

プレスリリース

お問い合わせ：広報担当 西村総一郎

Eメール： jpw_press@nielsen.com

電話： 03-6837-6500

18 歳以上の 64%がスマートフォンを利用 **～ニールセン 2018 年の動向をまとめた** **「Digital Trends 2018 上半期」を公開～**

- 29 歳以下の 56%は PC とスマートフォンを併用
- 18-64 歳のスマートフォン利用率は東京で 79%、それ以外の地域では 72%
- 東京の 18-34 歳はそれ以外の地域の若年層よりもアクティブに各 SNS アプリを利用

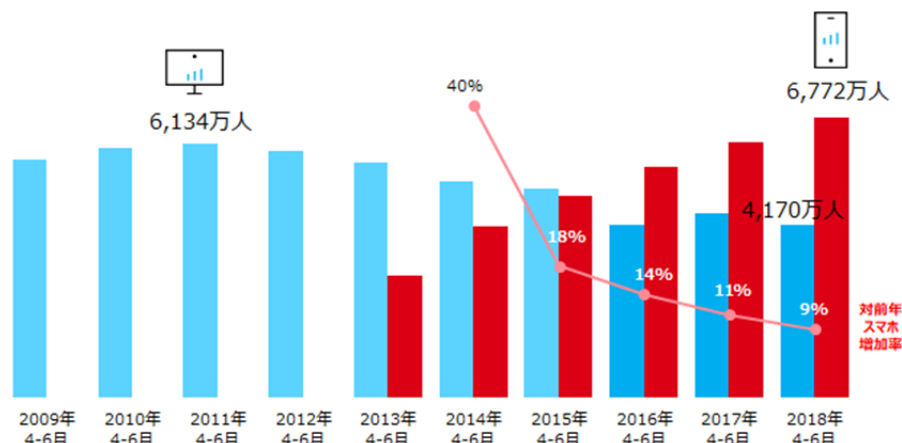
2018 年 9 月 27 日

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）、「ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）」のデータをもとに、2018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 2018上半期」を公開しました。

2018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数（月間平均）は6,772万人となり、18歳以上の64%が利用していることが分かりました。また、その伸び率を見ると、2014年以降年々鈍化していましたが、今年に入りより鈍化し、初めて一桁の成長率（+9%）となりました（図表1）。また、PCとスマートフォン利用状況を見ると、16-29歳ではスマートフォンのみ利用しているのは41%に対し、PCとの併用は56%でスマートフォンのみ利用する人を上回る結果となっていました（図表2）。

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

スマホ利用者の増加率は1桁台に鈍化 18歳以上の64%にリーチ

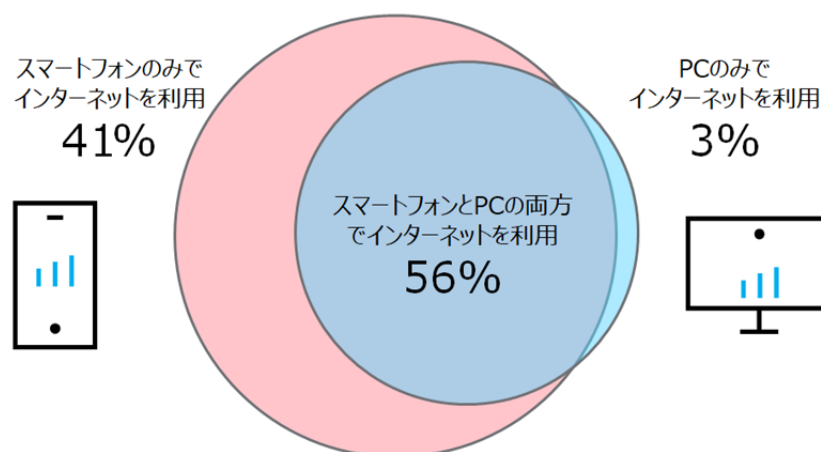


Source: PC: Nielsen NetView 家庭および職場のPCからの利用、スマートフォン: Nielsen Mobile NetView ブラウザおよびアプリからの利用
 ※NetViewは2歳以上の男女、Mobile NetViewは18歳以上の男女
 ※2016年10月までは2010年国勢調査、2016年11月以降2015年国勢調査結果を基に拡大推計を行っています。
 ※PC版のNetViewは2015年10月データからの新システムへの移行に伴いデータの連続性が失われています。

1

図表2: 16-29歳のスマートフォンおよびPCの利用者人数割合 2018年4-6月平均

29歳以下の56%はPCとスマホを併用 41%はスマホのみでインターネット



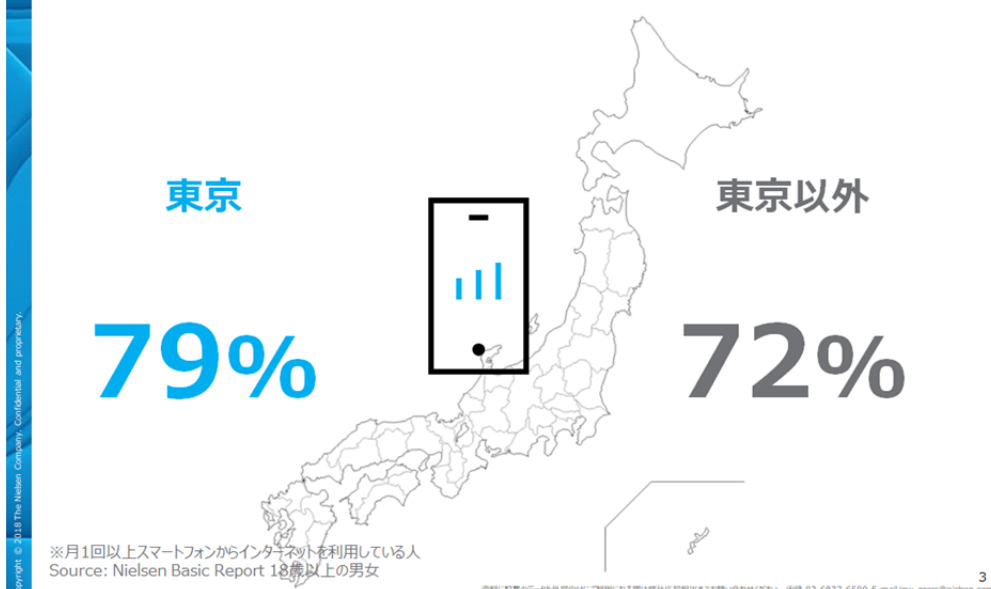
Source: Nielsen Basic Report 16歳~29歳の男女

2

18-64歳のスマートフォンの利用状況を地域別に見てみると、東京とそれ以外の地域でスマートフォンの利用率に違いがあることが分かりました。東京では79%、それ以外の地域では72%と、東京の方がスマートフォンの普及が進んでいる結果となっています（図表3）。

図表3: 18-64歳のスマートフォン利用率 2018年4-6月平均

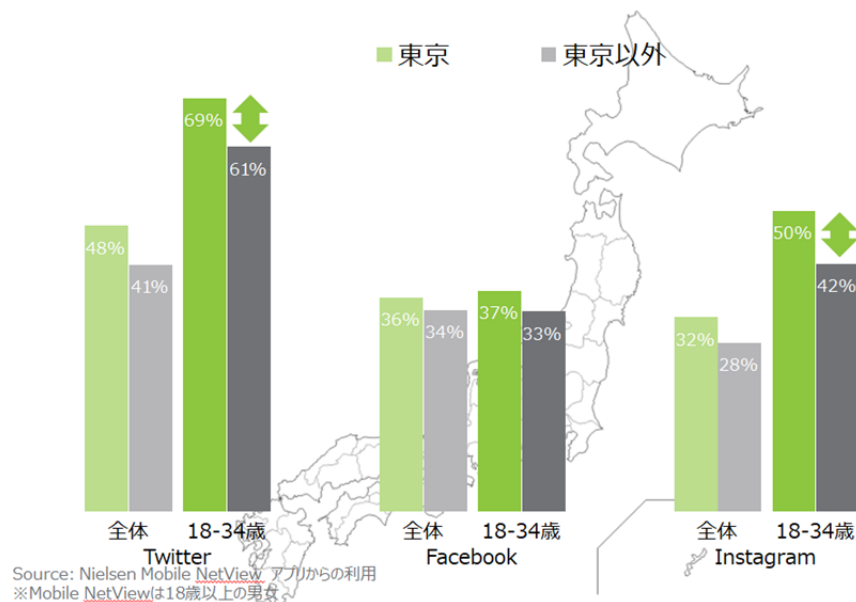
**18-64歳のスマートフォン利用は、
東京で79%、東京以外は72%**



次に、SNSアプリの利用者数推移を見てみると、スマートフォンの利用に合わせて順調に利用者数を伸ばし、「Twitter」は2,885万人、「Facebook」は2,320万人、「Instagram」は1,968万人となっていました。それぞれのSNSのアクティブリーチを地域別に比較すると、東京ではどのSNSでも、それ以外の地域よりもリーチが高く、特に若年層で東京以外との差が出ていました。差が大きかったのは「Twitter」と「Instagram」で、共に東京は東京以外よりも8ポイント高くなっていました（図表4）。

図表4: 各SNSアプリのアクティブリーチ 2018年6月 東京 vs. 東京以外

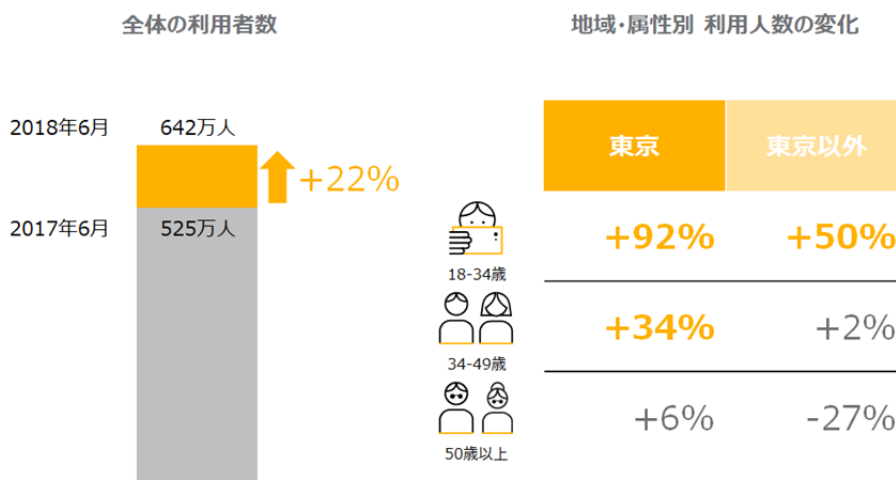
東京では東京以外と比べSNS利用率が高く、特に18-34歳での差が大きい



最後に、スマートフォンからのZOZOTOWNの利用状況を見てみると、昨年同時期から22%利用者数を伸ばし、642万人が利用していることが分かりました。地域・属性別で比較すると、東京の若年層を中心に利用者数を拡大し、東京の18-34歳では昨年から+92%増加していました（図表5）。

図表5: ZOZOTOWNの利用状況（スマートフォン） 2017年6月 vs. 2018年6月

ZOZOTOWNは東京の若年層を中心に利用者数を拡大



Source: Nielsen Mobile NetView ブラウザおよびアプリからの利用
※Mobile NetViewは18歳以上の男女



当社アナリストのコヴァリョヴァ・ソフィヤは、次のように述べています。「2018 年上半期もスマートフォンの利用者数は継続的に増加しているものの、伸長率は一桁に留まりました。50 歳以上のスマートフォンへのシフトが全体の増加をけん引している状況ですが、伸長率は年々鈍化していますので、昨年の様な 2 桁成長にならない可能性も考えられます。数年前までは、スマートフォンの普及率や利用者規模に注目が集まっていましたが、市場がさらに成熟してきた中で、どのような属性の人がどのようなサービスを利用しているのか、スマートフォンと PC を併用する人も多いことから PC も含めて、しっかりと理解することが一層重要になってきています。特に利用者の居住地域ごとにサービスの利用動向は異なり、各サービスのアクティブリーチにも差が出ることが分かりました。「Twitter」や「Instagram」では東京の方が利用率が高いこと、また「ZOZOTOWN」でも東京の若年層の増加率が高く、同じ若年層の中でも利用実態が異なることから、広告主は年代別の利用状況はもちろん、利用者の居住地域別のメディア利用状況も把握したうえで、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 2018 上半期」のダイジェスト版を以下のページより、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-2018-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

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 デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）について

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、デジタル媒体の全てのコンテンツを、PC、モバイル、タブレット、および OTT などの全てのデバイスを横断して計測し、デジタルコンテンツ全体の視聴者のメディア接触と消費量を包括的に把握することを可能にします。媒体社はこのサービスを使うことで、デジタルメディアの消費状況全体を把握でき、広告販売における透明性のあるデータの開示や競争力のある広告メニューの開発をおこなえます。広告主、広告会社は広告購入における適切な予算配分計画をおこなえます。ニール



ニールセン デジタルコンテンツ視聴率の日本でのサービス提供は、世界最大のソーシャルネットワーキング・サービス、フェイスブック社とのパートナーシップによって実現しました。日本で 2,800 万人の登録者数を誇るフェイスブックの巨大なユーザー・データベースをパネルと見立て、その情報とニールセンの持つ市場代表性の高いオンライン・パネルの情報を複合的に組み合わせることにより、日本のデジタルメディアの視聴状況を性別、年齢層別に把握することが可能になります。日次データは 3 日後にはオンラインのインターフェイス上に表示され、顧客企業はデジタルメディアの利用状況をすばやく知ることができます。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/dcr.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 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 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も契約しています。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。詳しくは www.gracenote.com/ja/ でご覧いただけます。

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は世界最大級のマーケティング調査 & データ分析の会社として、世界規模の消費者と市場における最も完全に信頼された見解を提供しています。私たちのアプローチは独自のニールセンデータと他のデータソースを結び付けることで、今何が起ころ、今後何が起ころのか、そしてこの知識に基づいてどの様に行動するのがベストなのかを世界中の顧客が見つかるお手伝いをします。ニールセンはメディア、広告、小売りそして日用消費財産業が直面する最も重要な問いに答えるための新しい方法を開発し続けながら、90 年以上に渡り科学的な正確性と革新性に基づくデータと分析を提供してきました。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

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

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 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

デジタル広告モニタリングツール Nielsen Digital Ad Intel など