとして発行されています。

日本市場における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、年齢幅が30歳以上の比較的広いターゲットを設定した場合、PC、モバイルに配信されたインプレッションの9割近く(PC87%、モバイル89%)がターゲットに到達しています。一方、ターゲットの年齢幅を15歳以下に設定した場合は大幅にオンターゲット率が低下し、平均でPCは34%、モバイルは46%となっていました。また、年齢幅に男女の性別をターゲットとして追加設定した場合、年齢幅が30歳以上の場合は年齢のみの設定よりもオンターゲット率が大幅に低下し、5割程度（PC49%、モバイル53%）になっています。年齢幅を15歳以下に設定し、かつ、男女の性別を指定した場合は、PCでは年齢のみの設定よりも7ポイント低下し27%となっていますが、モバイルの場合は、ほとんど変わらず45%となっていました（図表1）。

また、13歳以上の全ての人というかなり広い年齢層でターゲットを設定した場合は、インプレッションの95%が意図するターゲットに到達していました。これに、女性という性別をターゲットに加えた場合でも、83%がターゲットに到達していました。逆に、18～24歳女性という絞り込んだターゲットに対するオンターゲット率はデジタル全体で37%と低くなっていました。このケースにおけるPCとモバイルの比較では、PCが28%に対し、モバイルは39%であり、かなりの差異が見られました(図表2)。

図表 1 ターゲットの年齢幅別オンターゲット率

	デジタル全体		PCのみ		モバイルのみ	
	全体	男性もしくは女性	全体	男性もしくは女性	全体	男性もしくは女性
30歳以上の年齢幅	88%	52%	87%	49%	89%	53%
16歳から29歳の年齢幅	61%	46%	55%	34%	62%	51%
15歳以下の年齢幅	43%	43%	34%	27%	46%	45%

Source: ニールセン デジタル広告視聴率

図表 2 年齢別、男女別、デバイス別オンターゲット率

年齢幅	デジタル全体			PCのみ			モバイルのみ		
	全体	男性	女性	全体	男性	女性	全体	男性	女性
13+	95%	-	83%	96%	-	-	95%	-	84%
13-64	89%	-	-	86%	-	-	91%	-	-
18+	85%	-	51%	92%	-	35%	83%	-	55%
18-24	-	-	37%	-	-	28%	-	-	39%
18-34	-	-	48%	-	-	26%	-	-	51%
18-44	-	28%	48%	-	25%	36%	-	31%	51%
18-49	-	-	64%	-	-	-	-	-	64%
18-54	-	56%	-	-	52%	-	-	61%	-
18-64	82%	63%	-	82%	64%	-	82%	61%	-
21+	82%	-	-	-	-	-	-	-	-
21-29	-	-	44%	-	-	15%	-	-	48%
21-34	-	40%	43%	-	-	22%	-	42%	44%
21-39	37%	-	53%	34%	-	64%	38%	-	51%
21-49	-	-	65%	-	-	-	-	-	65%
21-54	-	-	53%	-	-	36%	-	-	56%

Source: ニールセン デジタル広告視聴率

注 = 本ベンチマークレポートの対象キャンペーンは 5,000 インプレッション以上のキャンペーンを対象としています。また、ノーム値算出の基準として、各性年齢属性区分における掲載サイトまたはアプリ数の合計が 30 未満であるものはノーム値を表示していません。



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デバイス別によって“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、ニールセンは各キャンペーンの“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、「ニールセン デジタル広告視聴率ベンチマークレポート」を発表いたしました。レポートをご希望の方は、弊社営業までお問い合わせください。

## ニールセン デジタル株式会社営業部

[jpw\\_ClientServices@nielsen.com](mailto:jpw_ClientServices@nielsen.com) 電話 03-6837-6500(代表)

## ニールセン デジタル広告視聴率について

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 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](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、今何が起これ、今後何が起これるか、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 ニールセン ネットビュー Nielsen NetView  
スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView  
インターネットユーザーデータベースサービス ネットビューライフスタイル パワードバイビデオリサーチインタラクティブ 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 ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect  
デジタル広告モニタリングツール ニールセン デジタルアドインテル Nielsen Digital Ad Intel など