



IAS が、ブランドセーフティ、ビューアビリティ、アドフラウドの最新ベンチマークを含む「メディアクオリティ レポート 2019 年下半期版」を発表！

日本のブランドリスクは横ばいで推移するものの、ビューアビリティとアドフラウド率は再び世界最低レベルに

インターネット広告の品質検証と効率化のためのアドベリフィケーション・ソリューションを提供する Integral Ad Science（本社：米国ニューヨーク、CEO：リサ・アッツシュナイダー / 日本オフィス：東京都千代田区、マネージングダイレクター：藤中太郎、以下 IAS）は、2020 年 4 月 1 日、世界主要 10 か国のビューアビリティ、アドフラウド、ブランドセーフティ、のベンチマークを含む最新の調査レポート「メディアクオリティレポート 2019 年下半期版」を発表しました。



※いずれもデスクトップ ディスプレイの数値。アドフラウド / 不正インプレッションの日本の数値は最適化数値、グローバル数値は非最適化数値

最新のメディアクオリティ レポートでは、世界的なビューアビリティの向上が達成されたものの、**日本はビューアビリティ、アドフラウドともに世界最下位**を記録しました。**アドフラウド率はグローバルの 2 倍以上、ビューアビリティはグローバルと 10 ポイント以上差がついての最下位**でした。

日本では昨年 11 月に日本アドバイザーズ協会（JAA）が「デジタル広告の課題に対するアドバイザー宣言」を発表、続いて JAA、日本広告業協会（JAAA）、日本インタラクティブ広告協会（JIAA）の 3 団体が共同で新しい広告取引の基準と、それを監査・認証する仕組み「JICDAQ」の立ち上げを発表しました。これにより、デジタル広告とメディア品質の透明性向上を実現するアドベリフィケーションの認知は高まりましたが、最新のベンチマークは、日本における取組にはまだ大きな改善の余地があることを示しています。

IAS は、主要な業界関係者とのパートナーシップを強化し、データとソリューションを通じてデジタル広告の透明性向上に貢献してまいります。

『メディアクオリティレポート 2019 年下半期版』ダウンロード：<http://integr.al/jp2h2019mqr>

■ 調査結果の主なポイント

1. グローバルのビューアビリティは 71.0%¹でふたたび過去最高値を更新、日本は 58%で最下位

グローバルのビューアビリティは、すべてのデバイスとフォーマットで過去最高値を更新しました。日本も過去最高水準を達成しましたが、グローバルと比較すると 10 ポイント以上低く²、全デバイスとフォーマットで対象 10 か国中最下位でした。また、モバイルアプリ ディスプレイで日本 (66.4%) とニュージーランド (62.2%) が新たに計測対象に追加されました。

2. 日本のブランドリスクは安定的に横ばい、一方、一つの指標だけに注力することの弊害が浮き彫りに

日本のブランドリスクは、デスクトップ ディスプレイで 3.2% (前年同期 2.8%)、モバイルウェブ ディスプレイで 5.7% (前年同期 6.2%) と大きな変化は見られませんでした。対象国の中でも中間あたりに位置し突出して良くも悪くありませんが、2019 年上半期から続く傾向として、ブランドセーフティのみを重視して対策した結果、その他の指標が悪化する事象がより鮮明となりました。

3. 日本のアド fraud 率の高さとビューアビリティの低さが突出、世界最低レベルに

日本のアド fraud は 2.6% で、グローバル指標に対し 2 倍以上の高い fraud 率を記録し、全デバイスとフォーマットで対象国中最下位でした。ビューアビリティも改善傾向がみられるものの、ほぼすべてのデバイスとフォーマットで対象国中もっとも低い数値でした。

■ メディアクオリティレポートについて

IAS は毎日 1 兆を超えるメディア指標を測定し、メディア品質の変化をリアルタイムで検出しています。毎年 2 回発表しているメディアクオリティレポートは、この膨大なデータベースを活用して、デジタル広告に携わるすべての方にとって有用なデータを提供することを目指しています。ビューアビリティ、ブランドセーフティ、アド fraud / 不正インプレッション等、アドベリフィケーションの基礎指標のベンチマークとしてお役立てください。

調査期間	2019 年下半年 (7 月～12 月)
対象国	アメリカ、カナダ、イギリス、フランス、ドイツ、スペイン、イタリア、オーストラリア、ニュージーランド、日本 (全 10 か国)
調査対象	メディア品質指標 (全 4 指標) : ビューアビリティ、ブランドセーフティ、アド fraud、タイムインビュー 対象デバイスとフォーマット (全 5 種) : デスクトップ ディスプレイ、デスクトップ 動画、モバイルウェブ ディスプレイ、モバイルウェブ 動画、モバイルアプリ ディスプレイ

¹ デスクトップ ディスプレイにおいて。以後、特に断りが無い限り同環境における数値を示します。

² デスクトップ ディスプレイとモバイルウェブ ディスプレイで

【IASについて】 www.integralads.com/jp/

Integral Ad Science (インテグラル アド サイエンス、IAS) は、洗練されたテクノロジーで高品質な広告メディア環境の実現をサポートするアドベリフィケーションのグローバルリーダーです。IAS は、広告主とパブリッシャーの皆様の広告予算を広告不正やブランド棄損のリスクから守ると同時に、消費者のアテンションを獲得し、ビジネスのゴールを達成するために必要なインサイトとテクノロジーを提供しています。

IAS は 2009 年に創業、米国ニューヨークに本社を構え、13 か国・18 都市で事業を展開しており、世界トップレベルのソフトウェア企業とともに Vista Equity Partners のポートフォリオに名を連ねています。

Integral Ad Science, Inc.

代表者 : リサ・アツツシュナイダーCEO

所在地 : 95 Morton Street, 8th floor, New York, NY 10014

日本オフィス : 〒100-0006 東京都千代田区有楽町 1-1-2 日比谷三井タワー12F、代表 藤中太郎 (マネージングダイレクター)

開設 : 2015 年 7 月

事業内容 : デジタル広告の検証・不正対策・最適化のためのデータとソリューションの開発と提供

Integral Ad Science Japan 株式会社

所在地 : 〒100-0006 東京都千代田区有楽町 1-1-2 日比谷三井タワー12F

代表 : 藤中太郎 (マネージングダイレクター)

開設 : 2015 年 7 月

《本件に関するお問い合わせ》

担当 : IAS 広報 吉井

TEL : 03-4588-6307

Email : jppr@integralads.com