

## 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

### 日本ブランドがアジア市場で成功するためにはアードメディアの活用が重要 ～ニールセン 海外市場における広告信頼度調査データの分析結果を発表～

2021年11月24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、消費者の広告や情報に対する信頼度調査「ニールセン 広告信頼度調査2021（Nielsen Trust in Advertising Study 2021）」をもとに、海外市場の消費者が信頼する広告、情報についての分析結果を発表しました。

海外進出を行っている日本企業にとって、各市場でのコミュニケーションを成功させるには、その市場のメディア視聴状況や競合他社の広告出稿状況を把握した上でメディアプランを検討することが重要ですが、加えて、様々な広告や情報に対する信頼度の違いを把握することも重要になります。新型コロナウイルスの感染が拡大し始めていた初期にはフェイクニュースが広まったことから、日本国内においてインターネット上の[口コミに対する信頼度が低下しました](#)。このような広告や情報に対する消費者の信頼度は、市場によって異なるため、日本国内で成功したコミュニケーション施策が他市場でも成功するとは限りません。近年デジタルメディアはすべての市場で利用が拡大していますが、その浸透スピードや、受け入れられ方は大きく異なります。そのため、日本のブランドが海外で成功するには、市場によって異なる広告や情報に対する意識も含めて把握した上で、戦略を立てていくことが求められます。

#### **韓国や香港は、日本よりもアードメディア上の情報に対する信頼度が高い**

韓国や香港を、インターネットが広く浸透した日本と似たメディア環境と理解して進出している日本ブランドも多いでしょう。ただし、広告や情報に対する意識は異なっています。「ニールセン 広告信頼度調査 2021」によると、日本では「ブランドサイト」に対する信頼度が最も高いのに対して、韓国や香港では「友だちや家族からの勧め」が最も信頼されています。また、韓国では「インターネット上の消費者の口コミ」、香港では「インフルエンサーマーケティング」「ニュース記事などのコンテンツ」といったアードメディア上の情報がTop5にランクインしており、企業の広告が上位にランクインしている日本とは大きく異なっています（図表1）。アジア・パシフィック全体で「インフルエンサーマーケティング」は、Z世代やミレニアル世代からの信頼度が高いなど、年代によっても信頼される広告

や情報が異なるため、進出しようと考えている市場においてターゲットの信頼する情報を正確に把握することが重要になります。

図表1：市場別 広告、情報の信頼度Top5

日本		韓国		香港	
1	ブランドサイト 75%	友だちや家族からの勧め 83%	友だちや家族からの勧め 88%		
2	友だちや家族からの勧め 74%	テレビ広告 69%	ブランドサイト 69%		
3	テレビ広告 67%	ブランドサイト 64%	インフルエンサーマーケティング 67%		
4	映画上映前の広告 66%	インターネット上の消費者の口コミ 62%	ブランドスポンサーシップ (スポーツイベント) 62%		
5	ブランドスポンサーシップ (スポーツイベント) 65%	ブランドスポンサーシップ (スポーツイベント) 54%	ニュース記事などのコンテンツ 57%		

Source: ニールセン 広告信頼度調査 2021

※Top 2boxes「完全に信用している」、「ある程度信用している」人の割合

### 信頼度の高い広告、情報は行動を起こすきっかけになる

消費者がその広告や情報を信頼しているということは、実際の購入などの行動を起こしやすくなります。韓国や香港で、信頼度の高かったアードメディア上の情報がきっかけで行動を起こした割合を見ると、どの情報も日本よりも高くなっており、より購入などの行動を起こすきっかけとなっていることがわかります。特に「インフルエンサーマーケティング」は、韓国や香港では日本の2倍程度行動を起こすきっかけになっており、日本ではあまり活用していないブランドでも、アジア諸国でコミュニケーションをとっていく上では活用を検討する必要があると言えます（図表2）。

図表2：市場別 行動を起こすきっかけ（アードメディア）

日本		韓国		香港	
1	友だちや家族からの勧め 66%	友だちや家族からの勧め 89%	友だちや家族からの勧め 89%		
2	インターネット上の消費者の口コミ 49%	インターネット上の消費者の口コミ 81%	インフルエンサーマーケティング 72%		
3	ニュース記事などのコンテンツ 39%	インフルエンサーマーケティング 63%	インターネット上の消費者の口コミ 65%		
4	インフルエンサーマーケティング 33%	ニュース記事などのコンテンツ 55%	ニュース記事などのコンテンツ 63%		

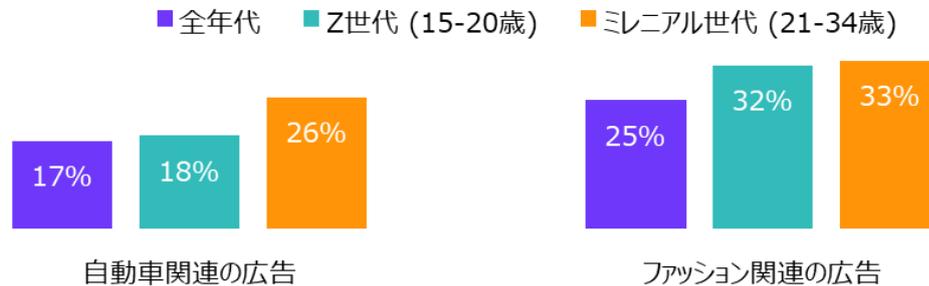
Source: ニールセン 広告信頼度調査 2021

※広告をみて「いつも行動を起こす」、「時々行動を起こす」人の割合

消費者が商品購入を検討する際に参考にする情報源は、その商品カテゴリによって異なるため、信頼する広告や情報もカテゴリによっても異なります。同じ「インフルエンサーマーケティング」でも、信頼度が高いカテゴリもあれば、信頼度が低いカテゴリもあります。「インフルエンサーマーケティング」に対する信頼度が高い香港でも、自動車とファッションで比べてみると、どの年代でもファッションカテゴリのほうが「インフルエンサーマーケティング」が信頼さ

れています。また、自動車カテゴリにおける年代別の特徴を見ると、ミレニアル世代では他の年代と比べて最も「インフルエンサーマーケティング」の効果が期待できるといえます（図表3）。

図表3：香港 カテゴリ別「インフルエンサーマーケティング」への信頼度



Source: ニールセン 広告信頼度調査 2021

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。「今回は一部の市場、一部のカテゴリを対象に分析しましたが、市場やカテゴリ、年代によって広告や情報に対する信頼度は異なります。各市場で消費者とのコミュニケーションを考える上でデジタルの活用が重要であることは広く理解されていますが、そこでどのような施策を選択して成功を収めるかは、広告信頼度を正確に把握しているかどうか大きく左右されます。パンデミックは情報に対する信頼度にも影響を与えました。今、各市場でどのような広告、情報が信頼されているかを把握することは、これからのコミュニケーション戦略を立てていく上で非常に重要になるでしょう。」

### ニールセン 広告信頼度調査2021 (Nielsen Trust In Advertising Study 2021)について

ニールセン 広告信頼度調査2021 (Nielsen Trust In Advertising Study 2021) は、日本を含む世界56カ国で実施されたグローバル調査です。調査結果はオンラインダッシュボードで参照でき、1カ国分のデータからご購入いただくことが可能です。広告に対する消費者の意識に焦点を当てたグローバル調査をさまざまな階層の人々を対象に実施しており、マーケティング担当者やメディアオーナーは本データや分析を活用することで、多様な視聴者をよりよく発見し、理解し、エンゲージメントを構築することができます。

###

#### 【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](http://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](http://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