



# 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」の研究成果のお知らせ

2020年11月25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、2019年11月に大手広告主各社とニールセン デジタル株式会社で発足した「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」の研究成果をまとめ、本日、発表しました。

本研究会では、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焦点を当てて議論を進めて参りました。

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。その一方で、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は、さらなるデータ整備が求められている状況です。

本研究会では、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)とともに研究してきました。どの様な指標がデジタルメディアの選定のために必要なのかを、「量」「ターゲット」「質」に分類して、実現可能性も評価した上で優先順位付けを行い、求めていくべき共通指標とその活用について議論を重ねて参りました。そして、この程、以下の研究成果を取りまとめました。

### <共通指標選定のプロセスについて>

2019年11月より、2度の全社集合形式の会合、各社様との3～5回の個別ミーティングを実施し、オンライン形式の最終会合にて、以下のフローで指標選定を実施しました。

・デジタルにおけるブランディング広告のメディア選定に必要なデータ、指標について議論



- ・「量」「ターゲット」「質」の面で各指標を分類
- ・重要性和情報取得の難易度、実現性等から優先順位を整理

### <今回の研究会で合意を得られた整備すべき共通指標>

#### 媒体全体のデータ

『量』「利用者人数」：ダウンロード数やユニークユーザー数ではなく、デバイス横断でユニークな“人”ベースの共通指標（特定の月だけでなく、年間を通して最新の MAU、WAU、DAU のデータ）

『ターゲット』「性年代」、「エリア」：絞り込んだターゲット属性の利用者数を、同一区分（5 歳刻み、都道府県など）で比較できるデータ

『質』「利用回数」、「利用時間」、「利用時間帯」：メディアの視聴態度、モーメントをとらえたプロモーション設計に合わせて比較できるデータ

上記は非常に基本的な指標となりますが、まずはこれらを第三者機関が中立性を担保した共通指標として同じ計測基準で整備、横並びの比較ができるようになることが重要と確認されました。そのうえで媒体毎の特性を、趣味嗜好や購入履歴などの詳細な情報で理解することで、これまで以上に各媒体の差別化ポイントが明確になることが確認されました。

#### 個別広告メニューのデータ

『質』「広告面における掲載リスク」：アドベリフィケーション観点ではなく、掲載面において Share of Voice が担保されているのか、競合他社と同時に掲載されていないか、同じ面の複数広告枠に同時に掲載されていないかといった広告面における掲載リスクの有無に関する情報が求められる。

「詳細な再生完了率情報」：動画広告の再生完了率は既に公開している媒体社も多いが、広告業種別や動画の長さに応じて、6 秒広告や 15 秒広告、30 秒広告等の業界基準を定めて公開されることが求められる。

### <今後の課題と期待>

今回の研究により、第三者機関のファクトベースによる計測による横並びの指標で比較をすることで、媒体はそのメディア特性が正確に評価され、また各媒体が持つオーディエンスの特徴をより効果的に訴求していくことで、広告主企業は適切な媒体選定と広告プランニングが実現でき、規模やブランドにとらわれる事なく、正しい知見を持って検討ができることが分かりました。

#### 課題

##### ・セカンドステップとして整備すべき共通指標

今回整理した優先的に整備すべき共通指標以外にも、参加企業からは先述の指標が整備されたのちに、次のステップとして整備に向けて準備をして欲しい指標として、3つの指標に対する期待が寄せられました。



『量』「個別広告メニューの利用者数」：出稿金額ごとに何人にリーチすることができるのわかるデータ

『ターゲット』「職業、年収、子ども有無など」：全業種共通ではないものの、業態や用途に合わせて、例えば飲料/食品業界では「未既婚／子どもの有無など」、家電業界では「各製品の商品関与など」、BtoB 業界では「職業/業種 など」の含有率が媒体横並びに比較できるデータ

『質』「ブランドリフト値」：各媒体で期待できるブランドリフトスコア（平均で認知●●%UP、好意度●●%UP）を比較できるデータ

#### ・媒体社をはじめとする関係者との合意形成

共通指標整備の実現には媒体社側の協力が不可欠となります。加えて、実際の運用にあたっては広告会社との連携も重要となります。ニールセンは、関連する業界団体も含め関係各社との合意形成と、共通指標の整備、導入を推進してまいります。

#### 期待

##### ・メディアプラン精度の向上、業務効率 UP

ファクトベースの共通指標により、媒体選定の精度、妥当性が上がります。また、各媒体の指標が揃う事で横並びの比較が可能となり、社内説明もロジカルに進められ業務効率向上が期待できます。

##### ・幅広い媒体選定

共通指標のリストにこれまで実績のない媒体が入ることで、目的やターゲットによっては有効な媒体であることが認知され、これまでのように固定化されていたメディアプランから、より柔軟なプランニングが可能となります。

##### ・ゼロ Cookie 時代への対応

個人情報保護の対応が進み、ゼロ Cookie 時代を迎えようとする状況下、媒体や枠の情報が共通指標で提供されることの重要性がより高まってくると考えられます。

##### ・各参加企業からのフィードバック（一部抜粋）

- 統合コミュニケーション施策構築において、指標の均質化は結構重要な課題として考えている中、このような取り組みを進めていただけて良かったと思っています。
- 広告会社、媒体社も積極的に基本指標を活用してほしい。
- 広告主からも「継続」して訴えていく必要がある。よりスピーディーにプランニング、決断するためには、シンプルかつ横並びの共通指標が不可欠になってきています。

この度、研究会の成果を取りまとめさせていただきましたが、上述の通りデジタル広告を活用していくうえでの課題やさらなる改善を目指した次のステージに対する期待に応えるため、ニールセン デジタルは今後も業界関係者の課題の解決およびデジタル広告業界のさらなる発展のために貢献して参ります。

#### 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



キリンビール株式会社  
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  
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・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](http://www.netratings.co.jp) 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、今何が起ころ、今後何が起ころのか、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。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  
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