

## News Release

### 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

Eメール：[jpw\\_press@nielsen.com](mailto:jpw_press@nielsen.com)

電話：03-4363-4200

ファックス：03-4363-4210

### パソコンはオンラインショッピングで大きな役割を担う ~ニールセン Digital Consumer Database を基に 消費者のマルチスクリーン利用状況を分析~

- 商品を購入するために利用するデバイスはパソコン。スマホ、タブレットを大きく引き離す
- スマホは「コミュニケーション」、タブレットは「エンタメ」、パソコンは「ショッピング」で利用される傾向が強い
- スマホで見てパソコンから商品を購入するユーザーが15%

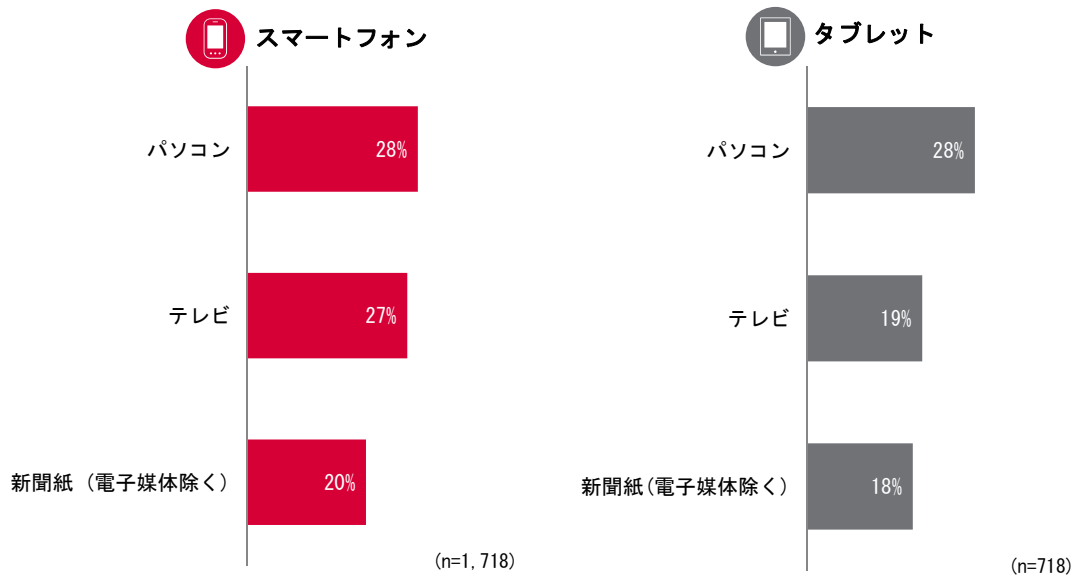
2014年10月28日

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、本日、販売を開始した消費者のマルチスクリーンの利用動向調査「Nielsen Digital Consumer Database 2014（ニールセン・デジタル・コンシューマ・データベース2014）」をもとにマルチスクリーンの利用状況を分析し、結果を発表しました。

それによるとスマートフォンやタブレットを利用することで、パソコンの利用頻度が減少したユーザーが28%いることが分かりました（図表1）。

それぞれのデバイスの利用目的で特徴的なのは、パソコンでは「商品やサービスを購入するため」に利用される割合（第3位 56%）が他のデバイスよりも高くなっていることです。タブレットでは「動画や映像、音楽、ゲームなどのエンターテインメントを楽しむ」ことを目的に利用される割合が高く第2位となっていました（図表2）。また、図表にはありませんがスマートフォンの利用目的では「家族や友人・知人とコミュニケーションをするため」が利用目的の1位（67%）となっていました。

図表1 スマートフォン・タブレットの利用により利用頻度の減少した機器/媒体 TOP3



Source: Nielsen Digital Consumer Database 2014

図表2 各デバイスの利用目的

デバイスの利用目的	パソコン (n = 2,889)		スマートフォン (n = 1,718)		タブレット (n = 718)	
	順位	%	順位	%	順位	%
必要な知識・情報を得るため	1位	67%	5位	50%	1位	45%
新しい知識・情報や面白い情報を得るため	2位	61%	6位	44%	3位	41%
商品やサービスを購入するため	3位	56%	13位	24%	8位	24%
買い物に関する情報を得るため	4位	50%	12位	33%	6位	40%
動画や映像、音楽、ゲームなどのエンターテインメントを楽しむため	5位	48%	7位	38%	2位	42%

※パソコンの利用目的を基準に並べ替え

Source: Nielsen Digital Consumer Database 2014

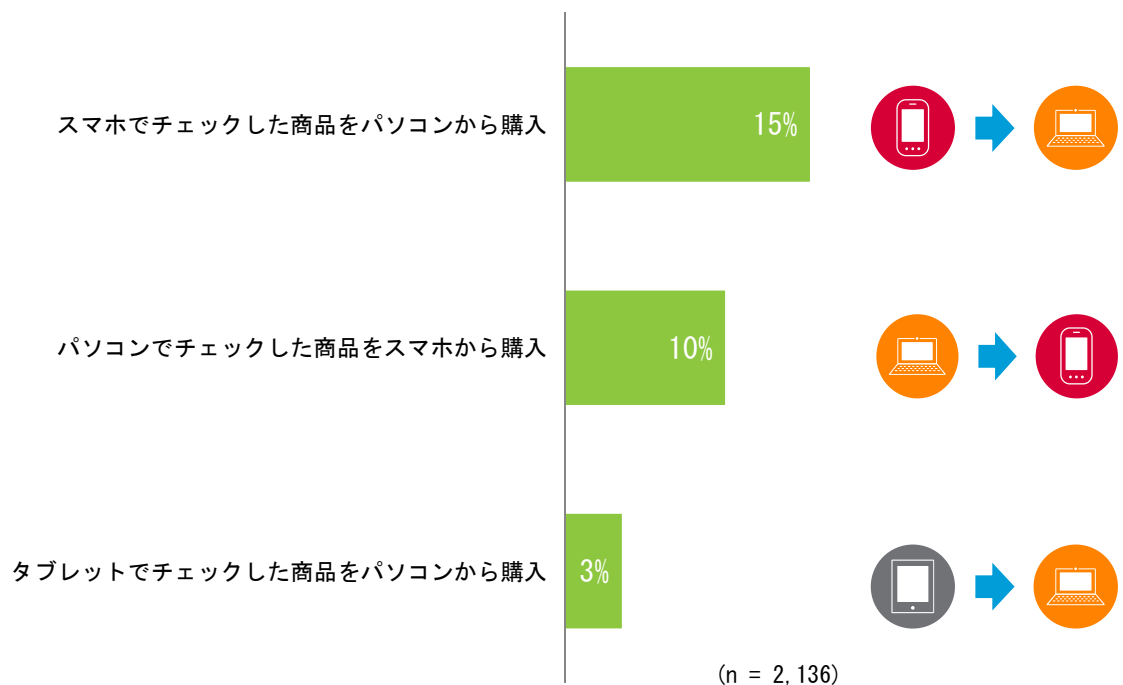
過去3ヶ月以内のオンラインショッピングやオークションでの商品購入時におけるデバイスの利用状況では、22%のユーザーが特定の商品を購入する一連の行動のなかで、閲覧と購入で異なるデバイスを利用している状況がわかりました（図表3）。その中でもスマートフォンでチェックした商品をパソコンから購入した経験のある人の割合が最も高く15%となりました（図表4）。

図表3 閲覧、購買で異なるデバイスを利用した経験



Source: Nielsen Digital Consumer Database 2014

図表4 購買におけるデバイスの使い分け TOP3



Source: Nielsen Digital Consumer Database 2014

弊社エグゼクティブアナリストの中村義哉は、「スマートフォンの更なる普及や高機能・大画面化による利便性の向上は、その他のデバイスの利用に影響を与えています。例えばパソコンはスマートフォンを利用することで、その利用頻度が落ちた人が一定数存在しています。しかし、パソコンの利用目的の第3位が『商品・サービスを購入するため』で、スマートフォンやタブレットよりも割合が高いこと、デバイスをまたいだ購買行動でもパソコンを利用した購買が行われていることから、オンラインショッピングに関わる利用については、今後もパソコンが大きな役割を担っていくと考えます。

企業としては利用されるデバイス、利用されるコンテンツによって情報を出し分けながら消費者とコミュニケーションをとることが今後必要となります。まずは自社のターゲットとしているユーザーが、どのようにデバイスを使い分けしているのかを把握することが、その第一歩となるでしょう。」と述べています。

## Nielsen Digital Consumer Database 2014 について

Nielsen Digital Consumer Database は、デバイス（スクリーン）とコンテンツ（サービス）の両面から、その利用状況を調査することで、今日の消費者が、「どのデバイスから」「何を視聴し、どんなサービスを利用」しているのかを俯瞰できる基礎調査データです。

本調査は 2014 年 9 月 11 日～9 月 17 日にかけて実施され、パソコン、従来型携帯電話、スマートフォン、タブレットのいずれかのデバイスを通して月 1 回以上インターネットを利用している日本全国の 15 歳（高校生）以上の男女、計 2,928 人を対象に調査を行いました。

サンプル数は、上記 4 デバイスからのインターネット利用者の人口構成比によって割り当てられ、インターネットユーザーを代表するように割りつけられています。

サービスの詳細は、下記ウェブサイトでもご覧いただけます。

<http://www.netratings.co.jp/solution/DCDB2014.html>

###

### 【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 福徳 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、視聴者分析と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。詳細は、ホームページ (<http://www.nielsen.com/jp/ja.html>) 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、モバイル情報の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・ディーメンに本社を持ち、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](http://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 Nielsen NetView

スマートフォン視聴率データ Nielsen Mobile NetView

スマートフォン利用状況分析レポート Nielsen Smartphone Analytics

検索サービス利用データ Nielsen MegaView Search など

##### 広告分析ソリューション

広告効果分析サービス Nielsen Online Brand Effect

オンライン広告リーチ測定 リーチ&フリケンシー など