



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、デジタルコンテンツ視聴率の Monthly Total レポートによる オンラインショッピングのサービス利用状況を発表

2021年6月15日

- オンラインショッピングにおいて、トータルデジタルでの月間視聴者数は楽天市場が最も多く5,370万人
- 性年代別のリーチで女性ではどの年代でも楽天市場のリーチが最も高かったのに対し、男性の18-34歳ではAmazonのリーチが高い
- 楽天市場のターゲットGRP（TARP）は女性35-49歳が6,040%で、全オンラインショッピング中で最も高い

ニールセン デジタル株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長 宮本淳）は、ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）の Monthly Total レポートをもとに、オンラインショッピングのサービス利用状況を発表しました。

2021年4月の Monthly Total レポートによると、オンラインショッピングにおいて、PCとモバイルの重複を除いたトータルデジタルで最も視聴者数（18歳以上）が多かったのは楽天市場（Rakuten Ichiba Shopping）で、5,370万人が月に平均66回利用し、GRPは3,282%となっていました。次いでAmazon（5,120万人）は平均利用回数が35回で、GRPは1,675%となっていました（図表1）。

図表1 ; 2021年4月 Monthly Totalレポート トータルデジタル視聴者数Top3 オンラインショッピングカテゴリー

順位	媒体名	視聴者数 (万人)	リーチ%	平均利用回数 (テキスト)	GRP% (テキスト)
1	Rakuten Ichiba Shopping	5,370	50	66	3,282
2	Amazon	5,120	48	35	1,675
3	Yahoo Japan Shopping	2,557	24	20	476

Source: デジタルコンテンツ視聴率 2021年4月 Monthly Totalレポート
(トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値)

※18歳以上の男女

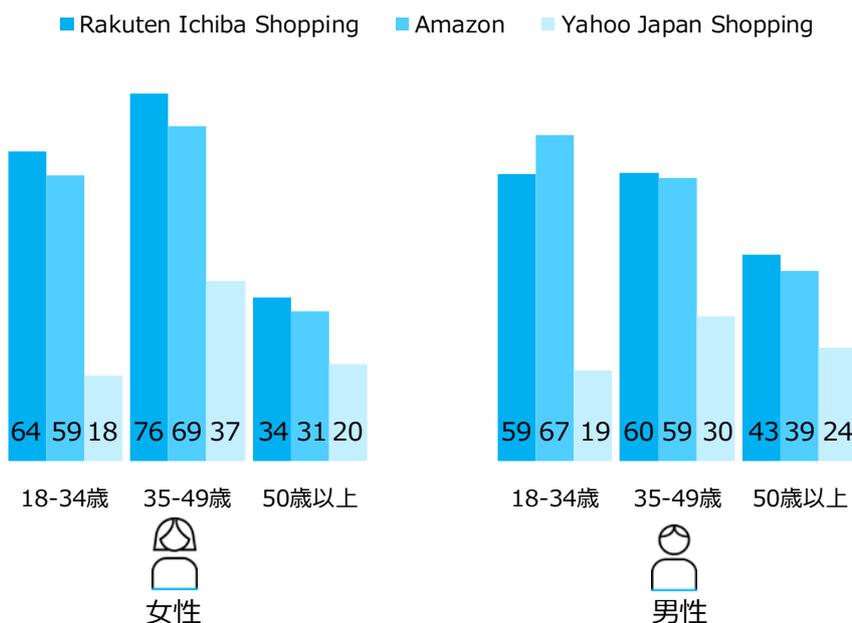
※集計対象サブカテゴリー: Mass Merchandiser、Shopping Directories & Guides

※Brand及びSub-Brandレベルでの集計、小売店のサービスは除外

※利用とは閲覧のみの利用も含まれます

次にオンラインショッピングにおける視聴者数 Top 3 サービスのリーチを性年代別に見ると、女性ではどの年代でも楽天市場 (Rakuten Ichiba Shopping) のリーチが最も高かったのに対して、男性の 18-34 歳では Amazon のリーチが高く、67%となっていました (図表 2)。

図表2 ; 2021年4月 Monthly Totalレポート トータルデジタル視聴者数Top3 オンラインショッピングカテゴリー
性年代別リーチ%



Source: デジタルコンテンツ視聴率 2021年4月 Monthly Totalレポート
(トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値)

※18歳以上の男女

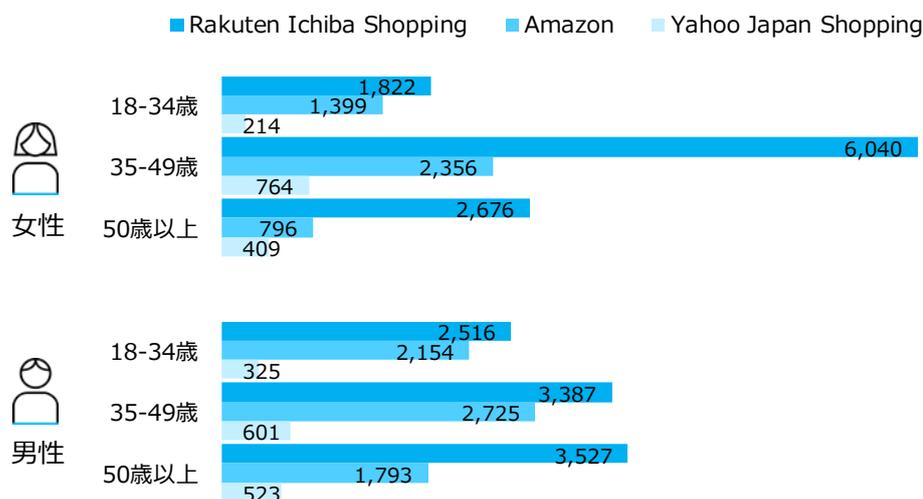
※集計対象サブカテゴリー: Mass Merchandiser、Shopping Directories & Guides

※Brand及びSub-Brandレベルでの集計、小売店のサービスは除外

※利用とは閲覧のみの利用も含まれます

最後に、オンラインショッピングにおける利用者数 Top 3 サービスのターゲット GRP (TARP) を性年代別に見ると、女性 35-49 歳の楽天市場 (Rakuten Ichiba Shopping) の TARP が最も高く、6,040%となっていました。次いで男性 50 歳以上の楽天市場 (Rakuten Ichiba Shopping) の TARP で 3,527%となっていました (図表 3)。

図表3 ; 2021年 4月 Monthly Totalレポート トータルデジタル視聴者数Top3 オンラインショッピングカテゴリー 性年代別GRP%



Source: デジタルコンテンツ視聴率 2021年4月 Monthly Totalレポート
(トータルデジタル = PCとモバイルの重複を除いた数値)

※18歳以上の男女

※集計対象サブカテゴリー : Mass Merchandiser, Shopping Directories & Guides

※Brand及びSub-Brandレベルでの集計、小売店のサービスは除外

※利用とは閲覧のみの利用も含みます

昨年以來、長期化する COVID-19 の影響でデジタル利用が拡大しているサービスもあり、使い方も変化してきています。[消費者のマルチスクリーンの利用動向調査「ニールセン デジタル・コンシューマー・データベース 2020 \(Nielsen Digital Consumer Database 2020\) 」](#)によると、オンラインショッピングのサービスは、商品を買う場所だけではなく、商品の認知獲得や購入にあたっての検討場所としての役割も増したと分析しています。今後、オンラインショッピングサービスをメディアとして活用して広告を出稿し、そこで消費者とコミュニケーションを取るブランドが増えていくことも考えられます。ブランド担当者は、ターゲットの属性や、認知または好意度の向上などのキャンペーン目的に応じた最適な出稿先を検討するにあたり、オンラインショッピングサービスも広告出稿媒体の選択肢の一つとして、他のメディアと同様にターゲットリーチや利用回数、GRP、TARP などの指標で評価し、出稿先を選定するのが良いでしょう。

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 (Nielsen Digital Content Ratings) について

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、デジタル媒体の全てのコンテンツを、PC、モバイル、タブレット、および OTT などの全てのデバイスを横断して計測し、デジタルコンテンツ全体の視聴者のメディア接触と消費量を包括的に把握することを可能にします。媒体社はこのサービスを使うことで、デジタルメディアの消費状況全体を把握でき、広告販売における透明性のあるデータの開示や競争力のある広告メニューの開発をおこなえます。広告主、広告会社は広告購入における適切な予算配分計画をおこなえます。日次



データは 3 日後にはオンラインのインターフェイス上に表示され、顧客企業はデジタルメディアの利用状況をすばやく知ることができま
す。サービスの詳細は、ウェブサイトでもご覧いただけます。

<https://www.netratings.co.jp/solution/dcr.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