

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

変化の激しい時代において、海外市場での広告費トレンドを把握することの重要性 ～ニールセン、海外市場における広告統計データの分析結果を発表～

2022年3月2日

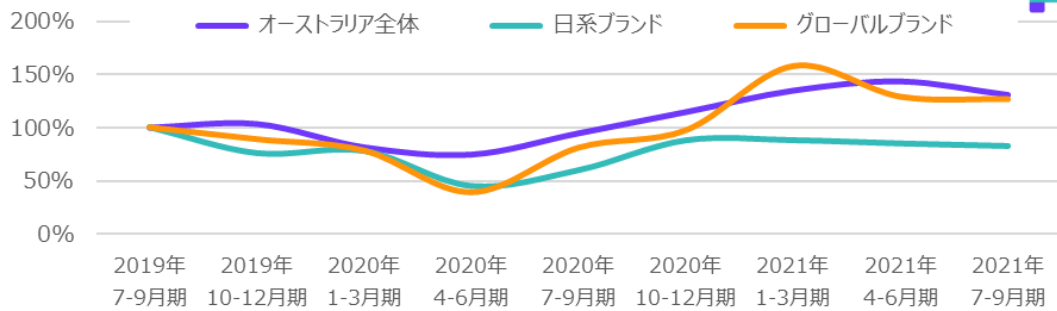
視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役社長 宮本 淳）は、「海外広告統計データ（Nielsen Ad Intel International）」のデータをもとに、オーストラリアとタイの広告出稿状況に関する分析結果を発表しました。

マーケティング担当者にとって、広告出稿ボリュームを決定する際に考慮しなければいけない外的要素は数多くあります。すでに多くのマーケティング担当者が影響を受けている COVID-19 などの社会全体の変化や、自動車業界などにおける半導体不足のような特定の業界における変化、また市場ごとの競合企業の動向など、さまざまな要素を把握した上で、自社の目標達成のために必要な出稿量を決定していくことになります。このような様々な外的要素は日々変化していくため、海外展開している日本企業の担当者にとっては、そのトレンドの変化をタイムリーに把握した上で、意思決定を行っていくことが重要になります。

実際、例えばオーストラリア市場における広告費のトレンドを見ると、大手グローバル自動車ブランドの広告費はオーストラリア市場全体（他のカテゴリも含む）のトレンドと同様、2020年の4-6月期以降は増加傾向にあります。しかし、日系の自動車ブランドの広告費のトレンドは、グローバルブランドのように市場全体と同じトレンドを描かずに、コロナ以前の水準には届いていないことがわかります。ブランド・エクイティが低下すると、特に競合他社と比べて広告費が低い場合は、将来の売上減少につながる可能性があります。商品の供給不足の際にコンバージョン目的の戦術を実行すると、コンバージョンした顧客への対応が滞った場合などにブランドに対する信頼を失う危険性がありますが、ブランド認知などのアップパーフェネルの活動に注力することで、ブランドにとってのロイヤルカスタマーの維持とリード顧客層を拡大することができます（図表1）。

タイ市場においては、日系の食品、飲料ブランドはタイ市場全体と似たトレンドで一時期減少したものの、2021年にはコロナ前の水準に戻ってきています。一方で、グローバルブランドはより早いタイミングから広告出稿量を増やし、コロナ禍で外食が減少して家での食事が増えたなど、消費者の食生活の変化に対応したコミュニケーションを行っている様子が伺えます（図表2）。海外市場に進出している日系企業にとって、このような競合や市場全体の変化をいち早く把握することが重要です。

図表1：オーストラリア市場における自動車ブランドの広告費トレンド



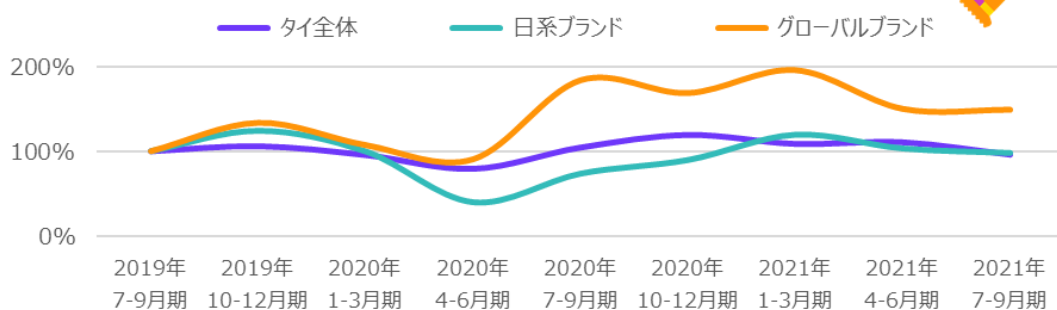
Source: Nielsen Ad Intel ※テレビとインターネット、屋外広告費合計

※広告費は米ドルで表示されています。データは現地通貨で集計され、期間中は一定の為替レートを適用しています。

※日系ブランドとグローバルブランドはそれぞれ大手5社のデータを集計しています。

※2019年7-9月期の広告費を100%としたときの数値 ※オーストラリア全体の数値は全カテゴリーの合計値

図表2：タイ市場における食品、飲料ブランドの広告費トレンド



Source: Nielsen Ad Intel ※テレビとインターネット、屋外広告費合計

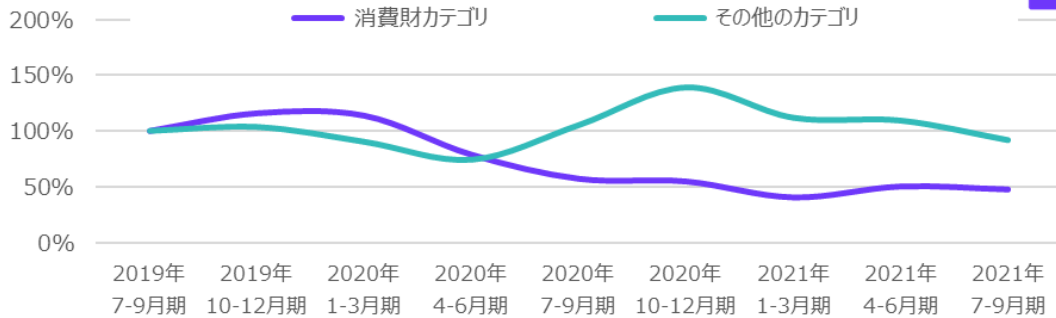
※広告費は米ドルで表示されています。データは現地通貨で集計され、期間中は一定の為替レートを適用しています。

※日系ブランドとグローバルブランドはそれぞれ大手3社のデータを集計しています。

※2019年7-9月期の広告費を100%としたときの数値 ※タイ全体の数値は全カテゴリーの合計値

そして、競合他社の出稿量と比較しながら、自社の広告費を増やすべきかどうか判断する必要があります。例えば、広告費を増やす場合でも、単純に全体的に増やすのではなく、競合他社の出稿量が少ない媒体で自社の広告費を増やすなど、競合他社との差別化策を取り入れたコミュニケーションを取る方法を検討することも考えられます。実際、タイ市場の屋外広告費のトレンドを見ると、消費財カテゴリーではコロナ前の半数程度の出稿ボリュームが続いていますが、耐久財などのその他のカテゴリーではコロナ前の水準近くまで広告費が回復してきています、(図表3)。例えば、タイに進出している日系の飲料・食品ブランド企業は、競合が今回のように屋外広告比を増やしていないことを確認した上で、屋外広告への出稿を増やすことを検討すると良いでしょう。ブランドの担当者としては、カテゴリー全体のトレンドだけでなく、その他の業界のトレンドも合わせて把握した上で、最適なタイミングで各メディアの出稿量を変更していくことが、消費者の認知獲得において重要になります。

図表3：タイ市場におけるカテゴリ別の屋外広告費トレンド



Source: Nielsen Ad Intel

※広告費は米ドルで表示されています。データは現地通貨で集計され、期間中は一定の為替レートが適用されています。

※2019年7-9月期の広告費を100%としたときの数値

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。「私たちの生活環境は日々大きく変化しています。自国における変化を追うことすら難しい状況下、海外進出ブランドの担当者は遠い市場の消費者、業界の変化を随時追っていく必要があります。今回見たように、競合他社や他業界の広告費が増えているケースもあるでしょう。そのような場合は、競合や他業界の広告費を媒体別に把握した上で、より効果的な媒体を選定してコミュニケーションプランを策定することが、海外市場で成功する上で非常に重要になります。」

Ad Intel International 海外広告統計データに関して

Ad Intel International 海外広告統計データは、海外市場ごとに地場の有力企業を含む主要企業の商品別/メディア別出稿状況、出稿クリエイティブ、キーメッセージなどをまとめた統計情報です。広告出稿費統計はデータ世界 60 カ国を超える市場でカテゴリやブランド名の名寄せに対応しています。また、広告クリエイティブ情報は世界 95 カ国の情報に対応しています。海外市場における競合企業、ブランド毎の広告戦略の理解、海外市場におけるシェアオブボイスの把握、海外市場における競合企業、ブランド毎のキャンペーンやメッセージの分析を支援し、海外市場戦略策定の指針となります。

Ad Intel International 海外広告統計データに関するお問い合わせは

ニールセン デジタル株式会社営業部 Email : jpw_ClientServices@nielsen.com

または 下記ウェブフォームからお問い合わせください。

<https://www.netratings.co.jp/contacts/contact/index.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、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)

- 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