

# 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

## ニールセン、米国のメディア視聴状況をまとめた

### 『ニールセン トータルオーディエンスレポート 2016 年第 4 四半期版』を発表

- 18 歳以上の成人は、2016 年において週当たり平均 735 億分をニュースの消費に費やした。
- 全国放送 TV ニュース、全国ケーブル TV ニュース、PC ニュース、ラジオニュースの合計消費時間は前年よりもシェアを伸ばしている。
- すべてのメディアにおいて、2017 年 1 月は 2016 年の年間平均よりもニュースの視聴／閲読／聴取時間が増加している。

2017 年 4 月 27 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（本社：東京都港区、代表取締役社長：宮本淳）は、米国のテレビ、PC、モバイルなどの全てのメディアの視聴状況をまとめた『ニールセン トータルオーディエンスレポート2016年第4四半期版』を発表しました。

2016年もニュースに事欠かない一年でした。大統領選挙を始め、シリア、難民、英国のEU離脱、ジカ熱、テロ事件、有名人の死、警察と住民の対立などニュースはとどまることなく溢れ出てきました。

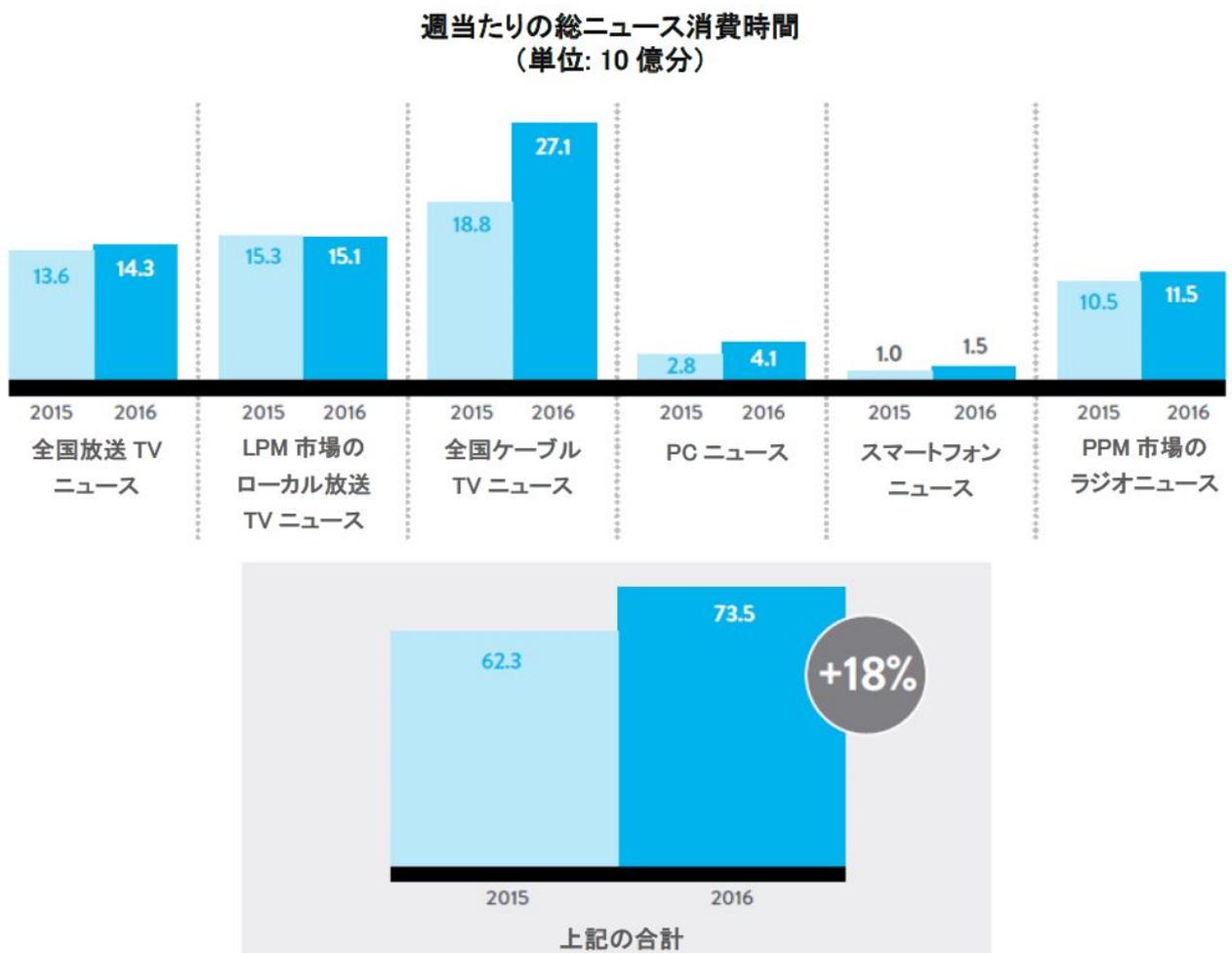
それに応じて、アメリカ人はより多くのニュースを視聴、聴取、閲読しました。2016年の全国放送とローカル放送のテレビ、ラジオ、デジタルの集計結果（次ページ）は、週当たりのニュース消費時間（ニュース消費とは、ニュースを視聴、閲読、聴取することと定義します。）が2015年に比べて112億分も増加していることを示しています。

今回のニールセン トータルオーディエンスレポートでは、ニュース消費増加の実態を検証します。どのメディアで一番増加しているのか、その増加は消費者数の増加によるものか（リーチ）、あるいは一人一人のニュースに費やす時間の増加によるものなのかに注目し

まず、ニュース消費者のプロフィールを年齢、民族人種別に示し、2016年一年間のニュース消費時間を前回大統領選挙があった2012年と比較しています。

18歳以上の成人は、2016年において週当たり平均735億分をニュースの消費に費やしました。これは前年比18%の増加で、大部分が全国放送のケーブルニュースネットワークの利用増加によるものです。

全国放送テレビ、LPM（ローカルピープルメーター）市場のローカルテレビ、PPM（ポータブルピープルメーター）市場のラジオ、デジタルのパネル調査を使用して、ニュース消費者とその消費のあり方の違い（メディア別・デモグラフィック別）を分析しました。



「米国のニールセン トータルオーディエンスレポート2016年第4四半期版」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 デジタル株式会社 セールス&アナリティクス

Tel : 03-6837-6500 Email : [jpw\\_ClientServices@nielsen.com](mailto: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/total-audience-report-2016Q4.html>

**【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

**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](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](http://www.nielsen.com/jp) でご覧いただけます。

**ニールセン スポーツ (レピュコムジャパン株式会社)** は、スポーツ産業の中で分析やインサイトを提供するナンバーワンのプロバイダーであり、同部門で最も独立した包括的な市場データと世界で最も完璧な消費者のトレンドや習慣の概観をお届けする信頼のおける情報源です。詳細は [www.nielsensports.com/jp](http://www.nielsensports.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](http://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  
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