



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

テレビ市場で商機を拡大するコネクテッドテレビ（CTV） ～ニールセン、海外市場における CTV の普及に関するインサイトを発表～

2021年9月22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、急速に市場を拡大しているコネクテッドテレビ（CTV）に関するインサイトを発表しました。

コンテンツの選択肢が飛躍的に増大している今日において、多額の製作費が投じられた大型テレビ番組、様々な新しく登場するテクノロジーの略語、さらにはストリーミング配信サービスやコンテンツに関するあらゆることが何かと話題に上がっています。しかし、どのようなオーディエンスが何を視聴しているか、どの OTT サービスが大作映画の封切と同時にストリーミングを開始するかなどの話題の背後には、従来のリニアテレビからデジタルへのバトンタッチが進んでいるという重大な事象があります。

リニアからデジタルへのシフトにはメディア消費も含まれますが、これはより大きな進化の一側面にしか過ぎません。パンデミックによって加速したコネクテッドテレビ（CTV）の利用は新たなコマーシャルモデルを生み出し、その結果、視聴オプションと同様にメディア業界の更なる細分化が進行しています。つい最近まで、メディア業界においては従来のコマーシャルモデルに基づいて価値が売買されていました。従来型のモデルは数十年間不動でしたが、高まる需要を満たすインターネット接続デバイスや付随サービスの普及拡大により、従来のリニア体験には存在しなかった、新たな収益化の機会が創出されています。

収益化の機会が事前に編成されたリニア番組の中に流れる広告の売り買いに限定されなくなったということは、大きな意味を持ちます。ただし、従来の収益化の機会が存在しなくなったという訳ではありません。リニアテレビは依然として、マスオーディエンスへのリーチを獲得するには最良の方法であり、全世界の従来型のテレビ広告費は、他のメディアに比べてパンデミックの影響から[大きな回復](#)を見せています。テレビという大きなくくりの中に新た



な形態が登場したことになりますが、新しいと言っても家庭内で最も価値の高い 52 インチの面積を占める物理的なテレビセットに接続されているということに変わりはありません。

インターネット接続によりテレビセットに配信されるコンテンツと定義される CTV は、動画領域における収益化の機会を大きく拡大し、CTV そのものの種類も増加しています。一部の市場においては、CTV は至るところで視聴される状況に近づいています。米国を例にとると、ニールセンのデータでは、CTV は毎週ほぼ 1 億 4200 万人の成人にリーチしています。西ヨーロッパ諸国では、OTT 加入者は 2022 年にほぼ 1 億 8700 万人にまで増加すると eMarketer は予測しています。

CTV を介して直接消費者に接触することができるため、テレビネットワークや放送局、新たなメディア企業は 2007 年にサービスを開始した SVOD（定額制動画配信サービス）のパイオニア、Netflix が確立した手法に則り、D2C サービスの構築や獲得に投資を行っています。現在、OTT や CTV の選択肢は SVOD 領域を越えて拡大しており、Comcast や Verizon のような MVPD（多チャンネルサービス）、YouTube TV、fuboTV や Sling などの vMVPD（スマートフォンを含むインターネット経由でテレビ局コンテンツを生放送する多チャンネルサービス）のいずれかを利用する広告付 VOD やライブストリーミング配信が含まれます。

従来の SVOD プラットフォームを除き、CTV やアドレスラブル広告は新たな機会をもたらすものの、これらは多くのマーケティング担当者にとって未知の領域となっています。メディア投資会社の GroupM は、CTV の全世界の広告収益は 2026 年には 310 億ドルを超えると予測しています。しかし従来のモデルには存在しない多角的な広告選択肢を前に、多くのマーケティング担当者は戸惑っています。ニールセンの 2021 Annual Marketing Report を見ると、小規模から大規模予算をかかえるブランドのマーケティング担当者の 46% は、CTV マーケティング戦略の採用に向けた課題として「社内の知識不足が存在する」と回答。さらには大規模予算（1000 万ドル超）をかかえるブランドのマーケティング担当者のほぼ半数（47%）は、「CTV の測定」を課題として挙げていました。しかし、同じ割合のマーケティング担当者が、リニア番組でのリアルタイムターゲティング広告が今後重要であるとも述べています。

さらに CTV は、コンテンツを越えて商機を拡大しています。例えば消費者にアクセスするにはテレビを筆頭とするデバイス（およびデータ）が必須となるため、家電メーカーは再び大きな注目を集めています。現在生産されているテレビはインターネット接続が可能であることから、オンラインコンテンツへのアクセスを提供するために、数々の OTT デバイスが出回っています。コンテンツのデリバリーや接触を容易にすることに加え、家電メーカーは 1 回限りのハードウェア販売の収益に頼るよりも、広告やアクセスの提供を販売するメリットを認識し始めています。

また CTV の進化により、様々なマーケティングテクノロジー製品が登場しています。これらの製品は、企業が CTV の進化を追跡し、進化を先取りするための支援を行うものです。マーケティングテクノロジー業界は現在、8000 ものソリューションを提供していますが、これは 2014 年の 8 倍になっています。マーケティングソリューションの増加は、CTV 領域をさらに複雑にしています。



デジタルは、テレビ業界にとってまさに新境地であり、新たなイノベーションが登場するたびに囁かれる「テレビの終焉」という懸念には当たりません。テレビは未だに健在で、コンテンツクリエイター、配信事業者、広告主、家電企業、広告エージェンシーや消費者に対し、数多くの機会を生み出しているからです。

###

【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