

プレスリリース

お問い合わせ： 久々江敦志、コミュニケーションズ
Eメール： JPNwebmaster@nielsen.com
電話： 03-6837-6549

有料インターネット動画の利用率は昨年から8ポイント増加し22%に ～ニールセン 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～

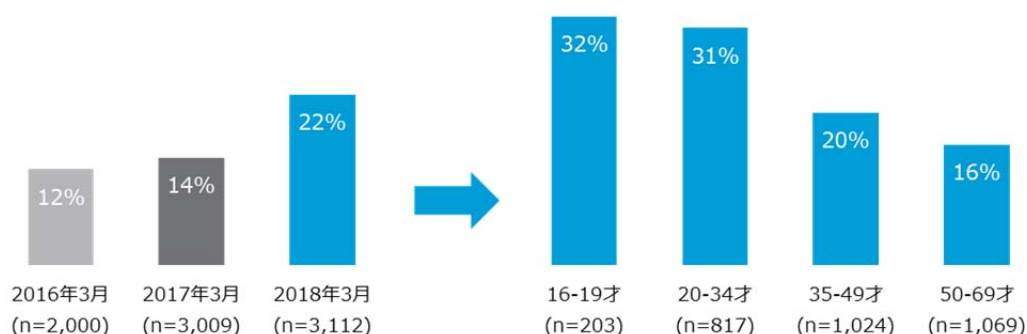
- 「Amazon Prime Video」の利用率は昨年から5ポイント増加し、利用率13%に
- インターネット上でもテレビ番組が多く視聴されているが、10代にはYouTuberの投稿が人気
- 若年層ほどインターネット上で動画広告を視聴することにより態度変容しやすい

2018年4月3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動画コンテンツと動画広告の利用動向調査「Nielsen Video Contents & Ads Report 2018（ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2018）」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。

2018年3月時点の「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）」の利用状況をみると、昨年から8ポイント増加しインターネット利用者のうち22%が利用していました。特に若年層の利用率が高く、34才以下では30%以上が利用していました（図表1）。個別のサービスをみると、「Amazon Prime Video」の利用率が昨年から5ポイント増え、インターネット利用者のうち13%が利用していました。2位以下のサービスは利用率が2～4%で、昨年から大きな変化はなく1位との差が拡大していました（図表2）。

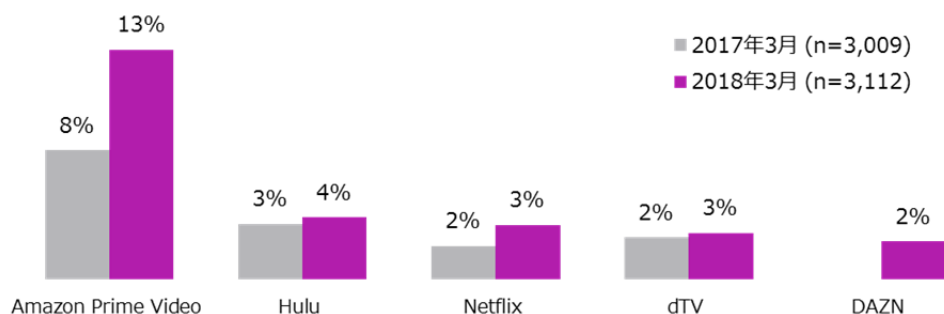
図表1：有料インターネット動画視聴サービス利用率 時系列、年代別 2018年



Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2018

※回答者母数はインターネット利用者全体

図表2：各有料インターネット動画視聴サービス利用率 時系列



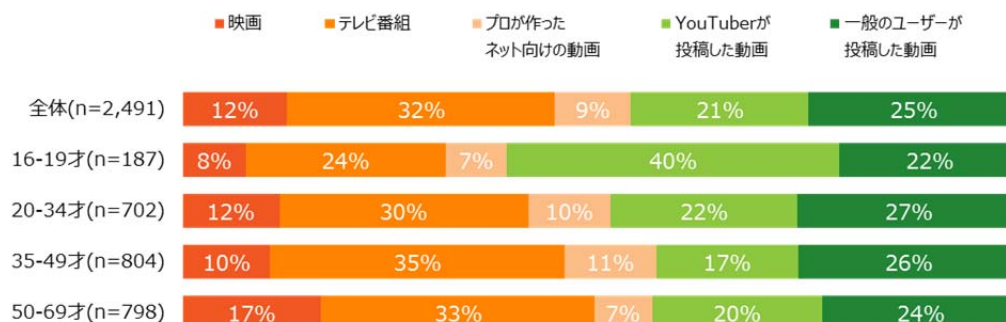
Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2018

※回答者母数は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

また、インターネット上で視聴する動画のコンテンツごとの時間シェアをみると、全体では「テレビ番組」が最も多く32%を占め、次いで「一般のユーザーが投稿した動画」に25%を費やしていました（図表3）。10代では、「YouTuber（ユーチューバー）が投稿した動画」が40%を占め、テレビ番組よりもシェアが高くなっていました。

図表3：インターネットで視聴する動画のコンテンツ別時間シェア

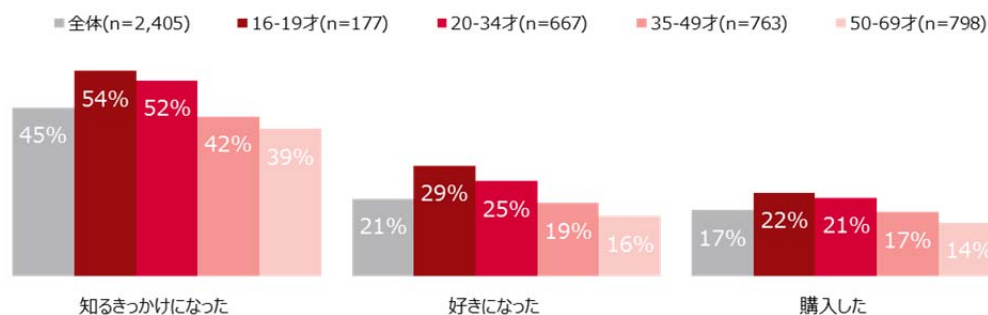


Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2017

※回答者母数はインターネット動画視聴サービスを利用している人

次に、動画広告を視聴したことによる態度変容経験についてみると、全体では「知るきっかけになった」ことがある人が45%で、「好きになった」ことがある人が21%、「購入した」ことがある人が17%となっていました（図表4）。年代別に比較すると、若年層ほど態度変容したことがある人の割合が高くなる傾向が見られました。

図表4：動画広告を視聴したことによる態度変容経験



Source: Nielsen Video Contents & Ads Report 2017

※TOP3 BOX 「よくある」と「ときどきある」、「これまでに数回程度」を選択した人の割合

※回答者母数は動画広告を見たことがある人

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。「有料インターネット動画は昨年から比べて利用率が大きく上昇していました。特に『Amazon Prime Video』の利用が大きく拡大しており、市場をけん引している様子が見えられます。昨年の段階ではサービス名の認知は高まっていたが、その後、様々なコンテンツが観られるという訴求だけでなく、日本人向けのオリジナルコンテンツが観られることをテレビ CM 等で宣伝するなど、より利用を促進するマーケティング活動を行ったことが、利用者の増加に影響しているのではないかと考えられます。今後、有料インターネット動画の視聴時間が増えると他のメディアにとっては可処分時間が奪われるため、動向を追っていく必要があるといえます。

一方、近年ブランディング目的での利用が拡大してきているインターネット上の動画広告ですが、実際に認知を獲得したり、好意を形成したり、購買につながっている様子が見えられます。特に、テレビの視聴時間が減少してきているといわれる若年層ほど、インターネット上で動画広告を見たことにより態度変容しやすいという傾向が出ている点は重要です。広告主の担当者としては、動画広告やディスプレイ広告など広告フォーマットごとの特性を把握し、ターゲットや目的に合った形で広告プランを選択することにより、より大きなパフォーマンスを得ることができるでしょう」。

Nielsen Video Contents & Ads Report 2018 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 2018 年 3 月 10 日～12 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 才（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。

本年のレポートでは、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、2017 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 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。

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

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