

報道関係各位

2014年3月26日
株式会社カンター・ジャパン

先進国では一番。 テレビ広告を好ましいと感じる人の割合が高い日本

～テレビを所有(又は使用)し、かつスマホ又はタブレットを所有(又は使用)する
16歳から44歳の人の広告の捉え方。26カ国調査～

市場調査会社の株式会社カンター・ジャパン(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:大竹秀彦)は、テレビを見ているときにスマートフォンやタブレットを使用している人の実態を把握する調査を実施しています。

2013年11月から12月にかけてグループ会社のミルワード・ブラウン社(本社:イギリス)が行った調査によると、テレビ広告を好ましいと感じている日本の消費者の割合は51%で、先進国の中では一番高い結果となりました。

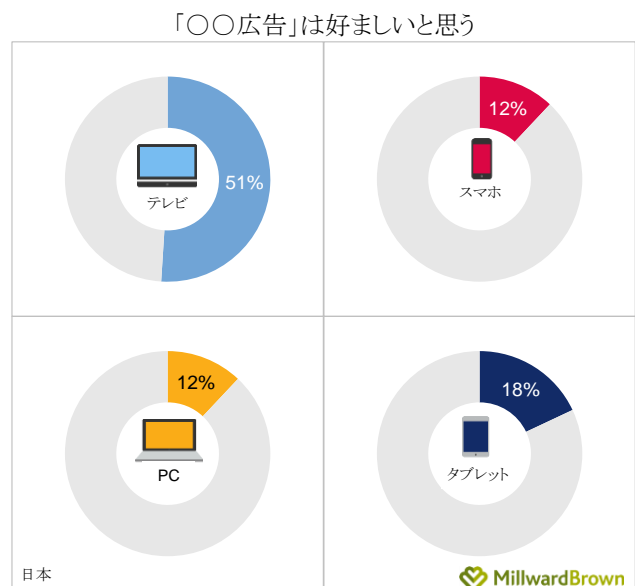
この調査は、16歳から44歳のテレビを所有(又は使用)し、かつスマートフォン又はタブレットを所有(又は使用)している人*を対象に26カ国で実施されました。日本の対象者数は164名です。

*以下では、マルチスクリーンユーザーと呼びます。

■ マルチスクリーンユーザーが一番好ましいと思う広告フォーマットは「テレビ」

この調査は、『AdReaction2014』というミルワード・ブラウン社が実施している調査で、マルチスクリーンユーザーのテレビ・PC(パソコン)・スマートフォン・タブレットに費やす時間や併用状況、各フォーマットの広告に対する態度などを明らかにするものです。

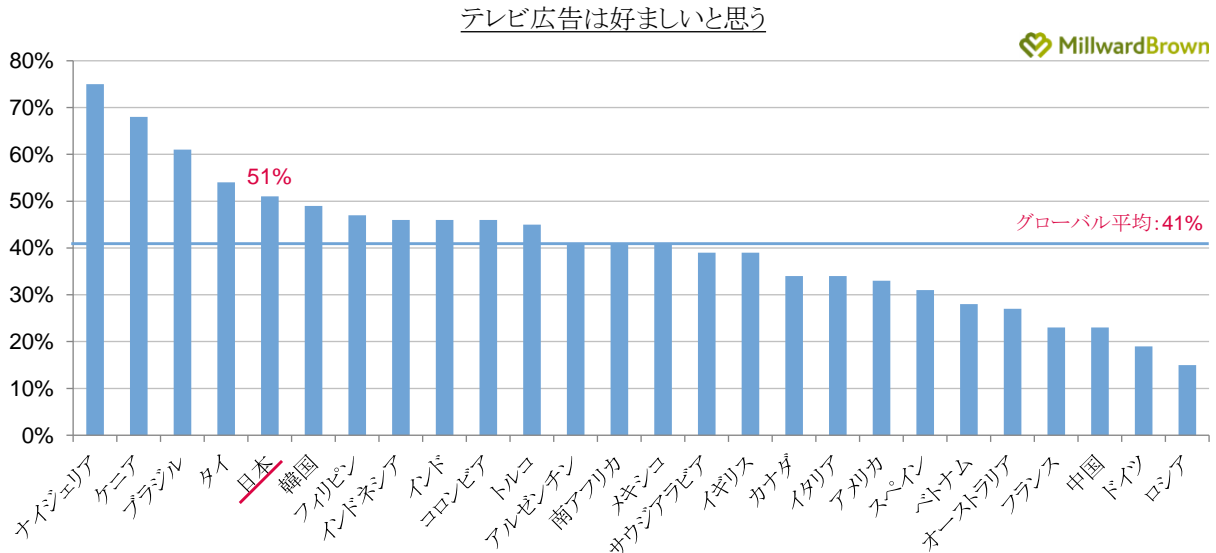
その日本の調査の中で、「各デバイスで見る広告をどう思いますか」という質問に対し、「とても好ましい」又は「やや好ましい」と回答した人の割合を合計すると、それぞれテレビが51%、PCが12%、スマートフォンが12%、タブレットが18%という結果になりました。



※上記は、それぞれについて「わからない」と回答した人を除いています。

News Release

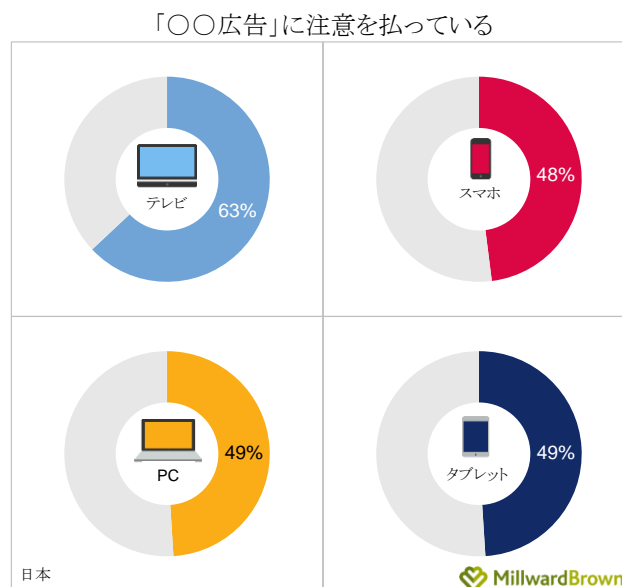
また、テレビ広告について「とても好ましい」又は「やや好ましい」と回答した人の割合を国別に見ると、日本の値はグローバル平均(41%)よりも高く、先進国では最も高い数値になりました。



この割合で最も高かったのはナイジェリアの75%、最も低かったのはロシアの15%でした。

■ 注意を払っている広告でも「テレビ」の割合が一番高い

次に、「各デバイス(機器)を見る(使う)度に、そこで見る広告にどの程度注意を払っていますか」という質問に対し、「完全に注意を払っている」、「大抵は注意を払っている」、「多少は注意を払っている」と回答した人の割合を合計すると、日本の場合、テレビの63%が最も高く、PC(49%)・スマートフォン(48%)・タブレット(49%)が同程度という結果になりました。



※上記は、それぞれについて「所有して(又は使っていない)」と回答した人を除いています。

News Release

■ まとめ

この調査結果を見ると、日本のマルチスクリーンユーザーに該当する人たちは、デジタル系のデバイス広告よりもテレビ広告の方を好意的に受け止めたり、注意を払ったりする傾向があるようです。

■ 調査概要

- 調査名称:『AdReaction2014』(2014年アド・リアクション調査)
- 調査時期:2013年11月から12月
- 調査方法:スマートフォン、もしくはタブレットによる調査
- 調査対象:16歳から44歳のマルチスクリーンユーザー。マルチスクリーンユーザーとは、テレビを所有(又は使用)し、かつスマートフォン又はタブレットを所有(又は使用)している人
- 対象者数:約11,400名(26カ国)。うち、日本は164名
- 調査国:イギリス、フランス、ドイツ、スペイン、イタリア、トルコ、ロシア、サウジアラビア、南アフリカ、ケニア、ナイジェリア、中国、インド、インドネシア、韓国、タイ、ベトナム、フィリピン、日本、オーストラリア、アメリカ、カナダ、メキシコ、アルゼンチン、コロンビア、ブラジル

本文を引用される場合は、出典を明記してください。(「カンター・ジャパン」調べ)。

※『AdReaction2014』の調査結果(日本)の主な部分をカンター・ジャパンのウェブサイト(<http://www.kantar.jp>)で公開します。ウェブサイトに掲載される(予定の)2014年3月26日付のニュースリリースをご確認ください。

※『AdReaction2014』の調査結果(英語)は、ミルウォード・ブラウン社のウェブサイトを確認することができます。<http://www.millwardbrown.com/AdReaction/2014/#/>

■ カンター・ジャパン会社概要

カンター・ジャパンは、前身企業から数えると日本で50年超の歴史を持つ市場調査会社です。13の企業(グループ)で構成されるカンター・グループに属し、日本だけでなく海外の消費者調査まで幅広く手掛けています。親会社は、世界有数の広告会社であるイギリスのWPP(ダブリュー・ピー・ピー)です。

- 社名:株式会社カンター・ジャパン
- 本社:東京都渋谷区代々木 2-1-1 新宿マインズタワー6F、7F
- 代表取締役社長:大竹秀彦
- 事業内容:市場調査、およびそれに付随するアドバイザー業務
- ウェブサイト:<http://www.kantar.jp>

本件に関するお問い合わせ先

株式会社カンター・ジャパン 広報 東園 E-mail:Marketing@kantar.co.jp Tel:03-6859-3229