



プレスリリース

お問い合わせ: Sal Tuzzeo, Nielsen Communication

Eメール: sal.tuzzeo@nielsen.com

*このプレスリリースは 2021 年 7 月 27 日に米国にて配信されたプレスリリースの日本語訳です。

ニールセン、米国におけるオーディエンスおよびアウトカム測定のためのクッキーレス測定アプローチを発表

ニールセン デジタル広告視聴率(DAR)は、米国のデジタルビデオ広告総支出の約 90%を測定し、サードパーティーデジタル識別子が失われた場合でも 60%以上の測定能力を既に確保

2021 年 7 月 28 日

ニューヨーク発, 2021 年 7 月 27 日 – 本日、ニールセン (NYSE : NLSN) は、デジタル識別子への依存を排除し、広告主とパブリッシャーが動的でプライバシーファーストのメディア環境において自信を持って測定を継続できるようにするアプローチを発表しました。認証済みおよび未認証の Web トラフィックを測定する新しいアプローチにより、ニールセンは、ファーストパーティのサーバーデータを実際の消費者の行動で検証するための主要なプラットフォームとなります。

サードパーティークッキーの廃止は、広告のエコシステムを根本的に変えるものです。他のデジタル識別子の劣化と相まって、ウェブサイトの閲覧からアプリの使用まで、オンラインユーザーの固有の習慣をよく理解できるファーストパーティデータがより重視されるようになっていきます。その結果、すべてのパブリッシャーやブランドは、独自のファーストパーティデータ戦略を策定し、アイデンティティが広告インプレッションに直接帰属しない場合は、他のデータシグナルを活用しなければならないという課題に直面しています。

ニールセンのチーフ・データ・オフィサーである Mainak Mazumdar は、「クッキーの台頭以来、業界が何かを学んだとすれば、デジタルメディアの測定には、拡張性、柔軟性、有用性が維持されなければならないということです。Nielsen ONE の一部としてリアテレビとデジタルの重複排除を実現するために、ニールセンの新しいクッキーレス測定アプローチは、当社の立場をさらに強化するものです。認証されたデジタルトラフィックと認証されていないデジタルトラフィックを測定する我々の新しいアプローチは、キャンペーンの成功のための包括的な視点を確



保し、リーチの最適化のための領域を明らかにするために、チャンネルやプラットフォームを超えた拡張を可能にします。」と述べています。

新しい秩序に基づいた世界では、デジタル識別子の廃止に伴い、デジタルトラフィックは最終的に 2 つの異なるカテゴリーに分類されて測定されます。

認証済みトラフィック： ユーザーがログインした環境や同意したデバイスの識別子を持つトラフィック。認証されたトラフィックを測定するために、ニールセンは、ハッシュ化された電子メールアドレス、Unified ID 2.0、厳選された検証済みの自己申告の視聴者属性ラベルなど、参加しているクライアントから入手可能なすべての識別子とファーストパーティデータを活用します。これにより、ウォールドガーデンを含む広告エコシステムの相互運用性を確保し、サードパーティへの依存度を下げることでクライアントの測定を簡素化します。

未認証のトラフィック： ログアウトされたトラフィックや、ログイン環境のないプロパティ上のトラフィック、または代替となる識別子が提供できないトラフィック。匿名トラフィックを測定するために、ニールセンは、時間、ブラウザ、コンテンツ、デバイス情報、FLoC グループなどのコンテキストデータ信号を追加した機械学習手法を開発しました。このモデルは、ニールセンの代表性が担保されたパネルを用いて精度を検証しています。未認証のトラフィックの視聴者属性情報付与もモデル化され、代表性と正確性の両面でパネルの観測結果と比較して検証されています。

昨年末、ニールセンは ID Resolution システムを発表しましたが、今回の発表はニールセンのグローバルなアウトカムとクロスメディア測定ソリューションを網羅する、単一のクロスメディアカレンシーである Nielsen ONE の一環として、リアおよびデジタルプラットフォームの重複排除を実現できるようになります。Nielsen ID システムは、ニールセンがメディアエコシステム全体で、相互運用可能な方法で ID データを受け取り、統合する役割を果たします。Nielsen ID システムの一部としての Nielsen ID グラフは、ニールセンの人ベースの代表性を担保したパネルで校正され、検証されています。これにより、Nielsen ID グラフは、実際のメディア消費、実際の視聴者属性、クロスデバイスの実際の利用状況を教師データとして検証された ID グラフとなっています。

ニールセンは、オーディエンスとアウトカムを独立して測定するための技術と方法論を進化させ続けており、認証済みおよび未認証のウェブトラフィックを測定するための 5 つのアプローチを特定しています。

1. **相互運用性：** デジタルアイデンティティが細分化されていく中で、ニールセンは、ハッシュ化された電子メールアドレス、Unified ID 2.0、検証された自己申告のデモグラフィックラベルなど、クライアントから提供された多様な識別子とファーストパーティデータを使用することで、広告エコシステムにおける相互運用性を確保し、将来の変化に機敏に対応し、クライアントの測定を簡素化します。



2. **比較可能性**：代替識別子やファーストパーティデータがない場合でも、ニールセンはプラットフォームやパブリッシャーを横断した共通の測定フレームワークとデータサイエンスにより、[ニールセンのパネル](#)によって補正された比較可能性を提供することができます。例えば、ニールセンは人ベースのパネルの視聴時刻や視聴時間、ブラウザ、その他のメタデータを使用して、未認証の視聴者やアウトカムの測定のための視聴者属性の割り当てを決定します。
3. **持続性**：ニールセンは、脆弱な識別子に支えられた ID バックボーンから、時間が経過しても一貫性のある安定した識別子を活用して、実際の人や世帯に結びついた測定を提供する Nielsen ID システムへの移行を進めています。
4. **機密性**：Nielsen ID システムの手法に組み込まれた新しい機密性の高いコンピューティング技術により、ニールセンは視聴者とアウトカムの測定においてデータの機密性をより確実にしています。独自のコンフィデンシャル・コンピューティング・テクノロジーにより、ニールセンは多様な分析アプリケーションを実行ことができ、より迅速で柔軟なカスタム分析機能を顧客に提供することができます。
5. **Measurement-Built**：Nielsen ID システムの核となる ID グラフは、ニールセンの代表性を担保したパネルで較正されており、精度と代表性を保証するために、実際のメディア消費、視聴者属性、クロスデバイスの使用状況によって検証されています。

ニールセンは、急速に進化するデジタルメディアのエコシステムの測定において、常に最先端を走っています。ニールセン デジタル広告視聴率(DAR)のクッキーレス・アプローチは、単一のサードパーティ・プロバイダーへの依存度を低減するために行った、[デジタルオーディエンス測定メソッドロジー](#)の変更を発展させたものです。現在、[ニールセン デジタル広告視聴率\(DAR\)](#)は、米国のデジタルビデオ広告支出全体の約90%を測定しており、そのうち60%以上は、サードパーティ識別子が失われても大丈夫なようになっています。この新しいアプローチにより、ニールセンは、業界がクッキーレス環境に移行する2023年までに、デジタル識別子の劣化に対する完全な回復力を達成することを目指しています。

###

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE : NLSN) は、メディア業界の全体的かつ客観的な理解を提供するための世界有数のデータと分析を提供しています。ニールセンはオーディエンスの測定、オーディエンスの成果、コンテンツに関するサービスを通じて、クライアントとパートナーに複雑な問題に対するシンプルなおソリューションを提供することで、クライアントの投資や成長戦略の価値を最適化しています。ニールセンは、重複を排除したクロスメディア・オーディエンス測定を提供できる唯一の企業です。ニールセンとクライアントにとって、Audience is Everything™ であり、ニールセンはすべてのオーディエンスの声が重要であることを保証することに取り組んでいます。

S&P 500 企業としてニールセンは、約 60 カ国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 または www.nielsen.com/investors

【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 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)

ブランドセーフティサービス OpenSlate

デジタル広告統計データ digiads

ニールセン オーディエンスセグメント DaaS サービス Nielsen Japan Mobile NetView Powered by Lotame セグメント/
Nielsen eXelate タクソミー

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