

プレスリリース
2008年7月31日

NECビッグロブ株式会社
マイクロソフト株式会社
ヤフー株式会社
株式会社USEN
株式会社ビデオリサーチインタラクティブ

報道関係各位

BIGLOBE、MSN®、Yahoo! JAPAN、GyaO、VRI
インターネット動画コンテンツ接触状況の測定基準を統一
～動画市場及び動画広告市場の活性化の基盤に～

NECビッグロブ株式会社(本社:東京都品川区「BIGLOBEストリーム」運営)、マイクロソフト株式会社(本社:東京都渋谷区「MSN®ビデオ」運営)、ヤフー株式会社(本社:東京都港区「Yahoo!動画」運営)、株式会社USEN(本社:東京都港区「GyaO」運営)と、インターネットの利用状況を調査している株式会社ビデオリサーチインタラクティブ(本社:東京都千代田区)の5社は、日本で初めてとなるインターネット動画コンテンツ接触状況の測定基準の統一について合意致しました。

合意した測定基準は、動画コンテンツをユーザーがパソコン上で再生した状況を測るものであり、“より最終的なユーザーの視聴に近いところでの計測”によるOTSベース(Opportunity To See)での測定となっています。

この測定方式では、実際に動画コンテンツが再生されたことを示すビーコンを測定用サーバーにて計測する(ビーコンタグ方式)ため、ユーザーの動画コンテンツ接触回数、接触人数、接触時間といったデータを高い精度で取得することができます。

インターネットで動画コンテンツを視聴するユーザーが増えるなか、動画ビジネスはコンテンツの調達、権利処理、配信テクノロジー、再生画質のチェックなどビジネスとしての成熟度を増してきています。

今回の合意は、ユーザーの動画コンテンツ接触状況について統一測定基準のデータが提供されることにより、動画市場及び動画広告市場がより一層活性化される為の基盤となるものと考えています。

<OTSベース(Opportunity To See)での測定とは >

インターネット動画コンテンツ接触状況の測定には、従来からの「リクエストベース」と今回合意した測定基準である「OTSベース(Opportunity To See)」での測定があります。

従来からのリクエストベースでの測定は動画コンテンツサーバーへのリクエスト回数を動画コンテンツの読み出し回数として扱うのに対し、OTSベースでは実際に動画コンテンツが再生されたことを示すビーコンの表示回数を動画接触回数として計測を行います(ビーコンタグ方式)。※別紙図参照

リクエストベースにおいては「ユーザーからリクエストがありながら動画が再生に至らない場合もカウントされる」のに対し、今回合意したOTSベースの測定は“より最終的なユーザーの視聴に近いところでの計測”を行うという概念で、こうした再生に至らないケース等を除外した精度の高いデータを取得できることが特徴です。(JIAA用語定義を参照)

*OTSベースの測定は「CSC(クライアント サイド カウンティング)」とも呼ばれております

< 本件に関する報道関係の方のお問い合わせ先 >

NECビッグロブ株式会社 経営企画本部広報宣伝グループ 田中
電話:03-6479-5647 FAX:03-6479-5643 メールアドレス:hd-tanaka@biglobe.co.jp

マイクロソフト株式会社 広報部 辻村
電話:03-4512-3031 FAX:03-4512-3417 メールアドレス:mskkpr@microsoft.com

ヤフー株式会社 広報 大山
電話:03-6440-6104 FAX:03-6440-6225 メールアドレス:ycompany-pr@mail.yahoo.co.jp

株式会社USEN 広報担当 真野
電話:03-6823-7012 FAX:03-5785-8813 メールアドレス:public-relations@tk.usen.co.jp

株式会社ビデオリサーチインタラクティブ 営業企画本部
電話:03-5226-3283 FAX:03-5226-3289 メールアドレス:info@videoi.co.jp

< 別紙 >

■5社が合意したインターネット動画コンテンツ接触状況測定基準の主な内容

【測定方式】

ビーコンタグ方式

【データ内容】

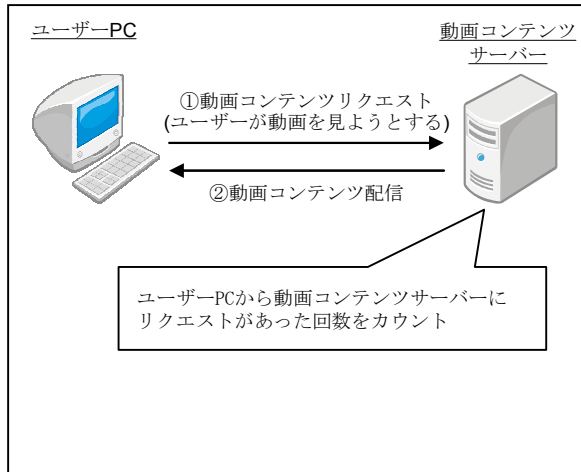
総接触回数(ストリーム数)

接触人数(ユニークブラウザ数)

接触時間

■ リクエストベース及びOTSベースでの測定の違い

▼図1:リクエストベース



▼図2:OTSベース *ビーコンタグ方式

