

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

重要度が増す CTV でのインターネット動画視聴を接点とする若年層とのコミュニケーション～ ニールセン、動画コンテンツと動画広告に関する視聴動向レポートを発表～

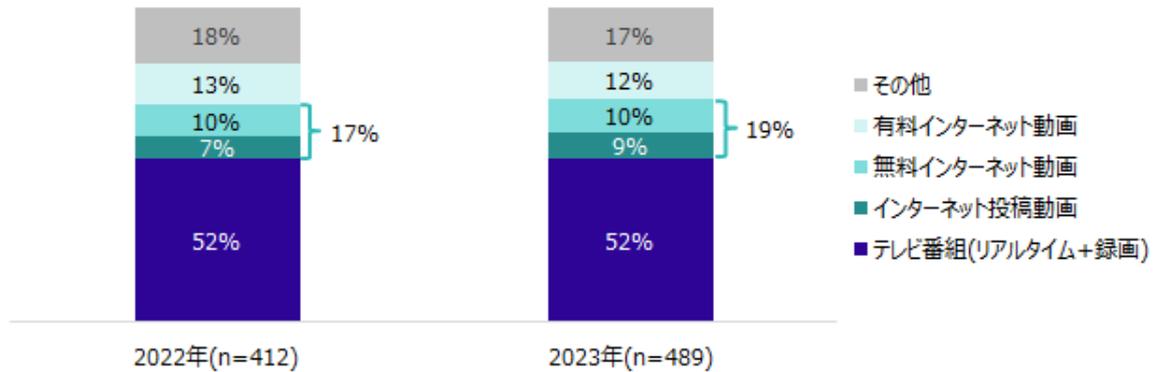
2023年4月25日

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、動画コンテンツと動画広告の利用動向調査「ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アド レポート 2023（Nielsen Video Contents & Ads Report 2023）」を発売し、そのレポートを元にテレビ画面からの動画の視聴状況を分析し、発表しました。

インターネット動画サービスの視聴は、余暇時間の過ごし方の一つとして一般化していますが、インターネット動画サービスを視聴する際にインターネットに接続したTV=コネクテッドテレビ（以下、CTV）を利用することも定着しつつあり、特に若年層において利用率が高くなっています。マーケティング担当者においても、CTV広告を消費者とコミュニケーションを取る接点の一つとして検討するケースも多いのではないのでしょうか。そのような際には、若年層がCTVで視聴しているサービスや視聴時間をはじめとした視聴動向を把握することが重要です。

「ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アド レポート 2023（Nielsen Video Contents & Ads Report 2023）」によると、テレビ画面からインターネット動画を視聴する人のサービス別視聴時間割合を経年比較すると、インターネット投稿動画と無料インターネット動画を合計した広告型インターネット動画の視聴時間割合が今年19%で、昨年の17%と比較し2ポイント増加していました(図表1)。

図表1:テレビ画面からのサービス別視聴時間割合（経年変化）

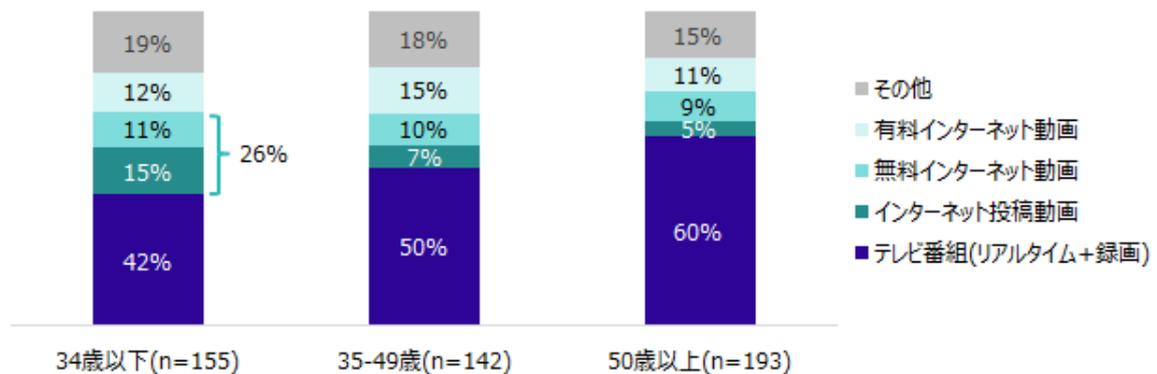


Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2023

※集計対象：テレビ画面からインターネット動画を視聴している人

広告型インターネット動画の視聴時間割合は昨年から増加しましたが、それでもテレビ番組の視聴時間割合の52%と比較して大きく浸透していないと思われるかもしれません。しかし、若年層においては少し状況が異なります。視聴時間割合を年代別に見ると、34歳以下では、テレビ番組を見ている時間の割合が他年代と比較して最も低い一方で、インターネット投稿動画の割合が昨年よりも増加したことで、広告型インターネット動画の視聴時間割合は26%と、昨年から7ポイントも増加しています（図表2）。全ての年代をターゲットとする場合も、広告型インターネット動画を活用することで、コミュニケーションの機会を増やしていくことが可能であることが分かりますが、特に、若年層とコミュニケーションを取る上ではCTV広告が非常に重要になってきていると言えます。

図表2:テレビ画面からのサービス別視聴時間割合（年代別）



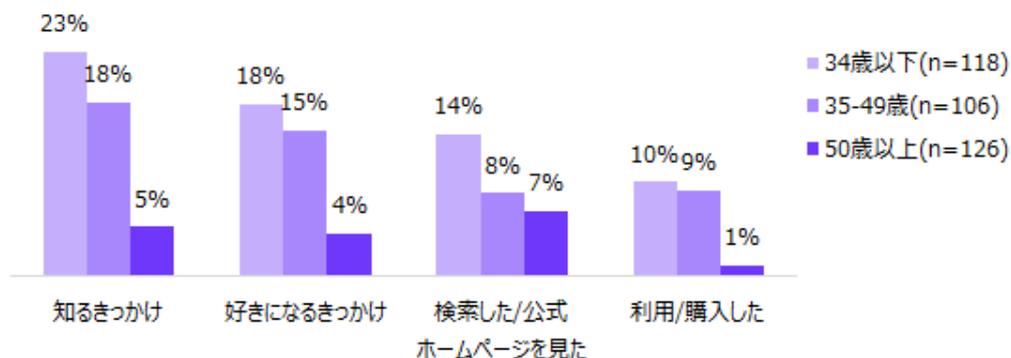
Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2023

※集計対象：テレビ画面からインターネット動画を視聴している人

また、マーケティング担当者は、通常の出稿することができない有料インターネット動画サービスの視聴に費やされている時間を無視しても良いのでしょうか。実際には、若年層ほど有料インターネット動画サービスの利用率が高く、今後契約数を増やしたいと思っている人が多くなっています。そのため、有料インターネット動画に費やされる時間が、特に若年層において今後増えていく可能性も考えられるため、ここに費やされる時間の活用も検討する必要があります。有料インターネット動画を消費者とのコミュニケーションに活用する方法の一例として、

動画コンテンツ内に衣装や小道具などとして商品やサービスを登場させるプロダクトプレイメントがあります。この手法は古くより、映画やテレビ番組において用いられてきましたが、近年ではインターネット動画サービス上のコンテンツにおいても活用されています。広告などの情報の受け止め方は年代によって異なるため、その影響度を把握した上で活用していくことが重要です。実際に、プロダクトプレイメントの影響度を年代別に見ると、「商品やサービスを知る/好きになるきっかけ」や、「商品やサービスを検索した/公式ホームページを見た」、「利用/購入」につながる割合が、若年層ほど高くなっています(図表 3)。広告型インターネット動画サービスだけでなく、有料インターネット動画サービスも併せて活用していくことで、若年層と効果的にコミュニケーションを取ることができると考えられます。

図表3: 有料インターネット動画サービスのコンテンツ内のプロダクトプレイメントの影響度
年代別



Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2023

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。「テレビ画面からのインターネット動画視聴が定着しつつあることで、消費者のメディア視聴はこれまで以上に多様化しています。特に若年層に着目すると、CTV 広告の活用や有料動画サービスにおけるプロダクトプレイメントの活用など、従来のテレビ CM の活用だけでなく、様々なコンタクトポイントを考慮したコミュニケーションを考えていく必要があることが分かりました。マーケティング担当者は、なるべく多くのサービス上で消費者との接点を持ち続けるために、ターゲットの最新の視聴状況を継続的に把握した上で、メディアプランニングをしていくことが重要です。」

ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アドレポート 2023 (Nielsen Video Contents & Ads Report 2023) について

ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アドレポート 2023 (Nielsen Video Contents & Ads Report 2023) は、近年大きく変化してきている動画市場について、消費者の動画コンテンツの利用状況と動画広告に対する意識を調査することで、今日の消費者が、「どのような動画コンテンツを視聴し」「どのようなサービスを利用し」「どのような動画広告を求めている」のかを俯瞰できるレポートです。

本調査は2023年3月6日～9日にかけて実施され、パソコン、スマートフォン、タブレットのいずれかのデバイスを通して月1回以上インターネットを利用している日本全国の16才以上の男女、約3,200人を対象に調査を行いました。

サンプル数は、上記デバイスからのインターネット利用者の人口構成比によって割り当てられ、インターネットユーザーを代表するように割りつけられています。

また、2022年12月時点のPCおよびスマートフォンからのインターネット視聴率情報 (PC版: ニールセン ネットビュー、スマートフォン版: ニールセン モバイルネットビュー) をもとに、消費者の記憶に頼らない各種動画サービスの利用実態 (利用頻度や利用時間など) もレポートに含んでおります。

###

【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 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

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