

ニールセン・ワイヤー月次サマリー版 2011 年 8 月号

トップニュース

**Netflix & Hulu ユーザーの視聴実態**

オンライン・ビデオ・ストリーミングの利用が増化傾向にあるアメリカでは、サービスによって視聴形態に違いが表れている。最近ニールセンが実施した調査によると、Netflix ユーザーの大多数はストリーミングされたビデオを TV で視聴している。また Netflix ユーザーの半数がゲーム機 (Wii, PS3 や Xbox) を TV に接続していることが分かった。(英文レポート)

**成長が見込めるアメリカのストア・ブランド (PB)**

アメリカのストア・ブランド (PB) にとって、2008 年から 2009 年にかけての不景気は追い風となった。ストア・ブランドの商品展開の充実ぶりにお買い得感を求める消費者の増加が相まって、ストア・ブランドの売上は急増した。アメリカ市場での PB の売上は 2007 年末から 2008 年末にかけて 1.8 ポイント上昇、2008 年末での市場シェアは 22.3% に拡大した。(英文レポート)

**2011 年第 2 四半期、グローバルで景気後退感レベルに逆戻りする消費者が増加**

ニールセンが四半期毎に実施している「グローバル・オンライン消費者信頼感調査」によると、2011 年第 2 四半期では世界消費者信頼感が過去 18 ヶ月で最低となる 89 を記録した。理由としては景気回復が遅れ、全世界で消費者が景気後退感レベルに逆戻りしていることが挙げられる。(英文レポート)

**アジアで普及の兆しを見せるスマートフォン**

アジア・パシフィック地域でスマートフォンを所有しているモバイル・ユーザーは 20% に満たないものの、スマートフォンへのアップグレード意欲は高い。ニールセンの調査によると、モバイル・ユーザーの約半数が 2011 年が終わるまでにスマートフォンの購入を検討している。(英文レポート)



フィードバック

主なニュース

ロシアで成功するための小売戦略

公共料金やコストの値上がりにより、ロシアの消費者は月々の食料費をかつてないレベルで切り詰めるようになっている。価格重視の消費者に対応するため、日用品メーカーや小売業者は戦略の修正を迫られている。(英文レポート)

アメリカ: 旅行者のオンライン嗜好

ニールセンのデータによると、旅行最盛期のアメリカでは、あらゆる年齢層が様々な旅行関連サイトにアクセスし、夏休みの計画を立てていることが分かった。(英文レポート)

モバイル・ビデオ・アプリ選択の最重視点は、「低料金 / 無料であること」

ユーチューブや Hulu、Netflix に代表されるモバイル・ビデオ・アプリを選択するユーザーにとって、「ただ(無料)に勝るものはない」。ニールセンと米ケーブル・通信事業マーケティング協会(CTAM)が合同で新たに行なった調査によると、調査対象者の 63% がビデオ・アプリ選択時の最重視点として「低料金または無料であること」と回答した。(英文レポート)

年齢・性別・民族別で見るアメリカ人のビデオ視聴習慣

ニールセンの最新「クロス・プラットフォーム・レポート」では、消費者の TV 視聴習慣が年齢別、性別、さらには民族別に異なることが明らかになっている。男性よりも女性の方が TV を視聴する時間が長い。民族別では最も TV を視聴するのはアフリカ系アメリカ人。さらには年齢が高い程、TV を視聴する傾向にある。このようにニールセンのレポートでは TV、モバイル、オンラインでのビデオ接触最新状況がまとめられている。(英文レポート)

アメリカのスマートフォン市場最新情報: OS シェアの首位はアンドロイド、メーカー別シェアではアップルがトップ

ニールセン発表の 2011 年 6 月度のスマートフォン市場データによれば、OS 別の首位はグーグルの Android (39%)、次いでアップルの iOS (28%) となっている。(英文レポート)

2011 年第 2 四半期、視聴者の心を掴んだ TV コマーシャルの共通点は「父親像」

2011 年第 2 四半期に新たにオンエアされた TV コマーシャルの中で視聴者の心を掴んだのは、「父親の愛」を描いたコマーシャルだった。(英文レポート)

消費者信頼の低下により、南アフリカの小売セクターの伸びが鈍化

ニールセンが四半期毎に行っている「グローバル・オンライン消費者信頼感調査」によると、景気への懸念、雇用問題やコストの上昇により、2011 年第 2 四半期の南アフリカの消費者信頼指数は 86 に低下した。(英文レポート)

NBA で最も市場性が高いのはダーク・ノヴィツキー

ニールセン / E-Poll の調査によると、バスケットボール選手で最も市場性が高いのは NBA ファイナルでチャンピオンになったダーク・ノヴィツキー。ノヴィツキーは N-スコア 132 を獲得した。ファイナルで MVP に輝いた他にも、ノヴィツキーが首位となった要因としてシャキール・オニールの引退、さらにはレブロン・ジェームズやドウェイン・ウェイドといった人気選手のスコアの低下(レブロン・ジェームズは 131 から 26、ドウェイン・ウェイドは 117 から 34)が挙げられる。(英文レポート)

インド: 成長機会は地方に存在

現在、ほとんどの日用品カテゴリー (83%) はインドの都市部よりも地方で急速に伸びている。地方部の重要性の高まりにより、マーケティング・プランに対する「競合」(地方のプレイヤーは地域フランチャイズを得意とするカテゴリー)の影響力が強くなることが予測される。(英文レポート)

2011 年前半、音楽アルバムやデジタル・トラックの売上が急増

ニールセンとビルボード社が共同で発表した「音楽業界中間レポート」によると、2011 年前半のアルバム、デジタル・アルバム、カタログ・アルバム、そしてダウンロードアルバムの売上は全て、2010 年同時期から上昇した。(英文レポート)

2011 年 6 月度: アメリカで最もアクセスの多いビデオ・サイト

学校が休みに入り、TV シーズンも終了、さらには休暇シーズンの到来を受けて、アメリカでの 2011 年 6 月度オンライン・ビデオ視聴者数は 1.426 億ユニークビューアーとなり、若干の低下を記録した。(英文レポート)

 フィードバック

テレビ成長ポテンシャル調査

ニールセンとANA(全米広告協会)では、皆様がどのようにテレビをマーケティング・ツールとして捉えているか理解し、その理解に基づいてTVの今後の成長ポテンシャルを探りたいと思っています。調査には、マーケターによるテレビの利用や測定方法に関する質問が含まれています。簡潔な調査となっていますので、是非ご協力ください(調査対象:クライアント企業のマーケターのみ)。

ウェビナー・ダウンロード

ニューロマーケティング:無意識に存在する購入ドライバーの発掘

従来のマーケティングにニューロサイエンスを適用することで、購買プロセスで消費者の「無意識」が引き起こす事象が明らかになり、興味深い調査結果が発表されています。本ウェビナーは脳波、アイ・トラッキング(目の動き)、肌コンダクタンス等、ニューロマーケティング調査の最先端を紹介し、消費者の無意識上にある購入意思決定プロセスを明らかにします。さらには消費者の注意、感情や記憶が脳に与える影響を中心に、認知の醸成、説得力のあるコミュニケーションの展開や新しさが感じられるパッケージやマーチャンダイジングのための新たな手法をご紹介します。[\(クリックしてダウンロード\)](#)

イノベーションの発見:新商品を成功裡に導入するための新モデル

今日、消費財を店頭で売ることがかつてない程難しくなっています。本ウェビナーでは、新商品を成功させるために実施すべき12のタスクをご紹介します。ウェビナーでご紹介するイノベーション評価アプローチは、消費者による選択という視点から新商品のマーケティング施策の包括的な評価を行ないます。[\(クリックしてダウンロード\)](#)