



# 数字で見るニールセン Nielsen in Numbers

## ニールセンについて

Nielsenは、世界最大のマーケティング調査会社（ESOMAR Industry Report “Global Market Research 2017” 調べ）として消費者の[視聴行動](#)、[購買行動](#)の分析を行っています。

視聴行動分析、購買行動分析を他のデータと組み合わせた世界レベルの測定・分析により、ニールセンはクライアントのパフォーマンス向上を支援します。

S&P **500**企業として、

世界人口の**90**%を網羅する

**106**カ国に拠点を有し、

[日本](#)においては、2017年に[ニールセンスポーツ](#)（旧・レピュコム）と[グレースノート](#)がニールセングループに加わりました。

**1923**年、米国にて創業

**1961**年、日本で事業開始

従業員数**43,000+**人

小売パネル**101**カ国

消費者購買パネル**30**カ国

広告統計**85**カ国

TV&デジタル視聴率**31**の国と地域

## ニールセンの強み

- 世界中の消費者を理解している世界最大のマーケティング調査会社
- 独立系第三者機関による客観性
- 世界標準のデータと調査・分析手法を保有
- 最先端の手法の継続的な開発
- 総合的に、そして、統合的に顧客課題を解決
- Globalネットワークを活用したサポート体制
- 業界標準として主要SNSプラットフォームで採用されている、ニールセンデジタル広告視聴率（DAR）を提供
- 日本におけるデジタル領域（PC、モバイルなど）のコンテンツや広告の視聴に関する測定指標の整備と標準化などのため、株式会社ビデオリサーチと業務提携
- ニールセンスポーツは、世界最大規模のスポーツマーケティングリサーチおよびコンサルティング・プロバイダーとして、日本ではリーグやプロ野球球団等と契約
- 傘下のグレースノートは、2億曲以上をカバーする楽曲データと 85カ国以上のテレビ番組表データ、4,500 のスポーツリーグや国際大会に関する統計データ等を有し、世界の代表的なブランドのエンターテインメント製品に、音楽・テレビ/映画・スポーツコンテンツについての認識技術を提供