

# 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

**有料ネット動画の利用率は12%で、DVD視聴者の5分の1**  
**～ 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～**

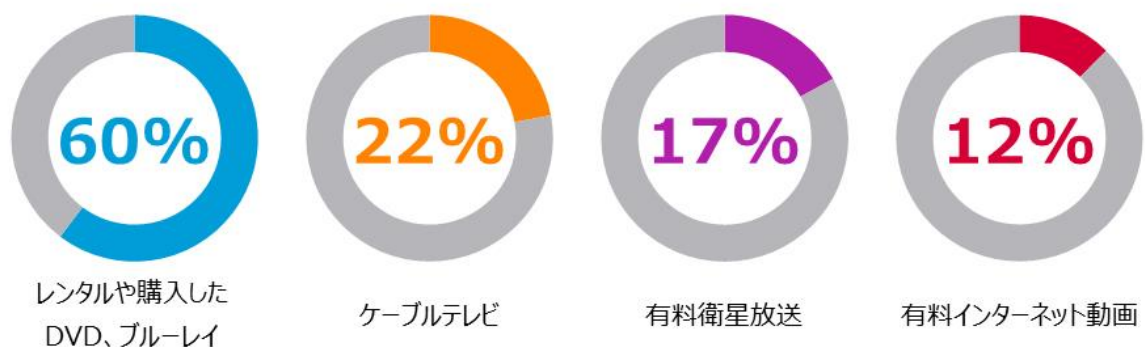
- インターネット利用者の12%が有料インターネット動画サービスを利用
- 有料インターネット動画は若年層男性やアーリーアダプターが中心
- 最も許容されやすい動画広告フォーマットは「数秒後にスキップできる広告」

2016年4月14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、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 2016（ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2016）」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。

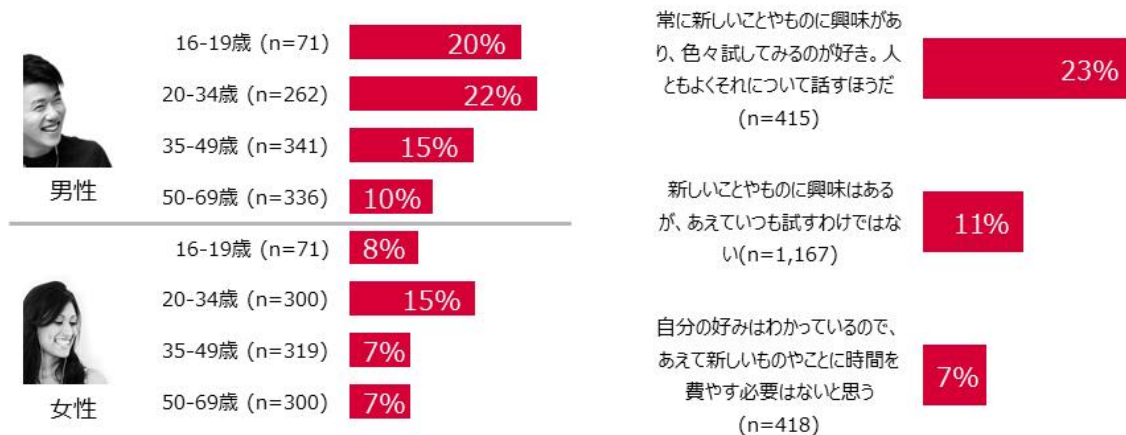
2016年3月時点の有料の動画視聴サービスの利用状況を見ると、「レンタルや購入したDVD、ブルーレイ」の視聴が最も多く60%の人が利用していました。「有料インターネット動画（定額制や都度課金型のVideo On Demandなど）」の利用は12%で、DVDの視聴の5分の1の規模となっていました（図表1）。「有料インターネット動画」の利用者の特徴を見ると、性年代別では男性の利用者の割合が高く、特に16-34歳の利用率が20%を超えていました。また、新しい物好きの人では23%が利用していました（図表2）。

図表1：有料動画視聴サービス利用率 n=2,000



Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2016 Q1  
 ※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利用率



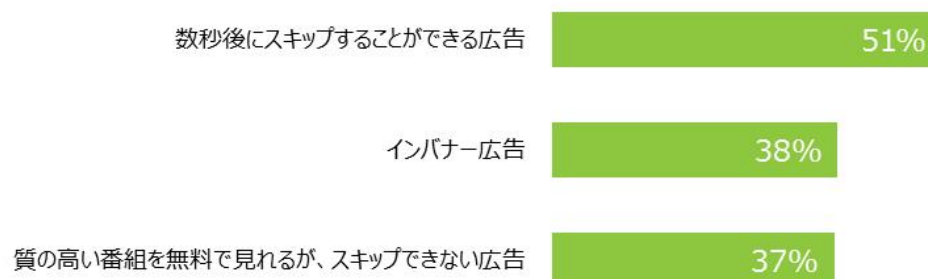
Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2016 Q1

※回答者母数は、各属性のインターネット利用者全体

次に、動画広告のフォーマットのうち許容度が高かった上位3つをみると、最も許容度が高いのは「数秒後にスキップできる広告」で、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、「バナー枠で表示される動画広告」と「質の高い番組を無料で見る事ができるが、スキップできない広告」も、表示されても良いと回答した人が約40%と高くなっていました（図表3）。

また、動画広告を見たことによる態度変容として、商品やブランドを嫌いになったことがある人は17%となっていました。嫌いになった理由としては、「何度も同じ広告が表示されたから」という理由が最も多く65%でした。次いで、「自分に関心のないことだったから」が57%、「広告がスキップできなかったから」が53%となっていました（図表4）。

図表3：表示されても良い動画広告フォーマット TOP3 n=1,526



Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2016 Q1

※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

図表4：動画広告がきっかけで商品/ブランドを嫌いになった人の割合と嫌いになった理由



Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2016 Q1

※グラフ左 TOP2 BOX 嫌いになったことが「よくある」と「ときどきある」を選択した人の割合

※回答者母数は、グラフ左「動画広告を見たことのある人」、グラフ右「商品/ブランドを嫌いになったことがある人」

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。「2015年9月以降NetflixやAmazon Prime Videoなど様々なサービスが開始し、動画市場に注目が集まりました。それから約半年が経ちましたが、有料インターネット動画はアーリーアダプターを中心に、ネット利用者の12%に利用されている状況です。DVD等のその他の動画コンテンツに料金を支払う消費者は多く存在するため、有料インターネット動画が拡大する余地は大きいと言えます。今後は、マジョリティー層への拡大が課題となるでしょう。また、インターネット動画市場では、「LINE LIVE」などのライブ配信型の無料サービスや先日4月11日にサービスを開始した「AbemaTV」のような無料のインターネットテレビ局など、様々な形態のサービスが登場しています。動画視聴プラットフォームを提供する企業にとっては、有料モデル、無料モデルの両方を含めた動画市場全体の中で、新規ユーザー獲得や離反防止を図っていくために、どういった料金体系や広告出稿方法、コンテンツラインナップの組合せが良いのか、ユーザーのニーズに合わせたサービスの最適化が重要でしょう。

近年目にする機会の増えた動画広告ですが、今回の調査結果から広告フォーマットや表示回数によって許容度が異なることがわかりました。広告主やメディア事業者としては、広告の効果を最大化するために、広告フォーマットや配信方法を選択していくことが重要でしょう。例えば、許容されやすいように「質の高いコンテンツを無料で提供」することや、「興味関心によるターゲティング」を設定することなどは、広告効果最大化のための策の一つでしょう。また、動画広告の表示回数に関しては、配信フォーマットや商材ごとに調査を重ね、狙ったターゲットに対して適正な回数を表示していく必要があるでしょう」。

### Nielsen Video Contents & Ads Report 2016 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 2016 年 3 月 9 日～14 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 2,000 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。

また、2015 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 福德 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](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](http://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 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](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  
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