

Twitter ユーザーはコンテンツと関連性の高い広告を好み、パーソナライゼーションのためにデータを共有しても良いと考えていることが明らかに

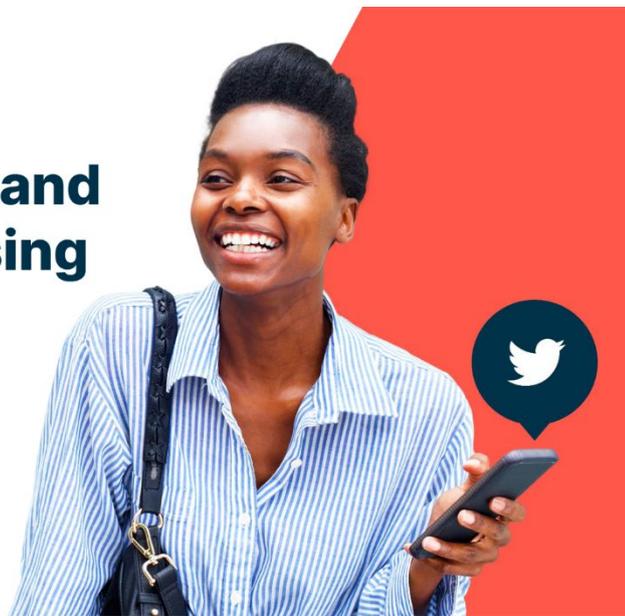
IAS、Twitter ユーザーを対象としたコンテンツと広告体験に関するアンケート調査を発表

【ニューヨーク発 - 2021年5月18日】インターネット広告の計測と効率化を実現するアドベリフィケーション・ソリューションのグローバルリーダー Integral Ad Science（本社：米国ニューヨーク、CEO：リサ・アツシュナイダー / 日本オフィス：東京都千代田区、カンントリーマネージャー：山口武、以下 IAS）は、本日、[米国の Twitter ユーザーを対象とした広告のコンテキストに関する調査レポート](#)を発表しました。レポートによると、Twitter ユーザーはコンテンツと文脈的に関連性の高いインフィード広告を好んでおり、また、インフィード広告にはほかの広告フォーマットと比較してより高い広告想起率と記憶定着率が認められることもわかりました。本調査は、1,000人以上の米国の消費者を対象に、Twitter のダイナミック インフィード広告とコンテンツ体験に関するアンケート調査を実施した結果を分析しています。

May 2021

Tweets, trends, and in-feed advertising

Consumers talk advertising preferences on Twitter and beyond

IAS Integral
Ad Science**調査レポートダウンロード：**<https://go.integralads.com/Twitter-In-Feed-Advertising-Research.html>

※レポートは英語です

IAS 最高マーケティング責任者 CMO Tony Marlow（トニー・マーロウ）は、次のように述べています。「マーケティング担当者が、ソーシャルメディアのダイナミックな環境下で広告とコンテンツの文脈的関連性をより適切に把握するのに、当社の最新の調査結果が役立つでしょう。すべてのマーケターは、オーディエンスと質の高い関係を築きたいと考えています。当社は Twitter 社と協力して、広告主が展開するキャンペーンのコンテキストにマッチし、効果を高

める、インフィード環境向けの新しいブランドセーフティ&スーパビリティ（適合性）ソリューションを提供する準備を進めています」

■ 調査レポートの主なポイント：

● **ソーシャルメディアはモバイルファースト：**

今回の調査で、ソーシャルメディアにアクセスする際にスマートフォンを好むと回答した人の割合は 73%でした。さらに、80%の人が少なくとも 2 時間は画面をスクロールしており、3 人に 1 人が毎日 5 時間以上ソーシャルメディアを利用していました。Twitter は、広告主が消費者にリーチできる可能性の高い環境と言えます。

● **Twitter のインフィード広告は消費者の注目を集めやすい：**

過去 1 年間に Twitter 広告に接触した消費者は 57%で、全ソーシャルプラットフォームでは 92%でした。また、半数近い 46%の人が、一般的なウェブサイトで表示される広告よりも Twitter のインフィード広告のほうが、広告に関心を持つ可能性が高いと回答しました。

● **Twitter のコンテンツ文脈にマッチした広告は、好感度と記憶への残りやすさが高まる**

Twitter ユーザーは、文脈にマッチしたパーソナライゼーションやインフィード広告への関心が高いこともわかりました。54%の人が、ソーシャルメディア上の個人的なコンテンツに隣接して表示される広告のブランドとのエンゲージメントに抵抗がない、と回答しています。さらに、広告体験を向上させるために Twitter とデータを共有することに抵抗がない、と回答した人は 77%でした。また、59%がインフィード広告と広告が表示されているコンテンツの関連性が高いことで、広告を覚えている可能性が高まるとしており、コンテキストを考慮したターゲティングによる効果が期待できる結果となりました。

本調査は 2021 年 4 月に米国の Twitter ユーザーを対象に実施したアンケート調査に基づくものです。調査結果は、インフィード広告が、進化し続ける Twitter のニュースフィードとともに消費者の広告体験とエンゲージメントを高めることができることを示しています。

###

【IAS について】 www.integralads.com/jp/

Integral Ad Science (IAS) は、デジタル広告が本物の人間によって、安全で適切な状況で見られる環境を実現する、デジタル・アドベリフィケーションのグローバルリーダーです。IAS のミッションは、データドリブンなテクノロジーとアクションナブルなリアルタイムの分析データを通じ、デジタルメディア品質における信頼性と透明性のグローバルなベンチマークを世界中の一流ブランド、パブリッシャー、そしてプラットフォームに提供することです。2009 年に設立され、ニューヨークに本社を置く IAS は、世界中の何千もの一流広告主やプレミアムパブリッシャーと連携しています。IAS は、Vista Equity Partners が出資する優れたソフトウェア企業のリストに名を連ねています。詳しくは公式サイト inegralads.com をご覧ください。

Integral Ad Science, Inc.

代表者 : リサ・アッツシュナイダー CEO



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

創業 : 2009年5月

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

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

《本件に関するお問い合わせ》

担当 : Integral Ad Science Japan (インテグラルアドサイエンスジャパン) 広報 吉井

Email : jppr@integralads.com