



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、海外市場における広告統計情報 AD INTEL INTERNATIONAL データをもとに世界の広告費が語るメディアの現状と未来を発表

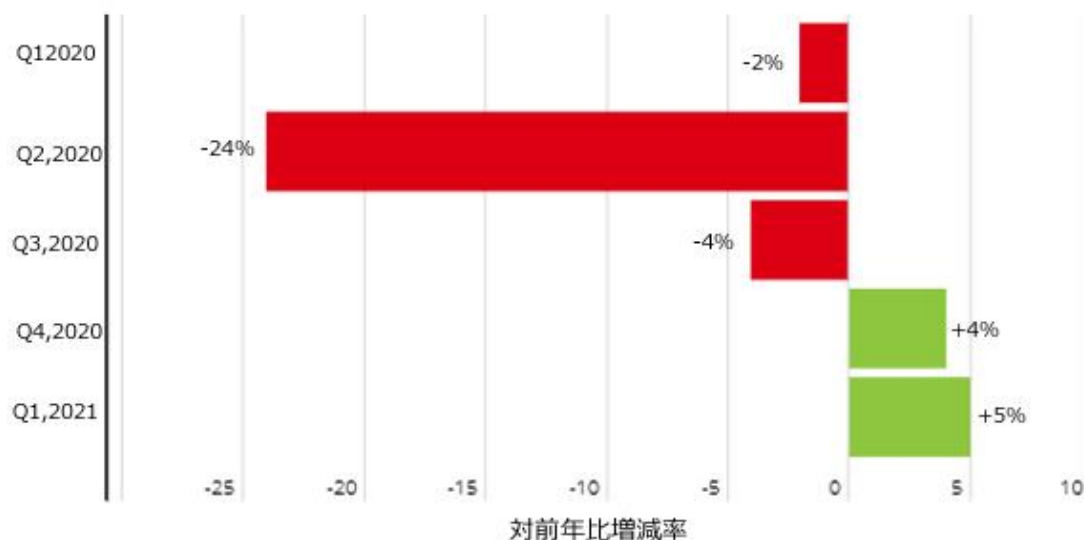
2021 年 8 月 2 日

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、「海外広告統計データ（Nielsen Ad Intel International）」のデータをもとに、世界のメディア・広告の現状と未来に関する分析結果を発表しました。

COVID-19のパンデミックが引き起こした大規模な混乱の中で、世界のメディア、特にデジタルは新たな状況を迎えています。パンデミックはまだ収束しておらず、今後数年間はその影響を受けることになる可能性も否定できません。しかし、回復力のあるメディア業界は立ち直りつつあり、デジタルメディアはスティホームの状況下における消費者とのコネクティビティやエンゲージメントの高さが抜きん出ており、他メディアを引き離しつつあります。

マーケティングと広告費は、業界全体の健全性を測るのに適したバロメーターですが、ニールセンの[Ad Intel](#)のデータは、過去12か月間に業界がどのように好転したかを示しています。[ブランドが広告活動を停止すると、四半期ごとに長期的な収益が2%ずつ減少](#)することが知られていますが、昨年のパンデミック発生時には、世界中のマーケティング担当者が劇的に広告費を削減しました。しかし、その影響は長くは続かず、2020年第4四半期と2021年第1四半期の支出レベルは、パンデミック前における季節性を加味した水準を上回っています。

世界15カ国の市場における総広告費の変化



市場：ベルギー / スイス / コスタリカ / 香港 / インド / アイルランド / マレーシア / ニュージーランド / ノルウェー / フィリピン / ポーランド / スペイン / シンガポール / タイ / 南アフリカ

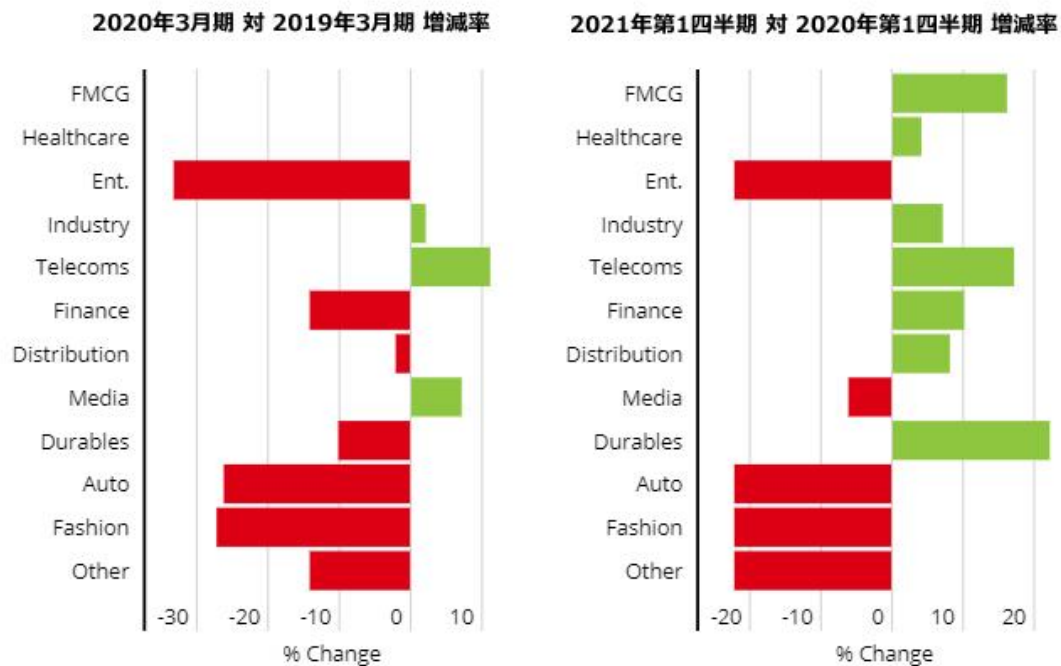
すべての市場の広告費は米ドルで表示されています。データは現地の通貨で集計され、期間中は一定の為替レートが適用されています。

Source: Nielsen Ad Intel

Copyright © 2021 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved.

様々な市場、分野におけるパンデミックの影響を考えると、広告費の回復は画一的な状況にはありません。しかし、昨年大幅に後退した日用消費財、耐久消費財、金融サービス、流通会社などのいくつかの業界は、2桁の増加で広告投資が戻ってきています。

グローバル広告費の 카테고리別比較



市場：ベルギー / スイス / コスタリカ / 香港 / インド / アイルランド / マレーシア / ニュージーランド / ノルウェー / フィリピン / ポーランド / スペイン / シンガポール / タイ / 南アフリカ

すべての市場の広告費は米ドルで表示されています。データは現地の通貨で集計され、期間中は一定の為替レートが適用されています。

Source: Nielsen Ad Intel

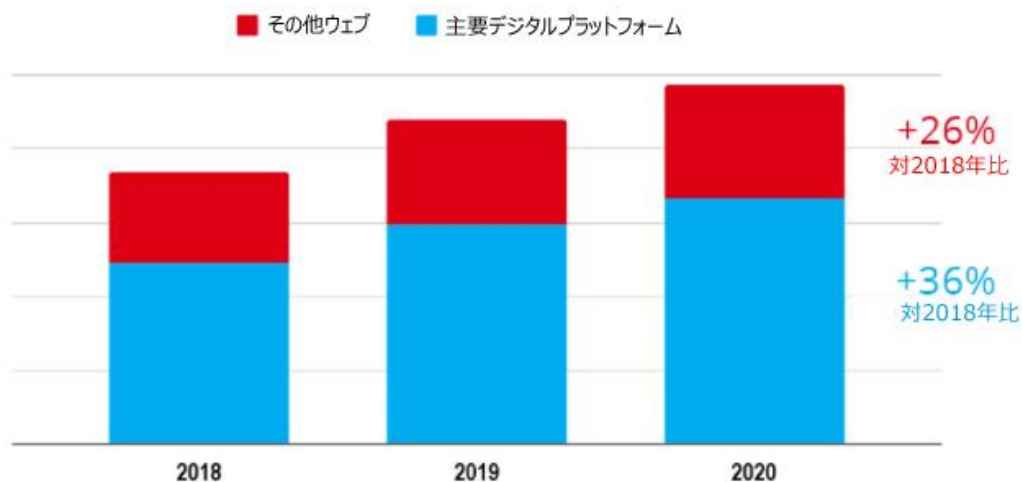
Copyright © 2021 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved.

ブランド、広告主、広告代理店が将来について考えるとき、再活性化した消費者に向けた[十分なブランド構築の努力](#)が必要です。回復しつつある状況は、消費者から最も多くのエンゲージメントを引き付けているチャンネルに関する明確な方向性を示しています。2020年のほとんどの期間において、コネクティビティとオンラインエンゲージメントは標準をはるかに上回っており、パンデミック前の広告活動の一部（またはすべて）を再開し始めても、消費者の新しい行動様式の多くはそのまま継続していくと考えられます。

パンデミックの期間中、オンラインでのエンゲージメントが高水準であったため、第2四半期の広告費全体の大幅な後退の間でも、デジタル広告費が2020年を通してプラスで推移したことは驚くに値しません。ニールセン[デジタル広告視聴率](#)のデータによると、米国以外の27カ国におけるデジタルインプレッションが大幅に増加したことで、デジタル広告は消費者に大きな影響を与えました。主要なデジタルプレーヤーであるFacebook、

Google、YouTube、Amazon では、デジタルインプレッションが 2 年間で 36%増加しました。また、上記の主要デジタルプレイヤー以外のインターネット上でのデジタルインプレッションは、同期間に 26%増加しました。

グローバルインプレッションボリューム： 主要デジタルプラットフォームとその他のウェブ (米国市場データを含まない)



2018年1月1日から2021年6月末のデータ。DARのサイトタイプ別全体のボリュームインプレッション

主要デジタルプラットフォームはFacebook、Google、YouTubeとAmazon

国際市場とは、LATAM、EMEA、APACの27の国際市場におけるインプレッションの合計で構成されています。

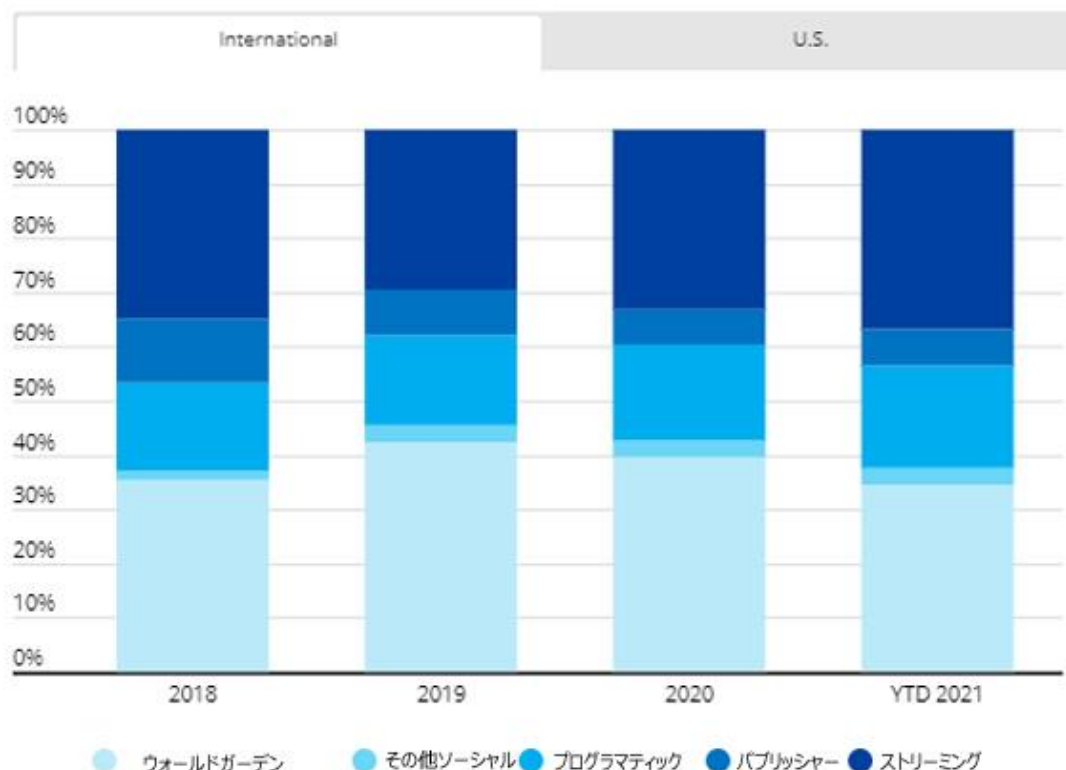
Source: Nielsen Ad Intel

Copyright © 2021 The Nielsen Company

全世界的なパンデミックの期間中、消費者はオンラインで利用できる豊富なコンテンツの選択肢に魅了され、ストリーミングサービスは大きな勝利を収めました。世界の一部の地域でパンデミック前のように外出行動が再開されても、ストリーミングコンテンツへのエンゲージメントは依然として高く、ラテンアメリカ、EMEA（ヨーロッパ、中東、アフリカ）、アジア太平洋地域の 27 の市場で、デジタルインプレッションの 37%を占めています。また、米国では、ストリーミングコンテンツ（YouTube やポッドキャストを含む）のデジタルインプレッションが、他の市場よりもデジタルプラットフォームに占める割合に対して非常に高くなっています。

サイトタイプ別のインプレッションシェア

インターナショナル市場



2018年1月1日から2021年6月末のデータ。DARのサイトタイプ別全体のボリュームインプレッション

ワールドガーデンには、Facebookプロパティ、YouTubeを除くGoogleプロパティ、Amazonプロパティが含まれます。

その他のソーシャルには、小規模なワールドガーデン/ログインサイトが含まれます。

ストリーミングには、YouTubeやその他多くのストリーミングサイトが含まれます。プログラマティックサイトは、アドテクノロジーの機能による配信に基づいており、パブリッシャーはその他のサイトを含みます。

インターナショナル市場とは、LATAM、EMEA、APACの27の国際市場におけるインプレッションの合計で構成されています。

Source: Nielsen Ad Intel

Copyright © 2021 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved.

サイトタイプ別インプレッションシェア

米国市場



2018年1月1日から2021年6月末のデータ。DARのサイトタイプ別全体のボリュームインプレッション

ワールドガーデンには、Facebookプロパティ、YouTubeを除くGoogleプロパティ、Amazonプロパティが含まれます。その他のソーシャルには、小規模なワールドガーデン/ログインサイトが含まれます。ストリーミングには、YouTubeやその他の多くのストリーミングサイトが含まれます。プログラマティックサイトは、アドテクノロジーの機能による配信に基づいており、パブリッシャーはその他のサイトを含みます。

国際市場とは、LATAM、EMEA、APACの27の国際市場におけるインプレッションの合計で構成されています。

Source: Nielsen Ad Intel

Copyright © 2021 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved.

重要なのは、ストリーミングがメディアの状況に大きな影響を与えているのと同様に、広告主や広告代理店は、デジタルエコシステム全体のさまざまなチャネルに注目すべきだということです。ストリーミングは、ラテンアメリカ、EMEA、アジア太平洋地域でインプレッション・シェアを伸ばしていますが、米国ほどではありません。



Ad Intel International 海外広告統計データに関して

Ad Intel International 海外広告統計データは、海外市場ごとに地場の有力企業を含む主要企業の商品別/メディア別出稿状況、出稿クリエイティブ、キーメッセージなどをまとめた統計情報です。広告出稿費統計はデータ世界 60 カ国を超える市場でカテゴリやブランド名の名寄せに対応しています。また、広告クリエイティブ情報は世界 95 カ国の情報に対応しています。海外市場における競合企業、ブランド毎の広告戦略の理解、海外市場におけるシェアオブボイスの把握、海外市場における競合企業、ブランド毎のキャンペーンやメッセージの分析を支援し、海外市場戦略策定の指針となります。

Ad Intel International 海外広告統計データに関するお問い合わせは

ニールセン デジタル株式会社営業部 Email : jpw_ClientServices@nielsen.com

または 下記ウェブフォームからお問い合わせください。

<https://www.netratings.co.jp/contacts/contact/index.html>

###

【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