

ニールセン、2013年上半期及び第2四半期の世界の広告費動向を発表

- 上半期は対前年同期比で2.8%増、第2四半期は対前年同期比で3.5%増。第1四半期に引き続き中南米とアジア太平洋が世界の広告費の成長を牽引
- オンライン・ディスプレイ広告は2桁の成長を維持
- 自動車、金融、エンターテインメント産業で広告費抑制の動き

メディア視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO：武智清訓）は、ニールセンが全世界の広告費を調査する Global AdView Pulse の2013年第2四半期（4-6月）版の結果を発表しました。

それによると、広告費は世界全体で緩やかな増加を続け、2013年第2四半期は前年比で3.5%、2013年上半期（1-6月期）についても対前年比で2.8%伸長したことがわかりました。

■地域別広告費：中南米とアジア太平洋が世界の広告支出を牽引

多くの市場で引き続き控えめな広告出稿状況であった中、中南米では上半期で13.1%の増加（広告費1兆3500億円¹）と大きな伸長となりました。これはアルゼンチンの広告費が3割近く増加したことが大きく貢献しました。また、アジア太平洋の広告費は2013年上半期に6.4%と大きく増加し、広告費は5兆1000億円²に達しましたが、中でもインドネシア、中国、フィリピンでの2桁成長が大きく貢献しています。

上半期の広告費は世界全体・地域別ともに伸長しましたが、財政問題がくすぶる中で広告支出に慎重なヨーロッパだけが唯一6.0%の減少となりました。ヨーロッパではノルウェーで2.5%、スイスで0.6%、ギリシャで7.4%の増加となりましたが、地域内のその他すべての国で広告費は減少しました。

その他の地域では景気の悪化により落ち込んでいた広告費が引き続き持ち直しの動きを見せ、中東・アフリカで3.9%、北米で2.7%の増加となりました。（図表1）

■媒体別広告費：オンライン・ディスプレイ広告は2桁の成長を維持

2013年第2四半期の媒体別広告費はテレビが引き続きトップシェアを獲得しました。世界全体の上半

¹ 本調査は米ドル単位で集計されています。本ニュースリリースでは1米ドルを100円で換算して表記しています。米ドル換算では135億米ドルです。

² 米ドル換算では510億米ドルです。

期（1-6 月期）テレビ広告費は前年比で 4.2%伸長し、全広告費に占める割合は 57.6%でした。ヨーロッパを除く全地域でテレビ広告費が増加しています。

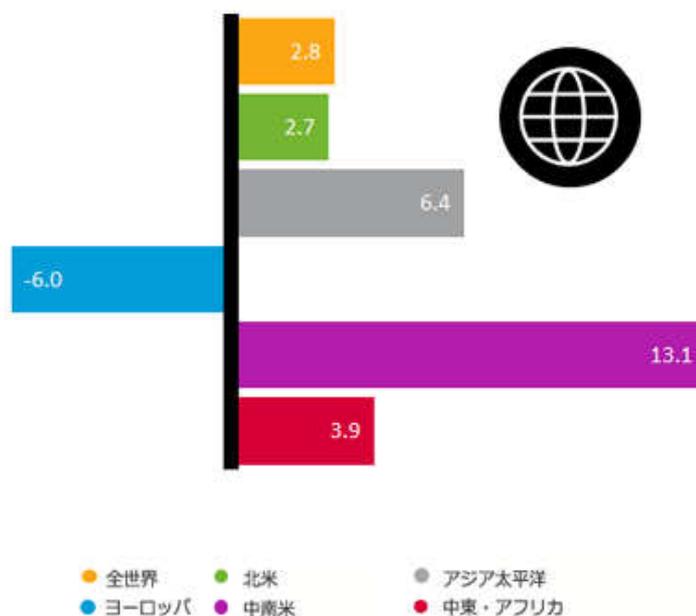
テレビを除く従来メディアへの支出はこの半年間にやや落ち込み、上半期の広告費は新聞で 2.0%、雑誌で 1.9%、ラジオで 0.9%それぞれ減少しました。それでもなお、これら 3 つが媒体別広告費シェア第 2 位～4 位の座を守っています。最も減少幅が大きかったのは映画広告費で、中南米以外のすべての地域で減少を記録した結果、全体で 5.9%減と大きく落ち込みました。

オンライン・ディスプレイ広告費については調査対象がまだ一部の国に限定されていますが、前期調査に続く 2 桁成長で、上半期全体では前年同期比 26.6%増となりました。第 1 四半期と同様にアジア太平洋と中南米で広告支出が大きく伸長し、それぞれ上半期は 43.0%、38.5%の増加でオンライン・ディスプレイ広告の成長の原動力となっています。

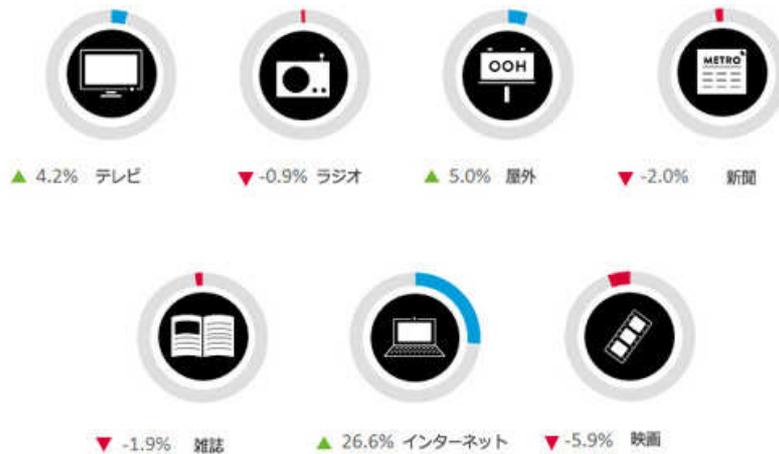
屋外広告は唯一、調査対象の全地域で伸長し、全体で 5.0%の増加でした。

「上半期に投じられた広告費の 57.6%がテレビに向けられています。世界の消費者があらゆるペイドメディアの中で最もテレビを信頼していることを踏まえると、それだけ価値のある投資と言えるでしょう。一向に減る気配のないテレビ広告への投資、そしてオンライン広告の急成長には、様々なプラットフォームを通じて消費者とつながる機会を最大化しようという広告主の意図が見えます。広告主は消費者のメディア利用動向を把握することで接触機会を増やし、効果的にリーチすることを狙う戦略を立てているのではないのでしょうか。」とニールセンのグローバル広告分析部門責任者ランダル・ベアードは述べています。（図表 2 参照）

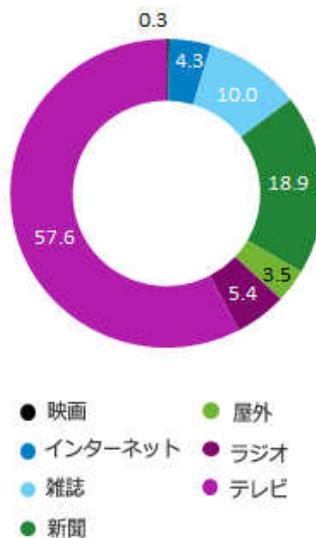
図表 1：上半期地域別広告費の増減（対前年同期比）



図表 2 : 媒体別広告費
 上半期媒体別広告費の増減 (対前年同期比)



上半期媒体別広告費シェア



■ 産業別広告費：自動車、金融、エンターテインメント産業で広告費抑制の動き

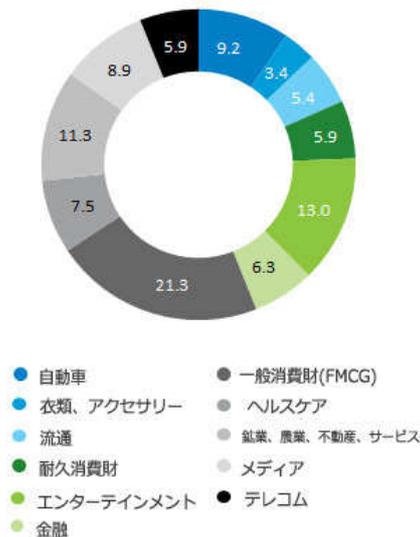
産業別では、自動車産業における上半期の広告費が 2012 年に比べて減少しています。自動車産業の広告費は 2013 年 1-6 月期に 3.1%減少しましたが、それでもなお産業別シェアの 9.2%を占めています。金融、エンターテインメント産業についても、上半期の広告費はそれぞれ 1.7%、1.2%減少し、全産業に占めるシェアは金融が 6.3%、エンターテインメントが 13.0%となっています。

回復の兆しが見えたのはヘルスケア産業で、2013 年上半期は前年同期比で 2.5%の増加を記録しました。また、他の産業を抑えて長らくトップシェアを守り続ける一般消費財 (FMCG) も、前年比 5.7%の

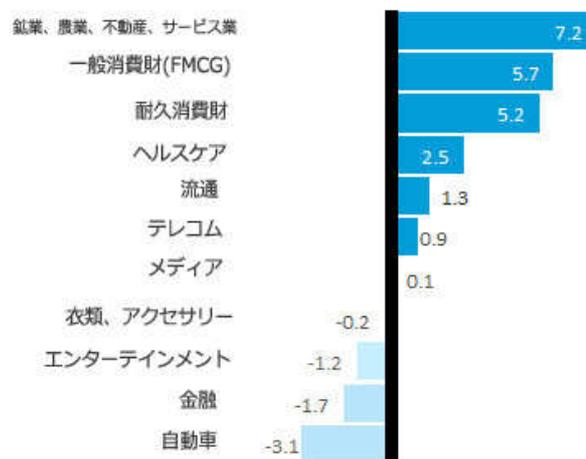
伸長に支えられ、全産業におけるシェア 21.3%を占めました。

「比較的シェアの大きい広告媒体に対してはこれまでより支出を抑える動きが見られる一方、新しい媒体に向けられる予算は増え続けています。また、自動車や金融産業の大手広告主は、経済成長のペースが予想を下回る中で支出を抑制する傾向にあります。広告費を減らす産業・媒体・地域がある一方で増やす産業・媒体・地域もあり、その結果、世界全体で 2.8%増という比較的緩やかな成長に落ち着いているのでしよう。上半期の調査結果でもう一つ言及に値するのが、前年比で 7.2%伸長した鉱工業、農業、不動産業、サービス産業です。企業向けサービス、不動産、教育・研究機関、電気・水道などが含まれるこの産業カテゴリーは、産業別広告費全体の 11.3%を占めています。」とニールセンのグローバル広告分析部門責任者ランダル・ベアードは述べています。(図表 3 参照)

図表 3 産業別広告費
上半期産業別広告費シェア



上半期産業別広告費の増減 (対前年同期比)



Global AdView Pulse について

Nielsen Global AdView Pulse はテレビ、新聞、雑誌、ラジオ、屋外、映画およびインターネット広告の広告費を調査します。データの有効性により、各市場に含まれるメディアの種類は異なります。本レポートに含まれる各国の外部データは以下の通りです。

アルゼンチン: IBOPE

ブラジル: IBOPE

クロアチア: Nielsen in association with Ipsos

エジプト: PARC (Pan Arab Research Centre)

フランス: Yacast

ギリシャ: Media Services

香港: admanGo

日本: 日本デیلیー通信社

クウェート: PARC (Pan Arab Research Centre)

レバノン: PARC (Pan Arab Research Centre)

メキシコ: IBOPE

汎アラブメディア: PARC (Pan Arab Research Centre)

ポルトガル: Mediamonitor

サウジアラビア: PARC (Pan Arab Research Centre)

スペイン: Arce Media

スイス: Nielsen in association with Media Focus

アラブ首長国連邦: PARC (Pan Arab Research Centre)

###

【ニールセン株式会社会社概要】

会社名: ニールセン株式会社 英文社名: Nielsen Co., Ltd.

本社所在地: 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント

資本金: 1 億円

設立: 1999 年 5 月

代表者: 代表取締役会長兼 CEO 福德 俊弘

代表取締役社長兼 COO 武智 清訓

主要株主: ニールセン、 トランスコスモス株式会社 など

ニールセン株式会社はニールセン、トランスコスモス株式会社などの出資による合併会社です。ニールセンの消費者視聴行動分析部門の日本法人として、視聴者分析、広告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、及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、広告会社より高い信頼性の評価をいただいております。ニールセン株式会社のサービス概要、及び会社概要は、



<http://www.netratings.co.jp/> でご覧いただけます。

ニールセンの消費者購買行動分析部門は、**ニールセン・カンパニー合同会社**です。

消費者調査、ショッパー調査、メディカルリサーチ、販売予測、マーケティング ROI 分析、コンシューマーニューロサイエンス分析、海外市場情報提供などを行っています。ニールセン・カンパニー合同会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://jp.nielsen.com/site/index.shtml> でご覧いただけます。

ニールセンについて

ニールセン・ホールディングス N.V. (NYSE:NLSN) は世界的な情報・調査会社で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報、トレードショーやそれに関連した分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークとオランダ・ディーンに本社を持ち、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ (www.nielsen.com) をご覧ください。

ニールセン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

インターネット視聴率データ NetView
スマートフォン視聴率データ Mobile NetView
スマートフォン・メディア利用実態調査レポート
検索サービス利用データ MegaView Search など

広告分析ソリューション

オンライン広告統計データ AdRelevance、AdRelevance Expenditure
広告効果分析サービス Nielsen Online Brand Effect など

###

本件に関するお問い合わせ先：

ニールセン株式会社 広報担当 西村 総一郎

電話：(03)4363-4200

e-mail: jpw_press@nielsen.com