

## 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の Monthly Total レポートによる オリンピック開催時のトータルデジタル利用者数の増加率上位メディアの利用状況を発表

2024年10月29日

- 今年7-8月のNHK PLUSとSANSPO.COMのGRPは、前年同時期と比較して約60%増加
- 男性ではNHK PLUSの利用回数が33%増加し、月平均29回利用
- TVerとNHK PLUS、SANSPO.COMを合計したターゲットGRPの増加率は、男性の方が女性よりも高く43%増加

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 Dean Matthew Richardson）は、ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）の Monthly Total レポートをもとに、オリンピックが開催された2024年7-8月期のトータルデジタル利用者数の増加率上位メディアの利用状況を発表しました。

2024年7-8月の Monthly Total レポートによると、前年同時期と比較して利用者数の増加率が高かったメディアを確認すると、パリ2024オリンピック関連のコンテンツを提供していたTVerやNHK PLUS、SANSPO.COMでリーチとGRPが増加し、特にNHK PLUSとSANSPO.COMのGRPは約60%増加していました（図表1）。さらに、NHK PLUSとSANSPO.COMでは月平均利用回数も増加していました。

図表1：2024年7-8月平均 Monthly Totalレポート  
トータルデジタル利用者数増加率上位メディア

サービス名		TVer	NHK PLUS	SANSPO.COM
リーチ	2024年 7-8月平均	22%	6%	5%
	前年比	130%	114%	137%
月平均 利用回数	2024年 7-8月平均	24回	39回	4回
	前年比	90%	136%	114%
GRP	2024年 7-8月平均	517	235	19
	前年比	117%	156%	157%

Source: デジタルコンテンツ視聴率 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 ※コネクテッドTV (CTV) からの利用は含みません  
 ※18歳以上の男女、BrandおよびSub-Brandレベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

次に、これらのメディアの性別の月平均利用回数を見ると、男性では NHK PLUS で前年よりも 33%増加し 29 回、SANSPO.COMと TVer では前年よりも微増しそれぞれ 4 回、19 回となっていました（図表 2）。

図表2：2024年7-8月平均 Monthly Totalレポート  
トータルデジタル利用者数増加率上位メディア 月平均利用回数（性別）

サービス名		TVer	NHK PLUS	SANSPO.COM
男性	2024年 7-8月平均	19回	29回	4回
	前年比	101%	133%	103%
女性	2024年 7-8月平均	28回	47回	3回
	前年比	87%	136%	139%

Source: デジタルコンテンツ視聴率 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 ※コネクテッドTV (CTV) からの利用は含みません  
 ※18歳以上、BrandおよびSub-Brandレベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

最後に、これらのメディアを合計したターゲットGRPを性別に見ると、男性では女性よりも増加率が大きく前年よりも43%増加していました（図表 3）。

図表3：2024年7-8月平均 Monthly Totalレポート  
トータルデジタル利用者数増加率上位メディア 3サービス合計のGRP（性別）

男性	2024年 7-8月平均	574%
	前年比	143%
女性	2024年 7-8月平均	955%
	前年比	120%

Source: デジタルコンテンツ視聴率 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 ※コネクテッドTV（CTV）からの利用は含みません  
※18歳以上、BrandおよびSub-Brandレベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

パリ2024オリンピックは性別や年代を問わず広い層の関心を集めました。今回取り上げた利用者数の増加率が高かったメディアでは、特に男性において3つのメディアすべてで利用回数が前年よりも増加し、合計のGRPは43%増加していました。今回は夏季オリンピックという4年に一度のイベントによる影響で利用状況の変化が見られましたが、今後も大規模イベントの開催や社会情勢の変化など様々な要因によって利用状況が大きく変化する可能性も想定されます。マーケティング担当者がメディアプランニングする際には、キャンペーンの目的はもちろん、最新のターゲットのリーチや利用回数をはじめ多様な視点で利用動向を把握したうえで、適切なメディアを選定していくことが重要です。

### 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CTV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。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。

<https://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 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](http://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。あらゆるチャン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](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)**

- デジタル広告統計データ digiads

##### **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