

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 女性誌のデジタルメディアでの視聴状況を発表

2021年11月17日

- 女性誌カテゴリにおいて、視聴者数TOP5 媒体を合わせた性年代別ターゲットGRPは女性35-49歳が最も高く48%
- 女性35-49歳のターゲットリーチではVERY webが最も大きく2.5%
- 女性35-49歳が最も頻繁に利用している女性誌のデジタル媒体は、VERY webとCLASSYで7回

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、女性誌カテゴリのデジタルメディアでの視聴状況を発表しました。

2021年9月の Monthly Total レポートによると、女性誌カテゴリにおいて、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）が多かったのは小学館の Oggi.jp とマガジンハウスの ananweb が同程度で約95万人が利用していました。一方で、利用者数では3位となっていた光文社の VERY web が月平均6回利用され、GRPでは5%と、カテゴリ全体で最も高くなっていました。（図表1）。

図表1：2021年9月 Monthly Totalレポート トータルデジタル視聴者数Top5 女性誌カテゴリ

	タグの挿入状況	視聴者数(万人)	リーチ%	平均利用回数	平均利用時間	GRP%
Oggi.jp	Panel Only	96	0.9	2	00:00:28	2
ananweb	Panel Only	95	0.9	4	00:00:47	3
VERY web	Full SDK	81	0.8	6	00:07:09	5
CLASSY.	Full SDK	69	0.6	6	00:04:56	4
with online	Panel Only	55	0.5	2	00:01:08	1

Source: デジタルコンテンツ視聴率 2021年9月 Monthly Totalレポート ※18歳以上男女

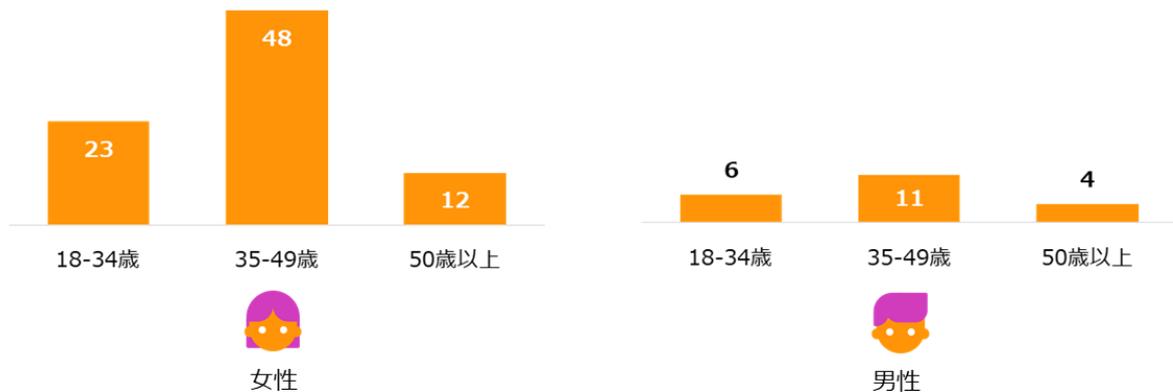
※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値

※Brandレベルでの女性読者を主対象とする美容、ファッション、ライフスタイル雑誌のデジタル媒体を集計、ポータルサイトは除外

※利用とは閲覧のみの利用も含みます

次に、女性誌における視聴者数 Top 5 媒体を合計したターゲット GRP (TARP) を性年代別に見ると、女性 35-49 歳で最も高く 48% となっていました。次いで女性 18-34 歳で 23% となっていました (図表 2)。

図表2：2021年9月 女性誌カテゴリ トータルデジタル視聴者数Top5の性年代別GRP%



Source: デジタルコンテンツ視聴率 2021年9月 Monthly Totalレポート ※18歳以上男女

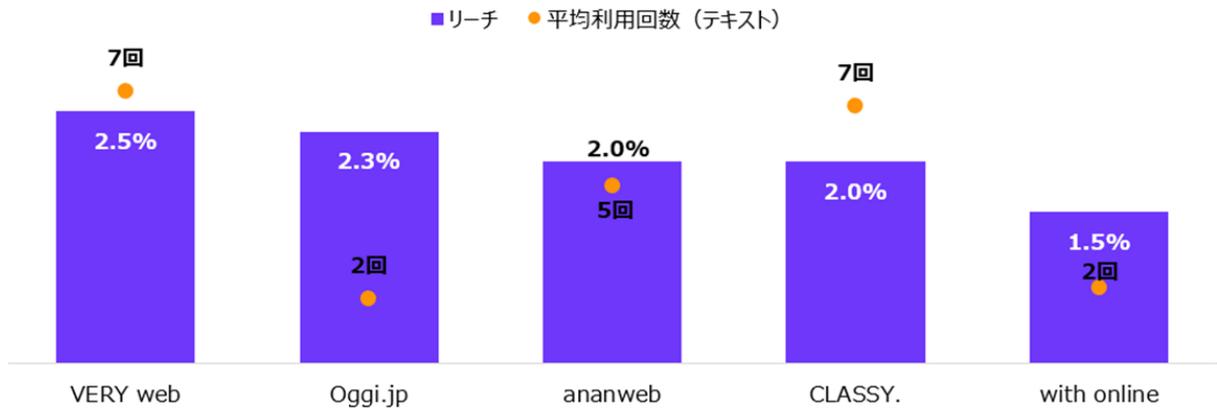
※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値

※Brandレベルでの女性読者を主対象とする美容、ファッション、ライフスタイル雑誌のデジタル媒体を集計、ポータルサイトは除外

※利用とは閲覧のみの利用も含みます

最後に、TARP が最も高かった女性の 35-49 歳の利用状況を媒体別に見ると、リーチでは上位 4 サービスがほぼ同程度となっていた一方、平均利用回数を見ると、共に光文社の VERY web と CLASSY. が最も頻繁に利用されていました (図表 3)。

図表3：2021年9月 女性誌カテゴリ 女性35-49歳のリーチ（％）、月平均利用回数



Source: デジタルコンテンツ視聴率 2021年9月 Monthly Totalレポート ※18歳以上男女

※トータルデジタル＝PCとモバイルの重複を除いた数値

※Brandレベルでの女性読者を主対象とする美容、ファッション、ライフスタイル雑誌のデジタル媒体を集計、ポータルサイトは除外

※利用とは閲覧のみの利用も含みます

女性誌媒体の視聴者は、ファッション、コスメ、グルメ・旅行などの多様な商品・サービスに関心が高く、消費意欲が活発と考えられるため、当該商材を提供する企業にとっては、女性誌媒体は効率的に興味・関心層とコミュニケーションを取ることができる場所と言えます。そういった企業のブランド担当者は、女性誌のような特定のターゲットに特化したコンテンツを提供する媒体を活用してブランディング広告、レスポンス広告を配信することがありますが、いずれのタイプの広告でも、リーチしたいターゲット層にメッセージを訴求する必要がある一方、クッキーレスが進む中、従来のデジタル識別子を用いたターゲティングができなくなっています。そのため、効率的にターゲット層にメッセージを届けるためには、第三者機関が提供し、各媒体を横並びで比較できるメディアデータを利用して、各媒体全体の視聴者数のほかに、ターゲット層がどの媒体をどのように視聴しているのかを把握した上でメディアプランニングをしていくことが重要です。

###

【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