

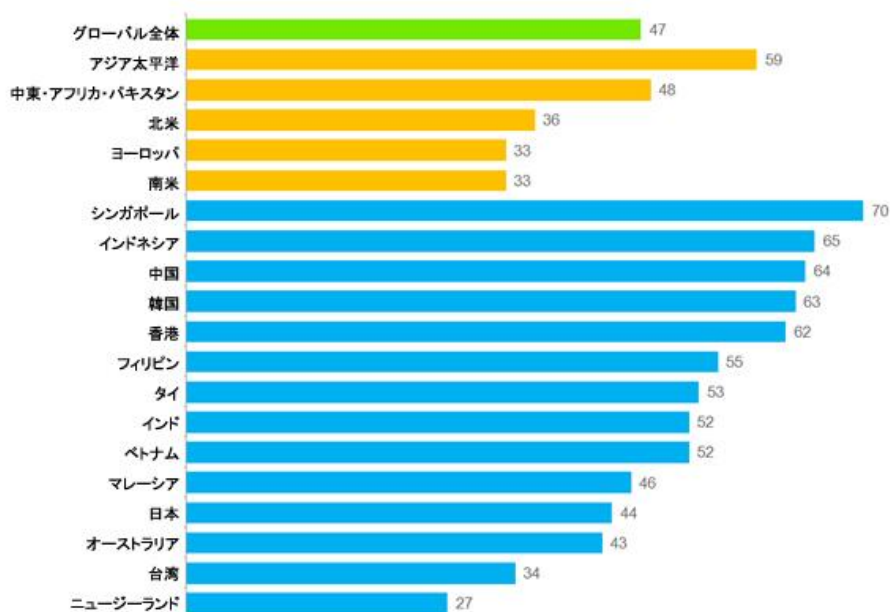
ニールセン、アジア太平洋地区のソーシャルメディア利用状況を発表 ～ ソーシャルメディアとモバイル端末がソーシャルメディアエンゲージメントを推進～

シンガポール、2012 年 11 月 13 日: 消費者が何を見て何を購入するかについての情報およびインサイトをグローバルに提供するニールセンが本日発表したレポートによると、モバイル端末を利用したソーシャルメディアへのアクセスは、グローバルのどの地域よりアジア太平洋で普及を見せています。

- アジア太平洋の消費者の 3 人に 5 人がモバイル端末を利用してソーシャルメディアで情報のやり取りをしている。
- およそ半数がテレビ視聴中にソーシャルメディアを利用している。
- アジア太平洋の消費者の 2/3 がブランド、製品、またはサービスをより良く知るためにソーシャルメディアを利用している。

グローバルのデジタル消費者動向を報告する **State of Social Media Report**によると、アジア太平洋のソーシャルメディア利用者のおよそ5人に3人（59%）がモバイル端末を利用してソーシャルメディアで情報のやり取りをしていることがわかりました。これは、グローバル平均の47%より12ポイント高く、次点地域（中東、アフリカおよびパキスタン）の48%より11ポイント高い結果となっています。モバイル端末でのソーシャルメディア利用率は特にシンガポールおよびインドネシアで顕著に高くなっています。（それぞれ 70%、65%）。(図1参照)

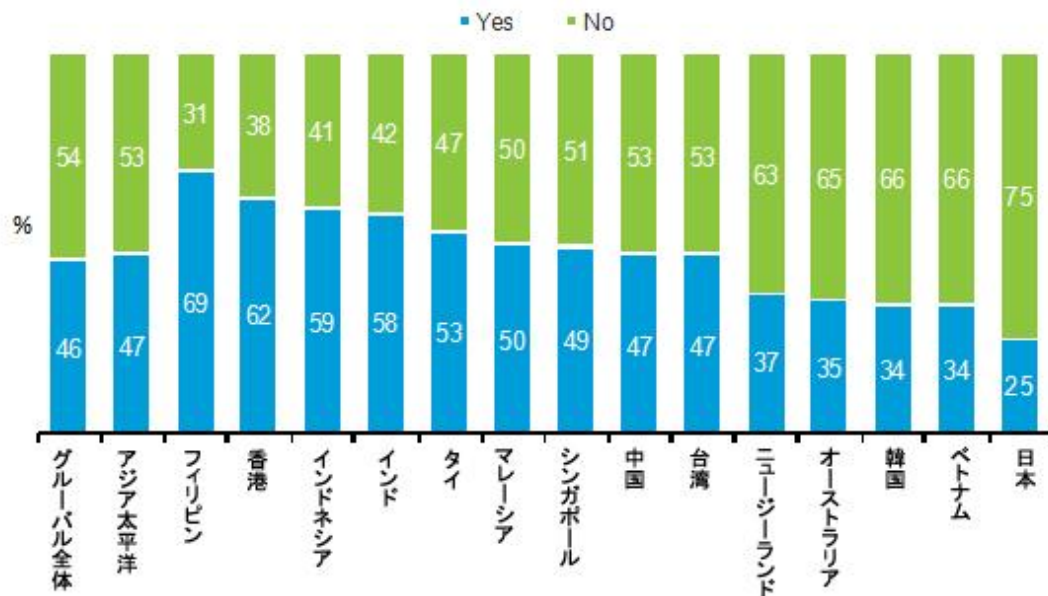
図表1: モバイル端末を利用したソーシャルネットワーキングウェブサイトへの利用率(%)



アジア太平洋のスマートフォン所有率を見ると、5人に2人以上（44%）がスマートフォンを所有し、北米の31%、ヨーロッパの30%などをしのぎ、グローバルのどの地域よりも高くなっています。アジア太平洋でのスマートフォン所有率は、昨年同期の25%からおよそ2倍となりました。

アジア太平洋の消費者のおよそ半数（47%）がテレビ視聴中にソーシャルメディアを利用しており、これはグローバル平均の46%より僅かに高い結果となりました。クロスプラットフォーム利用率が最も高いのはフィリピン（69%）で、次いで香港（62%）、インドネシア（59%）という結果になりました。（図2 参照）

図表 2: テレビ視聴中のソーシャルメディア利用率 - アジア太平洋

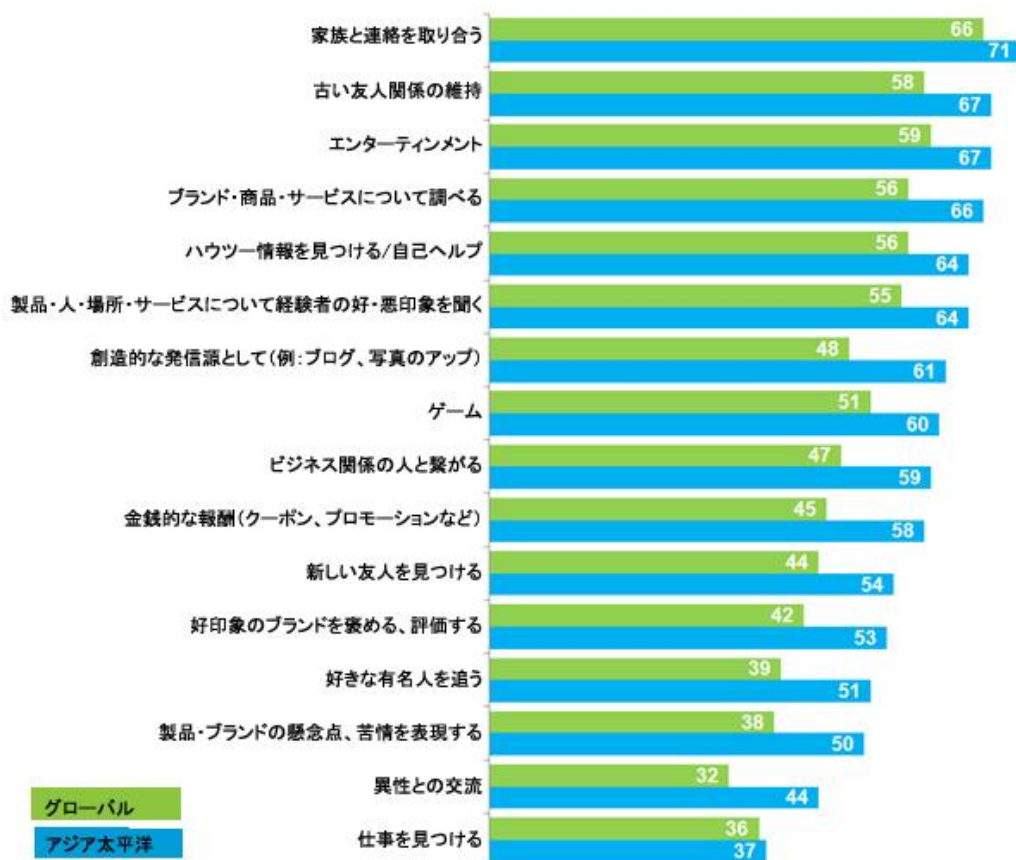


「ソーシャルメディアは、歴史上で最も急速に成長しているメディアで、今日、グローバルでインターネット利用者の5人に3人がソーシャルメディアを利用しています。アジア太平洋の消費者のソーシャルメディア利用率は世界中のどの地域よりも高く、インターネットに接続可能な端末の所有率および依存度が増加していることから、クロスプラットフォーム利用およびソーシャルメディアエンゲージメントの急激な増加が予想されます。」と、NM Inciteのアジア太平洋地域責任者のヤシア・ユーサフは述べています。

家族/友人との連絡、および娯楽の発信源は、未だにソーシャルメディアを利用する最も大きな理由の2つで

す。ブランド、製品、またはサービスについてより良く知ったり、他のユーザー体験を聞いたりするという活動も支持が高く、アジア太平洋のソーシャルメディア利用者の 2/3 は、ブランド、製品、またはサービスについて、またはポジティブ/ネガティブな経験を聞きに、週に 1 度はソーシャルメディアを利用しています（それぞれ 66%、65%）。ソーシャルメディア利用者のおよそ 5 人に 3 人は、金銭的報酬、クーポンそしてキャンペーンなどの特典をインターネット上で探しています。（図 3 参照）

図表 3: ソーシャルメディア利用の主な目的（少なくとも週 1 回以上の利用、アジア太平洋 対 グローバル）

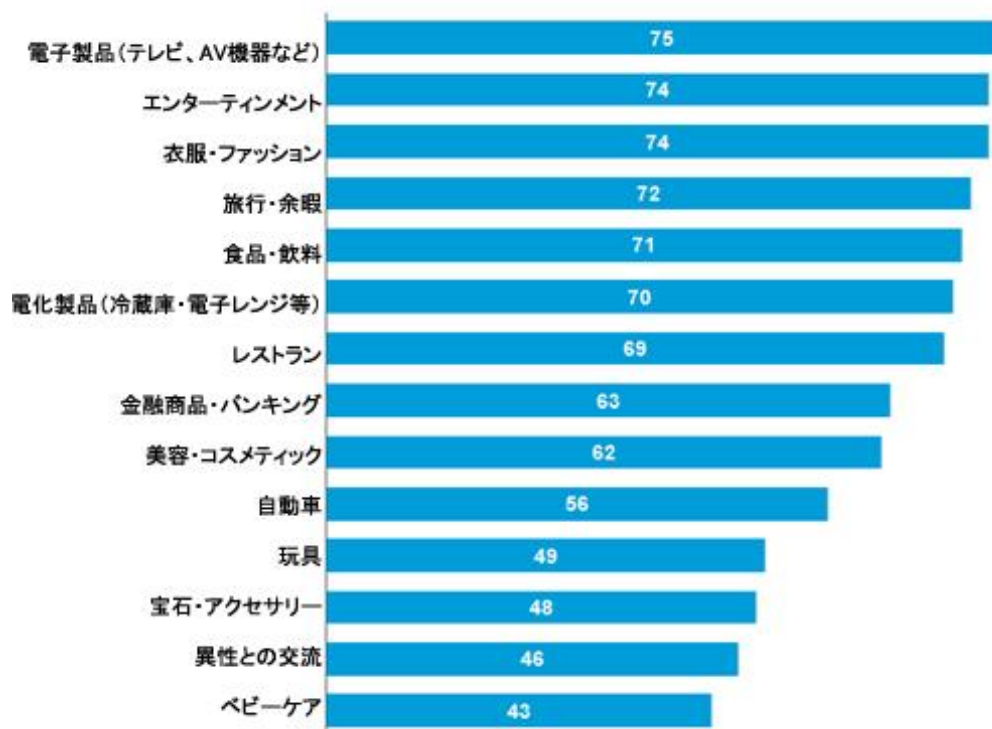


「ソーシャルメディア利用は、個人の近況報告から製品や会社情報へのアクセスへと、急激に展開しています。ソーシャルネットワーキングおよびレビューサイトは、それまでアクセス不可能とされていた消費者インサイトおよび彼らの思考や体験を企業へ提供します。ブランドはこのチャネルを通じて、メッセージやコンテンツを消費者に提供できるだけでなく、消費者の要望やニーズ、そして重要性についてより良く理解するためにソーシャルプラットフォーム上の会話に耳を傾けることができます。」と、ヤシア・ユーサフは見解を述べています。

また、ニールセンの研究で、来年にはソーシャルメディアがアジア太平洋の消費者の購買決定に影響を及ぼす大きな役割を果たすことが分かりました。家電、娯楽および衣類などを購入する意思のあるアジア太平洋の消費者の 50% 以上が、ソーシャルメディアウェブサイト/インターネット製品レビューを見て購入することが多いのが理由です。(図表4)

「ソーシャルメディアの関連性およびエンゲージメントレベルの増加により、特に、家電、娯楽および衣類や服飾セクターで、私たちはソーシャルメディアのポジティブなセンチメントおよび実際の製品やサービス購入意思の直接的な相関関係を見る事ができるようになりました。」と、ヤシア・ユーサフは述べています。

**図表 4: ソーシャルメディアウェブサイト/インターネット上でのレビューを基に
来年購入する可能性があると思う製品/サービス**



Nielsen Global Survey について

「The Nielsen Global Survey of Digital's Influence on Grocery Shopping」は、2012 年 2 月 10 日～27 日の期間にアジア太平洋、ヨーロッパ、南米、中東、アフリカ、アメリカ合衆国を含む 56 か国において 28,000 人を対象に行われました。

サンプルは、各国のインターネット利用者の年齢及び性別ごとに割り当てられインターネット消費者の代表となるよう加重され、誤差の範囲は $\pm 0.6\%$ です。このニールセンのサーベイはインターネットアクセスのある回答者の習慣を基に構成されています。インターネット浸透率は国によって異なります。ニールセンがレポートに使



用する最低基準は、インターネット浸透率 60% 又はインターネット人口 1,000 万人です。The Nielsen Global Survey は 2005 年に開始されました。

【ニールセン株式会社 会社概要】 *弊社は 2012 年 7 月 1 日、ニールセン株式会社に社名変更いたしました

会社名: ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社) 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(旧ネットレイティングス株式会社)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弁会社です。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、ソーシャルメディア分析の3つ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(旧ネットレイティングス株式会社)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 Nielsen NetView、
スマートフォン・メディア利用実態調査レポート
インターネット基礎調査レポート Nielsen BasicReport 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 Nielsen AdRelevance、Nielsen AdRelevance EXpenditure
広告効果分析サービス Ad Effectiveness など

ソーシャルメディア分析ソリューション

ソーシャルメディア分析サービス Nielsen BuzzMetrics
ソーシャルメディア分析ツール Nielsen My BuzzMetrics 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