

2014 年 2 月 3 日

ニールセン株式会社

ニールセン、2013 年第 3 四半期の世界の広告費動向を発表

- 第 3 四半期は対前年同期比で 3.2 % 増。アジア太平洋地域が続伸
- オンライン・ディスプレイ広告は 1-9 月で前年同期比 32% 増
- 鉱業、農業、不動産、サービス業で広告費が 11% 増

メディア視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO：武智清訓）は、ニールセンが全世界の広告費を調査する Global AdView Pulse の 2013 年第 3 四半期（7-9 月）版の結果を発表しました。

それによると、広告費は世界全体で緩やかな増加を続け、2013 年第 3 四半期は前年比で 3.2%、2013 年 1 月-9 月期累計でも 3.2% 増加していることがわかりました。

■ 地域別広告費：際立つアジアの存在感、アジア太平洋の続伸が世界の広告費を押し上げる

アジア太平洋における広告費の伸びは引き続き力強く、2013 年 1 月から 9 月までの期間に前年比で 7.0% 伸長し、世界全体の広告支出を押し上げる要因となっています。

一方、苦境が続いていた欧州の広告市場にはようやく明るい兆しが見え始め、第 3 四半期は前年同期比 0.4% 減と、ごくわずかな減少にとどまりました。これにより、2013 年 1 月-9 月期までの累計も 3.8% 減となっています。前回 2013 年第 2 四半期の報告でも触れていましたが、欧州の広告市場の落ち込みもようやく底に達したようです。

北米の第 3 四半期の広告費は微増（1.3%）にとどまりましたが、それでもなお、年初からの累計で見ると前年比 1.7% の増加となっています。また 2012 年同期には、大統領選挙を控えた米国メディアに政治広告が溢れていましたので、今期の減少はその反動によるところも少なからずあるでしょう。

世界経済に明るい兆しが見え始め、アジア太平洋の広告市場がさらなる躍進を遂げる中、ニールセンは、世界の広告市場がこのまま回復基調を続けられるかどうか注目にしています。（図表 1）

■ 媒体別広告費：オンライン・ディスプレイ広告が大躍進

2013 年第 3 四半期の媒体別広告費では、年初からの傾向に大きな変化は見られず、テレビとオンライン・ディスプレイ広告の伸びが世界全体の広告費成長を支える状況が続いています。

調査対象国は限られていますが、オンライン・ディスプレイ広告は年初から第 3 四半期までに前年同期比 32% 超の成長を遂げています。オンライン広告は、広告業界における「有能な新参者」として認められつつあり、広告主もオンラインの重要性が急速に高まっていると広く認識しています。オンライン

広告の著しい成長が何かを暗示しているとするれば、この広告主の認識は正しいと言えます。

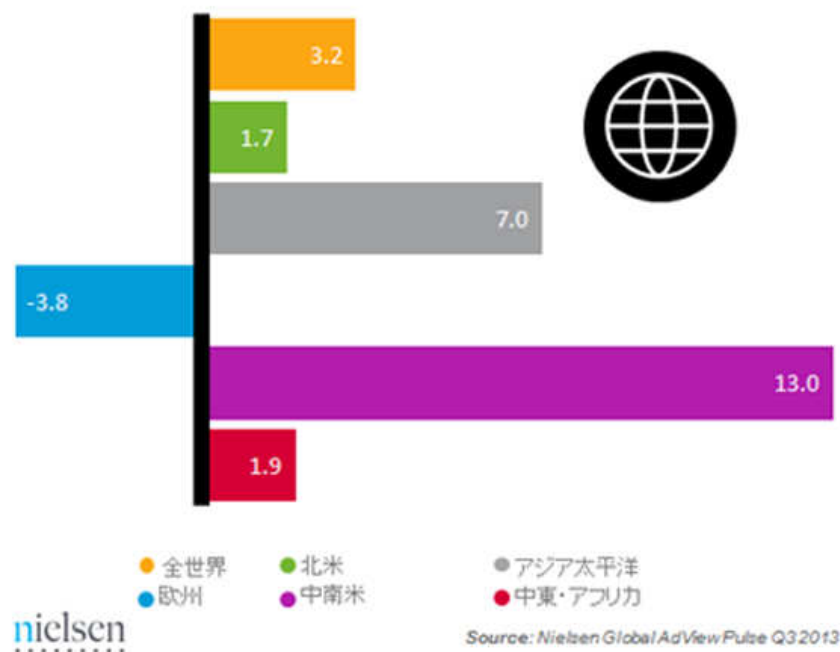
一方、オンライン・ディスプレイ広告への支出が急速に拡大する中でもテレビ広告費は 4.3%増加し、広告費全体の 57.6%という圧倒的なシェアを保ち続けています。広告支出全体が長らく減少傾向にあった欧州でさえも、テレビ広告費に関しては 2013 年第 1～第 3 四半期を通して横ばい状態（0.0%）となっています。

また、同時期のラジオ広告費に関しては、欧州で 6.5%の減少、中南米では 12.4%増加しており、世界全体でみると第 1～第 3 四半期までの累計で前年比 0.7%減となっています。さらに、新聞、雑誌、映画広告もそれぞれ 2.2%、 1.1%、1.3%ずつ減少しており、これらの予算をテレビとオンライン・ディスプレイ広告へと振り分ける傾向が強まっているようです。（図表 2）

ニールセンのグローバル広告分析部門責任者ランダル・ベアードは次のように述べています。「オンライン広告が他のメディアを凌いで成長するであろうことは予想されていましたが、その中でもテレビの圧倒的優位は揺るぎません。そして面白いことに、二つのメディアは共存の方向へ進んでいるようです。今、多くの広告主は複数のスクリーンで消費者とつながる統合的なキャンペーンを展開し始めています。様々なメッセージを巧みに組み合わせることで、最大限の効果を生み出そうというわけです。」

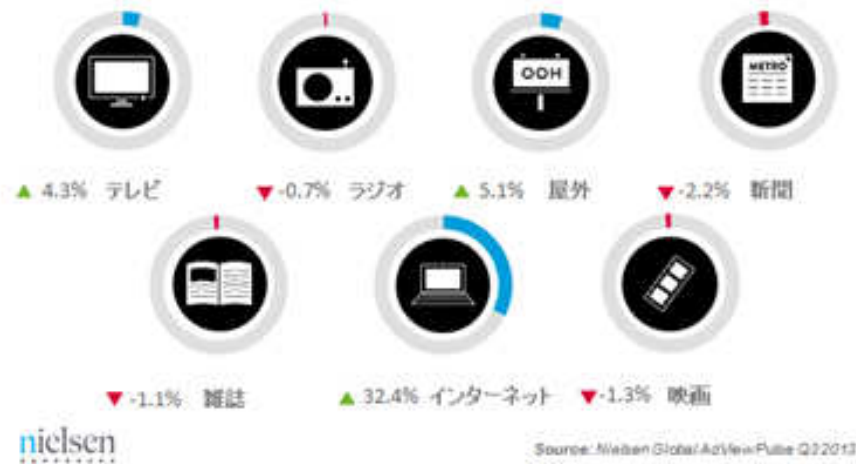
図表 1：地域別広告費

2013 年 1 月-9 月累計地域別広告費の増減（対前年同期比）

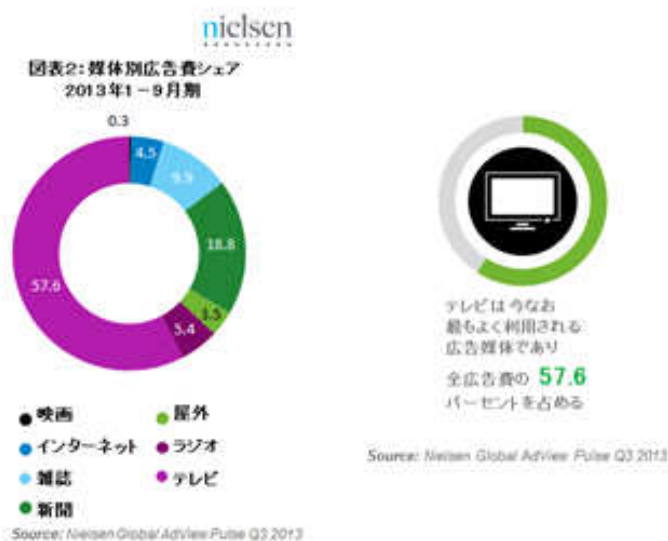


図表 2：媒体別広告費

2013 年 1 月-9 月期媒体別広告費の増減（対前年同期比）



2013 年 1 月-9 月期媒体別広告費シェア



■産業別広告費：世界全体で鉱業、農業、不動産、サービス業の広告費が上向く

産業別に見ると、2013 年 1 月-9 月期までの間に最も高い伸び率を記録したのは鉱業・農業・不動産・サービス業と、一般消費財（FMCG）のカテゴリーでした。

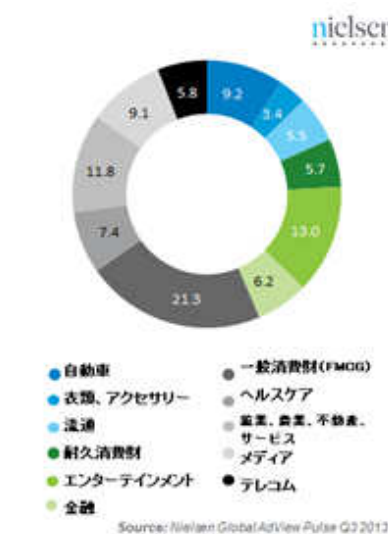
鉱業・農業・不動産・サービス業のカテゴリーでは、特に不動産業の広告費が世界全体で 11.3%増と大きく伸長しました。この原動力となったのが伸び率 33.9%増のアジア太平洋で、2012 年秋の米国大統領選挙の反動から 5.7%減となった北米を補ってなお余りある増加でした。

また、一般消費財の広告費も前年を上回る状態が続いており、世界全体で 6.0%増となりました。産業

別広告費のトップシェア（21%）を占め、成長を続ける一般消費財産業には、食品・飲料、化粧品や日用消耗品などが含まれますが、このカテゴリーへの広告出稿には減少の気配すら見られません。

一方、他の産業では広告費を抑制する動きも目につきます。自動車産業は世界全体で広告費が縮小され、今四半期までの累計で前年比 1.9%減となりました。中でも欧州では 11.2%の減少と縮小幅が一段と大きくなっていますが、アジア太平洋においても自動車産業の広告費は 6.8%減少しています。衣類・アクセサリー産業と金融業の広告出稿でも保守的な傾向が強まり、広告費は 2013 年 1 月から 9 月までの累計でそれぞれ前年比 1.7%、1.0%の減少となっています。（図表 3）

図表 3 産業別広告費
2013 年 1-9 月期産業別広告費シェア



2013 年 1-9 月産業別広告費の増減（対前年同期比）



Global AdView Pulse について

Nielsen Global AdView Pulse はテレビ、新聞、雑誌、ラジオ、屋外、映画およびインターネット広告の広告費を調査します。データの有効性により、各市場に含まれるメディアの種類は異なります。本レポートに含まれる各国の外部データは以下の通りです。

アルゼンチン：IBOPE (Brazilian Institute of Public Opinion and Statistics)

バーレーン：PARC (Pan Arab Research Centre)

ブラジル：IBOPE

クロアチア：Nielsen in association with Ipsos

エジプト：PARC (Pan Arab Research Centre)

ギリシャ：Media Services

香港：admanGo

日本：日本デیلیー通信社

クウェート：PARC

レバノン：PARC

メキシコ：IBOPE

オマーン：PARC

汎アラブメディア：PARC

ポルトガル：Mediamonitor

カタール：PARC

サウジアラビア：PARC

スペイン：Arce Media

アラブ首長国連邦：PARC

#

【ニールセン株式会社会社概要】

会社名： ニールセン株式会社 英文社名： Nielsen Co., Ltd.

本社所在地： 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント

資本金： 1 億円

設立： 1999 年 5 月

代表者： 代表取締役会長兼 CEO 福德 俊弘

代表取締役社長兼 COO 武智 清訓

主要株主：ニールセン、 トランスコスモス株式会社 など

ニールセン株式会社はニールセン、トランスコスモス株式会社などの出資による合併会社です。ニールセンの消費者視聴行動分析部門の日本法人として、視聴者分析、広告分析のソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサ



ービス、及び分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、E コマース企業、広告会社より高い信頼性の評価をいただいております。ニールセン株式会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧いただけます。

ニールセンの消費者購買行動分析部門は、**ニールセン・カンパニー合同会社**です。

消費者調査、ショッパー調査、メディカルリサーチ、販売予測、マーケティング ROI 分析、コンシューマーニューロサイエンス分析、海外市場情報提供などを行っています。ニールセン・カンパニー合同会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://jp.nielsen.com/site/index.shtml> でご覧いただけます。

ニールセンについて

ニールセン・ホールディングス N.V. (NYSE:NLSN) は世界的な情報・調査会社で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報、トレードショーやそれに関連した分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークとオランダ・ディーンに本社を持ち、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ (www.nielsen.com) をご覧ください。

ニールセン株式会社が提供しているソリューションと主な製品サービス

視聴者分析ソリューション

インターネット視聴率データ NetView
スマートフォン視聴率データ Mobile NetView
スマートフォン・メディア利用実態調査レポート
検索サービス利用データ MegaView Search など

広告分析ソリューション

広告効果分析サービス Nielsen Online Brand Effect
オンライン広告リーチ測定 リーチ&フリケンシー など

###

本件に関するお問い合わせ先：

ニールセン株式会社 広報担当 西村 総一郎

電話：(03)4363-4200

e-mail: jpw_press@nielsen.com