

# 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

## **Z世代消費者の購買力を活用するための「神話」の検証 ニールセン、シンガポールの「コンシューマー&メディアビュー」データに基づいた分析を発表**

2021年11月10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、シンガポール市場における海外消費者調査データ「コンシューマー&メディアビュー（CMV）」データを基に、シンガポールにおけるZ世代のプロフィール分析を発表しました。

Z世代については色々と情報が飛び交っていますが、その多くは実体を反映しておらず、期待を裏切る内容かもしれません。企業のマーケティング担当者にとっては、Z世代固有の特徴を理解し、Z世代が好むプラットフォーム上でエンゲージメントを獲得し、便利な商品を提供してZ世代を惹きつけることができれば、同世代がもたらす機会を利益化する可能性が極めて高くなります。

現実に目を向けると、この最も若い大人世代には独自の特性があり、Z世代以前の世代とはかなり異なるアイデンティティを確立しています。

他の世代同様、Z世代についても様々な固定概念（ステレオタイプ）が存在します。例を挙げると、ミレニアル世代以降の世代については「テクノロジー好き」、「注意が持続する時間が短い」とひとくりにされています。しかし、これらのZ世代の固定観念や特徴はどれほど正しいのでしょうか？以下のインフォグラフィックでは、この世代にまつわる最も一般的な4つの神話を取り上げ、インサイトに満ちたデータと推論によってそれらを払拭するとともに、彼らの真の特徴を探っています。

### **神話1： Z世代にアプローチできるのはデジタルプラットフォームだけ**

実は、Z世代はアウトドア派でもあります。彼らは1日平均8時間をアウトドアで過ごし、屋外広告の想起率は73%と高い。

### **神話 2： Z 世代は支出に無頓着**

実は、Z 世代はバーゲンが大好きです。76%は価格に敏感で、セールになるまで購入を見送っている。また、Z 世代の 62%が、経済的自立を人生の最重要目標としている。

### **神話 3： Z 世代はただの学生**

実は、行動力があり、野心的で（66%が挑戦を求める）、冒険好きでスポーティ（冒険・スポーツ・アクティビティやイベントベースの旅行に興味がある）。また、77%が老後のための資金計画を立てることは重要だと考えている。

### **神話 4： Z 世代はオンラインで時間を浪費**

実は、オンラインを勉強にも大いに役立てています。92%が仕事や勉強のためにオンラインを利用している。また、ネットサーフィンでは、ニュースや時事問題が気になる（67%がニュース・時事問題にアクセス）。50%が製品やサービスに関する情報をオンラインで探す。そして、45%がインターネットバンキングや投資を行っている。

このようにシンガポールにおける実際の Z 世代の特徴は既存のイメージとは大きくかけ離れています。海外市場に投資を行う際には、実際の現地のメディア消費状況や消費者意識、商品の利用状況などのデータを組み合わせ活用し、マーケティング施策を検討する必要があります。

# 神話を覆す： Z世代の購買力を引き出すために

## 神話 1

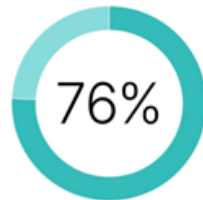
Z世代にアプローチできるのは  
デジタルプラットフォームだけ

### 1日平均8時間以上

Z世代はアウトドア派でもあります。彼らは1日平均8時間をアウトドアで過ごし、屋外広告の想起率は73%と高い。

## 神話 2

Z世代は支出に無頓着



Z世代はバーゲンが大好きです。76%は価格に敏感で、セールになるまで購入を見送っている。

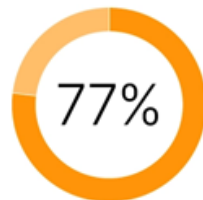


Z世代の62%が、経済的自立を人生の最重要目標としている。

## 神話 3

Z世代はただの学生

行動力があり、野心的で（66%が挑戦を求める）、冒険好きでスポーティ（冒険・スポーツ・アクティビティやイベントベースの旅行に興味がある。）



77%が老後のための資金計画を立てることは重要だと思う

## 神話 4

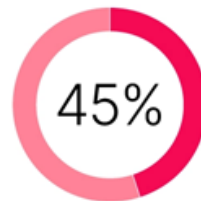
Z世代はオンラインで  
時間を浪費

勉強にも大いに役立てています。92%が仕事や勉強のためにオンラインを利用している。

ネットサーフィンでは、ニュースや時事問題が気になる！（67%がニュース・時事問題にアクセス）



50%が製品やサービスに関する情報を探す。



45%がインターネットバンキングや投資を行っている。

### では、どうすればZ世代とうまく付き合えるのでしょうか？

- ・ 屋外広告で彼らにアプローチする-デジタルだけでなく、メディアミックスを考慮してキャンペーンを企画する。
- ・ さらなる支出を促すために、彼らにお得な情報を提供する。
- ・ 彼らのユニークな情熱や興味を広告に反映させること。彼らはミレニアル世代ではありません。

## コンシューマー & メディアビュー (CMV) 調査について

今回のニールセン シンガポールのコンシューマー & メディアビュー (CMV) 調査は、2019 年 7 月から 2020 年 6 月にかけて実施されました。このデータベースは Media Index & Consumer Insights (成人回答者 4,833 人を対象に調査)、Digital Consumer (月に 1 回以上インターネットを利用する成人回答者 1,608 人を対象に調査) の 3 つのコンポーネントで構成されています。調査結果は、シンガポールに住む 15 歳以上の 4,310 人を代表するように、主に年齢、性別、人種によって重み付けされています。CMV は多くのブランドやカテゴリーをカバーしています。

CMV は世界 70 カ国以上の市場で調査を行っており、各市場における消費者のメディア接触状況やブランドや製品・サービスの使用状況、ライフスタイルなどの基礎データを提供しています。CMV が貴社のマーケティングをより効果的に計画するためにどのように役立つかについての詳細をお知りになりたい場合は、ニールセンの担当者にお問い合わせください。

コンシューマー & メディアビュー (CMV) に関するお問い合わせは下記まで

ニールセンデジタル株式会社 クライアントサービス [jpw\\_ClientServices@nielsen.com](mailto:jpw_ClientServices@nielsen.com)

###

### 【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・グローバル・メディアの日本法人として、視聴者分析と広告分析およびメディア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](http://www.netratings.co.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、メディア業界の全体的かつ客観的な理解を提供するための世界有数のデータと分析を提供しています。ニールセンはオーディエンスの測定、オーディエンスの成果、コンテンツに関するサービスを通じて、クライアントとパートナーに複雑な問題に対するシンプルなソリューションを提供することで、クライアントの投資や成長戦略の価値を最適化しています。ニールセンは、重複を排除したクロスメディア・オーディエンス測定を提供できる唯一の企業です。ニールセンとクライアントにとって、Audience is Everything™ であり、ニールセンはすべてのオーディエンスの声が重要であることを保証することに取り組んでいます。



S&P 500 企業としてニールセンは、約 60 カ国で測定と分析のサービスを提供しています。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 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**

##### **AD & CONTENT (デジタル広告/コンテンツ視聴率)**

- ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings
- ニールセン トータル広告視聴率 Nielsen Total Ad Ratings
- ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

##### **AUDIENCE (視聴者パネル測定サービス)**

- 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

##### **MEDIA ANALYTICS (メディア/広告効果分析サービス)**

- ブランドリフト効果測定サービス Brand Lift Plus
- 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/クリエイティブリフト効果調査 ニールセン デジタル広告クリエイティブ評価 Nielsen Digital Creative Evaluation

##### **PLANNING/ ACTIVATION (プランニング/アクティベーション支援サービス)**

- ブランドセーフティサービス OpenSlate
- デジタル広告統計データ digiads
- ニールセン オーディエンスセグメント DaaS サービス Nielsen Japan Mobile NetView Powered by Lotame セグメント/  
Nielsen eXelate タクソノミー

##### **INTERNATIONAL DATA (海外データサービス)**

- 海外広告統計データ Nielsen Ad Intel International
- 海外消費者視聴動向調査データ Nielsen Consumer & Media View
- 海外テレビ視聴率データ Nielsen TV Audience Measurement