

News Release

お問い合わせ： 西村総一郎、コミュニケーションズ
 Eメール： JPNwebmaster@nielsen.com
 電話： 03-6837-6549

インターネットユーザーの 14%が有料インターネット動画サービスを利用 ～ニールセン 消費者の動画コンテンツと動画広告に関する視聴動向レポートを発売～

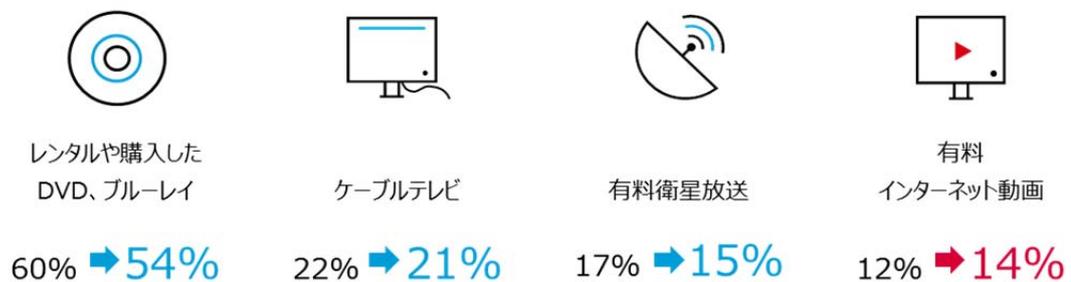
- 有料インターネット動画サービスの利用率が最も増加したのはマジョリティー層
- 認知率が最も高いのは「Hulu」で 77%、次いで「Amazon Prime Video」が 73%
- 最も許容される動画広告は「数秒後にスキップできる広告」、2 番目は「ゲームアプリ内のリワード広告」

2017 年 4 月 12 日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役社長 宮本淳）は、3月末より販売を開始した消費者の動画コンテンツと動画広告の利用動向調査「Nielsen Video Contents & Ads Report 2017（ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2017）」をもとに動画コンテンツの利用状況および動画広告に対する意識を分析し、結果を発表しました。

2017年3月時点の有料の動画視聴サービスの利用状況を昨年の調査結果と比較すると、「有料インターネット動画（定額制や都度課金型のVideo On Demandなど）」のみが利用者数を増やし、14%となっていました（図表1）。特に有料インターネット動画の利用者数が増加していたのは、「新しいものには関心はあるが、いつも試すわけではない層」（マジョリティー層）で、昨年から3ポイント増加していました（図表2）。

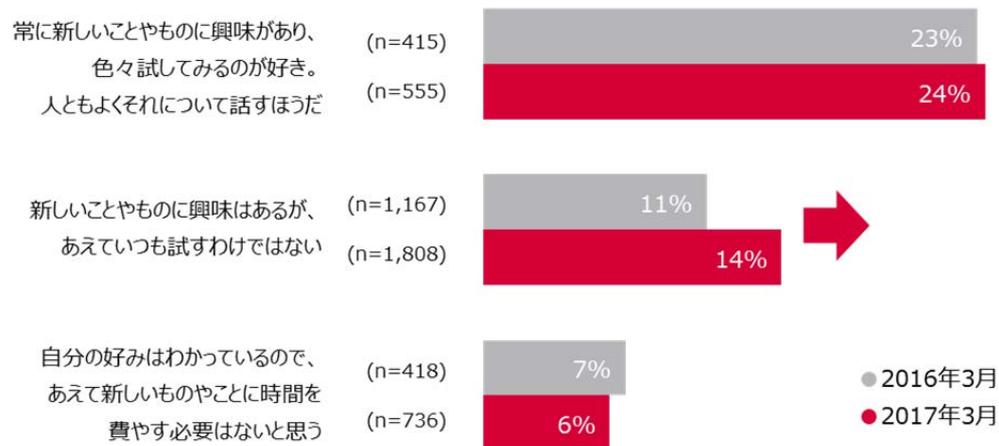
図表1：有料動画視聴サービス利用率 2017年 n=3,099



Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2017

※回答者母数はインターネット利用者全体

図表2：属性別 有料インターネット動画視聴サービス利用率

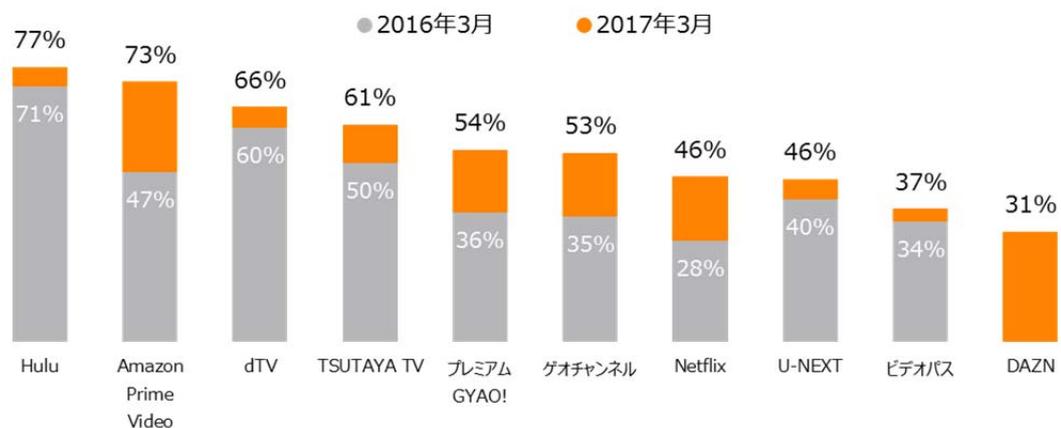


Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2017

※回答者母数は、各属性のインターネット利用者全体

また、個別の有料インターネット動画視聴サービスの認知率を見ると、「Hulu」が77%で最も高く、次いで「Amazon Prime Video」が73%となっていました（図表3）。昨年と比較して「Amazon Prime Video」、「プレミアム GYAO」、「ゲオチャンネル」や「Netflix」の認知率が15ポイント以上増加していました。

図表3：各有料インターネット動画視聴サービス 認知率



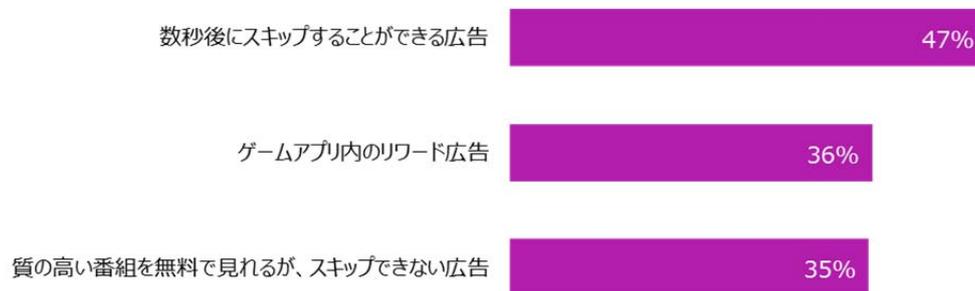
Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2017

※回答者母数は、各属性のインターネット利用者全体

※DAZNは今年から質問項目に追加しているため、昨年の数値はなし

次に、動画広告の各フォーマットのうち許容度が高かった上位3つを見ると、最も許容度が高いのは「数秒後にスキップできる広告」で、昨年同様半数近くの人が表示されても良いと回答していました。次いで、2位と3位は「ゲームアプリ内のリワード広告（ゲームアプリの利用中に、ライフやポイントなどが取得できる代わりに表示される広告）」と「質の高い番組を無料で見ることができるが、スキップできない広告」がそれぞれ約35%でした（図表4）。

図表4：表示されても良い動画広告フォーマット TOP3 n=2,258



Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2017

※TOP2 BOX「広告が表示されても良い」と「まあ、広告が表示されても良い」を選択した人の割合

※回答者母数は、動画広告を見たことのある人

当社シニアアナリストの高木史朗は、次のように述べています。「有料インターネット動画は昨年の調査結果で課題として見えていた『マジョリティー層への拡大』がこの1年で進んだ結果となっていました。2016年3月時点とくらべて、『Amazon Prime Video』を筆頭に各サービスの認知率が大きく向上したことが、利用者の拡大に寄与していると考えられます。しかし、DVD等が54%の人に利用されていることを考えると、有料インターネット動画の利用率は今後も拡大する余地があると言えます。認知率の向上に比べてサービス利用者の増加率は低い為、サービス提供者にとって今後はサービスの理解を深め、使ってみたいと思わせるようなコミュニケーションが重要でしょう。

インターネット上の動画広告に対する意識としては、消費者側に『スキップする』という選択肢がある場合や、ゲーム内でポイントが得られる、無料で質の高い動画が見ることができる、といった広告を見る代わりにメリットが得られる場合に許容度が高くなっていました。広告主としては、動画広告を配信する際に、ターゲットリーチの高さやコンテンツとの相性などに加えて、例えば製品理解を深めたい場合は質の高い番組の中でスキップできないフォーマットを選択するなど各広告フォーマットに対する消費者の意識も考慮したうえで、目的に合った広告プランを選定していく必要があるでしょう」。

Nielsen Video Contents & Ads Report 2017 について

Nielsen Video Contents & Ads Report は、近年大きく変化してきている動画市場について、消費者の動画コンテンツの利用状況と動画広告に対する意識を調査することで、今日の消費者が、「どのような動画コンテンツを視聴し」「どのようなサービスを利用し」「どのような動画広告を求めている」のかを俯瞰できるレポートです。

本調査は2017年3月9日～10日にかけて実施され、パソコン、従来型携帯電話、スマートフォン、タブレットのいずれかのデバイスを通して月1回以上インターネットを利用している日本全国の15歳（高校生）以上の男女、約3,000人を対象に調査を行いました。

サンプル数は、上記4デバイスからのインターネット利用者の人口構成比によって割り当てられ、インターネットユーザーを代表するように割りつけられています。

今年のレポートでは、昨年同時期に実施したレポートと比較した結果も掲載しています。

また、2016年12月時点のPCおよびスマートフォンからのインターネット視聴率情報（PC版：Nielsen NetView、スマートフォン版：Nielsen Mobile NetView）をもとに、消費者の記憶に頼らない各種動画サービスの利用実態（利用頻度や利用時間など）もレポートに含んでおります。

『ニールセン 消費者の動画コンテンツと動画広告に関する視聴動向レポート』の詳細については、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

###

【ニールセン デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital 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： 代表取締役社長 宮本 淳
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオリサーチ

ニールセン デジタル株式会社は、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 www.nielsen.com/jp でご覧いただけます。

ニールセンについて

Nielsen Holdings 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 デジタル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

インターネットユーザーデータベースサービス NetView Lifestyle Powered by Video Research Interactive

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