



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

ニールセン、米国のメディア視聴状況をまとめた

『ニールセントータルオーディエンスレポート 2021 年 3 月版 ～現在のメディアにおける広告～』 を発表

2021 年 4 月 27 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、米国におけるメディア視聴状況をまとめた「ニールセントータルオーディエンスレポート 2021 年 3 月版 ～現在のメディアにおける広告～」を公開し、また、そのレポートをもとに、米国におけるメディア視聴状況の最新のトピックスを発表しました。

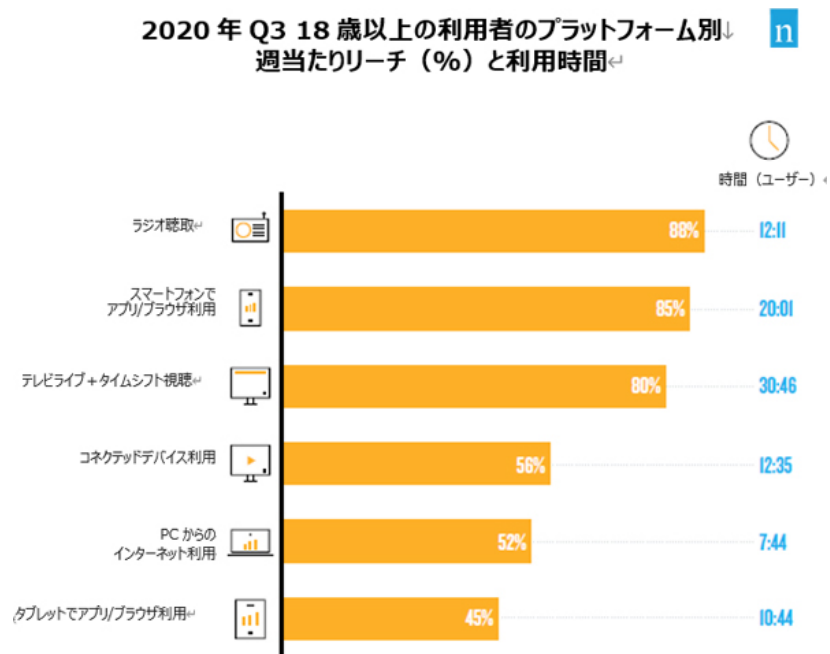
ニールセンが 2021 年 2 月に行った調査によると米国の多くの消費者セグメントが 2021 年には「ノーマル」に戻れるという楽観的な見方をしていることが分かりました。これは、消費者マインドの高まりをうまく利用したいブランドにとっては明るいニュースです。この調査では、「2021 年中に今までの生活に戻れると思うか」という質問に対して、55%の人が「とてもそう思う」または「そう思う」と答えています。

世界的なコロナ禍の中で 1 年間生活したことで、メーカーには新たな課題が加わりました。現状を把握し、最適なオーディエンスを見つけるとともに効率も高めなければならないからです。そこで重要になるのが測定方法です。重要なことは、測定方法をデバイス単位でなく「人」に焦点を当てることです。測定結果は包括的かつ代表性を担保する必要があります。また、測定結果からリーチやプランニング、オプティマイゼーション、アクティベーションに関する迅速な意思決定を促進する必要があります。

今回のニールセントータルオーディエンスレポートでは、広告を新たな視点で考えてみました。消費者の過ごしている場所や支出についての考え方、それがどのように変わってきたのか、ブランドのチャンスとは何か、現在、成長している広告分野はどれか、といったことを見ていきます。家で長い時間を過ごす人が今も大勢いる中、テレビは依然としてメディア消費の中心であり、広告主にとっては視覚に訴え、消費者とつながるための重要な機会となっています。2020 年はストリーミングが広く普及した 1 年でもありました。これをきっかけに定額制と広告モデル型も含め、多くのストリーミングサービスやプラットフォームが登場しましたが、広告のない定額制ストリーミングサービスだからといってブランドに宣伝のチャンスがないわけではありません。現在、広告モデル型ではないストリーミング

番組でのブランドインテグレーションへの関心が高まっており、中にはストーリーの本編に大きく関わっているブランドもあります。

消費者の信頼感が高まり、人々が家で過ごす時間が増えている今、マーケターは消費意欲の高い消費者にリーチする機会を得ています。テレビの消費は依然として健全で、テレビ広告は他のプラットフォームよりも信頼されています。さらに、ストリーミング革命が進行中で、消費者に大規模にリーチできる新しいデジタルチャネルがあり、新たな視聴者を獲得することが期待できます。



Source: The Nielsen Total Audience Advertising Across Today's Media
Copyright © 2021 The Nielsen Company (US) LLC. All Rights Reserved.

『ニールセン トータルオーディエンスレポート 2021年3月版 ～現在のメディアにおける広告～』では、次の主要なテーマを取り上げています。

消費者は「ノーマル」に戻ることに希望を持っている：

COVID 規制が解除されたら、アメリカ人は「旅行をしたい（73%）」、「外食したい（73%）」、「対面礼拝に参加したい（75%）」、「美容院／散髪／ネイルサロンに行きたい（74%）」、「ジム、フィットネスクラブに行きたい（68%）」など消費者はあらゆる社会活動の再開を望んでいます。

プラットフォーム別の信頼度：

広告に対する信頼度は、依然としてテレビとラジオが最も高い割合を占めています。実際、35-49歳の60%がラジオ番組を「非常に信頼できる」または「やや信頼できる」と考えており、テレビも59%が信頼できるという結果となっています。



ストリーミングとブランドインテグレーションが拡大：

Netflix で配信された「Cobra Kai」のシーズン 1 及び 2 では、レンタカー会社の Enterprise 社のブランドインテグレーションがストーリーに組み込まれ、レンタカー利用者の主要な年齢層である 21 歳以上の視聴者に対し、30 秒 CM と同等の価値のある 800 万以上のインプレッションを獲得しました。

「ニールセン・トータルオーディエンスレポート 2021 年 3 月版～現在のメディアにおける広告～」は下記リンクからレポート全文をダウンロードできます。

https://www.nielsen.com/jp/ja/insights/report/2021/total-audience-report-mar-2021_20210427

###

【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 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

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