



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

デジタルでスポーツ観戦を拡大させるには、視聴できる場所を認知させることが重要 ～ニールセン、スポーツコンテンツの視聴行動と意識に関する調査結果（Vol.2）を発表～

2020年2月28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、視聴者のスポーツコンテンツに関するメディアと広告の視聴行動と意識に関して四半期ごとに計5回実施予定の調査の第2弾である「スポーツオーディエンスのメディア利用2019-2020 Vol. 2」をもとに、消費者のスポーツコンテンツ視聴についての分析結果を発表しました。

日本のテレビ業界の新しいトレンドとして、テレビ番組のデジタル上での同時配信開始に向けた動きが注目度を増してきています。従来のテレビ番組よりも、スマートフォンやパソコン上のデジタルコンテンツに多くの時間を費やしている若者の視聴を取り戻す動きとして、既に見逃し配信サービスが提供されていますが、今年4月よりNHKが同時配信を開始する予定で、民放各局も同時配信を開始する方向で準備を始めています。オリンピック・パラリンピックを契機に、デジタル配信により既存のテレビ番組の視聴を拡大させたいと考えているテレビ局も多いでしょう。こうした業界の動きに対して、消費者はデジタル上でスポーツ観戦することには慣れておらず、テレビで視聴する人が多いと予測されますが、デジタル観戦への流れを受け入れる準備はできているようです。

消費者のスポーツコンテンツ視聴についての調査結果「スポーツオーディエンスのメディア利用2019-2020 Vol.2」によると、東京2020オリンピック・パラリンピックを「観戦するつもり」と答えた人はインターネット利用者のうち57%で、前回調査の2019年11月時点から4ポイント増加していました。特に、男性の観戦意向者では、前回調査より8ポイント増加しており、関心が高まってきていることがわかります。今後、数ヶ月で消費者の属性ごとの関心は刻々と変化する可能性があるため、スポーツコンテンツを提供する企業としては、消費者がいつでも視聴したいと考えているのかを、常に意識して提供することが重要です。

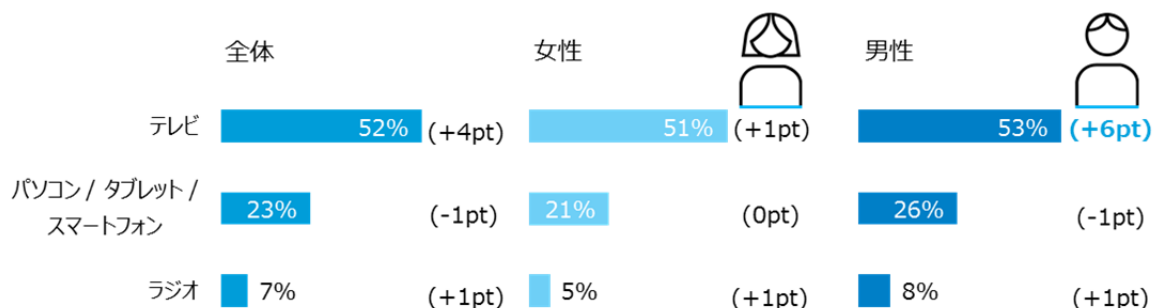
図表1：「東京2020オリンピック・パラリンピック」観戦意向



Source: 「スポーツオーディエンスのメディア利用2019-2020」Vol.2 2020/1
 ※母数 インターネット利用者 全体 n=800、女性 n=400、男性 n=400

海外でも同様の傾向が見られますが、消費者は自分の都合にあったスケジュールで、好みのプラットフォームで最も興味のあるコンテンツを視聴することに慣れているものの、スポーツコンテンツは他のコンテンツとは異なり、消費者は通常、テレビ番組をライブで観戦することを好みます。しかし、男女ともにパソコンやスマートフォンといったデジタルデバイスでの視聴を考えている人が、テレビで視聴したいと考えている人の約半数を占めており、デジタル配信に対する関心が高いことがわかります。

図表2：「東京2020オリンピック・パラリンピック」観戦に使用する予定のデバイス

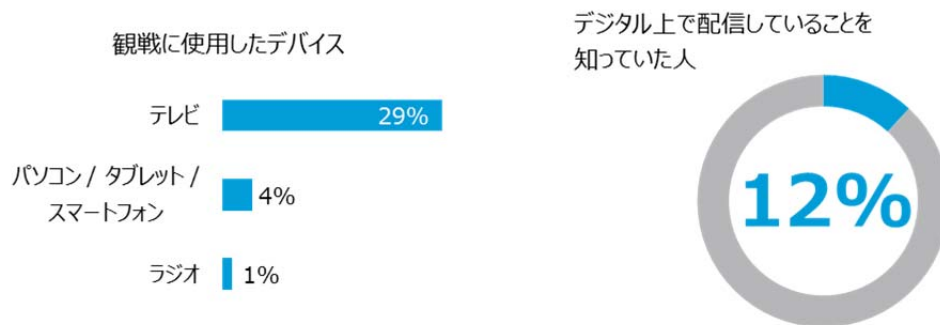


Source: 「スポーツオーディエンスのメディア利用2019-2020」Vol.2 2020/1
 ※母数 インターネット利用者 全体 n=800、女性 n=400、男性 n=400

) 内の数字は2019年11月からの増減

コンテンツを提供する企業は、このような潜在的にデジタル上で観戦する意向のある視聴者の“配信状況に関する認知”に注意を払う必要があります。デジタル上で観戦したいと考えている人が多いことはわかりましたが、「2020 年 箱根駅伝」はテレビとデジタルの両方で配信されていたにもかかわらず、デジタルデバイスでの視聴はわずか 4%となっていました。注目すべきなのは、今回の「箱根駅伝」がデジタル上で配信されていることを知っていた視聴者はわずか 12%だったということです。

図表3：「2020年 箱根駅伝」観戦に使用したデバイスおよびデジタル配信の認知



Source: 「スポーツオーディエンスのメディア利用2019-2020」Vol.2 2020/1
 ※母数 インターネット利用者 全体 n=800 ※往路と復路の各回答結果の平均値を使用

当社シニアアナリストの高木史朗は、次のように述べています。「2020 年はオリンピック・パラリンピックに向けて、様々な視聴スタイルの提供が開始されるため、消費者の視聴行動はこれまで以上に分散化することが予想されます。今後デジタル上での視聴を増やすには、コンテンツを提供する企業は、まずはデジタル上でもリアルタイム／タイムシフトでスポーツコンテンツを見ることができることを消費者に認知させることが重要になります。これは、オリンピック開幕までの今後半年間で非常に重要なポイントとなります」。

スポーツオーディエンスのメディア利用 2019-2020 について

スポーツオーディエンスのメディア利用 2019-2020 は、オリンピック・パラリンピック東京大会に向けて、視聴者のスポーツコンテンツに関するメディアと広告の視聴行動と意識に関する調査データです。2019 年 11 月第一回調査を実施し、以降四半期ごとに定点調査を実施し、計 5 回の調査を行い、時系列での分析などを通じてメディアと広告主にオリンピック・パラリンピックおよびラグビーワールドカップや、2020 年に開催される主要スポーツイベントにおける視聴者コミュニケーションへのインサイトを提供します。第二回調査は 2020 年 1 月 30 日～2 月 2 日にかけて実施され、スマートフォン、パソコン、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 歳（高校生）以上の男女、計 800 人を対象に調査を行いました。サンプル数は、上記 3 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。

詳細版レポートを 2020 年 3 月から提供します。ご関心のある方は、弊社営業担当までお問い合わせください。

03-6837-6500（代表） セールス&アナリティクス宛 jpw_ClientServices@nielsen.com

【「スポーツオーディエンスのメディア利用 2019-2020 vol.2」調査項目】-----

■ オリンピック・パラリンピック東京大会について

- ・興味関心
- ・チケット購入有無
- ・観戦場所×一緒に観戦する相手
- ・主要競技×観戦場所
- ・観戦タイミング×デバイス
- ・視聴コンテンツ種別×デバイス
- ・ネット上での視聴コンテンツ種別
- ・コンテンツを視聴したいサービス
- ・観戦前、観戦中に収集したい情報
- ・観戦前、観戦中の情報収集場所
- ・SNS 等での情報発信
- ・スポンサー広告の好感度

■その他

- ・年始スポーツ観戦有無
- ・年始スポーツ観戦タイミング×デバイス
- ・年始スポーツネット配信の認知
- ・年末特番視聴有無
- ・年末特番配信の認知
- ・ラグビー関心度
- ・今後のラグビー観戦意向

###

【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、世界最大級のスポーツリサーチ&コンサルティング会社です。スポンサーシップに関するデータ分析及びファンインサイトを基に、様々なステークホルダーの事業拡大を支援。アメリカ 4 大スポーツや欧州サッカー、各世界大会など、グローバルでは 15,000 以上の案件に携わっており、日本では、J リーグやプロ野球球団をはじめとするスポーツライツホルダー、国内外の大会・イベントに協賛する企業、その他代理店や行政とも契約しています。スポンサーシップを評価するグローバルスタンダードとして世界中で事業を展開しています。詳細は <http://niensports.com/jp> をご覧ください。

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インサイトを提供しています。ニールセンは二つのビジネスユニットから成り、ニールセン・グローバル・メディアは、広告市場・メディア市場が機能するために必要である業界の共通の理解を生み出す、公正で信頼できる測定基準を提供しています。ニールセン・グローバル・コネクは、メーカーおよび流通企業に対し、正確で実行可能な情報、インサイト、そして、複雑に進化を続ける市場の全体像を提供しています。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、今何が起これ、今後何が起これのか、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。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