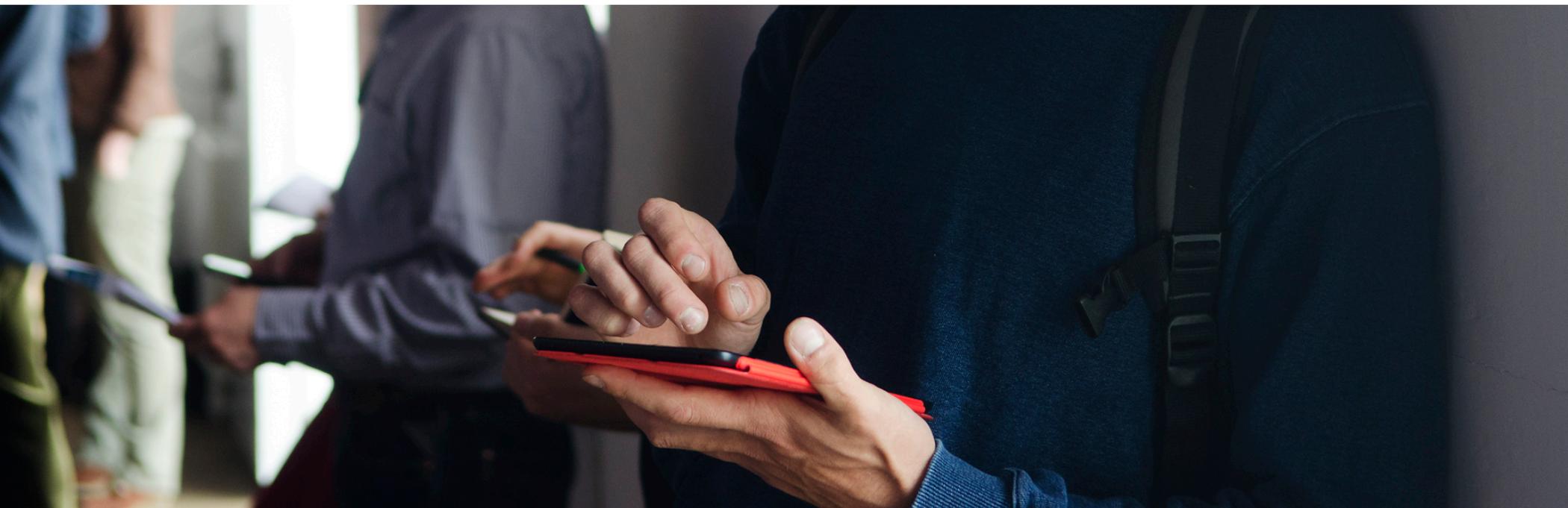


READ REPORT Vol.4

メディアによる閲覧意欲データ活用事例集

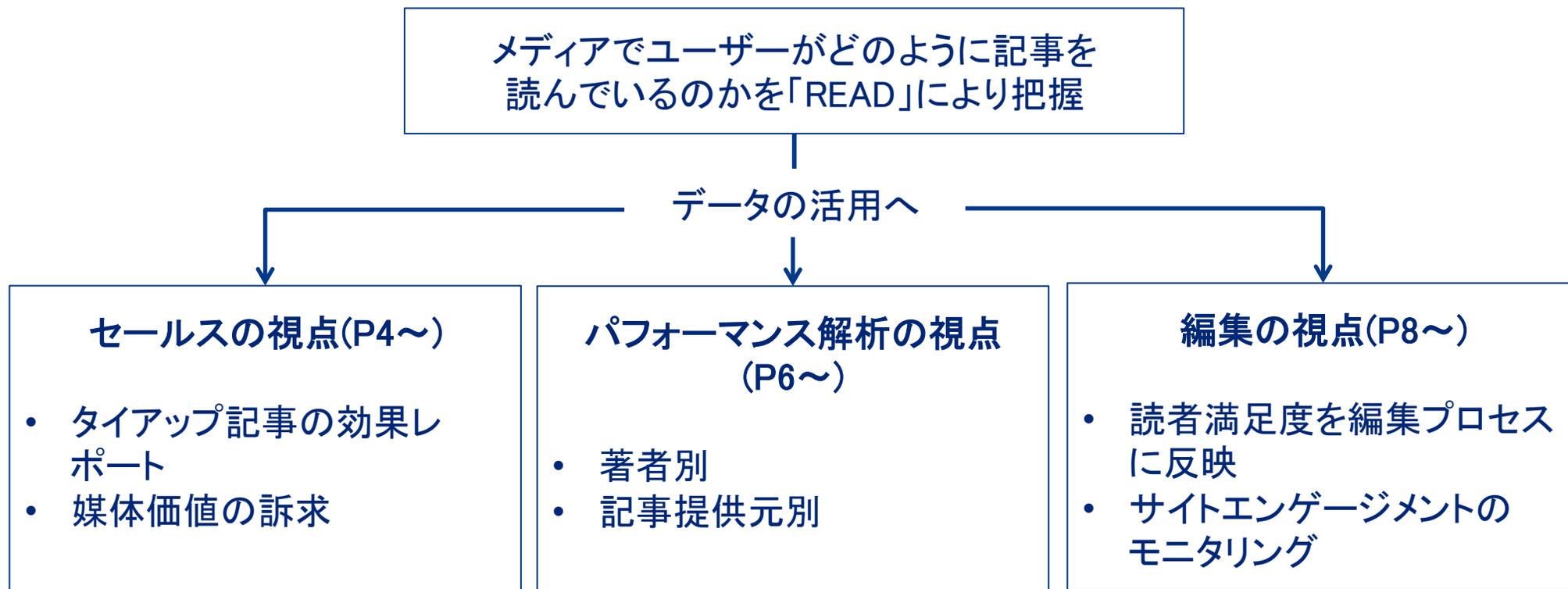
December 2014



 popIn

本レポートの目的

200サイト以上の導入メディアでのページビューの質を測定するテクノロジー「READ」の活用事例を紹介し、閲覧意欲データの活用によるメディア運営のインテリジェント化を推進する。



ページビュー至上主義から、「読まれたかどうか」に着目したメディア運営へのシフト

READとは

READは記事コンテンツの正確な読了情報(読了率・読了時間)を計測し、「PVの質」を可視化する技術。(popIn株式会社による特許申請中)

技術概要

- 1) 記事コンテンツが表示されるページより本文領域を特定
- 2) 本文領域を「文章」「画像」といった構成要素に分解
- 3) 構成要素ごとに、読了に必要な条件(時間)を設定
- 4) 条件の達成度合いにより読了率を測定

※ブラウザの可視領域に入っている場合は、読了が進んでいると判断し、以下のような場合は測定を停止します。

- ・本文領域がブラウザ上に表示されていない場合
- ・タブを切り替え、別ページが表示されている場合

測定デモ動画: <https://www.popin.cc/discovery/#page-read>



測定指標	定義
読了率	<ul style="list-style-type: none">・ 本文領域がどの程度ユーザーに読まれたかを表す指標・ PVごとに測定され、70-100%は熟読層、40-60%は閲覧層、10-30%は流し見層と定義しています
読了時間	<ul style="list-style-type: none">・ 記事の本文領域をユーザーが閲覧している時間 (≒純粋な記事コンテンツの閲覧時間)・ 滞在時間と異なり、本文領域が可視領域にない場合や、可視領域の読了が完了したと判定された場合は測定の対象外です

セールスの視点 - タイアップ記事の効果レポート

タイアップ記事のクライアントへのレポート項目として、「量的指標」であるインプレッション、ページビューだけでなく、「質的指標」として読了率・読了時間を加える。

レポートイメージ

🕒 平均読了時間:

00:54

サイト全体平均値 + 00:21
タイアップ平均値 + 00:04

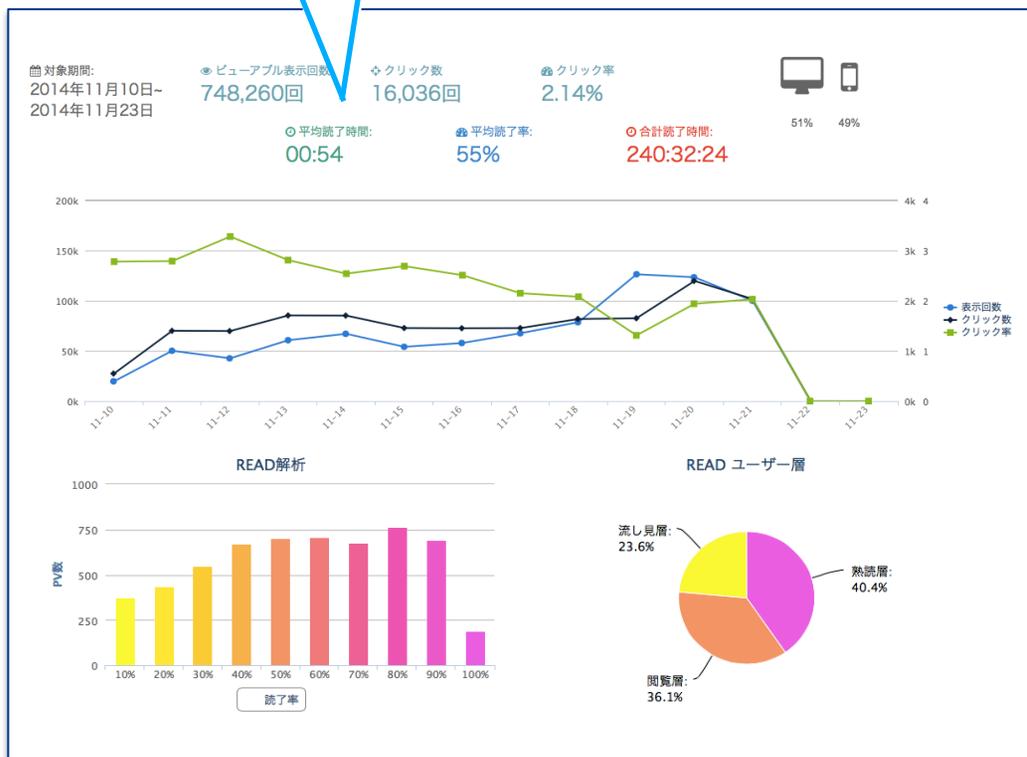
👤 平均読了率:

55%

サイト全体平均値 -3%
タイアップ平均値 +5%

🕒 合計読了時間:

240:32:24



Point

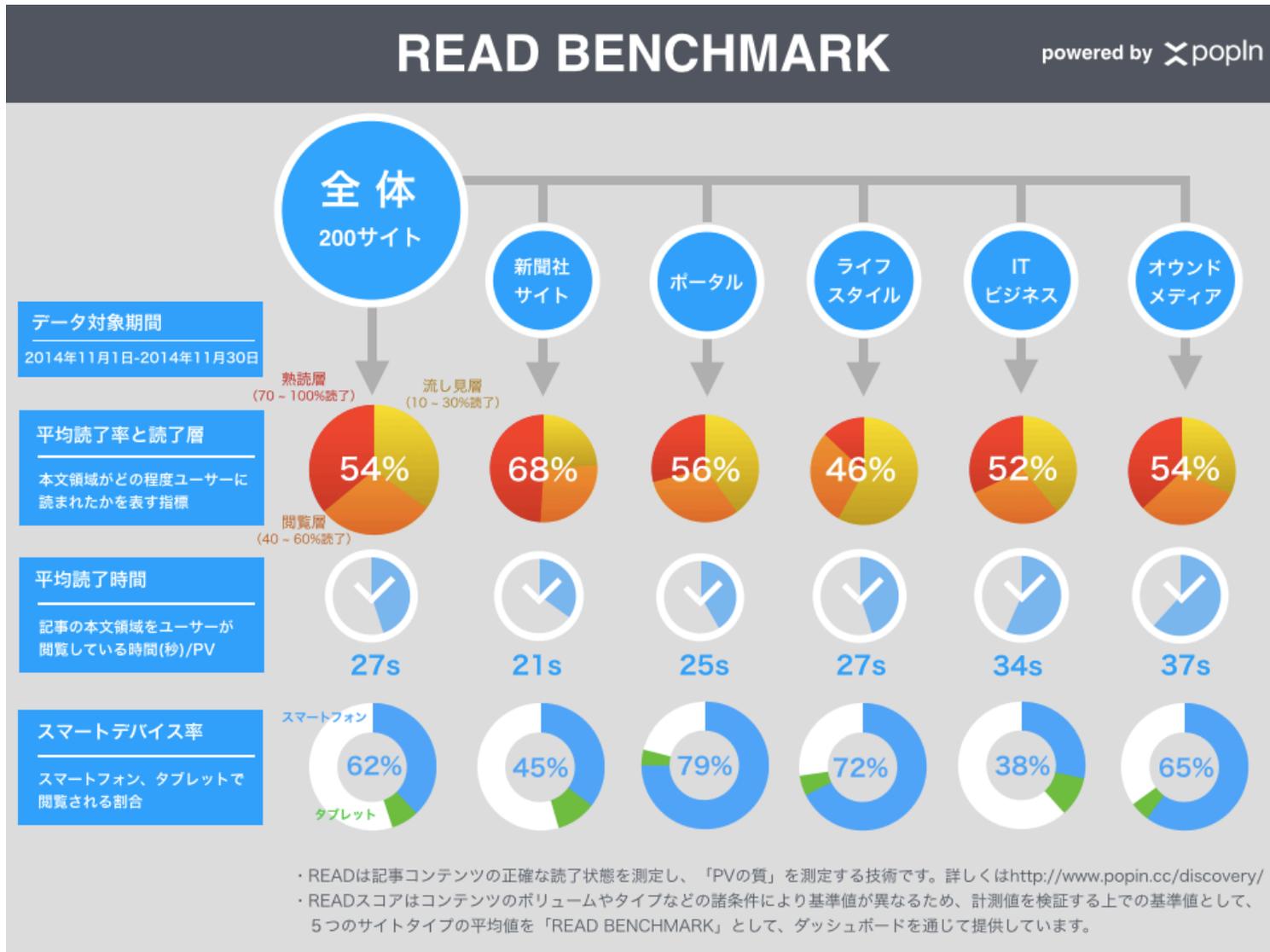
- タイアップ記事は、「どれだけ読まれたか」が本質的な効果と考えられるが、従来のインプレッション、ページビューでは分からない
▶読了率・読了時間を「質的指標」としてレポート
- 新しい指標のため、比較となる数値(ベンチマーク)に基づく説明が必要
▶①サイト内との編集記事の平均値
②サイト内の他タイアップ記事の平均値
をベンチマークとしてレポート

セールスの視点 - 媒体価値の訴求

競合メディアと比較し、「より読まれる」媒体であることをメディアシート等で訴求する。

READ BENCHMARK

READ導入サイトの計測値をもとに、新聞社／ポータル／ライフスタイル／ITビジネス／オウンドメディアという5つのメディアタイプ別のREAD指標を、popInサイト上で公表 (http://www.popin.cc/discovery/read_benchmark)

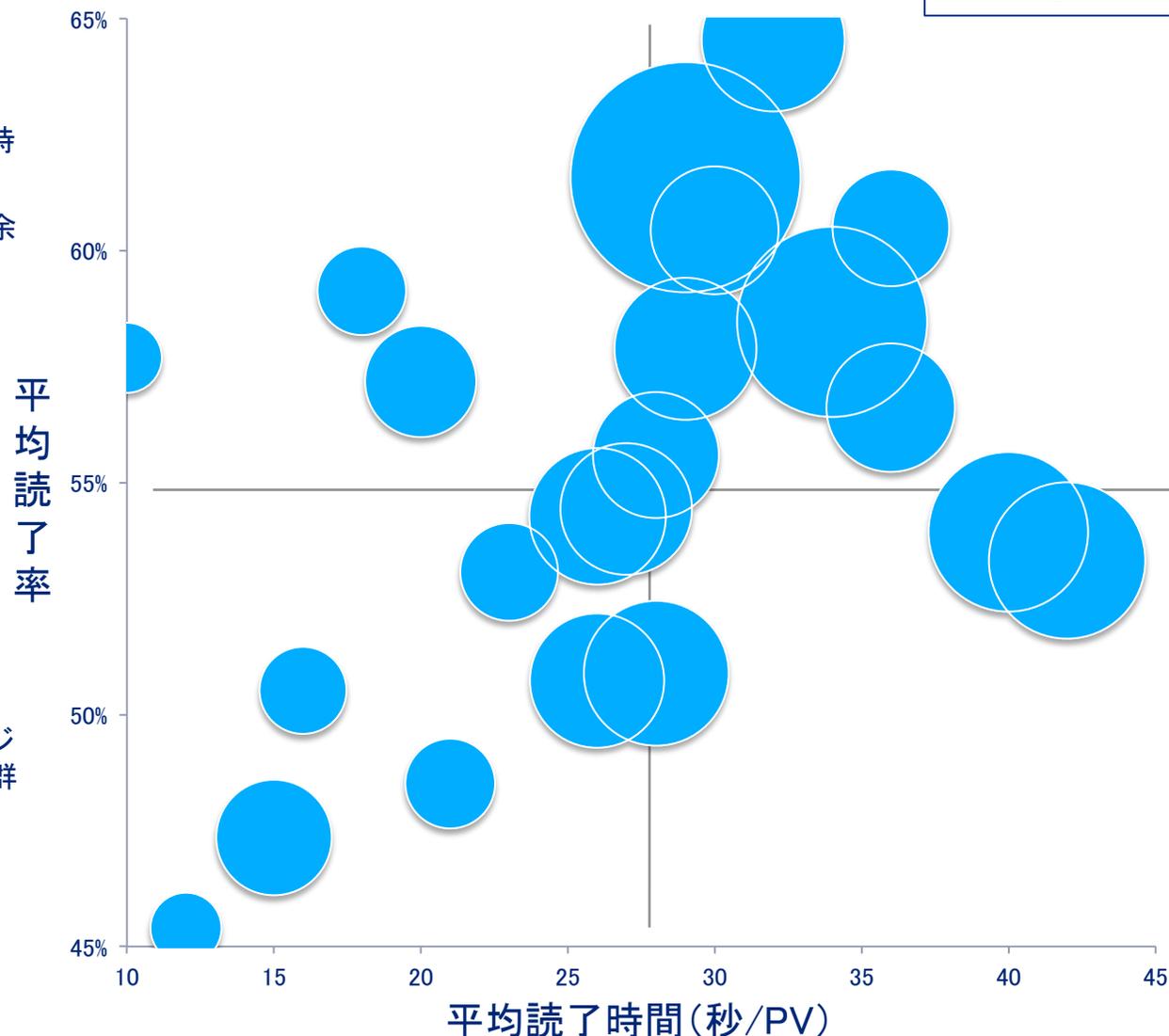


パフォーマンス解析の視点 - 著者別

記事の執筆者別にREADデータを集計し、ユーザーエンゲージメントへの貢献を可視化し、執筆者へのフィードバックやパフォーマンス評価に展開。

分析例

※各バブルは著者別にREADスコアを集計
バブルの大きさは総読了時間(平均読了時間にPVを乗じた数値)を表す



- しっかり読み込まれているが、記事ボリュームが少ないため読了時間が短くなっている
- 記事構成などに改善余地がないか要検証

- 読者からのエンゲージメントが低いライター群
- 右上のエリアのライターと比較し、改善が必要

- 読者へのエンゲージメントが高いライター群
- このエリアでバブルの大きいライターはサイトへの貢献度が特に高い

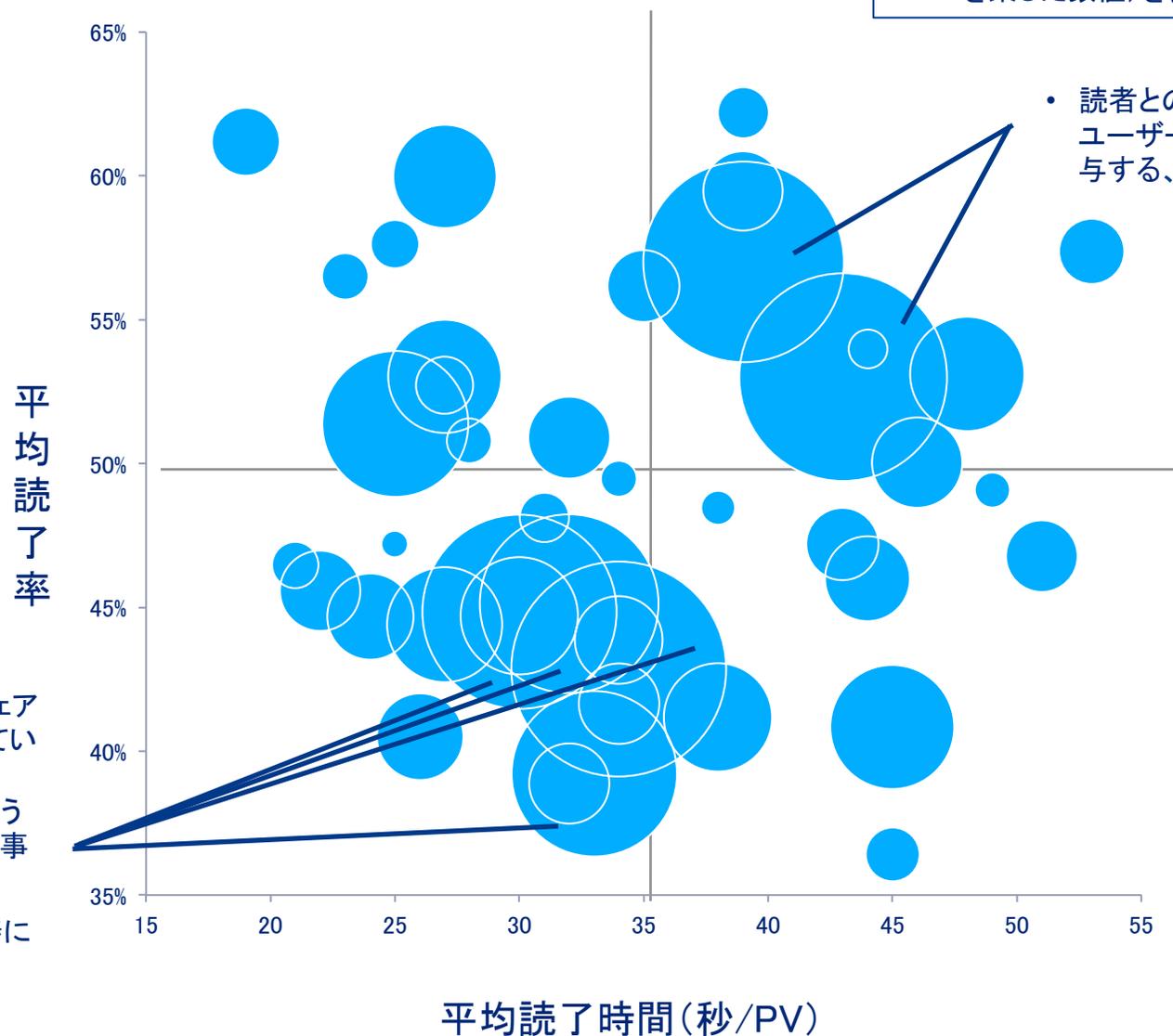
- 時間をかけて読まれているが、読み飛ばされる部分が多いライター群
- 記事が冗長になっている可能性があり、記事のボリュームについて改善余地がないか要検証

パフォーマンス解析の視点- 記事提供元別

ポータルサイトなど、メディアから記事提供を受けてサイト運営を行っている場合、各記事提供元によるサイトエンゲージメントへの寄与を可視化することが可能。

分析例

※各バブルは記事提供元別にREADスコアを集計
バブルの大きさは総読了時間(平均読了時間にPVを乗じた数値)を表す



- ユーザーのタイムシェア獲得に大きく寄与しているが、サイトへのエンゲージメント形成という点では懸念がある記事提供元
- 記事選定などの改善について検討余地あり

編集の視点 - 読者満足度を編集プロセスに反映

トップページに掲載する記事の選択プロセスにおいて読了率を参照し、じっくりと読み込まれる期待値の高いコンテンツを全面に出す事で、サイトへのエンゲージメントを高める。

読者満足度の高い記事の分析例

媒体社向けのダッシュボードから、読了率がサイト平均よりも高く(=記事品質が高い)総読了時間の長い(=幅広い層に人気)記事群が、全体・カテゴリ別に確認可能

読者満足度の高い記事	平均読了率 (>=59%)	総読了時間	READ解析
READ BENCHMARKで分かる、メディアタイプ別の記事に読まれ方	65%	56:40:45	表示
新聞社サイトの平均読了率は70%	71%	27:22:44	表示
ライフスタイルメディアのスマートデバイス比率は6割以上	60%	22:13:09	表示
適切な記事の文章量を考える	72%	19:23:24	表示
記事を活用したコンテンツマーケティングの効果測定フレームワークとは？	72%	4:43:58	表示
じっくり読まれる記事は、ソーシャル拡散されやすいという幻想	75%	3:20:37	表示
オウンドメディアへの流入経路の8割は検索	78%	3:19:18	表示
じっくり記事を読んだら、次の記事も読みたくなるらしい	65%	3:03:57	表示
ページビューは質から量の時代へ：popInが新指標READをリリース	73%	2:23:57	表示
企業がユーザーにコンテンツで伝えるプラットフォームをリリース	60%	2:01:34	表示

・トップページ、
・カテゴリトップ
などに「**編集部のおすすめ記事**」として掲載する際のインプットとする

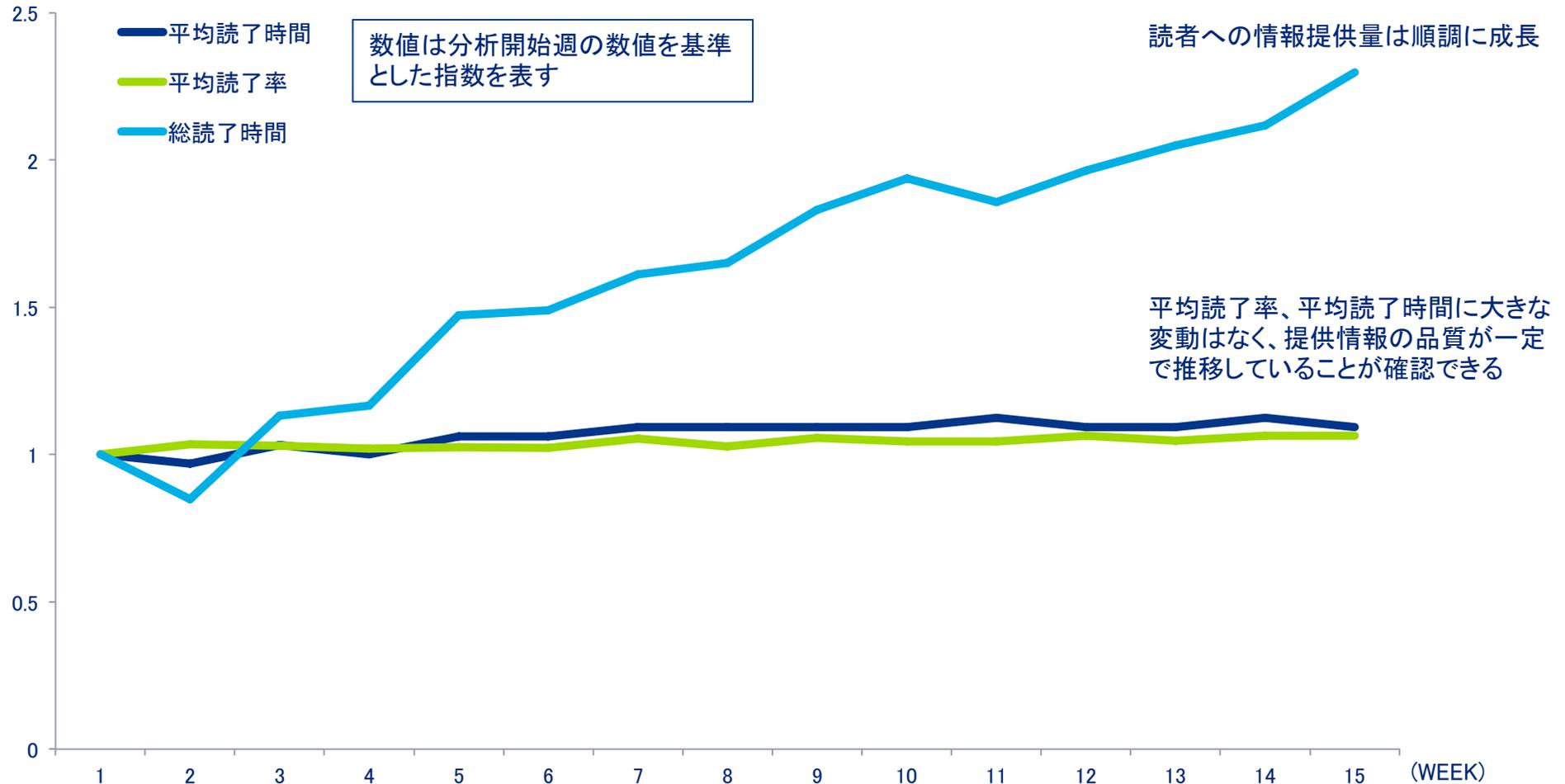
・**レコメンドウィジェット**へのアルゴリズムに反映

編集の視点 - サイトエンゲージメントのモニタリング

読者とサイトとのエンゲージメントがどのように推移しているかを、「提供している総情報量」と「提供情報の品質」の両面でモニタリングする。

特に、記事コンテンツを提供し企業のブランドリフトを狙うオウンドメディアにおいては、伝えるメッセージの量と質の両立ができてきているか注視することが肝要。

オウンドメディアでのモニタリング分析例



popInとは

東京大学の産学連携ベンチャーとして2008年に創業し、大手ニュースメディアを中心に検索やレコメンデーション、ネイティブ広告配信に関するサービス提供しています。

会社概要

社名	popIn株式会社（英語表記 popIn Inc.）
本社所在地	〒113-0033 東京都文京区本郷7-3-1 東京大学アントレプレナープラザ7F 705
設立	2008年7月
資本金	65,100,000円（資本準備金も含む）
主要株主	創業メンバー 株式会社東京大学エッジキャピタル GMO Venture Partners 株式会社 株式会社フリークアウト
問い合わせ	info@popin.cc

主な取引先