

News Release

お問い合わせ： 西村総一郎、コミュニケーションズ
 Eメール： JPNwebmaster@nielsen.com
 電話： 03-6837-6549

「SNS やコミュニケーションアプリ」の中で最も利用者増加率が高かったのは「スノー SNOW」 ～ニールセン SNS やコミュニケーションアプリの利用状況を発表～

- 「LINE」はスマートフォン利用者の約 80%にあたる 4,807 万人が利用
- 「スノー SNOW」の利用者の 54%は女性 34 歳以下
- 1 セッションあたりの利用時間はすべてのアプリで増加もしくは横ばい

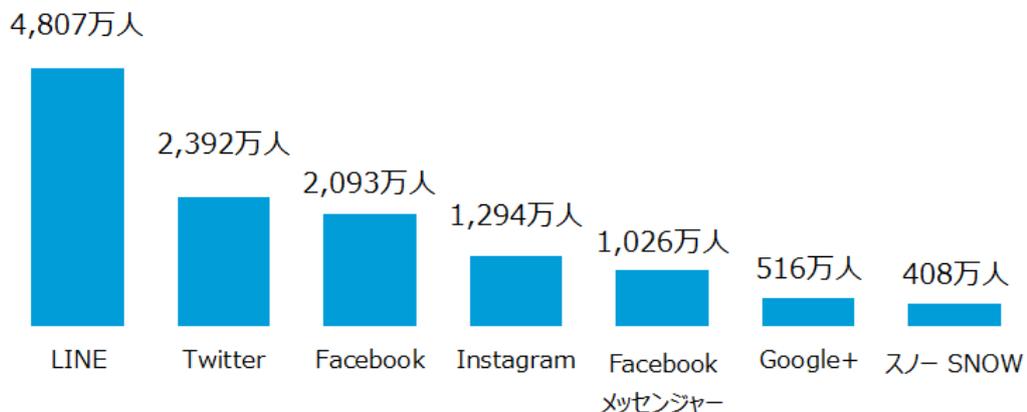
2017 年 3 月 7 日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役社長 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）のデータをもとに、2017年1月の主要な「SNSやコミュニケーションアプリ」の利用状況を発表しました。

同データによると、「LINE」はスマートフォン利用者の約80%にあたる4,807万人が利用していました（図表 1）。半年前の2016年7月と比較をしても8%増と、継続して利用者を伸ばしていることがわかりました。また顔認識や写真加工、スタンプ機能を取り込んだ動画コミュニケーションアプリの「スノー SNOW」の利用者が408万人となり、半年前（322万人）と比較をすると27%増加していました。これは「SNSやコミュニケーションアプリ」の中で最も高い増加率でした。



図表 1 : 「SNSやコミュニケーションアプリ」の利用者数 2017年1月



Source: Nielsen Mobile NetView アプリからの利用 18歳以上の男女
 ※ ニールセン デジタルが定義する「コミュニケーション」「サーチ・ポータルとコミュニティ」および「写真機材、写真サービス」の3カテゴリーからコミュニケーションに特化したアプリで、利用率5%以上のアプリを抽出

次に、利用者数上位3アプリ、および写真や動画がメインコンテンツとなっている「Instagram」と「スノー-SNOW」の2アプリに注目して性年代構成をみると、すべてのアプリで18-34歳以下の女性の利用者割合が最も高くなっていました（図表2）。それぞれのアプリの特徴をみると、「LINE」と「Facebook」は男女各年代で均等に利用者がおり、「Twitter」は34歳以下の男女、「Instagram」「スノー-SNOW」は34歳以下の女性の割合が高くなっていました。特に「スノー-SNOW」は半数以上の利用者が34歳以下女性となっていました。また、図表にはありませんが、2年前の2015年1月の「Instagram」をみると、利用者数は479万人で34歳以下女性の割合が49%と、現在の「スノー-SNOW」と利用者規模および属性割合は類似していました。



図表2：「SNSやコミュニケーションアプリ」の性年代構成比 2017年1月



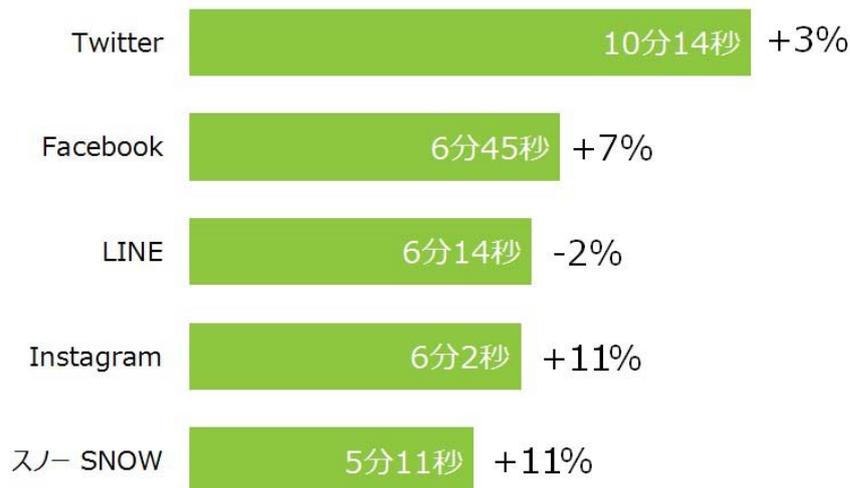
Source: Nielsen Mobile NetView アプリからの利用 18歳以上の男女

同様に、上述5アプリに注目し1セッションあたりの利用時間を3ヶ月前と比較をすると、すべてのアプリで増加もしくは横ばいになっていることがわかりました（図表3）。



図表3：「SNSやコミュニケーションアプリ」の1セッションあたりの利用時間 2017年1月

（増減は2016年10月との比較）



Source: Nielsen Mobile NetView アプリからの利用 18歳以上の男女

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。「SNS やコミュニケーションアプリの顔ぶれを見ると、利用者数上位では大きな変化は見られませんでした。その中で、写真や動画をメインコンテンツにした『スノー SNOW』が、半年で約 30%利用者数を伸ばしていることは注目です。現在は若年女性が中心ですが、2 年前の『Instagram』のように、他の層にどれだけ利用を広げていくかが利用者拡大のポイントになるかもしれません。

各アプリの 1 セッションあたりの利用時間をみるとすべてのアプリで増加もしくは横ばいになっていることがわかりました。増加している要因の一つとして考えられるのは、動画コンテンツの利用が伸びている点です。各社、動画の利用が増加していると発表していますが、タイムライン上でスクロールしているときに再生される投稿動画やライブ動画などを、つい見入ってしまったという人も多いのではないのでしょうか。またもう一つの要因として、ニュース記事やお役立ち情報サイトの記事や画像が閲覧される時間が長くなってきていることも考えられます。SNS やコミュニケーションアプリサービス提供側も上記コンテンツの拡充に力を入れており今後も利用時間が増加していくことも考えられます。

SNS やコミュニケーションアプリ上で消費者とのコミュニケーションを考えている企業は、動画コンテンツやニュースなど多くの情報の中から自社の情報を見つけてもらわないといけません。自社のターゲットがそれぞれのアプリからどのような情報を得て使い分けているのかを把握し、その中でどうすればスクロール中の画面を止めてくれるのかという視点で情報を発信することが重要でしょう。

Nielsen Mobile NetView について

Nielsen Mobile NetView は日本全国の 8,000 名 (iOS、Android 各 4,000 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、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 デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital 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： 代表取締役社長 宮本 淳

ニールセン デジタル株式会社は、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 デジタル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

Nielsen Holdings 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 以上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 デジタル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
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