

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オンターゲット率をまとめた 「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

2020 年 5 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 2016 年 1 月～2019 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 15 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、年齢幅が広いほどオンターゲット率が高いことがわかります。13 歳以上すべての人という広い年齢層でターゲットを設定した場合は、PC、モバイルに配信されたインプレッションの 9 割以上(PC95%、モバイル 94%)がターゲットにリーチしています。一方、ターゲットの年齢幅を 18-34 歳に絞り込んだ場合にデジタル全体では 60%（PC45%、モバイル 62%）となりオンターゲット率が低下していました。(図表 1)。

広告主のカテゴリ別にみると、業種によってオンターゲット率が大きく異なることがわかります。オンターゲット率が高いカテゴリとしてはエンターテインメントで 80%、通信関係では 75%のインプレッションがターゲットにリーチしていました。一方で、消費財（食品&飲料含む）は 55%となっていました。エンターテインメントや通信のようにターゲットが広い業種よりも、特定の性別に絞る場合や対象年齢を狭めてターゲット設定することの多い消費財などではオンターゲット率が低くなる傾向がありました (図表 2)。

図表1 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+	94%	-	-	95%	-	-	94%	-	-
18+	89%	-	76%	96%	-	46%	89%	-	79%
18-24	38%	-	52%	29%	-	50%	38%	-	52%
18-34	60%	-	73%	45%	-	55%	62%	-	74%
18-44	65%	-	70%	-	-	52%	65%	-	71%
18-49	-	-	72%	-	-	38%	-	-	73%
18-54	80%	64%	77%	74%	72%	73%	80%	63%	77%
18-64	-	71%	-	-	82%	-	-	64%	-
21+	89%	-	-	96%	-	-	88%	-	-
21-34	-	40%	61%	-	32%	37%	-	43%	61%
21-39	-	-	75%	-	-	-	-	-	76%
21-54	-	-	75%	-	-	59%	-	-	77%
25-34	-	13%	49%	-	-	32%	-	15%	52%
25-39	75%	-	71%	46%	-	57%	81%	-	71%
25-44	82%	67%	58%	66%	55%	38%	84%	68%	59%
25-49	79%	-	67%	-	-	49%	79%	-	68%
25-54	-	40%	70%	-	-	57%	-	40%	73%

Source:ニールセン デジタル広告視聴率

図表2 広告主カテゴリー別オンターゲット率

広告主カテゴリー		デジタル 全体	PC のみ	モバイル のみ
自動車		58%	60%	57%
ビジネス&コンシューマー サービス		71%	67%	72%
消費財 (食品&飲料含む)		55%	47%	58%
エンターテインメント		80%	81%	80%
金融		75%	73%	76%
ヘルスケア/製薬		58%	48%	60%
小売		72%	53%	74%
テクノロジー/電化製品		55%	49%	58%
通信関係		75%	82%	71%
旅行		63%	42%	64%

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：各性年齢属性区分は 2019 年 4 月～2019 年 9 月、広告主カテゴリー区分は 2016 年 1 月～2019 年 9 月の間に計測された 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 15 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。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、すべての広告インプレッションを意図したターゲットに配信することが保証されているわけではありません。設定するターゲットの条件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。また、業種によってもオンターゲット率が大きく異なることから、同じ業種の中でのオンターゲット率比較は、自社キャンペーン結果を把握し改善を図っていく上での 1 つの指標になります。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 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ク・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・グローバル・メディアの日本法人として、視聴者分析と広告分析およびメディア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、世界最大規模のスポーツマーケティングリサーチ&コンサルティング会社ニールセンスポーツの日本法人です。スポンサーシップに関するデータ分析及びファンインサイトを基に、様々なステークホルダーの事業拡大を支援。アメリカ 4 大スポーツや欧州サッカー、各世界大会など、グローバルでは 1,400 以上のクライアント、15,000 以上の案件に携わっており、日本では、J リーグやプロ野球球団をはじめとするスポーツライセンスホルダー、国内外の大会・イベントに協賛する企業、その他代理店や行政とも契約しています。スポンサーシップを評価するグローバルスタンダードとして世界中で事業を展開しています。詳細は <http://niensensports.com/jp/>をご覧ください。

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・コネクトは、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 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 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 など