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

ニールセン、「ニールセン デジタル広告視聴率（Nielsen ONE Ads）ベンチマークレポート 2026」を発表

2026 年 11 月 16 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 Dean Matthew Richardson）は、ニールセン デジタル広告視聴率(Nielsen ONE Ads) をもとに、デジタル広告キャンペーンの総インプレッションのうち、意図していたターゲット（性年代）にリーチしていた割合（%）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 2026」を発表しました。

デジタル広告キャンペーンが成功したかどうかを示す主な指標として、リーチとオンターゲット率(キャンペーン全体で配信されたインプレッションのうち、ターゲットオーディエンスに配信されたインプレッションの割合)があります。ターゲティング手法は進化を続けていますが、オンライン上での偽った性年齢、家族や友人とのデジタルデバイスの共有といった消費者の行動や、クッキーベースのターゲティングの限界などにより、キャンペーンの目的を満たす十分なオンターゲット率を実現することは非常に難しくなっています。そのため、広告主、媒体ともにキャンペーンの成果を判断するための信頼できるベンチマークを必要としています。

2026 年版のベンチマークレポートは、2025 年 4 月 1 日から 2026 年 10 月 1 日までの期間で計測対象となった日本のデジタルキャンペーンデータを元にマーケット全体の平均値を作成しており、マーケットの平均値と自社のキャンペーンを比較することによって自社のキャンペーンの有効性をはかることが出来ます。このベンチマークレポートは日本を含む 18 カ国で市場ごとにまとめられ、発行されています。

図表1：トータルデジタル(コンピュータおよびモバイル)、年齢幅ごと、オープンウエブ版（日本市場全体の平均値）

以下の年齢の幅に基づいたオンターゲット率を示しています。

- 広め 31歳以上の年齢幅
- 中間 16歳～30歳の年齢幅
- 狭め 15歳以下の年齢幅

	トータルデジタル、コンピュータ、モバイル (年齢幅ごと)					
	トータルデジタル		コンピュータのみ		モバイルのみ	
	男女	男性もしくは女性	男女	男性もしくは女性	男女	男性もしくは女性
広め	91%	67%	90%	44%	91%	68%
中間	64%	51%	63%	24%	64%	51%
狭め	27%	21%	4%	60%	28%	20%
平均オンターゲット率 (全年齢区分横断)	**73%**		**71%**		**73%**	

*トータルデジタルはコンピュータとモバイルを指し、コネクティッドデバイスは含みません。

図表2：トータルデジタル(コンピュータおよびモバイル)、オープンウエブ版（日本市場全体の平均値）

トータルデジタル(コンピュータおよびモバイル)の性年齢ごとのオンターゲット率を示しています。

	トータルデジタル (性年齢ごと)		
ターゲット属性	男女	男性	女性
13+	99%	46%	61%
13-24	35%	-	18%
13-34	70%	-	-
18+	97%	-	71%
18-24	13%	-	-
18-34	63%	-	39%
18-39	-	-	66%
18-44	68%	-	63%
18-49	82%	-	67%
18-54	88%	-	69%
18-64	89%	-	69%
21+	95%	-	-
21-39	57%	-	48%
21-44	65%	-	-
21-49	83%	70%	68%
21-54	81%	-	69%
21-64	89%	-	-
25+	72%	-	-
25-44	51%	23%	37%
25-49	72%	-	64%
25-54	71%	29%	55%
25-64	-	-	72%
30+	-	32%	-
30-54	56%	-	-
35-49	-	-	64%
35-54	-	-	47%
35-64	61%	-	-

*トータルデジタルはコンピュータとモバイルを指し、コネクティッドデバイスは含みません。
*「－」と表示されているターゲット属性のデータは、対象となるキャンペーン数が弊社設定の閾値に満たなかったため表示していません。

Nielsen ONE Ads では、オンターゲット率に加え、リーチやインプレッション、媒体間重複リーチなど効果測定に必要なさまざまなデータを確認できます。また、テレビ、コネクテッド TV（CTV）、コンピュータ、モバイルを含む 4 スクリーンを横断して測定し、スクリーン間の重複を除いたレポートを提供することも可能です。ぜひご活用下さい。

デジタル広告キャンペーンを成功に近づけるため、各キャンペーンのオンターゲット率を評価し、改善を図る際の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 2026」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

ニールセン デジタル広告視聴率(Nielsen ONE Ads) 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/NielsenONE.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 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）
Nielsen ONE Ads
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