

News Release

お問い合わせ: 中川奈津子、コミュニケーションズ

Eメール: JPNwebmaster@nielsen.com

電話: 03-6837-6549

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 2015年版』を発表

- 2005年と比較するとアメリカにおけるスポーツ番組の総放送時間は160%、総視聴時間は41%増加
- スポーツ番組全体の95%はライブ視聴
- スマートフォン経由でのスポーツサイトの閲覧時間は120万時間を超えた
- 2015年サッカー 女子 World Cup では、2011年と比べて女性のリーチが57%増加

2016年3月10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：東京都港区、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 2015年版』を発表しました。

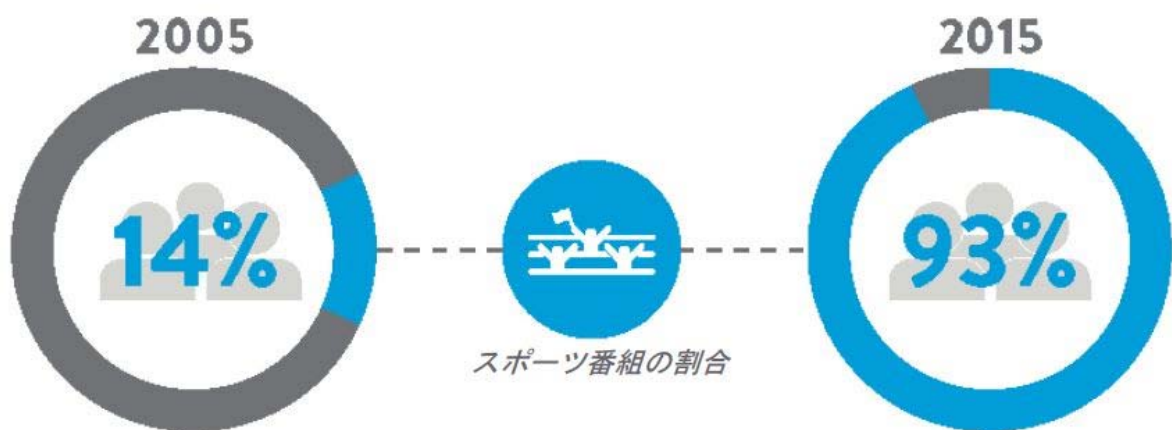
過去10年間にメディア視聴環境は大きく変化しており、この変化はテレビでのスポーツ放送にプラスの効果をもたらしました。現在、選択できるスポーツコンテンツが大量に提供され、驚くべき長い時間がスポーツの視聴に費やされています。2015年には、地上波とケーブルテレビでのスポーツ番組放送時間は12.7万時間を超え、スポーツ番組視聴時間は310億時間以上に達しました。2005年と比べると、前者は160%、後者は41%も増えています。

生放送テレビ番組上位100 – 2005年と2015年の比較

大半の番組ジャンルで、タイムシフト視聴の増加が視聴者動向を大きく変えましたが、スポーツに関しては、ライブでの視聴が引き続き主流となっています。2015年第4四半期のTV視聴データによると、スポーツ番組全体の視聴の95%がライブでの視聴でした。この割合と比較すると、「ドラマ一般」ではライブ視聴者数は全体の66%に過ぎません。これは、見逃したエピソードを後で視聴できる手段が増えたためだと考えられます。

今期のレポートで最も興味深いことは、どのデバイスにおいても比較的低収入の世帯の方が、高収入の世帯よりも利用時間が長いことです。これは従来型のデバイスだけでなく、新しいデバイスにも当てはまります。

過去との比較：生放送テレビ番組上位 100



スマートフォン利用時間の増加

2015年に、スマートフォン経由でスポーツサイトの閲覧が行われた時間は、6900万分、すなわち120万時間を超えました。この時間は、2014年から22%も増えています。

スマートフォン経由でスポーツサイトが閲覧された時間の合計分数



生中継のスポーツはテレビでの視聴が多いですが、スポーツニュースや更新された番組は、多様なプラットフォームで視聴されます。この傾向により、スポーツ中心の会話が、ソーシャルまたはデジタルといった他のプラットフォームで交わされるという結果が生じています。異論もあるかもしれませんが、多様なチャネルでのコンテンツの視聴は、テレビとのカンバリエーション（食い合い）を起こすというよりも、実際にはTV視聴を補完しています。

サッカー女子WORLD CUP

2015年女子World Cupでは、2011年の同大会からユニークリーチが大幅に増えています (+37%; 2歳以上の男女)。決勝戦がアメリカ対日本という同一カードであったため、この結果は、真の意味で同じ基準での比較と言えます。さらに目立つのが、女性でのリーチの増加であり、2011年女子World Cupと比べて57% (2歳以上の女性)という驚くべき増加率となっています。

	12-17 歳男性	12-17 歳女性	18-34 歳男性	18-34 歳女性
2011	1442	982	5309	3016
2015	1558	1450	4884	4310
増加度	+8%	+48%	-8%	+43%

アメリカ代表チームへの若い女性の関心は確かに高まっており、女性のリーチの増加度は、同年代の男性を大きく上回ります。

「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 2015年版」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 : 03-6837-6500 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/the-year-in-sports-media-report-2015.html>

###

【ニールセン株式会社 会社概要】

社名： ニールセン株式会社 英文社名： Nielsen Co., Ltd.

本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11階

資本金： 1億円

設立： 1999年5月

代表者： 代表取締役会長兼 CEO 福徳 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 他

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、およ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います。ニールセン株式会社のサービス概要、および会社概要は 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 www.nielsen.com/jp 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 plc (NYSE: NLSN) は、世界的な調査会社として消費者の視聴行動、購買行動の分析を行っています。視聴行動分析部門は、メディア・広告企業向けに各種デバイス上での動画・音声・テキストコンテンツ消費動向を把握するトータルオーディエンス測定を提供しています。購買行動分析部門は、消費財メーカーや小売企業を対象に業界で他に類を見ない世界規模のリテールパフォーマンス分析を提供しています。視聴行動分析、購買行動分析を他のデータと組み合わせた世界レベルの測定・分析により、ニールセンはクライアントのパフォーマンス向上を支援します。S&P 500 企業として、世界人口の 90%を網羅する 100 以上国以上に拠点を有しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください：www.nielsen.com

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

- ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings
- 広告効果分析サービス Nielsen Digital Brand Effect など