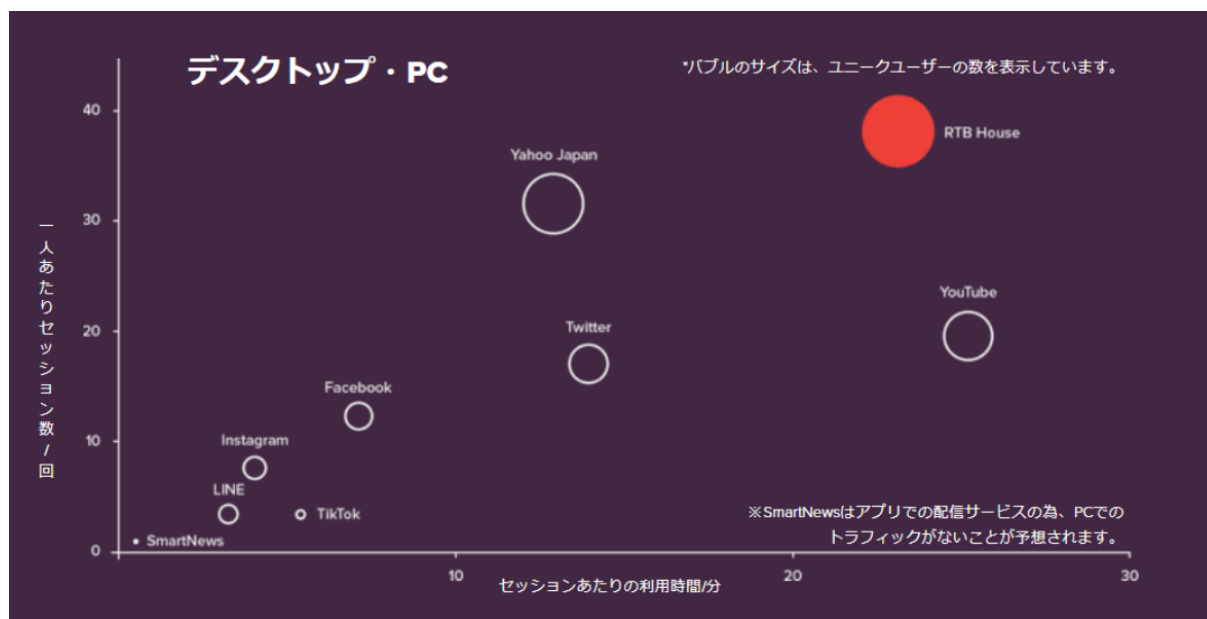


RTB House 日本での媒体リーチ率の調査を実施 他プラットフォームを大きく上回る結果に 全体の92%以上にリーチ

最先端の AI ディープラーニングベース(深層学習)を使った世界初の広告入札エンジンを独自開発し、デジタルマーケティングテクノロジーを各広告主様や広告代理店様などに提供する [RTB House](#) (本社:ポーランド・ワルシャワ、社長:ロバート・ディチコフスキー)は、媒体リーチ率について、PC とスマートフォンでの調査を実施しました。2022 年 4 月実施の調査の結果、日本における RTB House Japan の広告でのリーチ可能なユーザー数は PC においては、約 2700 万人、スマートフォンにおいて約 8000 万人という結果になりました。

他社プラットフォーム YouTube、Facebook、Instagram、Twitter、LINE、Yahoo Japan、TikTok、Smart News と RTB House を比較したところ、下記の調査結果となりました。

PC:

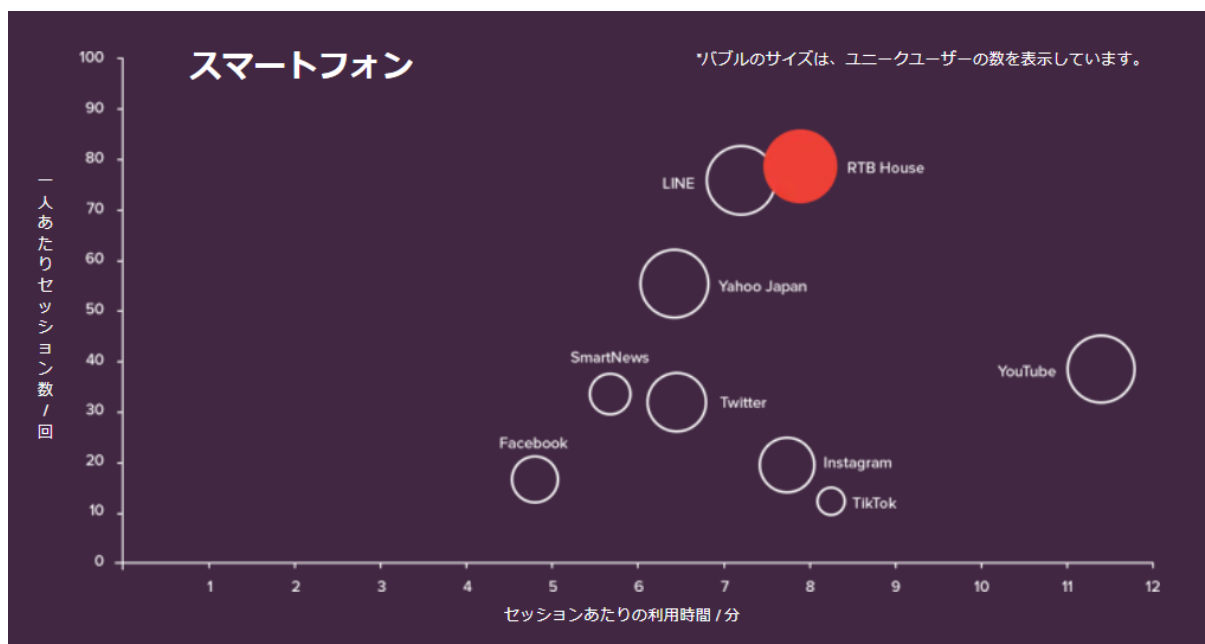


横軸(1セッションの滞在時間/分)、縦軸(1セッションの訪問者/数)とし、RTB House の広告でリーチ可能な日本でのユニークユーザー数は PC で約 2700 万人でした。オンライン動画サイトで人気の YouTube 単体よりも格段に高いリーチ率を獲得しているという結果となりました。

※SmartNews はアプリでの配信サービスの為、PC でのトラフィックがないことが予想されます。

(2022 年 4 月 Nielsen 社調べ*)

スマートフォン:



RTB House の広告でリーチ可能な日本でのユニークユーザー数はスマートフォンで約 8000 万人でした。この数字は、他社プラットフォーム YouTube、Facebook、Instagram、Twitter、LINE、Yahoo Japan、TikTok、Smart News と比較すると高い数字になります。(2022 年 4 月 Nielsen 社調べ*)

*出典:

PC:

Nielsen NetView Custom Data Feed 2022 年 4 月度 家庭と職場 PC からのアクセス、ブランドレベルで集計

Nielsen NetView「インターネットに接続可能な PC から、集計対象月に一度でもブラウザを利用した 2 歳以上の集団家庭または職場からのアクセス」

スマートフォン:

Nielsen Mobile NetView Custom Data Feed 2022 年 4 月度 iOS+Android Smartphone パネル、ブランドレベル (アプリ+ブラウザ) で集計

Nielsen Mobile NetView「インターネットに接続可能な SmartPhone(Android または iOS)から、集計対象月に一度でもアプリもしくはブラウザを利用した 18 歳以上の集団」

調査結果の詳細については、[こちら](#)をご覧ください。

RTB House のアジア太平洋地域 ブランディングセールス バイスプレジデント (VP of Branding Sales APAC) シエン・ズー (Shien Zhu) は今回の調査結果について次のように述べています。

「今回のニールセン様のご協力により、RTB House の広告在庫の豊富さを反映し、この調査結果を大変嬉しく思います。今後広告主様や広告代理店様に対し、ブランディング・ソリューションは、ディープラーニングとクリエイティブの最適化のみならず、弊社を利用して頂く事により完結的に広告インベントリーを網羅できるよう貢献していきたいと思っております。」

RTB HOUSE =

また、RTB House Japan のカンントリーマネージャーである奥内鉄治は次のように述べています。
「今回の調査結果は RTB House の広告配信が非常に多くのユーザーに到達し得る事を示しています。大手プラットフォーム各社との比較も示唆に富んでおり、広告主様や広告代理店様がメディアプランニングの際にお役立て頂ける内容となっていると思います。」

RTB House は、adtech Tokyo 2022(10月20日-21日開催)に出展します。そちらでもニールセン様をお呼びしてトークセッションを行います。メディアプランニングの際にお役立てできる情報をご提供する予定です。

RTB House について

RTB House はポーランド・ワルシャワに本社を置き、最先端のマーケティングテクノロジーを世界のトップブランドおよびエージェンシーに提供しています。RTB House はディープラーニング(深層学習)に基づいた世界初の広告入札エンジンを独自開発し、広告主の全てのファネル段階における目標達成に貢献しています。

2012年の創業以来チームは急速に拡大しており、現在1,000人以上のプロフェッショナルが30以上の拠点で、3,000を超えるキャンペーンを世界各国のクライアントに展開しています。

RTB House は2018年に深層学習をアルゴリズム全てに展開してからも人工知能の研究を進めています。新しいマーケティングソリューションを発明・開発するためにAIマーケティングラボ、クリエイティブラボを開設し、AIを基にしたリターゲティングソリューション、ビデオ広告を活用したブランディング広告などを提供しています。

詳細は <https://www.rtbhouse.com/jp/> をご覧ください。