



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 スポーツカテゴリーのメディア利用状況を発表

2020年6月23日

- スポーツカテゴリーにおいて、トータルデジタルの月間利用者はnikkansports.comが最も多く848万人
- GRPではSportsnaviが最も多く215%、555万人が月に平均48回利用
- Sportsnaviは男性50歳以上の利用回数が多く、月に平均63回

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、「ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）」のデータをもとに、スポーツカテゴリーのメディア利用状況を発表しました。

2020年4月におけるスポーツカテゴリーの利用者数ランキングを見ると、PCとモバイルの重複を除いたトータルデジタルでの月間利用者数はnikkansports.comが848万人で最も多く、次いでDaily Sports(823万人)、Sponichi Annex(716万人) となっていました。またGRPに着目すると、Sportsnaviが最も多く215%となっており、他サービスを圧倒していました。これは、Sportsnaviの平均利用回数が月に平均48回と、他サービスを大幅に上回っていることが寄与していました（図表1）。

図表1; 2020年4月 Monthly Total レポート トータルデジタル利用者数TOP5 スポーツカテゴリー

ランク	ブランド名	利用者数 (MAU)	リーチ %	平均利用回数 (テキスト)	GRP % (テキスト)	利用者年齢 中央値
1	nikkansports.com	8,484,230	6.8	6	39	49
2	Daily Sports	8,232,774	6.6	6	37	52
3	Sponichi Annex	7,159,922	5.7	6	33	50
4	Hochi Shimbun	6,774,253	5.4	3	17	51
5	Sportsnavi	5,553,783	4.4	48	215	50

Source : デジタルコンテンツ視聴率 2020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)

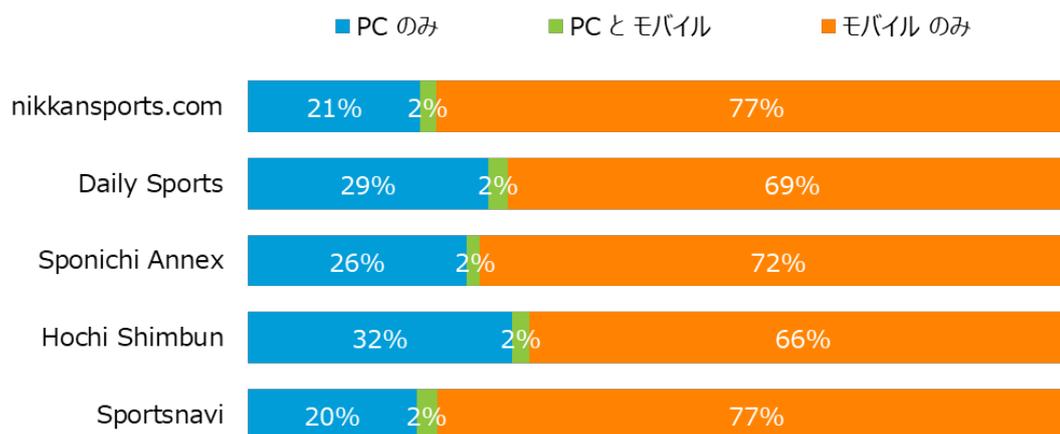
* GRP%および平均利用回数はテキストコンテンツのみを対象に算出

* リーチ%は2歳以上の全人口に占める利用率 * PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

次に、各サービスのプラットフォーム別利用者数をみると、すべてのサービスでモバイルのみ利用者が最も多くなっていました。特にSportsnaviとnikkansports.comは、他サービスと比較しモバイルのみ利用者が多く、Hochi ShimbunはPCのみ利用者が多くなっていました（図表2）。

一方、スポーツカテゴリーと他のカテゴリーのプラットフォーム別利用者数を比較すると、スポーツカテゴリーはPCのみ利用者が多く、さらにPCとモバイルの併用者が少ないことが特徴となっていました。

図表2; 2020年4月 Monthly Total レポート トータルデジタル利用者数TOP5
スポーツカテゴリーのプラットフォーム別利用者数

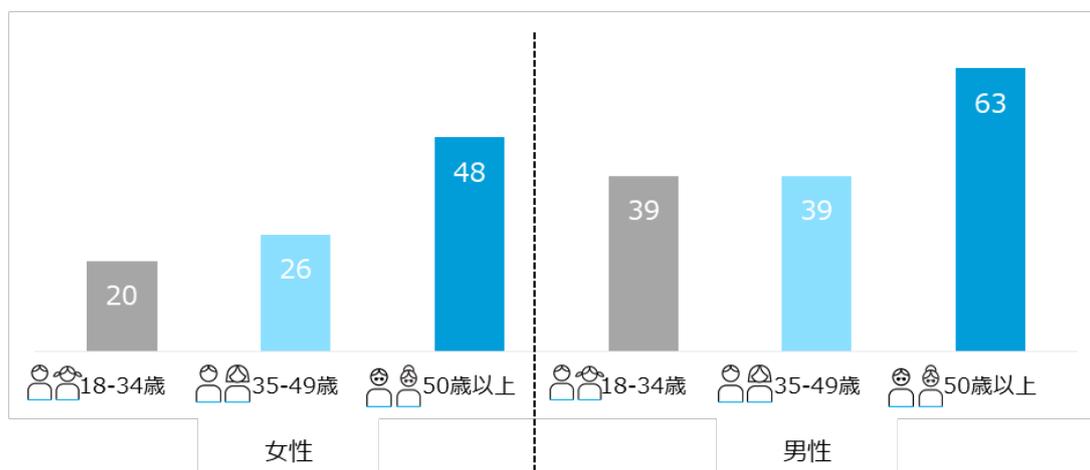


Source : デジタルコンテンツ視聴率 2020年4月 Monthly Total レポート
(トータルデジタル = PCとモバイルの重複を除いた数値)

* PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

最後に、月間平均利用回数の多かったSportsnaviの平均利用回数を性年齢別にみると、男性50歳以上が63回と最も多く、女性50歳以上が48回と続き、男女とも50歳以上の利用回数が多くなっていました。また、最も平均利用回数の少ない女性若年層でも、20回以上利用していました（図表3）。すべての性年代で、他のサービスと比べて利用頻度が高い様子がうかがえます。

図表3; 2020年4月 Monthly Total レポート Sportsnavi 平均利用回数 性年齢別



Source : デジタルコンテンツ視聴率 2020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

COVID-19の影響で遅れていたプロ野球の開幕、並びにサッカーJ1リーグ再開を迎え、スポーツカテゴリーの各サービスは今後ますます注目されることが予想されます。ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 (Nielsen Digital Content Ratings) のMonthly Totalレポートは、全数データ測定のためのSDKを導入することで、試合ごとに利用者層を把握することが可能となります。スポーツコンテンツを提供する企業は、コンテンツごとにファンの属性を把握し、広告セールスやコンテンツ編成、サービスの運営に役立てていくことが重要です。

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。ニールセン デジタルコンテンツ視聴率の日本でのサービス提供は、世界最大のソーシャルネットワーキング・サービス、フェイスブック社とのパートナーシップによって実現しました。日本で 2,800 万人の登録者数を誇るフェイスブックの巨大なユーザー・データベースをパネルと見立て、その情報とニールセンの持つ市場代表性の高いオンライン・パネルの情報とを複合的に組み合わせることにより、日本のデジタルメディアの視聴状況を性別、年齢層別に把握することが可能になります。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。

<http://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・コネクトは、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、今後何が起これるか、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け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
ブランディング効果測定サービス 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 など