

# 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

## **スマートフォンからの利用者が 500 万人を超えるサービスの数は横ばい**

### **～ニールセン 2017 年の動向をまとめた「Digital Trends 2017 上半期」を公開～**

- 2017 年、スマートフォン利用者の増加は鈍化したものの、昨年から+11%と 2 桁成長を維持
- 50 代以下はスマートフォンからインターネットを利用する人が最も多い
- スマートフォンから 3 大 SNS 全てを利用する男子学生は 9%に対し、男性 29 歳以下の社会人は 22%

2017 年 11 月 28 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、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）、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年の上半期におけるPCとスマートフォンの利用実態をまとめたレポート「Digital Trends 2017上半期」を公開しました。

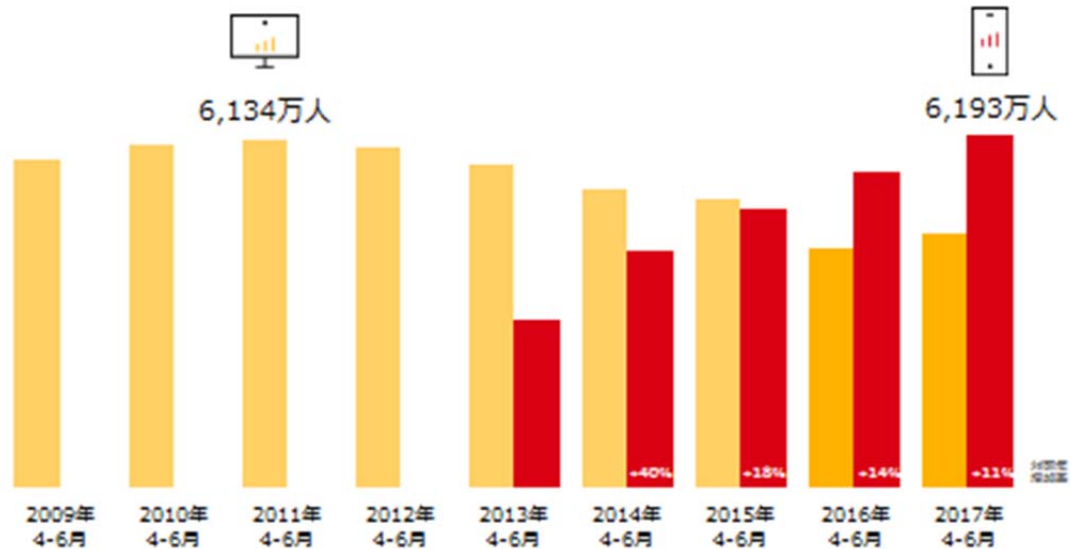
2017年第2四半期（4月から6月）のスマートフォンからのインターネット利用者は6,193万人となり、2011年のPCからのインターネット利用者数のピーク時に並びました。スマートフォンからのインターネット利用者の増加率をみると、3年前の2014年から年々鈍化しているものの、昨年同時期と比較をして+11%と2桁成長となりました（図表1）。

また、年代別にデバイスの利用状況を見ると、50代以下ではスマートフォンからのインターネット利用者が最も多くなっていました。60代以上では、PCからのインターネット利用者割合が24%と最も多いものの、スマートフォンからのインターネット利用者も約20%となっていました。また60代は、従来型携帯電話（ガラケー）の利用割合も依然として20%いることがわかりました（図表2）。

次に、月間のサービス利用者がそれぞれ500万人、1000万人を超えるサービスの数をみると、スマートフォンサービス、アプリともに2016年12月の半年前と比較をして増減がほぼ見られませんでした（図表3）。

図表1：パソコンとスマートフォンからのインターネット利用人口推移

## スマートフォン利用者は増加、6,000万人を突破

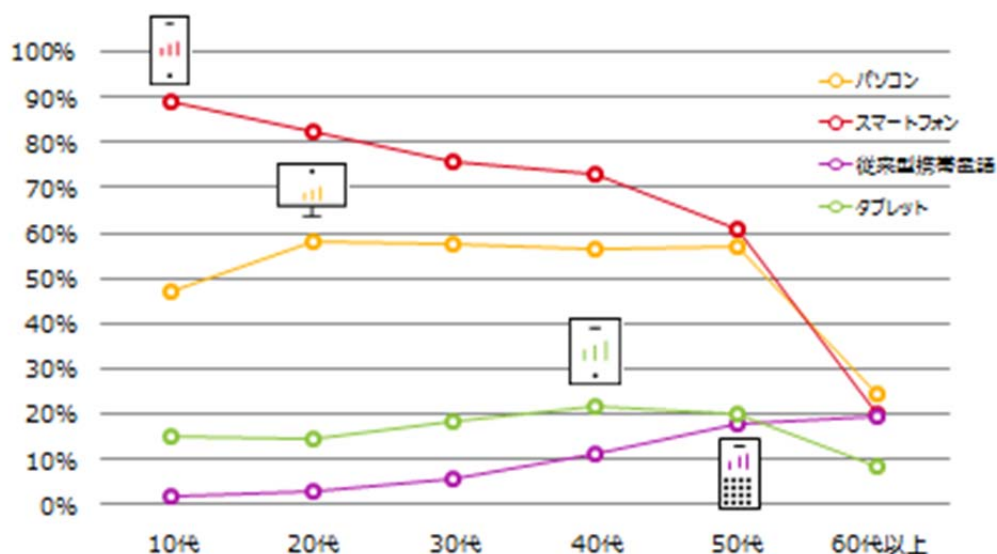


Source: PC: Nielsen NetView 家庭および職場のPCからの利用, スマートフォン: Nielsen Mobile NetView ブラウザおよびアプリからの利用  
 ※NetViewは2歳以上の男女, Mobile NetViewは18歳以上の男女  
 ※2016年10月までは2010年国勢調査, 2016年11月以降2015年国勢調査結果を基に拡大推計を行っています。  
 ※PC版のNetViewは2015年10月データからの新システムへの移行に伴いデータの連続性が失われています。

© 2017 Nielsen. All rights reserved. Nielsen is a registered trademark of Nielsen. 2

図表2：年代別 各デバイスからのインターネット利用率

## 50代以下はスマートフォンでネット



Source: Nielsen basic Report 2017 May-Jul average  
 パソコン、スマートフォン、従来型携帯電話、タブレットのいずれかの機器を所有、それらの機器を通して月1回以上インターネットを利用する人  
 ※各年代の総人口は2015年国勢調査

© 2017 Nielsen. All rights reserved. Nielsen is a registered trademark of Nielsen. 2

図表3：PCとスマートフォンからの利用者数別 サービス数



## 大規模なスマホサービス数は半年前から変化なし

PCとスマートフォンからの利用者数別 サービス数 2017年6月（カッコ内は2016年12月）

			
利用者が・・・	PC サービス数	スマホ サービス数 (アプリを含まない)	アプリ数
500万人を超える	38 (37)	86 (83)	59 (60)
1,000万人を超える	14 (15)	30 (31)	27 (24)

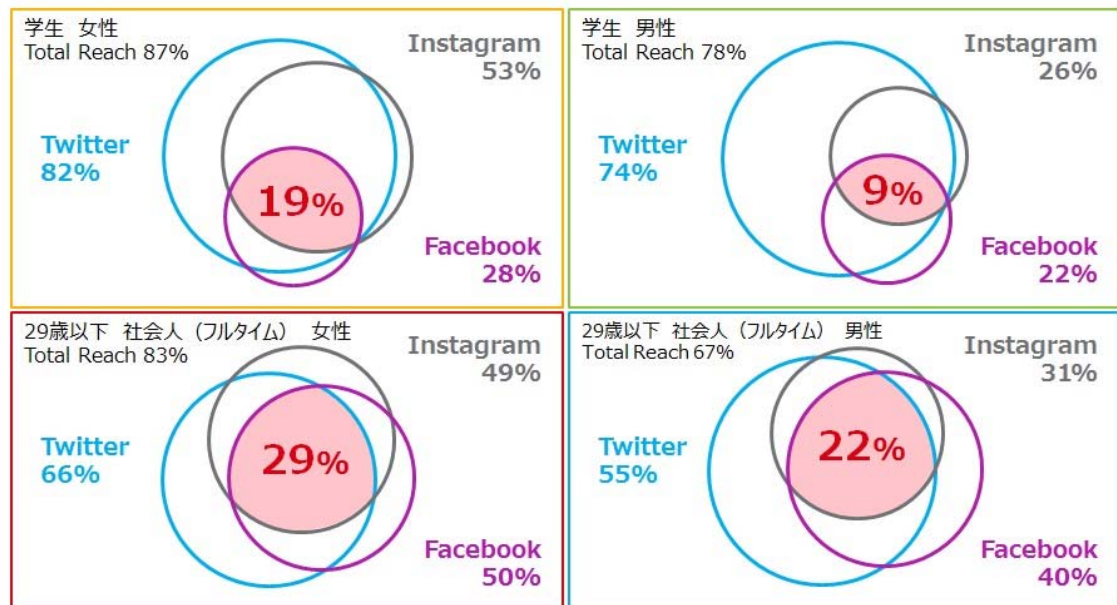
Source PC : Nielsen NetView 家庭および職場のPCからの利用。 スマートフォン : Nielsen Mobile NetView ブラウザおよびアプリからの利用  
 ※NetViewは2歳以上の男女、Mobile NetViewは18歳以上の男女  
 ※サービス数は、NetViewオリジナルの集計単位（ブランド）を使用

最後に、若年層をライフステージ別に分類し、学生および29歳以下の社会人（フルタイム勤務者）の男女別のSNSアプリの利用状況を見ると、女子学生はTwitter利用率が82%、Instagram利用率が53%と、それぞれのSNSの利用率が他のセグメントに比べて最も高くなっていました。また、3大SNSを全て利用している男子学生は9%に対し、29歳以下男性社会人では22%と2倍以上高く、若年層の中でもライフステージによってSNSの利用状況が異なることがわかりました（図表4）。

図表4：SNSアプリの利用率（アクティブリーチ）



## 学生女性はTwitterとInstagramの併用が多い 社会人は3アプリすべて利用している人の割合が高い



Source スマートフォン：Nielsen Mobile NetView アプリからの利用 ※Mobile NetViewは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。「スマートフォン利用者は6,193万人となり、国民の約半数がスマートフォンからインターネットを利用しています。利用者数は依然として2桁成長を維持していますが、年々増加率は鈍化してきており、利用者数の多いサービス数は、ほぼ横ばいとなっていました。これはスマートフォンサービス市場が成熟期を迎えつつある可能性を示しています。例えば、企業がスマートフォンを通して消費者とコミュニケーションをとる場合 SNS は重要なサービスとなりますが、ここ1年でTwitter、Facebook、Instagram に割って入るような利用者数を大きくのばしたサービスが現れていません。一方で、利用者の性年代やライフステージごとにサービスの利用状況を見ると、各サービスの利用時間や頻度、併用状況などが異なっていることがわかってきました。例えば、若年層でも学生と、社会人では SNS の利用のされ方や併用割合が異なっています。その他、本レポートでは「子供ありと子供なしの女性」、「主婦と、社会人」でも SNS や他のカテゴリで同様にサービスの利用のされ方に違いがあることが報告されています。成熟してきた市場であるからこそ、広告主は例えば「若者」とひとくくりせず、ライフステージなどの属性を意識し、メディア利用状況を把握したうえで、適切な手段でコミュニケーションをとる必要があるといえます」。

本レポート「Digital Trends 2017 上半期 ダイジェスト版」は以下のページよりダウンロードしてご覧いただくことが可能です。

<http://www.nielsen.com/jp/ja/insights/reports/nielsen-digital-trends-2017-first-half.html>

### 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](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、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 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](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 [www.nielsen.com/jp](http://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**は、マーケティングのデータ提供、コンサルティングを行う、世界最大規模のスポーツマーケティング会社です。スポーツ団体及びスポーツに出資する企業に於いても、マーケティング戦略に不可欠なデータとして、世界中で数多く採用されています。日本では、J リーグやプロ野球球団等と契約しています。詳細は <http://niensports.com/jp/> をご覧ください。

**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メタデータ及び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。詳しくは [www.gracenote.com/ja/](http://www.gracenote.com/ja/) をご覧下さい。

### 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](http://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  
デジタル広告出稿量統計 Nielsen Digital Ad Intel など