

News Release

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

E メール: jpw_press@nielsen.com

電話: 03-4363-4200

ファックス: 03-4363-4210

ニールセン、米国のテレビ・インターネット・ラジオにおけるスポーツコンテンツ視聴動向レポート 2014 年版を発表

- 2013 年第 2 四半期(4-6 月期)から 2014 年同期にかけての米国内のデジタル動画視聴は、13-34 歳で 53%、35-49 歳で 80%、50-64 歳で 60%と大きく伸長
- PC からのスポーツ関連動画視聴において一人あたりの月間平均ストリーミング視聴時間は、2014 年 4 月(NBA プレーオフ、March Madness)に 68.4 分、7 月(FIFA World Cup)に 76.6 分と利用が拡大

2015 年 3 月 17 日

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: 宮本 淳)は、米国市場における主要なスポーツに関するメディア動向、広告トレンド、消費者傾向をまとめた『米国のテレビ・インターネット・ラジオにおけるスポーツコンテンツ視聴動向レポート 2014年版』を発表しました。

2014 年のデジタル視聴

メディアコンテンツは、もはやテレビと同義ではありません。テクノロジーの発展に伴い、メディアコンテンツはあらゆるデバイスから、いつでも、どこでも消費できるものへと変わりました。職場でも通勤中でも屋外でも、これほど多様な視聴手段をいとも簡単に利用できる時代など、未だかつてなく、2013 年第 2 四半期(4-6 月期)から 2014 年同期にかけての米国内のデジタル動画視聴は、13-34 歳で 53%、35-49 歳で 80%、50-64 歳で 60%と大きく伸長しました。

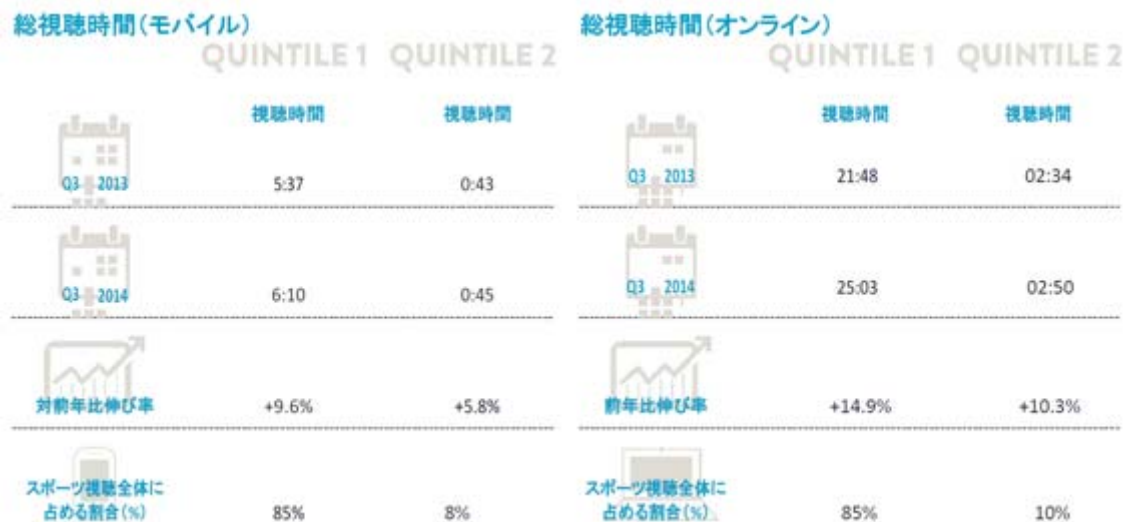
中でもスポーツ関連コンテンツの消費がこの 1 年を通して急速に拡大し、一人あたりの月間平均ストリーミング視聴時間は、2014 年 4 月(NBA プレーオフ、March Madness)に 68.4 分、7 月(FIFA World Cup)に 76.6 分となりました。



スポーツファンの視聴動向

2014 年第 3 四半期(7-9 月期)にスマートフォンまたは PC からスポーツコンテンツを視聴した人は 7,000 万人を数えますが、その上位 20%による視聴時間は全体の 85%を占めており、上位 21~40%が視聴する時間と比べても 8 倍以上の長さとなっています。

熱狂的なスポーツファンは、スポーツコンテンツの「スーパーコンシューマー」といえます。



冬季オリンピック

NBC は、冬季 Olympic 放送で史上最長の 1,500 時間を超える番組コンテンツをオンライン、モバイルアプリ、テレビで配信しました。NBC が提供したソチ Olympic 関連コンテンツ全体の総視聴者数は 2 億 4230 万人に達し、2010 年のバンクーバー大会から 350 万人の上乗せとなりました。

ソチ大会ではクロスプラットフォーム視聴がかつてないほど盛んに行われ、NBC のデジタルコンテンツ総視聴時間もユニーク視聴者数も、バンクーバー大会の 3 倍以上となりました。



FIFA ワールドカップ

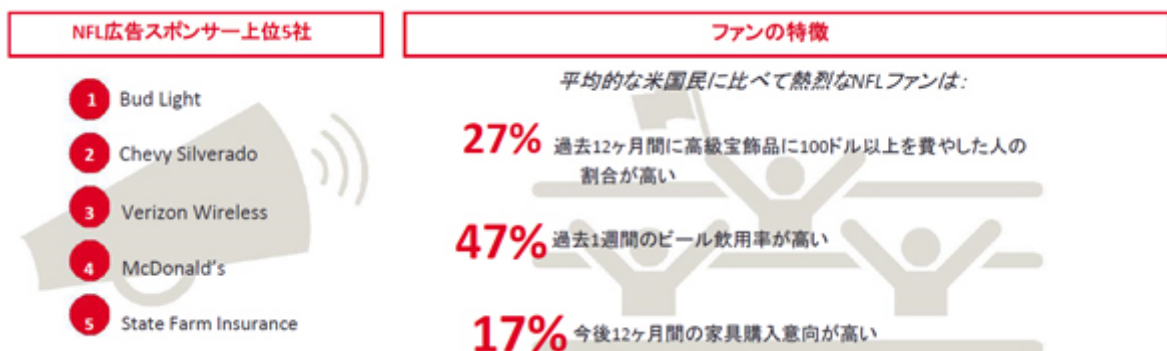
今大会、米国にも FIFA World Cup の熱狂がもたらされ、6 月 12 日から 7 月 13 日までの大会期間中、史上最多となる 1 億 1,900 万人、あるいは全人口の 40.4%が、FIFA World Cup の試合を観戦しました。2006 年大会に比べると 32.2%増加しており、その多くを女性視聴者が占めました。

そしてモバイルでのストリーミング視聴においては、前回大会に比べて UNIVISION での視聴者数は 4 倍超に伸び、WATCH ESPN では視聴時間が 3 倍以上に伸びました。

モバイルでのストリーミング UNIVISION			モバイルでのストリーミング WATCH ESPN		
	2014 WORLD CUP	GROWTH FROM 2010		2014 WORLD CUP	GROWTH FROM 2010
ストリーミング視聴者数	7,300万	+316%	コンテンツを視聴した ユニークデバイス数	1,500万	N/A
ストリーミング視聴時間	2,900万	+187%	1試合あたりの 平均ユニーク視聴者数	892,000	+174%
ストリーミング ユニーク視聴者数	1,000万	+241%			
ワールドカップウェブサイト・ アプリのユニーク訪問者数	2,800万	N/A	1試合あたりの 平均総視聴時間(分)	4,100万	+173%
ワールドカップ期間中のスポーツ 関連アプリダウンロード数	350万	+295% (2013年の総数に対して)	ストリーミング 視聴時間	4,360万	+224%

ナショナル・フットボール・リーグ(NFL)

視聴率はとくに女性ファンの間で堅調に推移し、また「アメリカズ・チーム」とも呼ばれる Dallas Cowboys の復活も視聴者数の引き上げに大きく貢献しました。地元での視聴率は、2013 年比でほぼ 10%上昇しています。Super Bowl 2013 への出場にも後押しされ、地元シアトルで Seahawks を応援するファンは全人口の 71%と、前年から 27%増加しました。これは過去 10 年間の NFL ファン人口統計で最も大きな伸び率です。



「米国のテレビ・インターネット・ラジオにおけるスポーツコンテンツ視聴動向レポート」についての詳細は、以下までお問い合わせください。

ニールセン株式会社 セールス&アナリティクス Tel: 03-4363-4201

Email: jpw_ClientServices@nielsen.com

下記リンクからレポート全文をダウンロードできます。

<http://www.nielsen.com/jp/ja/insights/reports/nielsen-jp-year-in-sports-media-2014.html>

###

【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 宮本 淳
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、視聴者分析と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。詳細は、ホームページ(<http://www.nielsen.com/jp/ja.html>) 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、モバイル情報の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 Nielsen NetView
スマートフォン視聴率データ Nielsen Mobile NetView
スマートフォン利用状況分析レポート Nielsen Smartphone Analytics
検索サービス利用データ Nielsen 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