

プレスリリース

お問い合わせ： 西村総一郎、広報担当
Eメール： jpw_press@nielsen.com
電話： 03-6837-6500

ニールセン、YouTube の CTV 広告測定を日本を含む 11 カ国に拡大

2024 年 2 月 9 日

2024 年 2 月 8 日(米国時間)- 視聴者測定、データ、アナリティクスのグローバルリーダーであるニールセンは、YouTube 広告のコネクテッド TV (CTV) 測定を、日本を含む世界 11 市場に拡大することを発表しました。ニールセンと Google との合意により、共視聴を含む YouTube の CTV 測定が Nielsen ONE Ads 及びデジタル広告視聴率 (DAR) に統合され、日本、オーストラリア、ドイツ、インド、インドネシア、イタリア、メキシコ、フィリピン、韓国、タイ、英国などの市場で視聴者測定が可能になります。これは、[Nielsen ONE のグローバル展開に関する最近の発表](#)に基づくものです。

Nielsen ONE Ads は、重複排除されたオーディエンスリーチとフリークエンシー指標を提供する、ニールセンのクロスプラットフォームキャンペーン測定製品群です。Nielsen ONE Ads に YouTube の CTV が追加されたことで、広告主や広告代理店は複数のプラットフォームにまたがるキャンペーンを包括的に把握できるようになりました。また、広告主は YouTube のリーチ、フリークエンシーをよりよく理解し、これまで以上に高い比較可能性で視聴者を確認することができます。

「ニールセン視聴者測定部門最高製品責任者のディアドレ・トーマスは、次のように述べています。
「YouTube の CTV 広告の測定が 11 カ国に拡大したことは、Nielsen ONE のグローバル展開における大きな前進です。広告主や広告代理店は、包括的で一貫性のある重複排除された視聴者測定を世界中で必要としており、ニールセンはそれを提供できるユニークな立場にあります。Google と提携し、Nielsen ONE で YouTube の CTV の測定を可能にしたことを誇りに思います。これは、真のクロスプラットフォーム測定を実現するための、もう一つの大きな一歩です。」

「YouTube のグローバル・プロダクト・ソリューション担当マネージング・ディレクターのケイト・アレッシは、次のように述べています。「人々の動画視聴の方法は変化しており、広告主はスクリーン間の包括的なクロスメデ

ニア測定を求めています。今回の測定市場の拡大により、世界の 11 の市場の広告主や広告代理店は、YouTube のデバイスを超えたリーチをテレビと比較することができ、広告費とリーチしている重複排除された視聴者について、より完全な情報を得ることができます。」

タイムライン

拡大スケジュールは市場によって異なります。イギリスでは重複排除されていない YouTube の CTV 広告の測定を 2023 年第 4 四半期から既に開始しています。

3 スクリーン（PC、モバイル、CTV）および 4 スクリーン（PC、モバイル、CTV、テレビ）での重複排除指標の展開に関するスケジュールは以下の通り：

PC、モバイル、CTV を横断する 3 スクリーンの重複排除測定：

- 英国 2024 年第 2 四半期（4-6 月期）
- 日本、ドイツ、インド、イタリア、韓国、オーストラリア、インドネシア、メキシコ、フィリピン、タイ：2024 年第 3 四半期（7-9 月期）
- その他の追加市場の予定は 2024 年中に発表予定

PC、モバイル、CTV、テレビを横断する 4 スクリーンの重複排除測定：

- インドネシア、メキシコ、フィリピン、タイ、韓国、イギリス：2024 年下半年期
- その他の市場については追って発表

ニールセンと Google はまた、これらのサービスを世界の他の市場でも拡大する機会を探し続けます。

ニールセン デジタル広告視聴率（DAR）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。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>

###

ニールセンについて

ニールセンは、視聴者測定、データ、分析におけるグローバルリーダーとして、世界のメディアとコンテンツの形成を担っています。あらゆるチャンネルとプラットフォームにおける人々の行動に関する深い理解を通じ、実用的なインテリジェンスによって、将来にわたってクライアントがオーディエンスとのつながりを構築できるようにサポートします。ニールセンは世界 55 カ国以上で測定と分析のサービスを提供しています。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 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 Dean Matthew Richardson

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 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

AD & CONTENT (デジタル広告/コンテンツ視聴率)

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings

ニールセン トータル広告視聴率 Nielsen Total Ad Ratings

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

AUDIENCE (視聴者パネル測定サービス)

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

MEDIA ANALYTICS (メディア/広告効果分析サービス)

ブランドリフト効果測定サービス 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/クリエイティブリフト効果調査 ニールセン デジタル広告クリエイティブ評価 Nielsen Digital Creative Evaluation

PLANNING/ ACTIVATION (プランニング/アクティベーション支援サービス)

デジタル広告統計データ digiads

INTERNATIONAL DATA (海外データサービス)

海外広告統計データ Nielsen Ad Intel International

海外消費者視聴動向調査データ Nielsen Consumer & Media View

海外テレビ視聴率データ Nielsen TV Audience Measurement