



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 YOUTUBE モバイルアプリ広告のリーチ計測市場を拡大 ～新たに 26 市場を追加し、世界 34 市場でサービスを提供～

2019 年 6 月 4 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、デジタル広告の視聴者属性別リーチ計測の業界標準であるニールセン デジタル広告視聴率(Nielsen Digital Ad Ratings: DAR)の YouTube モバイルアプリ広告の測定市場を、新たに 26 市場追加したことを発表しました。既に測定サービスを開始している米国、日本、オーストラリア、カナダ、イギリス、フランス、ドイツ、イタリアの 8 カ国に加え、計 34 市場で計測サービスを提供いたします。

今回、新たに YouTube のモバイルアプリ広告の測定市場として追加されたのは、香港、インド、インドネシア、マレーシア、ニュージーランド、フィリピン、シンガポール、台湾、タイ、アイルランド、オランダ、スペイン、ベルギー、ブルガリア、チェコ共和国、ギリシャ、ハンガリー、ポーランド、ノルウェー、トルコ、イスラエル、アラブ首長国連邦、メキシコ、ブラジル、ペルトリコ、南アフリカの 26 市場です。

日本を含む 34 市場で利用可能になったこのサービスにより、マーケティング担当者は PC およびモバイルウェブブラウザ上での YouTube 広告に加えて、モバイルアプリ広告を計測することで、PC およびモバイルデバイス間での YouTube の広告視聴者を包括的に把握できるようになります。ニールセン デジタル広告視聴率 (DAR) の利用者は、YouTube のモバイルアプリで広告を視聴した消費者の年齢と性別の属性情報、リーチ、フリークエンシー及び GRP 情報などテレビで使用されているものと同等の指標を利用し、広告到達効果を把握できます。また、YouTube 広告の測定は他のすべてのモバイルサイトと一貫性のある測定方法が用いられているので、メディアの購入者と販売者の両者がメディアプランニングと実施において、媒体間の重複を排除した「人」ベースのリーチ測定結果を利用できます。

ニールセン デジタル株式会社代表取締役社長の宮本淳は、今回のサービス提供エリアの拡大について次のように述べています。「デジタルプラットフォームやデバイスを跨いで動画を視聴する人が増えるにつれて、また日本を含む全世界で、YouTube がモバイル動画広告の在庫の大きな割合を占めている状況において、ニールセン デジタル広告視聴率 (DAR) による YouTube の包括的な測定は、メディア消費の全体像を提供するために不可欠になっています。ニールセンはより包括的な視聴環境における YouTube 広告の利用状況をクライアントの皆様にご提供できることを誇りに思います」。



ニールセン デジタル広告視聴率（Nielsen Digital Ad Ratings）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。 <http://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 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 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://niensensports.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/ でご覧いただけます。

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は、世界的なマーケティング調査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

ブランディング効果測定サービス Brand Lift Plus

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