

ニールセン・ワイヤー月次サマリー版 2011年7月号

Top News

**「明日の女性像」 - 全世界の女性に関する調査**

今日の全世界の女性は旧来の役割に加え、家庭や職場、さらには政治の世界でも意思決定に影響を及ぼしている。そのため、マーケターにとっては女性とのつながりを強化するための多くの機会が生まれている。 [\(英文レポート全文\)](#)

**クロス・プラットフォーム・レポート: アメリカ人の TV、モバイル、ウェブ・ビデオ視聴が増加**

ニールセンの「クロス・プラットフォーム・レポート」によると、今日のアメリカ人の TV、モバイル端末、インターネットを通じたビデオ視聴時間は、かつてない程増化していることが浮き彫りになった。 [\(英文レポート全文\)](#)

**2011 年第 1 四半期、TV 広告費用の増加によって全世界の広告費が 8.8%上昇**

2011 年第 1 四半期、全世界の広告費用は 8.8%の伸びを記録、料金表ベースの出稿金額は 9 兆 4400 億円 (1180 億ドル) となった。背景には広告主が TV 広告費用を増やしていること、さらには消費が伸びているアジアやラテン・アメリカ市場に投資を継続していることが挙げられる。 [\(英文レポート全文\)](#)

**進化する販促ツール - チラシ**

インターネット利用が 82%、携帯電話の所有が 93%、フェイスブックのユーザー人口 1.55 億人のアメリカでは、いつでもどこでもデジタル・テクノロジーを利用できる環境が整ったと言える。しかしながら、小売業者は未だにマーケティング予算の 60-70% (推定) を広告チラシに費やしている。 [\(英文レポート全文\)](#)

**低迷が続くヨーロッパの日用消費財(FMCG)市場**

ヨーロッパの日用消費財市場が再び苦しい展開となっている。市場は 2011 年第 1 四半期の立ち上がりから低迷し、ヨーロッパ全体での額面価格は 2.3%上昇したものの、2010 年第 4 四半期と比較するとやや低下した。 [\(英文レポート全文\)](#)

**アメリカ最新モバイル事情: スマートフォンが新規購入の大半を占める**

アメリカでは、スマートフォンの人気が高まっている。ニールセンが 2011 年 5 月にアメリカで実施したモバイル消費者調査によると、今やモバイル・ユーザーの 38% がスマートフォンを所有している。 [\(英文レポート全文\)](#)

**「今どきの子供」 - アメリカの 2011 年度高校卒業生のメディアとの関わり方**

今年、1993 年生まれの若者が高校を卒業する。今時のアメリカのティーンエイジャーに注目した。今日のティーンエイジャーは、インターネットやケーブル TV、オンライン接続デバイス等、今まででは考えられなかった程のメディアに囲まれて育った。 [\(英文レポート全文\)](#)



ビジネス成長のためのイノベーション - イタリア「Linkontoro」イベントより

ニールセンがクライアント向けに主催する「Linkontoro」イベントが開催、イベントを通じてイタリア特有の複雑なビジネス環境が出席者から何度も指摘された。[\(英文レポート全文\)](#)



消費者の高い期待を集める任天堂の最新ゲーム機

ニールセンの調査やバス・データによると、消費者は任天堂の最新ゲーム機の発表を心待ちにしている。[\(英文レポート全文\)](#)

 Feedback

主なニュース

仕事前に一遊び？アメリカで最も人気の高いアプリ・カテゴリーはゲーム

アメリカで最も人気のあるアプリ・カテゴリーは、依然としてゲーム。ニールセンの調査によると、過去 30 日以内にアプリをダウンロードした「アプリ・ダウンロード・ユーザー」の 93%は、ゲームの有料化に前向きな態度を示している。対してニュース・アプリの有料化に前向きなダウンロード・ユーザーは、76%だった。[\(記事全文・英語\)](#)

中国人のクルマ嗜好

中国の自動車市場拡大が止まらない。過去 5 年間、中国は唯一 20%超の成長を遂げた市場で、2010 年度の成長率は 30%に達した。ニールセンの新たな調査によると、約 94%の中国人がクルマの購入を検討していると回答した。[\(記事全文・英語\)](#)

最新ベトナム事情：ビジネス・リーダー、消費者共に「警戒」

過去約 2 年に渡り、ベトナム経済は右肩上がりの成長を遂げてきた。グローバルの景気悪化の影響も受けず、ベトナムは高い GDP 成長率を記録している。若干の上下はあるが消費意欲も依然高く、ニールセンが四半期毎にモニタリングしている 55 カ国の消費意欲動向でも、ベトナムはトップ・ランクの常連だ。[\(記事全文・英語\)](#)

タイの消費財市場：課題と機会

過去数年に渡り、アジア・パシフィックでは日用消費財 (FMCG) セクターが飛躍的に拡大している。タイも例外にもれず、2010 年度は対前年比 6.4%の伸びを記録しているが、市場成長は売上高 (金額) ではなく売上数量の拡大によることから、日用消費財メーカーの売上マージンが切迫している。[\(記事全文・英語\)](#)

スペイン最新モバイル事情：モバイル・ユーザーの約 40%がスマートフォンを所有

2011 年第 1 四半期の調査によると、スペインのモバイル・ユーザーの 39.2%がスマートフォンを所有している。モバイル OS ではノキアのシンビアンが市場シェア 65%を占めているが、2010 年第 4 四半期からは 9%の落ち込みとなった。[\(記事全文・英語\)](#)

ニールセン調査報告：ブラジル、アルゼンチン、メキシコの広告エージェンシー、今後モバイル・マーケティングを強化

ラテン・アメリカの MMA (モバイル・マーケティング協会) の依頼でニールセンが最近ラテン・アメリカで実施した調査から、同地域におけるモバイル・メディアの巨大な成長ポテンシャルが確認された。調査はブラジル、アルゼンチン、メキシコの広告エージェンシー 300 社に対して行われた。 [\(記事全文・英語\)](#)

2011 年 5 月度: アメリカで最も人気のあるビデオ・サイト

2011 年 5 月度、アメリカでは 1.45 億人のユニーク・ユーザーがオンライン・ビデオを視聴。5 月単月では 150 億本のビデオがストリーミングされ、ビデオ・コンテンツの平均視聴時間は 4 時間 20 分だった。 [\(記事全文・英語\)](#)

2011 年 5 月度: アメリカで最も人気のあるウェブ・ブランド

2011 年 5 月度、最も訪問数が多かったウェブサイトはグーグルで、自宅と職場のコンピューターから 1.55 億人のユニーク・ユーザーがサイトを訪問した。アメリカのウェブ・ユーザーの間で最も訪問されたサイト (グーグル) は前月と同じだが、上位ランキングではアップルとウィキペディアの順位が入れ替わり、アップルは 8 位となった。 [\(記事全文・英語\)](#)

ファクトシート: アメリカにおける広告費用と効果の検証

ニールセンの最新広告ファクトシートでは広告費用や効果トレンドの詳細に加え、ブランディッド・エンターテインメントの最新インサイトが掲載されている。 [\(記事全文・英語\)](#)

ニールセンのオンライン広告測定新アプローチ

「Nielsen Online Campaign Ratings」はニールセンのパネル・データとオンライン・データ・プロバイダーからの匿名のセンサス・デモグラフィック・データを組み合わせ、オンライン広告キャンペーンに本当に接触している層を測定する。ニールセン独自のハイブリッド・アプローチを採用することで、ウェブ上のありとあらゆる広告キャンペーンの測定が可能になった。 [\(記事全文・英語\)](#)

 Feedback

ニールセン「Consumer 360」カンファレンス 注目ピクセス&インサイト



クルマに関するパネル・ディスカッション: ポブ・ラッツとマルカム・グラッドウェル、「イノベーション、ブランディング、ピーン・カウンタース(会計士)」について語る

フロリダ州オーランドで開催されたニールセン主催「Consumer 360」のメイン会場のクロージング・イベントとして、元 GM 会長、ポブ・ラッツ氏と作家、マルカム・グラッドウェル氏によるパネル・ディスカッションが行なわれた。「フォーチュン」誌のアダム・ラシュニスキー氏がモデレーターを務めたこのセッションは、イノベーションとブランディングをテーマに両氏によるディスカッションが行なわれた。 [\(英文レポート全文\)](#)



多文化が 1 つの文化として成立する時

多くのメーカーやブランドにとって、アメリカで急速に拡大している多文化市場の購入態度やメディア接触を理解することが新たな課題の克服と同時に、機会の創出となる。 [\(英文レポート全文\)](#)



ニールセンのジョン・ギブス、TV とソーシャル・メディアの共存について語る

ニールセンのジョン・ギブスが、ソーシャル・メディアや TV を通じた視聴者とのエンゲージメント構築方法について語り、2つのメディアの「同時視聴」という新たな視聴態度の出現について言及した。[\(英文レポート全文\)](#)



BET CEO デブラ・リーによるプレゼンテーション: すべては消費者次第

アフリカ系アメリカ人をターゲットとする BET ネットワークス社は、自らの視聴者を理解する目的で実施した調査結果を深掘りすることで視聴者セグメントの微妙な違いを把握するに至った。その後同社はコンテンツを精査し、広告主に対してデータに基づくインサイトを提示することができた。[\(英文レポート全文\)](#)



出費の実権を握るのは女性

今日の全世界の女性は旧来の役割に加え、家庭や職場、さらには政治の世界でも意思決定に影響を及ぼしている。そのため、マーケターにとっては女性が購入する商品や利用するメディア・テクノロジーを通じて女性とのつながりを強化し、女性の生活や購入意思決定にプラス作用を生み出す機会が生まれている。[\(英文レポート全文\)](#)



IDEO トム・ケリー: 成長のためのイノベーション

デザイン&イノベーションを専門とするコンサルティング企業の IDEO は、同社の消費者に対する新鮮な見方を通じて、多くのグローバル・ビジネスがイノベーションを推進することに貢献している。IDEO 社のゼネラル・マネージャー、トム・ケリー氏はブランドが消費者とのつながりを強化する新たな発想について、プレゼンテーションを行った。[\(英文レポート全文\)](#)



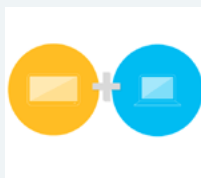
小売業者も広告主であるべき - 小売ブランド構築成功の秘訣

自らの再ブランディングを通じ、ウォルグリーン社は小売業界で数々のマイルストーンを達成、同業他社に対して貴重な示唆を提示した。同社 CMO、キム・フェイル氏は、再ブランディングに効果をあげた施策をプレゼンテーションした。[\(英文記事全文\)](#)



進化する消費者においていかにするためのイノベーション

ニールセンのスティーブ・ハスカーは「Consumer 360」の出席者に対し、テクノロジーや消費者の進化がイノベーション・サイクルや消費者需要サイクルを加速し、マーケターにとってはおいていられないことが重要な課題となっていることをテーマにプレゼンテーションを行なった。[\(英文レポート全文\)](#)



マイクロソフト社ケース・スタディ: クロス・プラットフォーム広告効果の最適化

フロリダ州オーランドで行なわれたニールセン主催の「Consumer 360」イベントでは、マイクロソフト社が TV 広告を通じて最も反応すると思われる消費者にリーチを試みたケース・スタディが、同社のポール・スウィオンコウスキー氏とキム・スタンフォード氏によって発表された。[\(英文レポート全文\)](#)



パネル・ディスカッション: オンライン・リテールの今後

ニールセン主催の「Consumer 360」イベントにて、「フォーチュン」誌の編集主任、アダム・ラシンスキー氏がパネル・ディスカッションをモデレートした。パネリストは Peapod 社 COO、マイク・ブレナン氏、キンバリー・クラーク社ビジネス開発担当 VP、アン・ジョーンズ氏、Walmart.com 副社長兼ゼネラル・マネージャー、

スティーブ・ネイブ氏 [\(英文レポート全文\)](#)

購買プロセスにおける統合マーケティング

「フォーチュン」誌の編集主任、アダム・ラシンスキー氏がモデレーターを務めたニールセンのパネル・ディスカッションでは、消費者需要と広告という視点から購買プロセスを規定するというテーマが中心となった。 [\(英文レポート全文\)](#)

変わっていくアメリカの消費者像に対応するポートフォリオの必要性

アメリカの消費者像が変化している。不均等な人口の増加、新たなニーズを持ったシニア消費者ベース、世帯出費の変化、子供のいる世帯の減少、特に注目すべきは民族の多様化だ。民族がさらに多様化する今後、マーケターや小売業者はマーケティング予算の使い方の再検討を迫られている。 [\(英文レポート全文\)](#)

アプリ開発の次は？

スマートフォンやiPadに代表されるオンライン接続デバイスの利用が増える今日、マーケターやブランドにとってモバイル・アプリはもはや必須となっている。ニールセン主催の「Consumer 360」イベントにて、ニールセンテレコム CEO のジョナサン・カーソンが発表したデータによると、スマートフォンを利用した活動の56%はアプリ関連であることが分かった。 [\(英文レポート全文\)](#)

物価に左右されないプロモーション戦略

商品原価の高騰と価格を優先する消費者の間で、メーカーと小売業者はマージンの逼迫に悩まされている。このシナリオに対し、メーカーと小売業者は協業して市場拡大やカテゴリー成長に直結するクリエイティブなプロモーション施策を考える必要がある、という指摘が行われた。 [\(英文レポート全文\)](#)

25歳以下と55歳以上は、デモグラフィック上の「アウトライヤー」

アメリカの24-54歳のみを狙うマーケターは、アメリカの全人口の約58%相当、人口数にすると1.8億人を見逃していることになり、ベビー・ブーマーの高齢化や25歳以下の家庭の出費に対する影響力の増化によって生まれる機会を失っている。 [\(英文レポート全文\)](#)

 [Feedback](#)

ウェビナー案内

イノベーションの発見:新商品を成功裡に導入するための新モデル **(本ウェビナーは終了しています)**

2011年7月12日 アメリカ東部夏時間 12:00(正午) .. [クリックして登録](#)

今日、消費財を店頭で売ることがかつてない程難しくなり、競争のさらなる激化は新商品の導入にも影響を及ぼしています。この状況を打破するには、消費者がどのようにして新商品を選び、受け入れるかを理解することがさらに重要となっています。今後商品を市場に成功裡に導入する上で重要視すべき要素は？また、まったく新たな視点でイノベーション・プロセスを見直すことが必要なのか？ニールセンの答えは「イエス」です。ニールセン副社長、ヴィッキー・ガードナーによるウェビナーでは、新商品を成功させるために実施すべき12のタスクをご紹介します。 [\(今すぐ登録\)](#)

直感を越えたニューロマーケティング 2.0

2011年7月26日 アメリカ東海岸夏時間 12:00(正午) [クリックして登録](#)

従来のマーケティングにニューロサイエンスを適用することで、購買プロセスで消費者の「無意識」が引き起こす事象が明らかになり、興味深い調査結果が発表されています。ウェビナーでは脳波、アイ・トラッキング(目の動き)、肌コンダクタンス等、ニューロマーケティング調査の最先端を紹介し、消費者の無意識上にある購入意思決定プロセスを明らかにします。さらには消費者の注意、感情や記憶が脳に与える影響を中心に、認知の醸成、説得力のあるコミュニケーションの展開や新しさが感じられるパッケージやマーチャンダイジングのための新たな手法をご紹介します。[\(今すぐ登録\)](#)

[Forward to a Friend >>](#)

Content is confidential and proprietary.

This is your newsletter and we want to hear from you! [Click here](#) to share your thoughts.

Copyright © 2011 Nielsen. All rights reserved. Nielsen and the Nielsen logo are trademarks or registered trademarks of CZT/ACN Trademarks, L.L.C.

The Nielsen logo consists of the word "nielsen" in a lowercase, blue, sans-serif font. Below the letters "i", "e", "l", "s", and "e" are five small, dark grey dots, each centered under its respective letter.