

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

スマホアプリ利用時間の約 35%はコミュニケーションで消費、1 位は「LINE」

～ ニールセン、スマートフォンアプリの利用状況を発表～

- スマートフォンの利用時間の増加はアプリの利用時間が牽引
- スマートフォンアプリ利用時間の 1 位は「LINE」で、総利用時間の約 10%
- 「Twitter」は 0～5 時の利用時間が他と比べ長く、アプリによって時間帯別利用時間シェアが異なる

2015 年 11 月 25 日

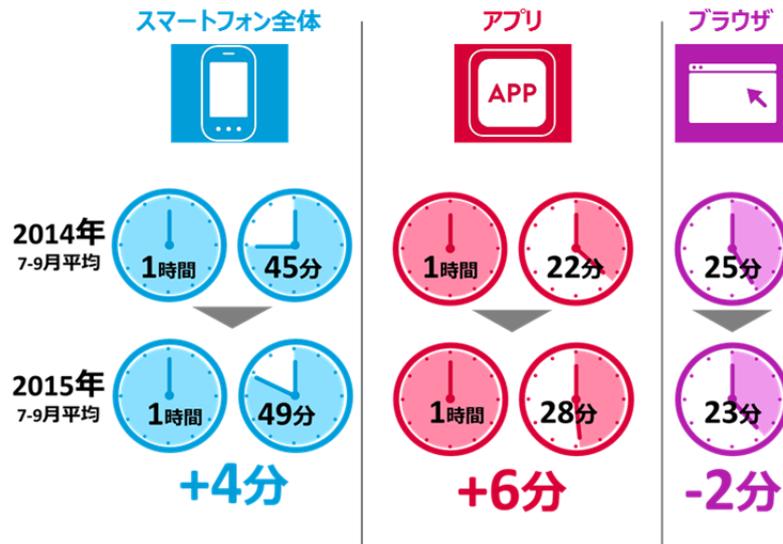
視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長兼COO：宮本淳）は、スマートフォン視聴率情報Nielsen Mobile NetView（ニールセン・モバイル・ネットビュー）の9月データをもとにアプリケーション（以下アプリ）の利用状況を分析し、結果を発表しました。

スマートフォンの1人あたりの1日の平均利用時間をみると、2015年7-9月の平均では1時間49分で1年前よりも約4分増加していました。アプリからの利用時間では1時間28分で約6分増加し、逆にブラウザからの利用時間は23分となり約2分減少していました（図表1）。アプリとブラウザのシェアをみると、アプリ78%、ブラウザ22%と1年前と比較してアプリの利用時間が3ポイント増加しており、スマートフォンの利用時間の増加はアプリの利用時間が牽引していることがわかりました。

スマートフォンの利用時間の約80%を占めるアプリについて、総利用時間のシェアのランキングが図表2となります。1位は「LINE」でスマートフォンアプリの総利用時間のうち約10%のシェアを占めていました。全体では、TOP10にニールセンが分類している「コミュニケーション」、「ソーシャルネットワーク」カテゴリーに属するアプリが5つランクインし、合計のシェアは27%となっていました。10位以降も加えると、これらのコミュニケーション系のアプリに費やされた時間は、スマートフォンアプリ利用時間の約35%となっていました。

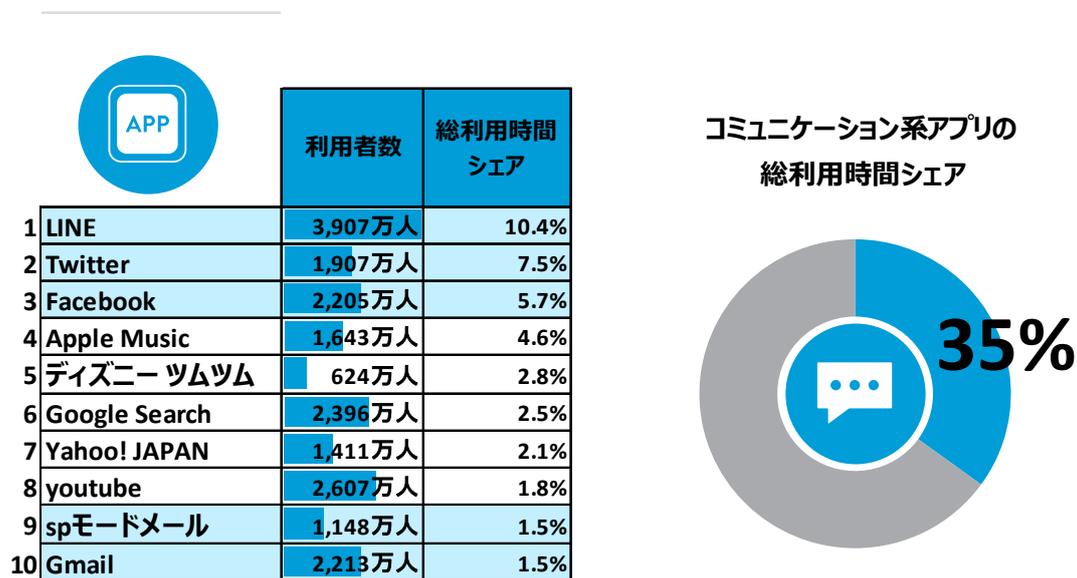
また、図表にはありませんが34歳以下の総利用時間シェアのランキングでは、若い女性に人気の「Instagram」「メルカリ」がそれぞれ8位、9位にランクインしているなど世代によって利用時間の長いアプリが異なっていました。

図表1：スマートフォンの1人あたり1日の利用時間 2014年および2015年の7月~9月平均



- ※ Source : Nielsen Mobile NetView ブラウザおよびアプリからの利用
- ※ 18歳以上の男女
- ※ スマートフォン全体はカテゴリーレベルで集計
- ※ ブラウザはブランドレベルで集計

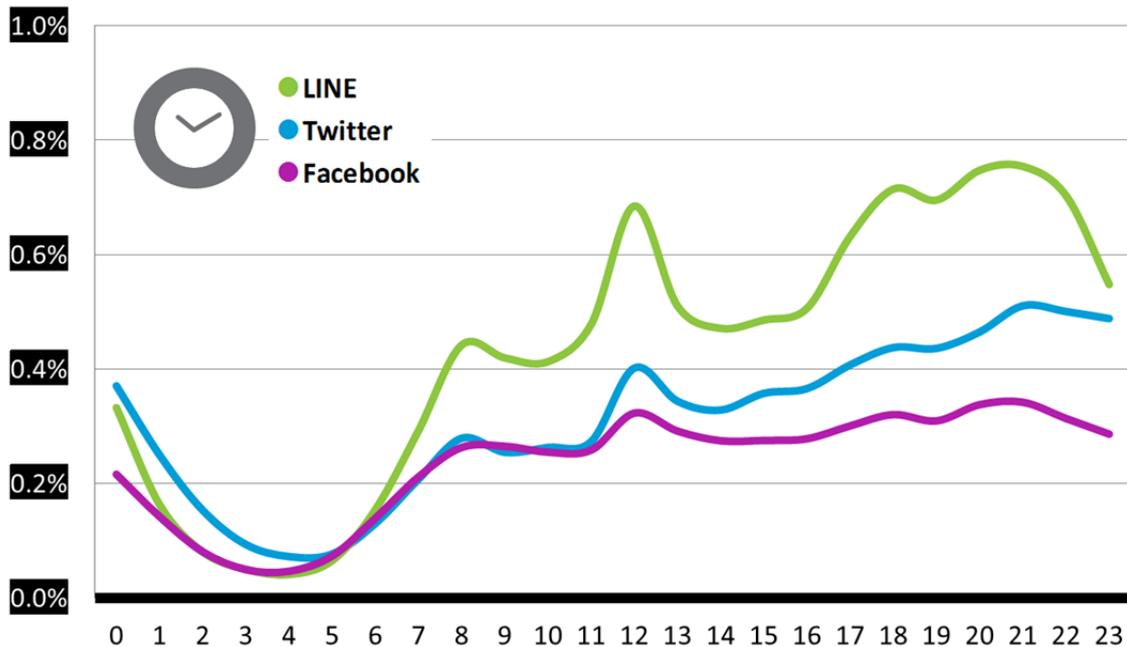
図表2：アプリの総利用時間シェアランキング TOP10 2015年9月



- ※ Source : Nielsen Mobile NetView アプリからの利用
- ※ 18歳以上の男女
- ※ 母数は全アプリの総利用時間
- ※ 全利用者のうち 10%以上の利用者数があるアプリが対象、システムアプリなどは除く
- ※ Apple Music は iTunes Radio/iCloud を含む
- ※ ハイライトはニールセンが分類している「コミュニケーション」、「ソーシャルネットワーク」カテゴリーに属するアプリ

図表 3 は、総利用時間 TOP3「LINE」「Twitter」「Facebook」の総利用時間に占める時間帯ごとの割合を表したものです。全体をみると、生活時間の中心である朝 6 時から 23 時までは LINE の利用時間が長く、0 時から 5 時までは「Twitter」が長くなっていました。「Facebook」と「Twitter」は朝 5 時から 11 時まではほぼ同じ動きをしていますが正午以降は異なっていました。

図表3： 総利用時間TOP3アプリの時間帯別利用時間シェア 2015年9月



※ Source : Nielsen Mobile NetView アプリからの利用

※ 18歳以上の男女

※ 母数は各属性の全アプリの総利用時間

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。「近年、消費者の可処分時間はスマートフォン上で消費されることが多くなっています。その中で、アプリの利用時間はスマホ利用時間全体の約 80%を占めています。利用時間の長いアプリを見ると、どの世代でもコミュニケーション系のアプリが上位にランクインしています。つまり、それらのアプリを通して自社のターゲットユーザーとコミュニケーションをとることが重要になりますが、様々な企業が同様の施策を取ってくる中で、自社のメッセージを効率よく伝えなくてはなりません。今回の調査ではスマホアプリの利用時間シェアは時間帯によって異なることがわかりました。企業は、自社のターゲット層がよく利用しているアプリや時間帯を考慮した独自のコミュニケーションプランを立てることが必要となってくるでしょう。」

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

###

【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 ホールディングス PLC. (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