



# 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に Monthly Total レポートを導入 トータルデジタルにおける透明性のある人ベースの媒体評価を容易にする標準指標を提供

2020年6月11日

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、ニールセンが推進するトータルオーディエンスソリューションのキーコンポーネントであるニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）に、PCとモバイルを横断したトータルデジタルでの透明性のある人ベースの媒体評価を容易にする Monthly Total レポートを導入したことを発表しました。

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率の Monthly Total レポートは、すべての主要なデジタルデバイスやプラットフォームにわたって、デジタルコンテンツのメディア接触を包括的に測定することで、複雑なマルチプラットフォーム、マルチデバイス、分散配信/視聴環境に対応し、透明性を担保した第三者が計測する「人」ベースのリーチ計測で、公平な媒体評価、広告取引のための標準指標を提供します。

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）は、ニールセンが従来から提供している業界標準のパネルベースのネット視聴率である NetView(PC版)、Mobile NetView(スマートフォン版)を進化させ、パネルデータと全数データのハイブリッドレポートとして提供しています。今回導入した Monthly Total レポートは、全数データ測定のための SDK の導入有無を問わず、パネルデータと全数データを横並びに比較し、これにより日本のすべてのデジタルメディアの媒体評価を容易に行うことができます。

2020年4月の Monthly Total レポートによると、PCとモバイルの重複を除いたトータルデジタルで最も利用者数が多かったブランドは Yahoo Japan で、7,950 万人が月に平均 414 回利用し、GRP は 26,335% となっていました。次いで Google(7,346 万人)、LINE (6,689 万人) がランクインし、TOP3 サービスは日本人口の半数以上が利用していました。以下、EC 分野から楽天が (5,770 万人) と Amazon (5,253 万人) の 2 サービスが、SNS では Facebook(5,159 万人)と Twitter (4,658 万人)、Instagram (4,224 万人) の 3 サービスが Top10 にランクインしていました (図表 1)。

図表1; 2020年4月 Monthly Total レポート トータルデジタル利用者数TOP10

ランク	ブランド名	タグの挿入状況	利用者数 (MAU)	リーチ %	平均利用回数 (テキスト)	平均利用時間 (テキスト)	GRP % (テキスト)
1	Yahoo Japan	Partial SDK	79,504,393	63.6	414	14:35:10	26,335
2	Google	Panel Only	73,455,847	58.8	262	11:33:28	15,411
3	LINE	Panel Only	66,891,870	53.5	248	15:39:02	13,288
4	Rakuten	Panel Only	57,703,070	46.2	145	2:26:08	6,703
5	Amazon	Panel Only	52,534,185	42.0	44	2:02:53	1,836
6	Facebook	Panel Only	51,587,128	41.3	86	2:49:42	3,541
7	Twitter	Panel Only	49,624,700	39.7	110	7:49:52	4,358
8	NTT docomo	Panel Only	46,583,206	37.3	189	7:35:52	7,059
9	Instagram	Panel Only	42,236,386	33.8	60	4:18:40	2,041
10	Apple	Panel Only	34,217,679	27.4	36	1:02:49	995

Source : デジタルコンテンツ視聴率 2020年4月 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)

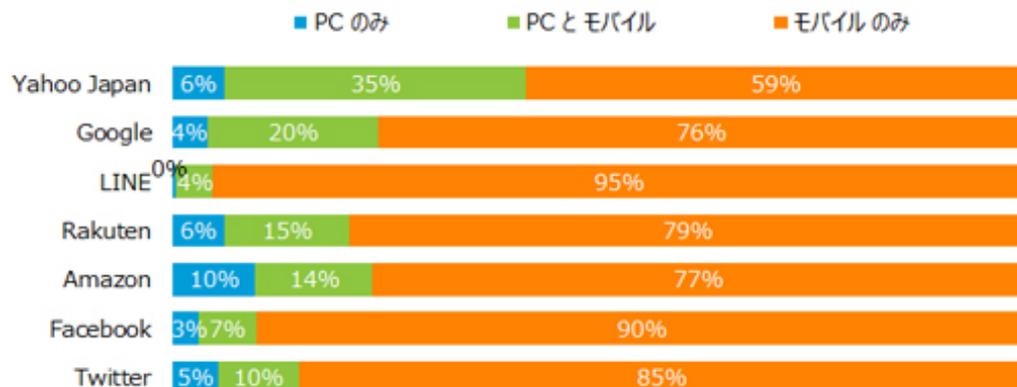
\* 現時点においてYouTubeはレポート対象外 \* GRP%および平均利用回数、平均利用時間はテキストコンテンツのみを対象に算出

\* リーチ%は2歳以上の全人口に占める利用率 \* PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

\* タグの挿入状況におけるPartial SDKはブランド内の一部のコンテンツのみを計測

次に上位7サービスのプラットフォーム別利用者数を見ると、Yahoo JapanやGoogleはPC及びPCとモバイルの併用者が多く、一方でLINEやFacebook、Twitterなどのコミュニケーションに活用されるサービスはモバイルのみの利用者が多くなっていました。サービス内容や利用する年代によって利用するプラットフォームは異なってくるため、デジタル広告キャンペーンで効率的にリーチを獲得するためには、このような媒体比較が可能なメディアデータを活用することが重要です (図表2)。

図表2; 2020年4月 Monthly Total レポート トータルデジタル利用者数上位7サービスのプラットフォーム別利用者数



Source : デジタルコンテンツ視聴率 2020年4月 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)

\* 現時点においてYouTubeはレポート対象外 \* PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女



ニールセンデジタルコンテンツ視聴率のMonthly Totalレポートは、サービスカテゴリー別のランキングの抽出も可能です。2020年4月における総合ニュースカテゴリーのランキングを見ると、Yahoo Japan Newsの月間利用者数が6,667万人で最も多く、次いでSmartNews(2,130万人)、ASAHI SHIMBUN DIGITAL(2,001万人)となっていました。また、年齢の中央値を見るとYahoo Japan NewsとLivedoor Newsは45歳と上位10サービスの中で最も若くなっていました（図表3）。

図表3; 2020年4月 Monthly Total レポート トータルデジタル利用者数TOP10 総合ニュースカテゴリー

ランク	ブランド名	利用者数 (MAU)	リーチ %	平均利用回数 (テキスト)	GRP % (テキスト)	利用者年齢中央値
1	Yahoo Japan News	66,670,454	53.3	126	6,712	45
2	SmartNews	21,296,286	17.0	83	1,419	48
3	ASAHI SHIMBUN DIGITAL	20,009,154	16.0	7	104	47
4	Nihon Keizai Shimbun	13,606,740	10.9	9	98	47
5	Gunosy	13,010,207	10.4	46	481	47
6	livedoor News	12,030,039	9.6	16	158	45
7	Jiji.com	10,479,358	8.4	3	27	47
8	Mainichi.jp	9,481,366	7.6	3	20	50
9	Sankei Shimbun	8,570,027	6.9	3	22	47
10	Toyokeizai Online	8,552,174	6.8	6	40	48

Source: デジタルコンテンツ視聴率 2020年4月 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)

\* GRP%および平均利用回数、平均利用時間はテキストコンテンツのみを対象に算出

\* リーチ%は2歳以上の全人口に占める利用率 \* PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

COVID-19の影響で在宅時間が増えた人や在宅勤務がまだ継続している人も多いため、自宅においてPCを利用する機会も増えてきています。コロナウイルス感染拡大の第二波などが懸念されており、このような状況はしばらく継続されることが予想されます。そのため、スマートフォンを中心にコミュニケーションプランを考えてきたブランド担当者にとっては、あらためてPCも含めたトータルデジタルでのコミュニケーション設計を考えていくことが重要になります。

### 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OTT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。ニールセン デジタルコンテンツ視聴率の日本でのサービス提供は、世界最大のソーシャルネットワーキング・サービス、フェイスブック社とのパートナーシップによって実現しました。日本で2,800万人の登録者数を誇るフェイスブックの巨大なユーザー・データベースをパネルと見立て、その情報とニールセンの持つ市場代表性の高いオンライン・パネルの情報とを複合的に組み合わせることにより、日本のデジタルメディアの視聴状況を性別、年齢層別に把握することが可能になります。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。

<http://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](http://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) は世界最大級のマーケティング調査 & データ分析の会社として、世界規模の消費者と市場における最も完全に信頼されたインサイトを提供しています。ニールセンは二つのビジネスユニットから成り、ニールセン・グローバル・メディアは、広告市場・メディア市場が機能するために必要である業界の共通の理解を生み出す、公正で信頼できる測定基準を提供しています。ニールセン・グローバル・コネクトは、メーカーおよび流通企業に対し、正確で実行可能な情報、インサイト、そして、複雑に進化を続ける市場の全体像を提供しています。私たちのアプローチは独自のニールセンデータと他のデータソースを結び付けることで、今何が起ころ、今後何が起ころのか、そしてこの知識に基づいてどの様に行動するのがベストなのかを世界中の顧客が見つけるお手伝いをします。S&P 500 企業として、世界人口の 90%を網羅する 100 以上国以上に拠点を有しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください： [www.nielsen.com](http://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

##### 視聴者分析ソリューション

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings  
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  
インターネットユーザーデータベースサービス ネットビューライフスタイル パワードバイビデオリサーチインタラクティブ など

##### 広告分析ソリューション

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings  
ブランディング効果測定サービス 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 など