



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

アジア太平洋地域で急成長するプレシジョン・マーケティング

マーケティング担当者はデジタル時代に勝ち残るためには質の高い消費者接触が必要と確信

2019年7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、アジア太平洋地域でも急速に注目を集めているプレシジョン・マーケティングに関する調査と知見をまとめたレポート「デジタルジャイアントの目覚め～アジア太平洋地域におけるプレシジョン・マーケティング」を発表しました。本レポートによると、20億人以上のオンラインユーザーが存在し、今後5～10年間に大幅な広告予算の増加が期待されるアジア太平洋地域では、データドリブン・マーケティングまたはプレシジョン・マーケティングの成長が見込まれています。

ニールセンは、マーケティングの次の段階での戦略について、アジア太平洋地域のマーケティングリーダーに対する調査を実施しました。それによると、ソーシャル、検索、モバイルに大きな投資をするだけでなく、今後1年以内に新しいアプリケーションであるプレシジョン・マーケティングへの投資額を、14%から支出額の約5分の1（19%）まで増加させる可能性があることが明らかになりました。今後6ヵ月間で、アジア太平洋地域の広告主がマーケティング費用を配分する上位3つのプラットフォームは、Facebook / Instagram（60%）、Google / YouTube（43%）、およびモバイル（42%）ですが、その一方で、データサイエンス/モデリング（36%）、高品質のサードパーティデータ（32%）、ROIを測定するための分析（28%）など、高度なアプリケーションへの投資も益々加速します。

地域の主要広告主を対象に実施されたこの調査は、プレシジョン・マーケティングが、広告主に消費者の購買プロセス、パーソナライズされたコミュニケーション、および消費者プロファイリングの理解を可能にすることを明らかにしています。また、プレシジョン・マーケティングの進歩を加速させる主な要因として、データの品質と信頼性の向上、広告主のためのROIの明確な実証、そして前進するための教育の強化を挙げています。

ニールセンの北アジア地域メディア担当マネージングディレクターのランジート・ランガーニは次のように述べています。「先進技術とデジタルメディアの普及により、アジア太平洋地域でのプレシジョン・マーケティングの成長には大きな

余地が見込まれます。プレジジョン・マーケティングは、予言的な分析を排除し、結果を予測することができるマーケティング・アプリケーションなので、新時代のツールとして導入を検討することを強く推奨します」。

このレポートでは、広告主が全体的な戦略の中でプレジジョン・マーケティングを成功させるための極めて重要なテクノロジーとして、データマネジメントプラットフォーム（DMP）を取り上げています。DMPは、異種の消費者データの複数のストリームを管理および統合し、消費者プロファイリングおよびターゲットを絞ったメッセージングを支援し、それによってメディア支出を効率化します。広告主にとっての課題はDMPエンゲージメントの初期段階ですぐに結果を出すことですが、DMPを評価し、採用する際の最も重要な要素は、データサイエンスと分析能力です。

「現在、この分野に対する投資は不足していますが、成熟したエコシステムの拡大、より高品質なデータセットの存在、そしてより多くのサクセスストーリーを提示することで、信頼と業界での採用が促進されます。広告主、広告代理店、メディアは、プレジジョン・マーケティングの長期的および短期的な可能性に注目することによって、認識と教育の欠如を埋めることができます」とランガーニは付け加えています。

ニールセン プレジジョン・マーケティング調査について

ニールセンプレジジョンマーケティング調査は、2018年11月から2019年2月の間に日本、オーストラリア、中国、香港、インド、インドネシア、イスラエル、マレーシア、ミャンマー、ニュージーランド、フィリピン、シンガポール、韓国、台湾、タイ、ベトナムの16の市場のニールセンの顧客である広告主に対してオンライン調査で実施され、合計81人の広告主から回答を得ました。回答者は、FMCG、小売、Eコマース、家庭用耐久財およびテレコム/テクノロジー業界の企業で、それらの企業の年間売上高の合計は10億米ドルを超えています。その結果をまとめた「デジタルジャイアントの目覚め～アジア太平洋地域におけるプレジジョン・マーケティング」レポートは、プレジジョン・マーケティングの実現要因としてのデータマネジメントプラットフォームに焦点を当て、アジア太平洋地域の20億人のオンラインユーザーへのマーケティング機会を利用することに関心を持つ広告主、広告代理店、メディアオーナーに重要な意味を提示しています。「デジタルジャイアントの目覚め～アジア太平洋地域におけるプレジジョン・マーケティング」レポートは、以下のページよりダウンロードしてご覧いただくことが可能です。

<https://www.nielsen.com/jp/ja/insights/2019/20190717-precisionmarketing/>

##

【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 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、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 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見解を提供しています。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、今何が起これ、今後何が起これのか、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。ニールセンはメディア、広告、小売りそして日用消費財産業が直面する最も重要な問いに答えるための新しい方法を開発し続けながら、90 年以上に渡り科学的な正確性と革新性に基づくデータと分析を提供してきました。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
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