

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

不安定な世界情勢下において、海外市場の広告費トレンドを把握する重要性 ～ニールセン、米国市場における広告統計データの分析結果を発表～

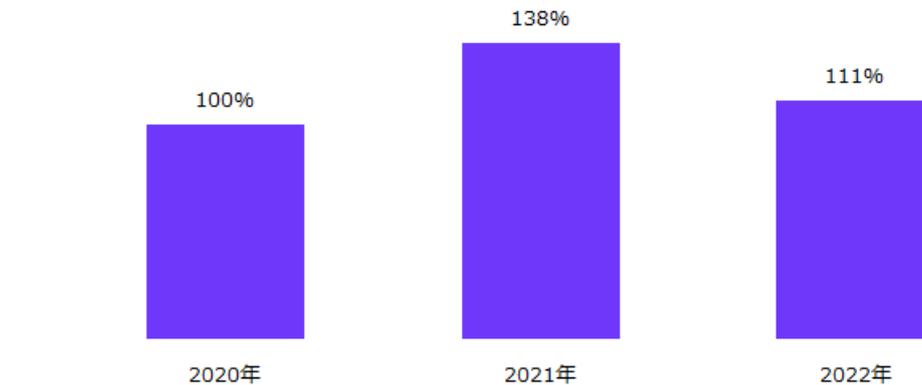
2023年2月22日

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 Dean Matthew Richardson）は、「海外広告統計データ（Nielsen Ad Intel International）」のデータをもとに、アメリカの広告出稿状況に関する分析結果を発表しました。

海外市場を担当するマーケティング担当者が、現地市場において最適なメディアプランを立案するために検討すべき要因は複数あります。そのような要因の中で重要なもののうちの一つとして、対象国における広告出稿状況を把握することがあげられます。自社の広告出稿の目的を達成するために、現地市場における競合企業や自社ブランドの業界、市場全体の広告費トレンドを考慮に入れた上で出稿媒体、出稿量を決定していくことが重要です。

COVID-19の影響で、世界各国で2020年に広告費が削減されていたものの、2021年には回復傾向にありました。しかし2022年に入り、世界情勢の不安やそれによる物価の上昇などを受けて、今後景気が後退する可能性が高まっていることから、広告費が伸び悩んでいる状態にあります。実際に、世界有数の広告市場規模を誇るアメリカにおける広告費全体のトレンドを確認すると、2020年4-6月期の広告費を100%としたときに、2021年同月期は138%となっていました。2022年同月期には減少し111%となっていました（図表1）。景気後退が予測される局面において、広告費への積極的な投資という判断は取りづらいでしょう。しかし、COVID-19の感染が拡大し始めた2020年にも指摘されている通り、[広告費の減少によりブランド・エクイティが損なわれることで、将来の売上減少につながる可能性](#)が明らかになっているため、ブランドにとって注意が必要です。

図表1: アメリカ市場における広告費全体のトレンド



Source: Nielsen Ad Intel

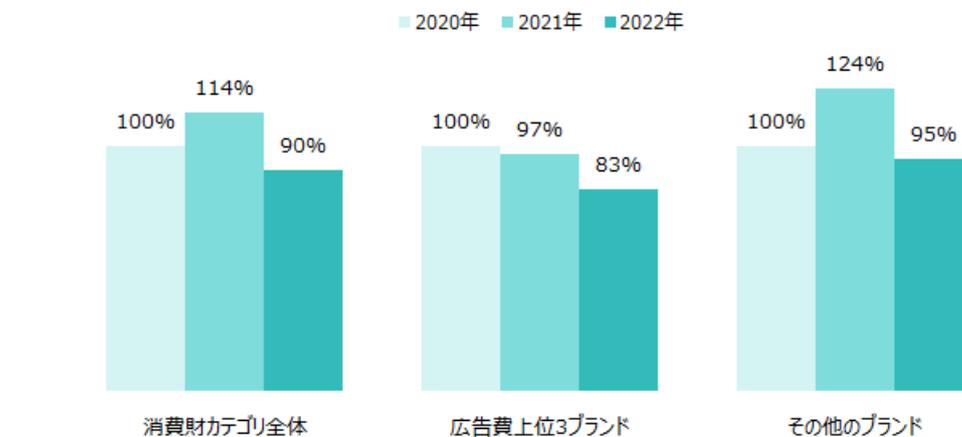
※広告費は米ドルで表示されています。データは現地通貨で集計され、期間中は一定の為替レートが適用されています。

※2020年4-6月期の全カテゴリの合計を100%としたときの各年4-6月期の数値

※全体の数値は全カテゴリの合計値

世界的な景気の後退が予測され、市場全体の広告費が減少している中で、競合企業も同様に広告への投資を抑えているだろうと考える担当者も多いでしょう。しかし、現地の市場全体の広告費トレンドと競合企業の広告費トレンドが必ずしも一致するとは限らないため、競合や業界全体のトレンドを併せて把握することが重要です。実際に、アメリカにおいて広告費の大きな業界の一つである消費財カテゴリの広告費トレンドに着目すると、カテゴリ全体としては2020年4-6月期の広告費を100%としたときに、2021年同月期では114%と増加していたものの、2022年同月期には90%と2020年よりも減少した水準となっています。一方で、消費財カテゴリ全体の広告費の3割強を占める上位3ブランドと、その他のブランドの広告費トレンドを確認すると、上位3ブランドでは消費財カテゴリ全体のトレンドと異なり、2020年以降は減少傾向が続いており、減少幅もその他のブランドよりも大きくなっていることがわかります（図表2）。

図表2: アメリカ市場における消費財ブランドの広告費トレンド



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。

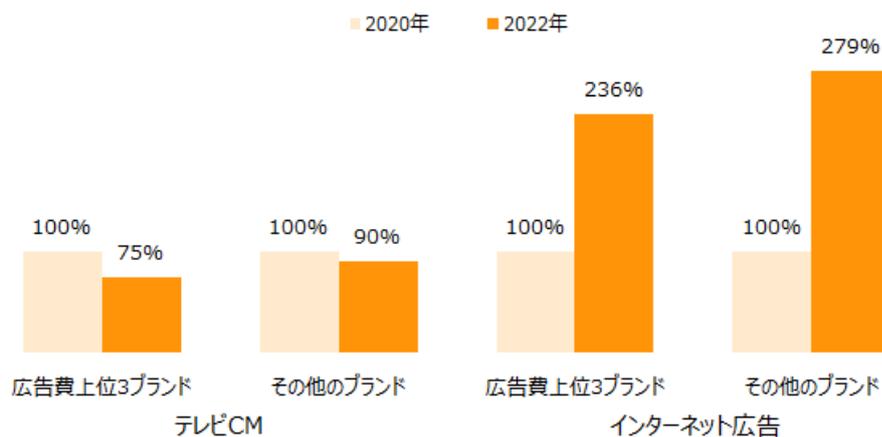
※2020年4-6月期を100%としたときの各年4-6月期の数値

※広告費上位3ブランドは2022年4-6月期の上位3社、その他のブランドは上位3社以外を集計

上位3ブランドが広告費を削減していますが、具体的にどの媒体で削減しているのでしょうか。ブランドが自社の媒体別の出稿量を検討するに当たり、競合企業の出稿媒体のバランスを考慮する必要があります。テレビCM

とインターネット広告に着目して広告費のトレンドを確認すると、上位3ブランド及びその他のブランドともに2022年4-6月期には2020年同月期と比較してテレビCMを削減し、インターネット広告を増加させるという傾向は一致しています。しかし、その他のブランドにおいては、上位ブランドよりもインターネット広告の増加幅がより大きくなっています（図表3）。[Nielsen Commspoint](#)によると、アメリカの消費財カテゴリにおいて、オンラインで「過去に購入したことのないブランド」を購入する割合は、実店舗の約3倍であることが分かっています。上位ブランドにとっては、広告費削減によりブランド・エクイティが低下している可能性があることや、上位ブランドの座を狙うその他のブランドがインターネット広告を大幅に増加させていることにより、特にECにおいてブランドスリッチが進み、売上シェアを奪われる可能性があることを認識する必要があります。

図表3: アメリカ市場における消費財ブランドの媒体別広告費トレンド



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。

※2020年4-6月期を100%としたときの各年4-6月期の数値

※広告費上位3ブランドは2022年4-6月期の上位3社、その他のブランドは上位3社以外を集計

当社シニアアナリストの宗像直樹は、次のように述べています。「COVID-19の影響による広告費削減の流れが落ち着いてきたタイミングで景気の後退が進みつつあることにより、各社の広告出稿状況は世界的に大きく変化しています。海外市場を担当するマーケティング担当者にとっては、様々な外的要因の影響を受けて日々事業環境が変化する中で、進出先の海外市場の広告費トレンドを業界別やブランド別に細かく把握していくことが重要です。日本市場の変化を追うことも難易度が高い中で、海外市場の把握にはより複雑さを伴いますが、それを明らかにした上で、自社のマーケティング目的達成のための効果的なメディアプランの立案に役立て、実行していくことが海外市場展開で成功を収めるためには重要でしょう。」

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。

###

【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 Dean Matthew Richardson
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/



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