

プレスリリース

お問い合わせ： 広報担当 西村総一郎
 Eメール： jpw_press@nielsen.com
 電話： 03-6837-6500

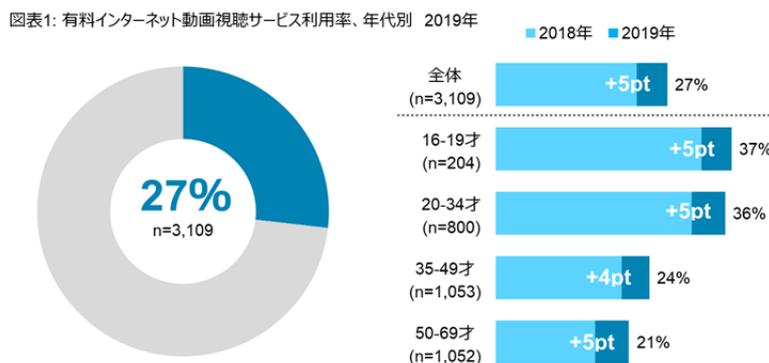
有料インターネット動画サービスは全年代で利用が拡大
～ニールセン 消費者の動画コンテンツと動画広告に関する視聴動向レポートを発売～

- 有料インターネット動画サービスは昨年から5ポイント増え、インターネット利用者の27%が利用
- 「Amazon Prime Video」の利用率は昨年から4ポイント増え、17%に
- 動画広告に対して許容度が高いデジタルメディアは「見逃し配信サービス」と「ニュースキュレーション」

2019年4月16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「ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2019（Nielsen Video Contents & Ads Report 2019）」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。

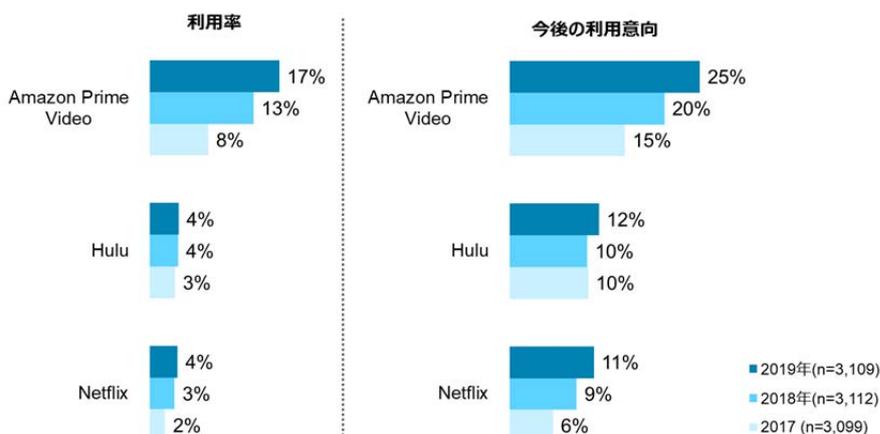
2019年3月時点の「有料インターネット動画（定額制や都度課金型のVideo On Demandなど）」の利用状況をみると、昨年から5ポイント増加し、インターネット利用者のうち27%が利用していました。年代別では、若年層の利用率が高く、10代では37%、20-34才では36%となっていました。昨年からの増加率をみると、どの年代でも利用率は約5ポイント増加し、有料インターネット動画サービスは幅広い年代に浸透してきていることが分かります（図表1）。



Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2019
 ※回答者母数はインターネット利用者全体

利用率の高い上位3サービスをみると、1位の「Amazon Prime Video」の利用率が昨年から4ポイント増え、インターネット利用者のうち17%が利用している結果となりました。2位以下の「Hulu」と「Netflix」の利用率はそれぞれ4%で、増加傾向にはあるものの、1位との差が拡大していました。今後の利用意向をみると昨年に続き増加傾向となっており、今後も利用の拡大が期待できることが分かります（図表2）。

図表2: 各有料インターネット動画視聴サービス今後の利用意向、利用率 2019年

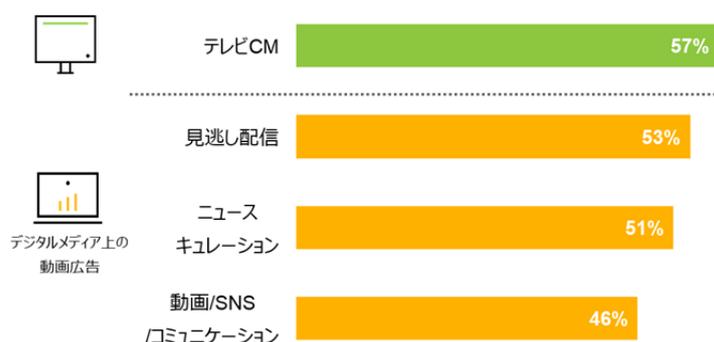


Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート2019

※回答者母数はインターネット利用者全体

次に、各デジタルメディアで表示される動画広告の許容度について、テレビCMと比較すると、「見逃し配信サービス」の次に「ニュースキュレーション」が続いていました（図表3）。最後に、動画の視聴シーン／態度別にみると、移動中や受け身で視聴しているときほど動画広告に対する許容度が高くなることが分かりました（図表4）。

図表3: メディア別 動画広告許容度 2019年



Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート2019

※回答者母数は各サービスで動画広告を視聴したことがある人（延べ人数）

※TOP2BOX「広告が表示されても良い」「まあ、広告が表示されても良い」を選択した人の割合

図表4: 動画視聴シーン、態度別 動画広告許容度 2019年



Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2019

※回答者母数は動画広告を視聴したことがある人

※TOP2BOX「ほとんど不快に感じることはない」、「まれに不快に感じる」を選択した人の割合

当社アナリストのコヴァリョヴァ・ソフィヤは、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続き、利用率が大きく上昇していました。利用者層は、まだ若年層が中心となっていますが、各年代で利用率が増加していることを考えると、今後は上の年代でも利用が広がっていくことが予想されます。有料インターネット動画の利用が増えると、消費者の限られた生活時間におけるシェアを高めるために他のメディアとの時間の奪い合いが激化してくることが予想されます。先日 Amazon が Prime 会員費の値上げに踏み込んだり、Apple は動画配信サービスへの参入を発表するなど、有料インターネット動画市場全体での活発な動きが見られ、今後も各社の動向から目が離せません。

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、表示されるメディアや視聴シーンによって許容度が異なることがわかりました。多くの人が慣れ親しんでいる「テレビ CM」に近い形で配信される「見逃し配信サービス」上の動画広告は許容度が高く、受動的に視聴しているときほど動画広告に対する許容度が高くなっていました。動画を視聴している途中で唐突に広告に切り替わるなど、消費者が行っているアクションが広告によって中断される、というようなストレスが少ない為、広告が表示されることに対しても抵抗が少ないことが考えられます。広告主として動画広告を配信するメディアを選定する際には、ターゲットリーチやコンテンツとの相性以外にもそのコンテンツがどのような消費者の生活の中でどのようなタイミングで見られているのかなども考慮したうえで、目的に合った広告プランを選定していく必要があるでしょう。

ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2019 (Nielsen Video Contents & Ads Report 2019) について

ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート (Nielsen Video Contents & Ads Report 2019) 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 2019 年 3 月 8 日～10 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、2018 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: ニールセン ネットビュー、スマートフォン版: ニールセン モバイルネットビュー) 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、世界規模の消費者と市場における最も完全に信頼された見解を提供しています。私たちのアプローチは独自のニールセンデータと他のデータソースを結び付けることで、今何が起り、今後何が起るのか、そしてこの知識に基づいてどの様に行動するのがベストなのかを世界中の顧客が見つかるお手伝いをします。ニールセンはメディア、広告、小売りそして日用消費財産業が直面する最も重要な問いに答えるための新しい方法を開発し続けながら、90 年以上に渡り科学的な正確性と革新性に基づくデータと分析を提供してきました。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 ニールセン ネットビュー Nielsen NetView

スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView

インターネットユーザーデータベースサービス ネットビューライフスタイル パワードバイビデオリサーチインタラクティブ 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 ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect

デジタル広告モニタリングツール ニールセン デジタルアドインテル Nielsen Digital Ad Intel など