



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

アジア太平洋地域の Z 世代の行動につながるメディアとメッセージとは？

～ニールセン、消費者の広告や情報に対する信頼度調査の結果をもとに APAC の Z 世代の広告に対する意識に関する知見を発表～

2022 年 1 月 31 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)」の結果をもとに、APACのZ世代の広告に対する意識と、彼らと有効なコミュニケーションを取るうえでの知見を発表しました。

アジア太平洋地域（以下、APAC）は世界人口の約 5 割を占め、グローバル企業が注目する市場ですが、その人口の約 2 割を Z 世代が占めています。成人期を迎える Z 世代は、今後消費活動における影響力が大きくなっていくにつれ、APAC に進出する企業のブランド担当者は、タイムリーに正しく APAC 各市場の Z 世代の行動や意識を把握することが重要になっていくでしょう。Z 世代には、数多くのメディアを使いこなし、様々な情報にアクセスできるといったような市場を超えて共通している特徴があります。一方、現地の言語や、社会環境、文化などの要素から影響を受けて形成されたユニークな特徴も伺えます。そのため、進出先市場の Z 世代とのコミュニケーションを設計するにあたり、共通して見える特徴を俯瞰するほか、市場別の Z 世代が持つ広告に対する意識や共感しやすいメッセージなども把握できると、有効なコミュニケーションにつながるでしょう。

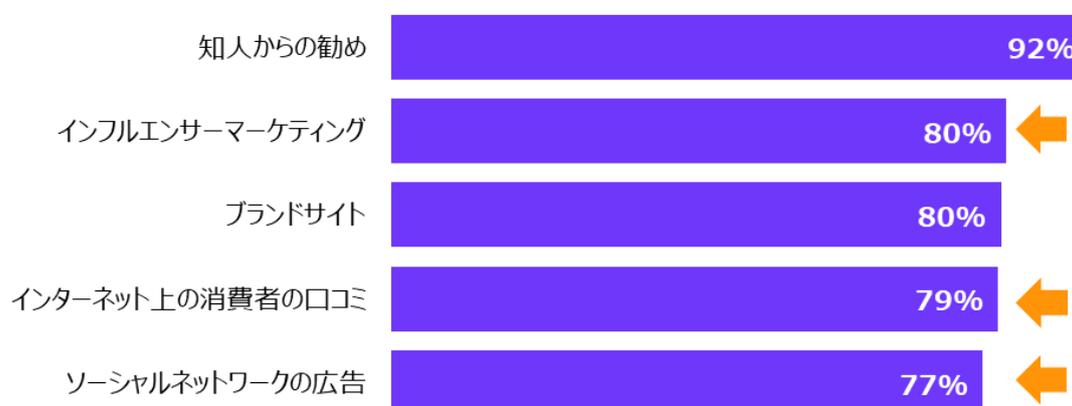
インフルエンサーや SNS からの情報が APAC の Z 世代の行動を起こすきっかけとなる

各市場においてデジタルメディアの普及し始めた時期は異なりますが、Z 世代の多くにとっては、生まれたときにはスマートフォンや、SNS サービスをはじめとしたデジタルメディアが流行り始めていました。そのため Z 世代は、[ミレニ](#)

アル世代よりも SNS に長い時間を費やし積極的に発信しているため、こうしたアードメディアからの影響を受けやすいと考えられます。

実際、このような Z 世代共通の特徴と広告や情報に対する意識は、APAC の Z 世代でも見られました。前述の調査によると、行動を起こすきっかけとして、APAC の Z 世代では、「友だちや家族からの勧め」に次いで、「インフルエンサーマーケティング」が 2 位にランクインし、「口コミ」や「ソーシャルネットワーク」も Top5 にランクインしていました。この世代が周りの経験、口コミを参考にして、さらにインフルエンサーの影響を受けて行動に移している様子が見受けられます（図表 1）。このようにブランド担当者は、APAC の Z 世代とコミュニケーションをとる際に、メディアとしては「インフルエンサーマーケティング」や SNS などのメディアを活用することが不可欠であると言えます。

図表1：APACのZ世代 行動を起こすきっかけ※ Top5



Source: ニールセン 広告信頼度調査 2021

※ 広告をみて「常に行動を起こす」、「時々行動を起こす」人の割合 APACのZ世代（15-20歳, n=1,049）

共感されやすい広告メッセージは APAC 各市場によって異なる

ブランド担当者がターゲットとコミュニケーションをとるにあたり、消費者にとって共感できるコンテンツを活用することが重要です。ただし、冒頭で言及したように、消費者の意識は生活している地域によって様々な影響を受けているため、共感できる広告メッセージも、同じ Z 世代であっても市場によって特徴が異なる場合があります。

実際に、前述の調査によると、APAC の Z 世代全体では、「実生活の場面に基づくもの」が最も共感される広告メッセージとなっていました。市場ごとに見ると結果は異なっていました。オーストラリアの Z 世代では「ユーモラスなもの」、「実生活の場面に基づくもの」が共感できる広告メッセージとして上位に上がっていました。一方、韓国と台湾の Z 世代は「価値を重視したもの」を最も共感できると答えていました。さらに、最近の Netflix 上のヒット作「イカゲーム」の舞台になった国、韓国では、「競争優位性を表す」広告メッセージも共感されるものとし



て上位に上がっていました。ブランド担当者は、[固定概念で各市場の消費者をひとくくりに見ずに](#)、進出先のターゲットの特徴を把握するとよいでしょう。

図表2：APACのZ世代 最も共感できる広告メッセージ 市場別 Top5

	オーストラリア (n=74)		韓国 (n=63)		台湾 (n=45)	
1	ユーモラスなもの	54%	価値を重視したもの	35%	価値を重視したもの	64%
2	実生活の場面に基づくもの	49%	競争優位性を表すもの	35%	有名人が宣伝、推薦しているもの	56%
3	ペットや動物を中心としたもの	32%	エネルギーあふれる、もしくはアクション性が高いもの	32%	実生活の場面に基づくもの	53%
4	価値を重視したもの	31%	ユーモラスなもの	30%	ユーモラスなもの	49%
5	健康をテーマにしたもの	28%	実生活の場面に基づくもの	29%	エネルギーあふれる、もしくはアクション性が高いもの	38%

Source: ニールセン 広告信頼度調査 2021 APACのZ世代 (15-20歳)

当社アナリストのマ・ピンチュアンは、次のように述べています。「今後、Z世代の購買力が高くなっていくにつれて、消費活動におけるこの世代の影響力もより大きくなっていくと考えられますので、APACに進出している日本企業にとって、この地域のZ世代とコミュニケーションを取る必要性が一層高くなっていくでしょう。APACのZ世代は共通してアールドメディアから影響を受けやすいといった特徴のほか、それぞれの市場でしか見えない広告や情報に対するユニークな意識も持っていますので、マーケティング担当者はターゲットに関連した情報を正しく把握したうえ、進出先のZ世代とのコミュニケーション設計に臨むとよいでしょう。」

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 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