

News Release

お問い合わせ： 久々江敦志、コミュニケーションズ
Eメール： JPNwebmaster@nielsen.com
電話： 03-6837-6549

スマートスピーカーに対する期待値は、10代、50歳以上で高い ～ニールセン 消費者のマルチデバイスの利用状況を発表～

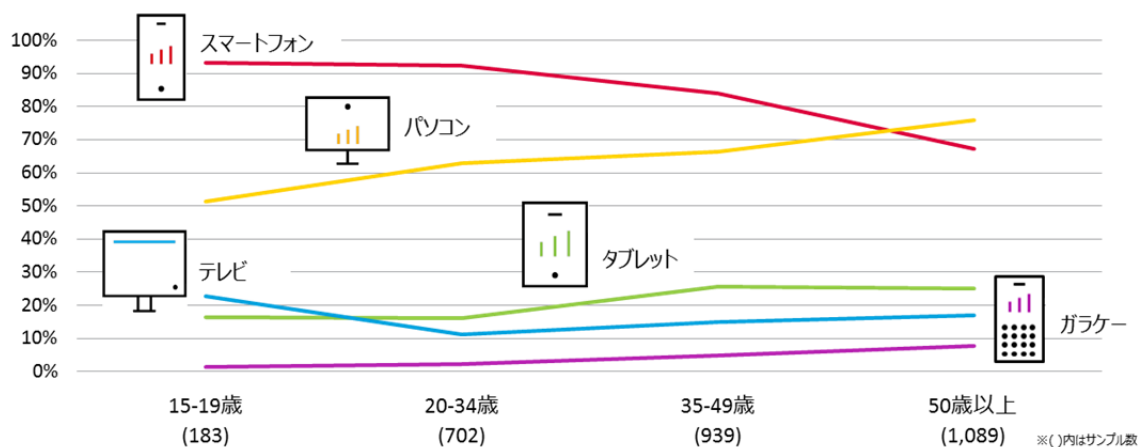
- 50歳以上のスマホ利用は拡大傾向にあり、ネット利用者の67%が利用
- 情報検索をする際に最も利用されるのはスマートフォンで、10代は86%がスマートフォンメイン
- 音声検索の利用者では、スマートスピーカーに対する期待が高く、64%が便利そうと感じている

2017年10月19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、9月末より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 2017（ニールセン デジタル・コンシューマー・データベース2017）」をもとに、消費者のマルチスクリーン利用状況についての分析結果を発表しました。

まず、年代別のデバイスの利用状況を見ると、49歳以下ではスマートフォンからのインターネット利用が最も多く80%以上の人利用していました。50歳以上では依然としてパソコンからのインターネット利用が多いものの、スマートフォンからのインターネット利用は2015年の48%から約20ポイント増加し、67%となっていました（図表1）。

図表1:年代別 各デバイスからのインターネット利用率

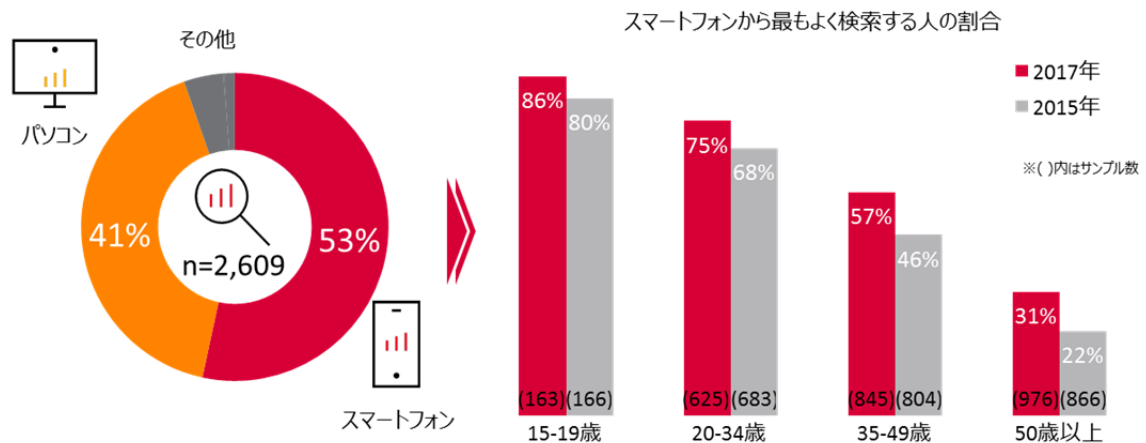


Source: Nielsen Digital Consumer Database 2017

※回答者母数はスマートフォン、パソコン、タブレットのいずれかを通して月1回以上インターネットを利用している人

次に、情報検索に最もよく利用するデバイスを見ると、全体で53%の人がスマートフォンから最もよく情報検索をしていました。スマートフォンから最もよく利用する人の割合は若年層ほど高く、特に10代では86%を占めていました。また、その割合は増加傾向にあり、2015年と比べすべての年代で増加していました（図表2）。

図表2:情報検索を最もよく利用するデバイス

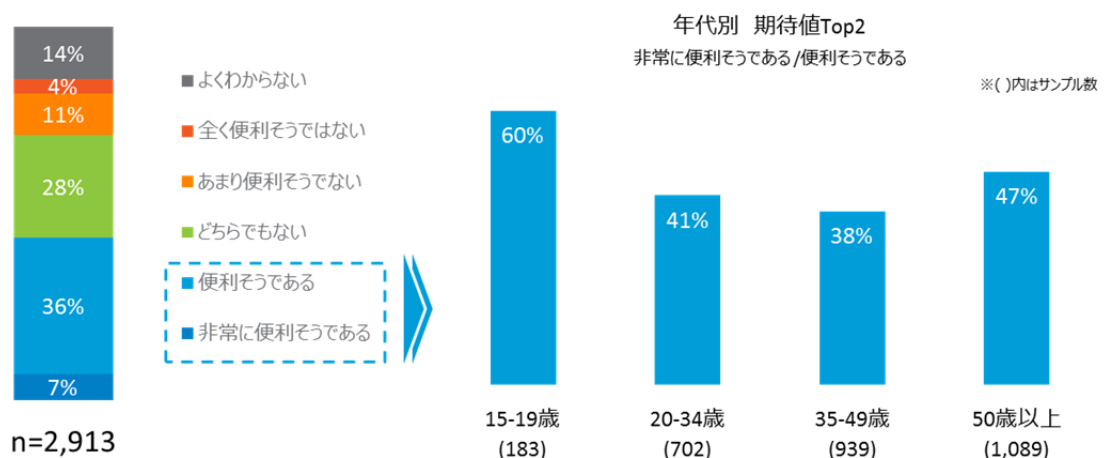


Source: Nielsen Digital Consumer Database 2017

※回答者母数は情報検索をする人

最後に、新しいデバイスとして注目されている人工知能（AI）を搭載したスピーカー：スマートスピーカーに対する期待値を見ると、全体では43%の人が便利そうであると答えていました。年代別にみると、10代の期待値が最も高く60%の人が便利そうであると感じており、次いで50歳以上では47%が便利そうであると感じていました（図表3）。また、スマートスピーカーに対する期待値を、現在音声検索を利用している人と利用していない人とで比較すると、利用している人では64%であるのに対し、利用していない人では40%と、24ポイントの差が見られました（図表4）。

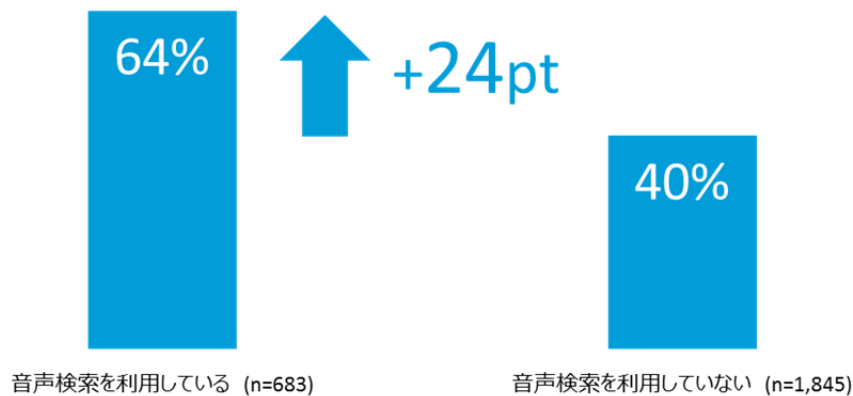
図表3:スマートスピーカー（人工知能AI搭載型スピーカー）に対する期待値



Source: Nielsen Digital Consumer Database 2017

※回答者母数はスマートフォン、パソコン、タブレットのいずれかを通して月1回以上インターネットを利用している人

図表4:スマートスピーカー（人工知能AI搭載型スピーカー）に対する期待値 音声検索の利用有無別



Source: Nielsen Digital Consumer Database 2017

※回答者母数、Google検索もしくはYahoo!検索もしくはBing検索を利用している人

当社シニアアナリストの高木史朗は、次のように述べています。「インターネットに接続することのできるデバイスとして、スマートフォンはその利用者数を拡大し、幅広い年代にとってメインのデバイスとなりました。また、情報検索でもスマートフォンをメインに利用する人は拡大傾向にあり、今後さらにスマートフォン中心のデバイス利用が続くことが想定されます。そのような中、先日 Google と LINE が新しいデバイスとして注目されている AI 搭載型のスマートスピーカーを発売開始しました。この新しいデバイスに対する発売前の期待値としては、音声検索を使っている人の期待値が高いという結果は想像通りでしたが、年代別に見た時に、10代と50歳以上の期待値が高いという興味深い結果がでました。パソコンやスマートフォンでのインターネット利用に慣れ親しんでいる20-49歳と比べて、50歳以上では文字を入力するよりも音声で入力することに対する期待が高い可能性があります。新しいデバイスに対する関心の高い若年層だけでなく、50歳以上にこの新しいデバイスが浸透すると、特に室内でのインターネット利用が大きく増加する可能性があります。米国で最も利用されている Amazon のスマートスピーカーも年内に発売開始されることが発表されています。マルチデバイス利用の現状を把握することはもちろん、今後は新しいデバイスによる影響も注視していく必要があるといえます」。

Nielsen Digital Consumer Database 2017 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。2012年より継続調査を行っています。

本年度の調査は2017年9月8日～9月9日にかけて実施され、スマートフォン、パソコン、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2,913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。

【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
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオリサーチ

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 スポーツ ジャパン株式会社（レピュコムジャパン株式会社）は、スポーツ産業の中で分析やインサイトを提供するナンバーワンのプロバイダーであり、同業界で最も独立した包括的な市場データと世界で最も完璧な消費者のトレンドや習慣の概観をお届けする信頼のおける情報パートナーです。詳細は <http://niensports.com/jp/>でご覧いただけます。

グレースノート株式会社は、世界の代表的なブランドのエンターテインメント製品に、音楽・テレビ/映画・スポーツコンテンツについての認識技術を提供しています。2 億曲以上をカバーする楽曲データと 85 カ国以上のテレビ番組表データ、4,500 のスポーツリーグや国際大会に関する統計データ等を提供しています。世界最大のエンターテインメントデータに支えられた Gracenote の音楽・テレビ/映画のコンテンツ認識技術は業界標準となっています。詳しくは www.gracenote.com/ja/をご覧ください。

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は、世界的なマーケティング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・テキストのコンテンツおよび広告視聴動向を把握するトータルオーディエンス測定などを提供しています。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などを提供しています。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 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
インターネットユーザーデータベースサービス NetView Lifestyle Powered by Video Research Interactive
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