

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 「スポーツ新聞社」ジャンルの利用状況を発表

2022年10月19日

- 「スポーツ新聞社」ジャンルのトータルデジタルでの月間利用者数は、Sponichi Annexが最も多く1,096万人
- 上位5サービスの性年代別ターゲットGRPは、男性35-49歳で最も高く243%
- TARPの最も高い男性35-49歳の月間平均利用回数は、nikkansports.comが最も多く月8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、「スポーツ新聞社」ジャンルの利用状況を発表しました。

2022年8月のニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Total レポートによると、「スポーツ新聞社」ジャンルにおいて、PCとモバイルの重複を除いたトータルデジタルの利用者数が最も多かったのは Sponichi Annex で 1,096 万人が利用しており、nikkansports.com が 963 万人で続いていました。また、平均利用回数では、nikkansports.com が月平均 6 回で最も多くなっていました（図表 1）。

図表1：2022年8月 Monthly Totalレポート
トータルデジタル利用者数ランキング「スポーツ新聞社」ジャンル

媒体名	利用者数 (万人)	リーチ%	平均利用回数	GRP%
Sponichi Annex	1,096	10.2	4	36
nikkansports.com	963	8.9	6	55
Daily Sports	886	8.2	3	26
Hochi Shimbun	813	7.5	4	32
TOKYO-SPORTS	535	5.0	3	14

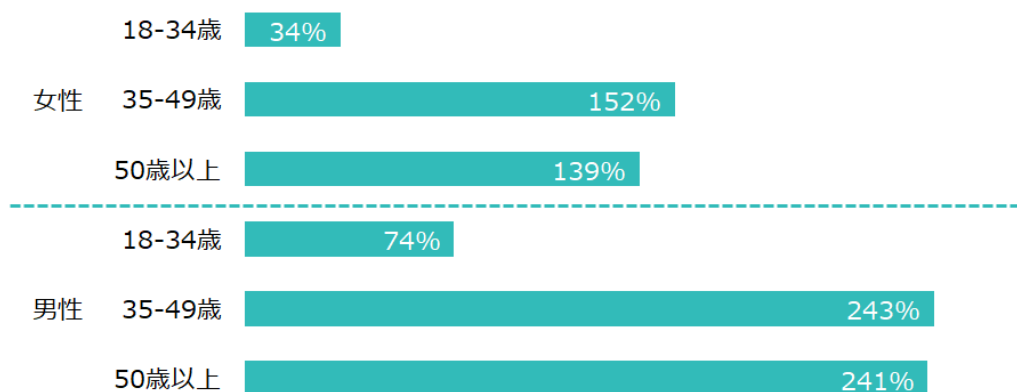
Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート

※トータルデジタル＝PCとモバイルの重複を除いた数値 ※「スポーツ新聞社」ジャンルのうち利用者数上位5サービスを集計

※18歳以上の男女、Brandレベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

次に、「スポーツ新聞社」ジャンルにおける利用者数ランキング上位5サービスを合計したターゲットGRP（TARP）を性年代別に見ると、男性35-49歳で最も高く243%となっていました。次いで男性50歳以上で241%となっていました（図表2）。

図表2：2022年8月「スポーツ新聞社」ジャンル
トータルデジタル利用者数上位5サービスの性年代別GRP



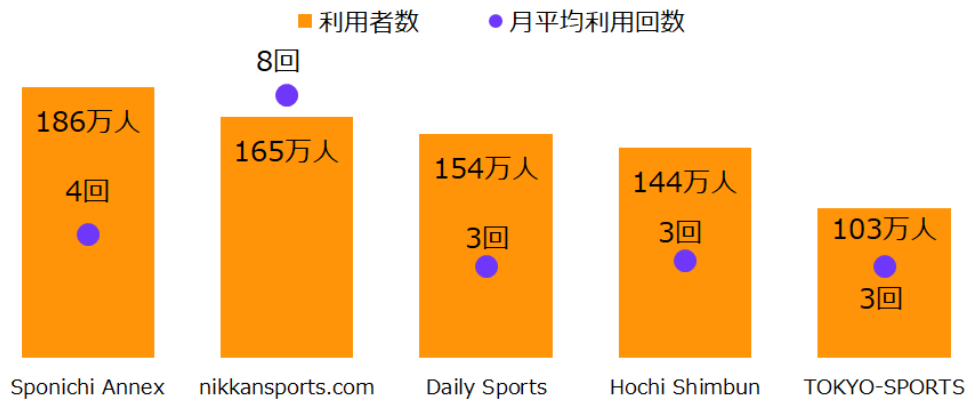
Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート

※トータルデジタル＝PCとモバイルの重複を除いた数値 ※「スポーツ新聞社」ジャンルのうち利用者数上位5サービスを集計

※Brandレベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

最後に、TARPが最も高かった男性35-49歳の利用状況をサービス別に見ると、利用者数ではSponichi Annexが最も多く186万人で、nikkansports.comが165万人で続いていました。また、平均利用回数ではnikkansports.comが月平均8回で最も多く、Sponichi Annexが4回で続いていました（図表3）。

図表3：2022年8月「スポーツ新聞社」ジャンル 男性35-49歳の利用者数、月平均利用回数



Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値 ※「スポーツ新聞社」ジャンルのうち利用者数上位5サービスを集計

※Brandレベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

来月にFIFAワールドカップの開催を控える中で、「スポーツ新聞社」ジャンルのサービスは今後ますます注目されることが想定されます。スポーツ新聞社は、より多くの視聴者に、より多くの回数、コンテンツ視聴してもらい、広告媒体としての価値を高める必要があります。そのためには、コンテンツ編成を検討する際に自社サービスの視聴者属性やユーザーの利用状況を正確に把握し、視聴者の興味関心に合致したコンテンツを掲載し、またサービスの利便性を向上させて視聴者に継続的に利用してもらえるように工夫していくことが重要です。

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 (Nielsen Digital Content Ratings) について

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、デジタル媒体の全てのコンテンツを、PC、モバイル、タブレット、およびCTVなどの全てのデバイスを横断して計測し、デジタルコンテンツ全体の視聴者のメディア接触と消費量を包括的に把握することを可能にします。媒体社はこのサービスを使うことで、デジタルメディアの消費状況全体を把握でき、広告販売における透明性のあるデータの開示や競争力のある広告メニューの開発をおこなえます。広告主、広告会社は広告購入における適切な予算配分計画をおこなえます。日次データは3日後にはオンラインのインターフェイス上に表示され、顧客企業はデジタルメディアの利用状況をすばやく知ることができます。サービスの詳細は、ウェブサイトでもご覧いただけます。

<https://www.netratings.co.jp/solution/dcr.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

ニールセンは、視聴者測定、データ、分析におけるグローバルリーダーとして、世界のメディアとコンテンツの形成を担っています。あらゆるチャネルとプラットフォームにおける人々の行動に関する深い理解を通じ、実用的なインテリジェンスによって、将来にわたってクライアントがオーディエンスとのつながりを構築できるようにサポートします。ニールセンは世界 55 カ国以上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

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