

お問い合わせ先

コミュニケーションズ

Eメール：JPNwebmaster@nielsen.com

電話：03-5798-9353(直通)

：03-5798-9300(大代表)

ニールセン、東南アジア地域における「広告信頼度」調査結果を発表

- 東南アジアの消費者の73%が、ソーシャルメディア上の広告に影響を受けている
- 東南アジアの消費者の74%が、対象を絞った広告はコンテンツをより身近なものにすると考えている

(報道発表資料抄訳—2011年9月22日)

2011年8月22日：—東南アジア発：

世界的な情報・調査企業であるニールセンの最新調査によると、東南アジアの消費者はオンライン広告に影響されやすく、特にターゲットが明確なコンテンツや友人が興味を持っている商品やブランドに関してはその傾向が強いことが明らかになりました。

東南アジアの生活者の約73%はソーシャル・メディア・サイト上のウェブ広告に「非常に」または「ある程度」影響されやすく(図1)、さらに友人が広告されているブランドに「いいね」評価、またはフォローしている場合はこの値が80%に上昇することがわかりました。

さらに、過去のウェブサイト閲覧や購入履歴に基づいてターゲティングされたオンライン広告については、東南アジアの消費者の大部分(74%)は、この手法は「生活をより便利にする」と答えており、全世界の58%とは対照的です。この意見は、フィリピンとベトナムの消費者の間で特に高くなっており、それぞれ83%と82%がこの意見に賛成する、または非常に賛成すると答えています。

ニールセンのアドバータイジング・ソリューションズAPMEA地域担当マネージング・ディレクターのデイヴィッド・ウェブは、「東南アジアの生活者のオンライン広告に対する信頼や態度、特にターゲティングされたコンテンツに対する前向きな感情は、ターゲットとの関与を強化したい企業に無数の機会を与えることになるでしょう」、「東南アジア地域ではソーシャルメディアはますます主流の活動になっており、広告戦略、関与、転換に関して言えば、ブランドはより良い理解と消費者とのつながりの実践をすばやく『取り入れて』きました」とコメントしました。

また、東南アジアの消費者の69%がブランドまたは企業に対して「いいね」評価、あるいはフォローした経験があることが判明し、全世界平均の52%を大きく上回りました。オンライン広告に対する受容性同様、ベトナム(79%)とフィリピン(75%)が東南アジア地域では最も高い値になっています(図2)。さらにはCGM(オンラインで投稿された消費者の意見やコメント)が、東南アジアのデジタルメディアを利用する消費者の間では最も信頼されているメディアのひとつになっています。東南アジア全体では、54%がオンラインで投稿された消費者の意見やコメントを「完全に」および「ある程度」信頼すると回答しました。

デイヴィッド・ウェブは「東南アジアのソーシャル・ネットワーク・サービスのユーザーは、アドバイスやお勧めを求めたり、値引きもしくは特典を獲得するために、あるいは商品またはブランドを積極的に薦めるためにソーシャル・ネットワーキング・プラットフォームを活用し始めています。東南アジア地域の消費者

がインターネットに慣れ、信頼や知識レベルが高まれば、情報源としてのオンライン・コンテンツに対する信頼や重要性もさらに高まるでしょう」と述べています。

表1：東南アジア消費者に対するウェブサイト広告の影響

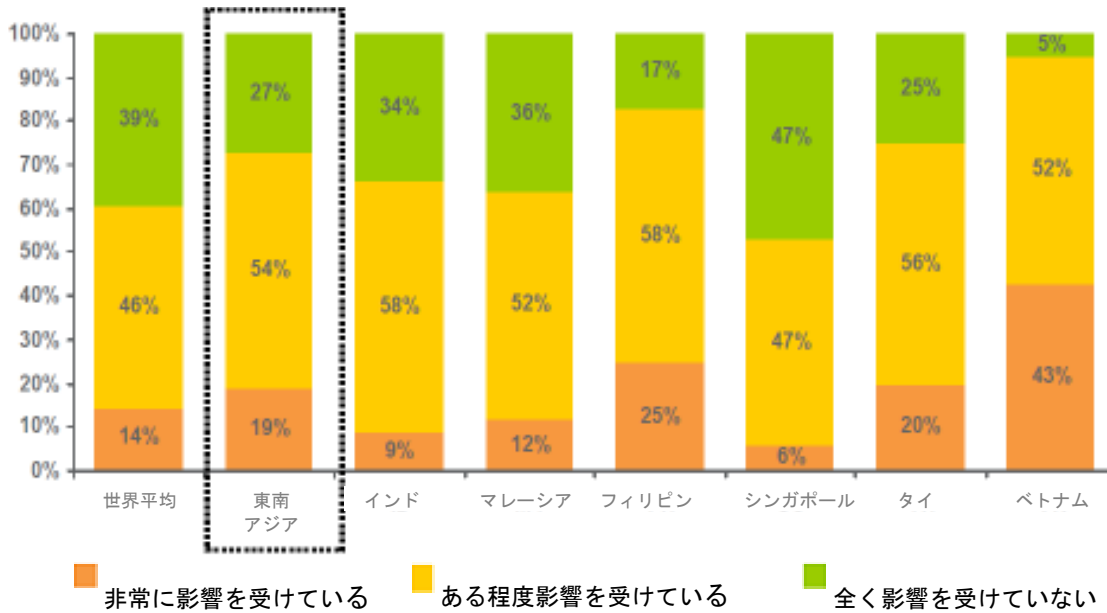
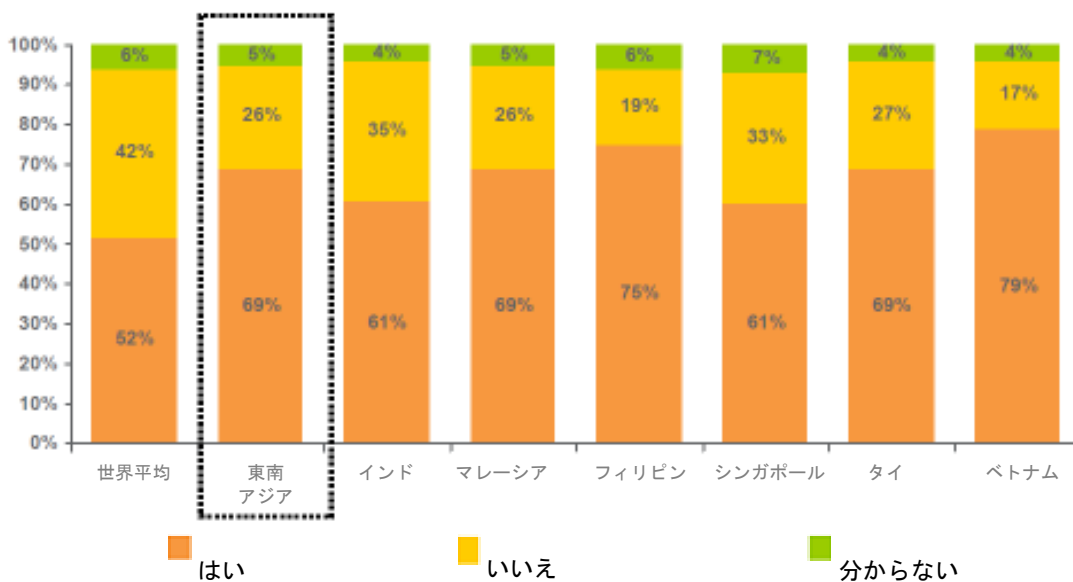


表2：ソーシャルネットワーキングサイトでブランド、企業または有名人を「いいね」評価または「フォローした」ことはありますか？





ニールセン・グローバルオンライン調査について

この広告信頼度調査は、2011年第1四半期(2011年3月23日~4月12日実施)に、アジア太平洋、欧州、中南米、中東、アフリカ、北米の世界51カ国28000人以上、15歳以上の消費者を対象に実施しました。サンプル数はインターネットのユーザーをベースに、各地域の年齢や性別によって割当てられ、インターネットを利用する消費者を代表するように割り付けられています。

ニールセンについて

ニールセン (NYSE : NLSN) は世界的な情報・調査企業で、マーケティング及び消費者情報、テレビなどのメディア視聴率、オンラインおよびモバイルのインターネット視聴率を提供しています。また、トレードショーも開催しており、各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・ディーンに本社があり、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。