



Quarterly Benchmarks

Q1 2024

DVのQuarterly Benchmark Reportは、広告主やパブリッシャーの皆様に四半期ごとに主要な指標を提供します。これらのインサイトにより、お客様はDVの他の測定データと比較して、パフォーマンスとメディアクオリティをより明確に把握することができます。

目次

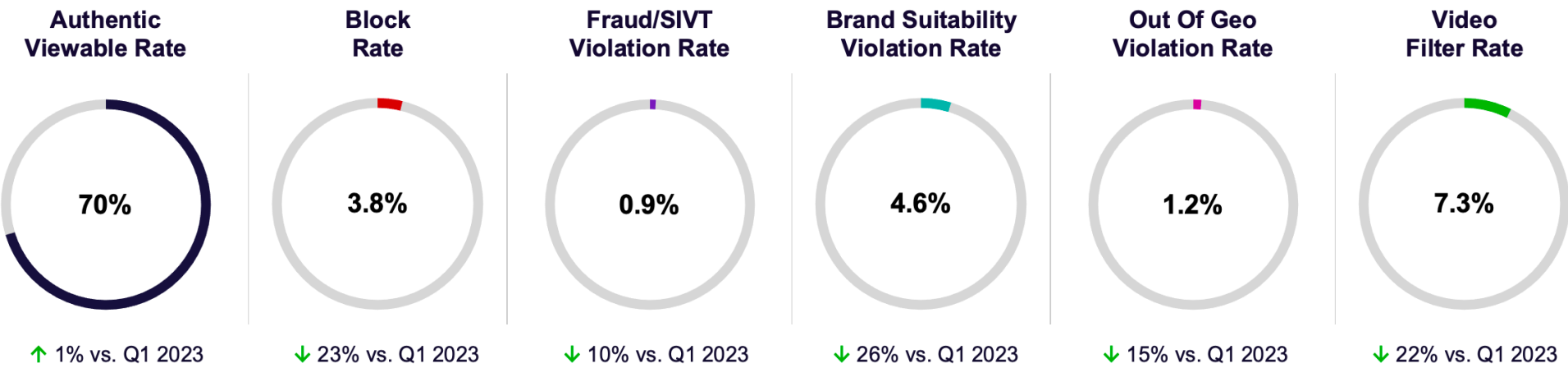
QUARTERLY BENCHMARKS（4半期ベンチマーク）

Global Quality Benchmarks（グローバル品質ベンチマーク）	02
Global Video Benchmarks（グローバル動画ベンチマーク）	03
Metrics Glossary（メトリックス用語）	04

ATTENTION BENCHMARKS（アテンションベンチマーク）

DV Authentic Attention®とは？	07
Overall Global Attention Benchmarks（総合的なグローバルアテンションベンチマーク）	08
Regional Performance（地域別パフォーマンス）	09
Metrics Glossary（メトリックス用語）	10

Global Quality Benchmarks（グローバル品質ベンチマーク）



Display Viewable Rate by Device



Video Viewable Rate by Device

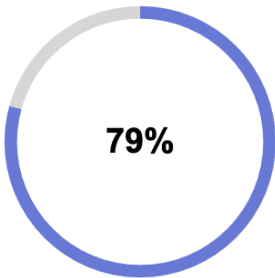


Regional Performance

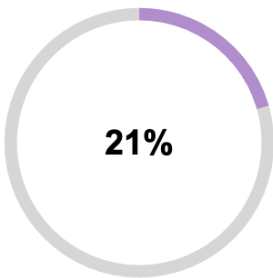
	Authentic Viewable Rate	Fraud/SIVT Violation Rate	Brand Suitability Violation Rate	Display Viewable Rate	Video Viewable Rate
APAC	64%	0.8%	6.1%	64%	84%
EMEA	69%	0.8%	7.0%	72%	80%
LATAM	73%	1.8%	4.7%	74%	76%
NORTH AMERICA	71%	0.9%	4.1%	73%	79%

Global Video Benchmarks（グローバル動画ベンチマーク）

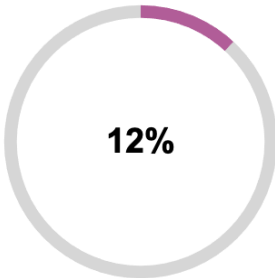
Video Completion Rate (VCR)



Audible Rate

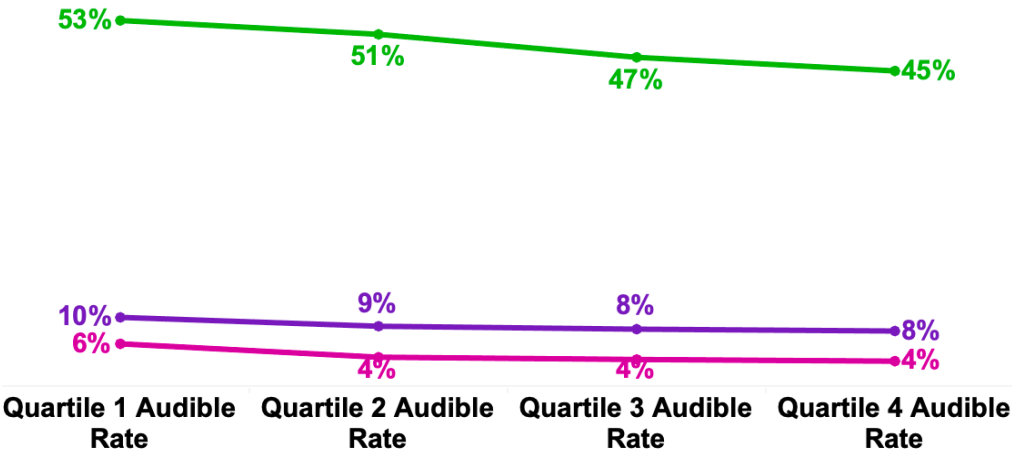


Audible and In-View on Completion Rate (AVOC)



Audible Rate by Device and Quartile

Desktop
Mobile App
Mobile Web



AVOC Performance by Device

	Desktop	Mobile App	Mobile Web
APAC	27%	60%	12%
EMEA	15%	26%	6%
LATAM	6%	21%	5%
NORTH AMERICA	5%	23%	2%
GLOBAL	7%	35%	3%

メトリックス用語



Authentic Rate (オーセンティック率)

計測された広告のうち、Authentic の定義を満たす広告の割合。つまり、ブランドに適合しており、フラウド（不正）行為がなく、意図した地域で配信された広告の割合。以下の式で算出されます： オーセンティック 広告/モニター広告。



Brand Suitability Violation Rate (ブランドスータビリティ違反率)

ブランドスータビリティ（適合性）違反とは、1つまたは複数のブランドのブランド適合性設定を満たしていないために配信された、または配信されなかったアプリ、サイト、またはページからのリクエストおよびインシデントを表します。



Block Rate (ブロック率)

クライアントの特定のブランド適合性またはフラウド（不正）設定に準拠しないインプレッションをブロック。



Out-of-Geo Violation Rate (ジオ：地域外違反率)

ジオ：地域外違反とは、広告がブランド設定に記載された意図された地域以外で配信されたために、広告が配信された、または配信されなかったリクエストやインシデントを指します。



Fraud/SIVT Violation Rate (フラウド/SIVT違反率)

フラウド（不正）/SIVT違反は、ボット詐欺、サイト詐欺、非人間的データセンタートラフィック、および/またはインジェクション広告イベントとして記録されたため、配信された、または配信されなかったリクエストおよびインシデントを表します。



Video Completion Rate (VCR) (動画視聴完了率)

全動画広告のうち、最後まで再生された広告の割合。

メトリックス用語



Display and Video Viewability Rate

(ディスプレイと動画のビューアビリティ率)

インタラクティブ広告協会 (IAB) とメディア・レーティング・カウンスル (MRC) の広告のビューアビリティの標準的な定義では、ディスプレイ広告の場合は最低1秒間、動画広告の場合は最低2秒間、広告の少なくとも50%が表示されなければならないと規定されています。ビューアブル率は以下の式で計算されます：ビューアブル・インプレッション/測定インプレッション。



Audible Rate (可聴率)

測定可能なインプレッションのうち、プレーヤー上で音声が入ったままだったインプレッションの割合。



DV Video Filtering (ビデオフィルタリング)

DVビデオフィルタリングは、CTV、モバイル、デスクトップ環境において、ブロッキングが利用できない場合でも、フラウド（不正）なインベントリー、不適切なインベントリー、ジオ外のインベントリーに広告が配信されないようにします。DVビデオフィルタリングは、広告リクエストからデータを収集し、DVの高度なフラウド（不正）、ブランド適合性、ジオ（地域）検出モデルを通して実行し、広告が非適合インプレッションに配信されないようにします。



Audible and In-view on Completion Rates (AVOC) (可聴および視聴完了率)

測定可能なインプレッションのうち、動画が完了した時点で視聴可能で、50%以上のピクセルが表示されていた割合。



CTV Fully-On Screen (FOS) (CTVフルオンスクリーン)

指定された四分位において、クリエイティブがブラウザの可視部分内に完全に表示され、四分位数終了時のシグナルが受信されたインプレッション。



Attention Benchmarks

Q1 2024

DVのQuarterly Attention Benchmark Reportは、広告主とパブリッシャーの皆様に、主要な指標を四半期ごとに提供します。これらのインサイトにより、DVの測定システム内の他のデータと比較して、キャンペーンのパフォーマンスをより明確に把握することができます。

DV Authentic Attention[®]とは？



DV Authentic Attention[®]は、MRCの認定を受けたプライバシーに配慮したソリューションで、Cookieを使用せず、広告の効果測定、メディアプランニングの改善、パフォーマンスの最適化のために、**広告のインパクトから消費者エンゲージメントの主要な側面まで**、インプレッションレベルのインサイトをタイムリーに提供します。

DVのアテンション指標を理解する



アテンション指標

50以上のデータポイントを集約し、ビジネス成果に相関するユーザーのアテンションを定量化



Exposure Index (エクスポージャー（露出）指標)

広告表示の複数のデータポイントの複合評価



Prominence Index (注目度指標)

広告の画面占有率の評価



Intensity Index (強度指標)

ディスプレイ：広告の表示可能時間の評価

動画：IABのビューアビリティ、オーディビリティ、四分位完了、四分位ごとのフルオンスクリーンの評価



Engagement Index (エンゲージメント指標)

20以上のユーザーによるデバイス（広告閲覧中）および広告自体のエンゲージメントを総合評価



User Presence Index (ユーザープレゼンス指標)

広告が表示可能であったときにユーザーが存在したかどうかを判定する評価デバイスレベルの指標



Ad Interaction Index (広告インタラクション指標)

広告が表示されている間にユーザーが広告とインタラクションしたかどうかを判断するための評価

Overall Global Attention Benchmarks

(総合的なグローバルアテンションベンチマーク)

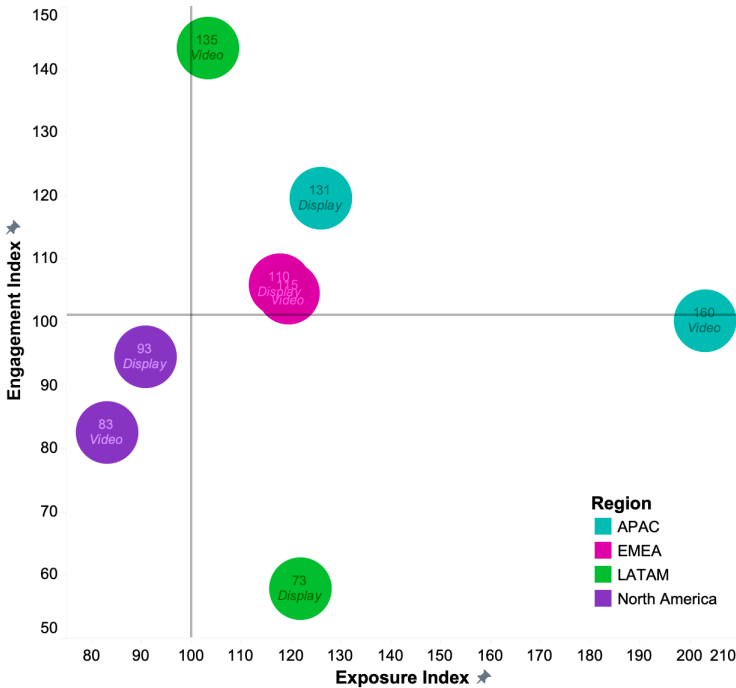
DVのアテンション指標を理解する

DVのアテンション指標は、DV全体の28日間の平均値を100として正規化されています。従って、125という指数は、その指数のパフォーマンスがベンチマークスコアより25%優れていることを示します。DVでは、アテンション・ベンチマークとして毎月650億以上のインプレッションを測定しています。

Attention Performance By Regions

	Attention Index	Engagement Index	Exposure Index
APAC	135	116	139
EMEA	110	106	118
LATAM	82	72	119
North America	92	93	90

Attention Index by Region



Attention Index by Vertical

Top 3 Performers



Technology
125



Education
111



Media & Sports
102

Bottom 3 Performers



Travel
81

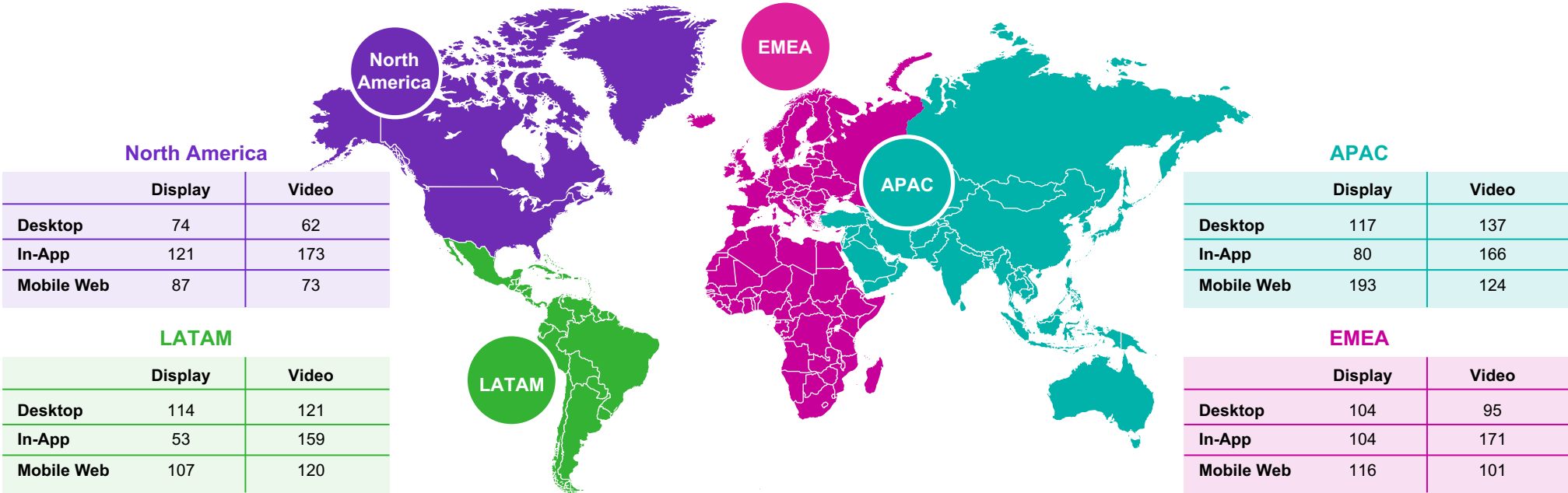


Retail & Restaurants
79



Financial Services
77

Regional Performance（地域別パフォーマンス）



In-Depth Regional Performance

	Exposure		Engagement	
	Intensity Index	Prominence Index	Ad Interaction Index	User Presence Index
APAC	107	153	116	107
EMEA	106	122	103	105
LATAM	110	129	63	90
North America	101	82	88	98

メトリックス用語

Attention Index（アテンション指標）

リアルタイムで算出される50以上のデータポイントに基づき、パフォーマンスの方向性を示す実用的なアテンションスコア。アテンション指標は100に正規化され、100は月間650億インプレッションのDV平均を表します。

Exposure Index（露出指標）

視聴可能時間、画面占有率、動画完成度、聞き取りやすさなどを含む指標を通じて、広告の強度と目立ちやすさを定量化する。

Engagement Index （エンゲージメント指標）

ユーザーのタッチ、画面の向き、ビデオの再生、オーディオコントロールのインタラクションなど、広告クリエイティブの表示中に発生するユーザー主導の主なイベント。

Prominence Index（注目度指標）

デバイスの画面全体に対する広告の表示可能ピクセル。

Intensity Index（強度指標）

ディスプレイ - 画面上での広告の視聴可能時間。ビデオ - IABの視聴可能時間、可聴性、プレーヤーが画面上に完全に表示されているかどうか、ビデオクリエイティブの4つの四分位までの完了率。

User-Presence Index （ユーザープレゼンス指標）

広告が表示可能であったときに、ユーザーがそのデバイスに存在していたかどうかのバイナリ評価指標。

Ad Interaction Index （広告インタラクション指標）

広告が表示可能な間に、ユーザーが広告と直接インタラクションしたレベル。



デジタル広告をより強固で、より安全で、より安心なものに

www.DoubleVerify.com/japan/