



# 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、「Brand Resonance Report ブランドの舵取り」日本語訳版を発表

2021年7月7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、米国ニールセンがまとめた「Brand Resonance Report : ブランドの舵取り」日本語訳版を発表し、本日よりウェブサイトで公開しました。

コロナ禍での生活が始まってから1年以上が過ぎ、ニューノーマルが浸透してきているなか、マーケティング担当者は、ブランドの短期的なアクティベーション戦略だけを強化するのではなく、アクティベーションとブランドマーケティング戦略の両方の展開を考える必要が増してきました。すぐにでも購入してくれる消費者とのエンゲージメント確保はもちろん重要ですが、コロナ禍であっても、効果的なブランドマーケティングはミドルファンネルやローワーファンネルの活性化以上に重要です。

本レポートでは、継続的な成長にはバランスの取れたマーケティング戦略が必要であるとの視点から、いくつかの事例をもとに、今マーケティング担当者が取るべきマーケティング施策についてまとめています。

### ■主なレポート内容

- ・ **認知と検討の知られざる重要性**

ブランド構築の努力は、売上を伸ばすひとつの重要な手段です。ニールセンのこれまでの知見から、認知や検討などのブランド指標が1ポイント上昇すると、売上が平均1%増加します。

- ・ **失われつつあるブランドエクイティの伝統的ソース**

エクイティの損失は、従来のチャネルやデジタルチャネルでのブランドリテンションやトライアル率にも影響を及ぼします。例えば Nielsen Commspoint のデータによると、米国の消費財（CPG）市場では、リアル店舗での購入の4.3%は「過去に購入したことのないブランド」が占めていました。一方、オンラインの買い物では、この数字が12.1%に跳ね上がっています。



- ・ **今こそバランスの取れたマーケティング戦略が必要**

チャンネルが長期的な売上向上にもたらす効果を調べることによって、潜在的な売上効果を持つ認知などのアッパーファンネルのブランド指標を向上させるうえで、どのチャンネルがどれだけ効果を発揮するかを把握できるようになります。

- ・ **成長するには、メッセージングとチャンネルを正しく組み合わせることが重要**

ローワーファンネル向けのメッセージは、アッパーファンネル向けのメッセージより短期的な効果が高い一方、長期的な付加価値をあまりもたらしません。一方、アッパーファンネル向けのメッセージは、短期的な効果は若干低いものの、長期的には大きな付加価値をもたらします。

「Marketing Resonance Report ブランドの舵取り」は以下のページからダウンロードできます。

[https://www.nielsen.com/jp/ja/insights/report/2021/jp\\_brand-resonance-report\\_202107/](https://www.nielsen.com/jp/ja/insights/report/2021/jp_brand-resonance-report_202107/)

###

**【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、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](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

### 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)

ブランドセーフティサービス OpenSlate

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 タクソノミー

### 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