



# 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

## 広告主企業とニールセン デジタルによる 「デジタル広告におけるメディアデータ活用に関する研究会」発足のお知らせ

2019年11月28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、この度大手広告主各社と「デジタル広告におけるメディアデータ活用に関する研究会」を発足したことを発表しました。

### <研究会発足の背景>

消費者のメディア接触時間の中でデジタルが占める割合が年々増えるなか、広告主企業は、従来マス広告が中心に担っていた認知や好意度の形成、購買意向の向上といったブランディング目的でデジタル広告を活用するケースが増えています。

ブランディング目的での活用増加に伴ってデジタル広告費は伸長を続け、デジタルの中でのメディアの選択肢も広がりを見せています。

一方で、広告主企業が、キャンペーン施策や商品カテゴリーに適した効果的、効率的なデジタルメディアプランニングを考えるうえで必要なデータが整備されているとは言い難い状況です。

このことは、広告主企業にとって利用するメディアの選択肢を狭め、限定的にしています。

媒体社側を見ると、デジタルは多くのデータが取れるがゆえに、各媒体社が自社媒体をアピールする指標が統一されておらず、結果的に媒体横並びの比較を難しくしているため、他媒体との差別化を効果的に訴求できていない可能性があります。

また、一部では計測方法が不明瞭なデータも含まれており、意図せず透明性への懸念を生んでしまう状況も発生しています。加えて、多くの選択肢の中で、どの指標をどの様に整理していくべきかという点について判断し切れずにいる媒体社も見られ、結果自社媒体のメディアパワーやオーディエンスの特徴を効果的に広告主に伝えられないリスクを排除できていないようです。



## ＜研究会の目的とゴール＞

2017年には[デジタル広告におけるリーチ指標活用研究会]を立ち上げ、キャンペーン事後の「計測環境整備の重要性」並びに「計測を通じた効果改善の可能性」について広告主企業と議論を重ね、2018年4月に研究結果を発表しました。

[https://www.netratings.co.jp/news\\_release/2017/10/Newsrelease20171016.html](https://www.netratings.co.jp/news_release/2017/10/Newsrelease20171016.html)

[https://www.netratings.co.jp/news\\_release/2018/04/Newsrelease20180426.html](https://www.netratings.co.jp/news_release/2018/04/Newsrelease20180426.html)

今回の研究会では、広告キャンペーンのプランニングの段階で、それぞれの施策に適したデジタルメディアを選定していくための、メディアデータの活用に関心をもち議論を進めて参ります。

マスメディアを積極的に活用してきた大手広告主企業(以下記載の企業を含む)とともに議論を進めて、どのような指標がデジタルメディア選定に必要なかを、実現可能性も評価した上で優先順位付けをし、研究成果を2020年3月にまとめる予定です。

本研究会においてニールセン デジタルは、本研究会参加企業の課題解決と日本のデジタルメディア・広告市場の活性化に貢献します。

## 参加企業一覧 (50音順)

アサヒ飲料株式会社  
味の素株式会社  
麒麟ビール株式会社  
KDDI 株式会社  
サッポロビール株式会社  
サントリーコミュニケーションズ株式会社  
ソニーマーケティング株式会社  
ソフトバンク株式会社  
日産自動車株式会社  
パナソニック株式会社 他

###

## 【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 개국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インサイトを提供しています。ニールセンは二つのビジネスユニットから成り、ニールセン・グローバル・メディアは、広告市場・メディア市場が機能するために必要である業界の共通の理解を生み出す、公正で信頼できる測定基準を提供しています。ニールセン・グローバル・コネクは、メーカーおよび流通企業に対し、正確で実行可能な情報、インサイト、そして、複雑に進化を続ける市場の全体像を提供しています。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けるお手伝いをします。S&P 500 企業として、世界人口の 90%を網羅する 100 개국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  
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 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