

News Release

お問い合わせ： 中川奈津子、コミュニケーションズ

Eメール： JPNwebmaster@nielsen.com

電話： 03-6837-6549

日本、アメリカともにスマホユーザーの80%が動画サービスを利用

～ ニールセン、日米の動画サービス（「ビデオと映画」カテゴリ）の利用状況を発表 ～

- 日本、アメリカともに、PC、スマホからの利用動画サービスは「YouTube」が最も人気
- アメリカはPC、スマホともにSVODサービスの利用時間が長い
- アメリカでは「YouTube」は20時、「Netflix」は22時と利用時間帯のピークが異なる

2015年9月29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：東京都港区、代表取締役社長兼COO：宮本淳）は、スマートフォン視聴率情報Nielsen Mobile NetView（ニールセン・モバイル・ネットビュー）、および、PC版インターネット視聴率情報Nielsen NetView（ニールセン・ネットビュー）のデータをもとに、「動画サービス」の利用状況に関する最新動向を発表しました。

ニールセンが独自に分類する「ビデオと映画」カテゴリにおいて、日本とアメリカのPCおよびスマートフォンからの利用状況比較したのが図表1です。各デバイスからの利用率をみると、日本とアメリカともに、PCは約55%、スマートフォンでは約80%と、デバイスごとでは大きな差はありませんでした。また、1人あたりの利用時間では、PCにおいてアメリカが日本よりも1時間程度長くなっていましたが、スマートフォンでは大きな差はありませんでした。

次に、利用者数のランキングをみると、日米ともにPCもスマートフォンも「YouTube」が1位となり、2位と比較して2倍以上の差があることがわかりました。1人あたりの利用時間の上位サービスでも「YouTube」の利用時間が長くなっていますが、日本のPCでは「ニコニコ動画」が1位となり、アメリカではPC、スマートフォンともに定額制のストリーミング動画視聴サービス（Subscription based Video On Demand：SVOD）である「Netflix」や「Hulu」の視聴が根付いているという特徴がみられました。

図表1：日本とアメリカの「ビデオと映画」カテゴリの利用状況 PC vs. スマートフォン 2015年8月

		日本	アメリカ
利用率 利用者数		53%	55%
		2,703万人	1億661万人
1人あたりの 利用時間		4時間16分	5時間39分
		1時間56分	2時間7分
利用者数 ランキング		1位：YouTube(1,923万人) 2位：ニコニコ動画(782万人)	1位：YouTube(8,027万人) 2位：Netflix(2,434万人)
		1位：YouTube(3,580万人) 2位：ニコニコ動画(1,284万人)	1位：YouTube(1億2,738万人) 2位：IMDb(3,480万人)
利用時間 ランキング		1位：ニコニコ動画(3時間44分) 2位：YouTube(3時間5分)	1位：YouTube(4時間27分) 2位：Netflix(2時間58分) 3位：Hulu(1時間47分)
		1位：YouTube(1時間29分)	1位：YouTube(1時間46分) 2位：Netflix(1時間5分)

Source:

スマートフォン：Nielsen Mobile NetView ブラウザとアプリからの利用

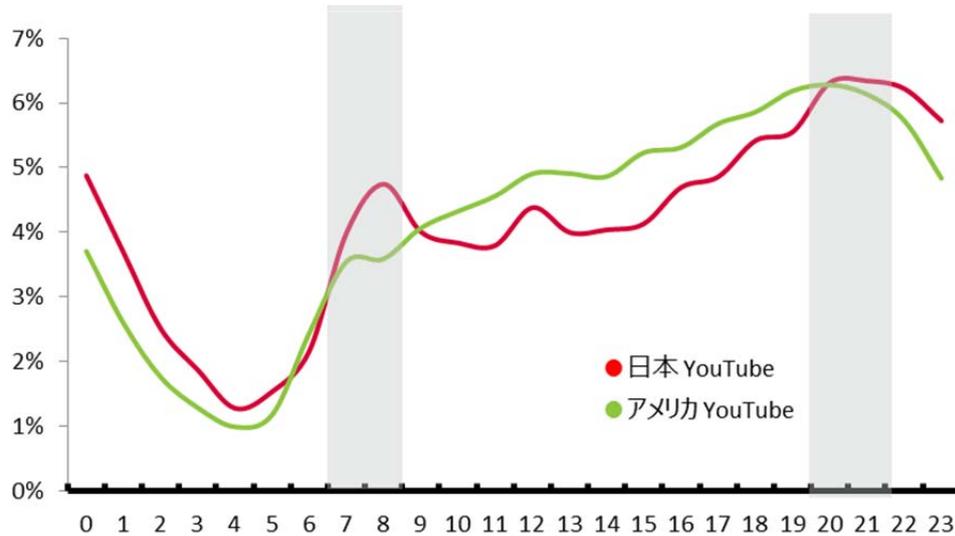
PC：Nielsen NetView 家庭および職場からの利用

※Nielsen NetViewは2歳以上の男女、Nielsen Mobile NetViewは18歳以上の男女

※利用時間ランキングは、アクティブリーチ3%以上かつ1人あたりの利用時間が1時間以上のサービス

次に、日本とアメリカで「YouTube」について、スマートフォンのアプリからの1日の時間帯別の利用時間シェアを表したのが図表2です。全体的に朝から夜に向かい利用時間割合が伸びており日本では一番のピークは21時台、アメリカでは20時台となりました。帰宅後、いわゆるゴールデンタイムにスマートフォンで「YouTube」をみていると想定されます。また、日本では朝7-9時に山ができており、朝の通勤通学の時間帯によく使われていることが特徴です。

図表2：日本とアメリカの「YouTube」アプリ 1日の時間帯別利用時間シェア2015年5-7月平均



Source:

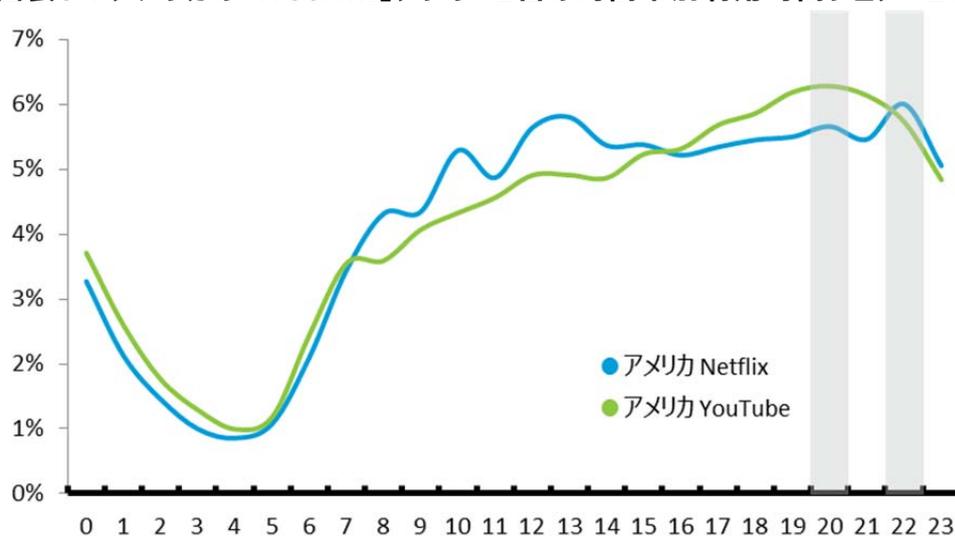
Nielsen Smartphone Analytics アプリからの利用

※18歳以上の男女

※1日の時間帯別利用時間シェア…1日の総利用時間を100%とした場合の各時間帯の利用時間割合

また図表3は、アメリカにおける「Netflix」と「YouTube」のスマートフォンのアプリからの1日の時間帯別の利用時間シェアです。「Netflix」は午前8時から13時まで幾つかピークを作り、22時に最も高いピークを迎えています。「YouTube」のピークは20時であり、「Netflix」と「YouTube」では利用する時間帯のピークが異なっていることがわかりました。

図表3：アメリカの「Netflix」アプリ 1日の時間帯別利用時間シェア 2015年5-7月平均



Source:

Nielsen Smartphone Analytics アプリからの利用

※18歳以上の男女

※1日の時間帯別利用時間シェア…1日の総利用時間を100%とした場合の各時間帯の利用時間割合

当社シニアアナリストの今田智仁は次のように述べています。『Netflix社の日本でのサービス開始などもあり、SVODサービス市場の拡大が期待されています。SVODサービスの利用が先行しているアメリカでは、TV保有世帯の40%がSVOD契約しており、今回の調査でもPCやスマートフォンでSVODを活用していることがわかりました。今後、日本でもどの程度利用者数を伸ばしていくのか注目です。また、いつ、どのスクリーンで可処分時間が消費されるのかは、企業にとって重要なポイントとなります。生活者は日米ともに、いわゆるゴールデンタイムにスマホからYouTubeアプリを利用しており、アメリカでは22時台にNetflixアプリを利用しているといった状況がわかりました。帰宅後は何かしながらショートフィルムのYouTube、その後はベッド等でじっくりNetflixを利用といった使い分けがなされているのかもしれませんが。生活者はその時々に応じてTVやデジタルデバイスも使い分けて動画を見ていると考えられます。企業はデバイスやサービスだけに注目するのではなく、どういったシチュエーションの時に、どのサービスを、どのスクリーンで、どの時間帯に、どれ位の時間を消費しているのか、といった生活者の行動を理解し、コミュニケーションプランを考えていくことが重要となるでしょう。』

Nielsen Mobile NetView について

Nielsen Mobile NetView は日本全国の 4,000 名 (iOS、Android 各 2,000 名) の調査協力モニターから取得するアクセスログ情報を元に作成されます。従来のアンケート調査とは異なり、実際のユーザーのアクセス記録に基づくデータであり、アプリやウェブサイトの利用時間や利用頻度などの正確な利用動向データの提供が可能です。また、利用者属性情報を含むパネル調査であるため、属性別の利用状況を把握できます。データは、ウェブサイトの訪問、アプリの利用もしくはスマートフォン全体での利用状況を参照することができ、また、利用者属性、OS、電話会社、デバイスなどのフィルターを使用してデータを抽出することもできます。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/nielsen_mobile_netview.html

Nielsen NetView について

Nielsen NetView は、日本全国に 4 万名以上のオンライン視聴者パネルを構築し、データを収集、報告しています。また、ニールセンの視聴率パネルは家庭のみならず、日本で唯一、職場にも 2,200 名以上のパネルを構築していますので、日本全体の PC でのインターネット利用動向を俯瞰することができます。同一条件で測定される視聴率情報であるがゆえに、自社サイトの利用状況や利用者属性の把握のみならず、競合サイトの利用状況との比較もでき、かつ、日本全体あるいは業界内での自社のポジショニングを確認することもできます。時系列データの抽出や、他サイトとの重複利用状況を抽出するなどの豊富なツールも実装されています。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/netview.html>

###

【ニールセン株式会社 会社概要】

社名： ニールセン株式会社 英文社名： Nielsen Co., Ltd.

本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11 階

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 宮本 淳
主要株主： ニールセン、トランスコスモス株式会社 他

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、およ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います。ニールセン株式会社のサービス概要、および会社概要は 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 www.nielsen.com/jp でご覧いただけます。

ニールセンについて

ニールセン N.V. (NYSE: NLSN) は、世界的な調査会社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。視聴行動分析部門は、メディア・広告企業向けに各種デバイス上での動画・音声・テキストコンテンツ消費動向を把握するトータルオーディエンス測定を提供しています。購買行動分析部門は、消費財メーカーや小売企業を対象に業界で他に類を見ない世界規模のリテールパフォーマンス分析を提供しています。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 100 カ国以上に拠点を有しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください：www.nielsen.com

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

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings
広告効果分析サービス Nielsen Digital Brand Effect など