

プレスリリース

お問い合わせ： 西村総一郎、広報担当

Eメール： jpw_press@nielsen.com

電話： 03-6837-6500

ニールセン、米国の企業の CMO が直面している戦略、組織課題に焦点を当てた『ニールセン CMO レポート 創刊第一号』を発表

- 調査に参加した CMO の 79%は来年度、マーケティング分析やアトリビューションへの投資額の増加を予定している
- マーケティング目標を達成するために適切なテクノロジーを駆使できているか、という設問に対し、CMO の 74%は「あまり自信がない」または「まったく自信がない」と回答
- 最も重要視しているケイパビリティについて、CMO の 82%は「リーチ、フリークエンシー計測」を挙げた

2018 年 7 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、米国の企業のCMOが直面している戦略、組織課題に焦点を当てた『ニールセン CMOレポート 創刊第一号』を発表しました。

企業のマーケティング担当者にとって、現代は流動性に富み、多くのチャレンジが立ちはだかる時代だと言えます。インターネットの到来後、高速通信回線や数多くの新たなデバイスの導入・普及により、今日のマーケティング担当者は過去最大規模となる量の消費者データにアクセスできるようになりました。膨大なデータ、そしてデータから導き出され、有効なアクションの源となるインサイトが溢れているという現状は、マーケティング担当者にとっては天国だと思われれます。

しかし、現実には目を向けると過去 1 年半、世界最大級の広告主企業がデジタル広告への懸念や不信感を声高に表明してきました。広告主企業にとって、デジタル広告のサプライチェーンは破綻しており、数多くの広告詐欺やブランドセーフティを損なう事態が露呈しています。市場では定額制ビデオオンデマンド（SVOD）サービスが、テレビなど従来のマーケティング媒体のリーチに影響を与えて始めています。EU 諸国においては GDPR（一般データ保護規制）が導入されたことで新たなプライバシー課題が浮上し、消費者データの収集・管理というプロセスのさらなる複雑化を招いています。これらの外的要因に消費者の嗜好の変化などを加味すると、今日の CMO はもろさと危険を伴う環境で任務を遂行することが求められていると言えます。

ニールセン シニアバイスプレジデント エリック・ソロモンは『ニールセン CMOレポート 創刊第一号』の発刊に際して以下のように述べています。「マーケティングを通じてブランドの成長を促進することは、これまで以上に重要で複雑です。新しい広告やプロモーションチャネルの普及、データとテクノロジーへの大きな投資が行われているにも

かわらず、マーケティング担当者は、ますますオムニチャネル化する販売において成果を出し、それを実証することに苦戦しています。これを念頭に置いて、私たちはCMOレポートの年間シリーズの創刊号を発行しました。本レポートはCMOへの詳細なインタビューと幅広い調査データを基に、ますます断片化した市場の課題に取り組む今日のCMOの心境を写し出しています。

ほぼ全ての産業のマーケティング担当者は、メディアチャネル全体の評価、計測、予算に大幅な変化が起きていると言及しています。また、CMOが求めているデータはそれほど多くなく、より良いインサイトが重要であることを明確にしました」。

ROI計測、マーケティングテクノロジー、および広告の無駄は、マーケティング担当者にとって重要な懸案事項です。



79%

のCMOは来年度、マーケティング分析やアトリビューションへの投資額の増加を予定している



74%

のCMOはマーケティング目標を達成するために適切なテクノロジーを駆使できているか自信がない



82%

のCMOは最も重要視しているケイパビリティに「リーチ、フリークエンシー計測」を挙げた

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-CMO-Report-2017.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

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 デジタル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 スポーツ ジャパン株式会社は、マーケティングのデータ提供、コンサルティングを行う、世界最大規模のスポーツマーケティング会社です。スポーツ団体及びスポーツに出資する企業に於いても、マーケティング戦略に不可欠なデータとして、世界中で数多く採用されています。日本では、J リーグやプロ野球球団等とも契約しています。詳細は <http://niensports.com/jp/> でご覧いただけます。

また、Nielsen は 2018 年 FIFA ワールドカップ ロシア大会のオフィシャル・マーケットリサーチ・プロバイダーです。

グレースノート株式会社は、世界の代表的なブランドのエンターテインメント製品に、音楽・テレビ/映画・スポーツコンテンツについての認識技術を提供しています。2 億曲以上をカバーする楽曲データと 85 カ国以上のテレビ番組表データ、4,500 のスポーツリーグや国際大会に関する統計データ等を提供しています。詳しくは www.gracenote.com/ja/ でご覧いただけます。

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は、世界最大級のマーケティング調査 & データ分析の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コンテンツおよび広告視聴動向を把握するトータルオーディエンス測定などを提供しています。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などを提供しています。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企業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 カ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

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

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 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

デジタル広告モニタリングツール Nielsen Digital Ad Intel など