



## 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

**全世代でスマートフォンがネット利用のメインデバイスに  
～ニールセン 2019 年上半期のデジタルメディアの利用動向をまとめた  
「Digital Trends 2019 上半期」を発表～**

- 50-60 代のスマートフォン利用率が過去 4 年間で大きく上昇し、PC 利用率を上回る
- スマートフォンからの動画視聴時間は 5 年間で約 4 倍、EC はスマートフォンのみからの利用が増加
- 令和の元号発表時、最も視聴されたのは全年代で「Yahoo! Japan」、若年層は「YouTube」

2019 年 11 月 21 日

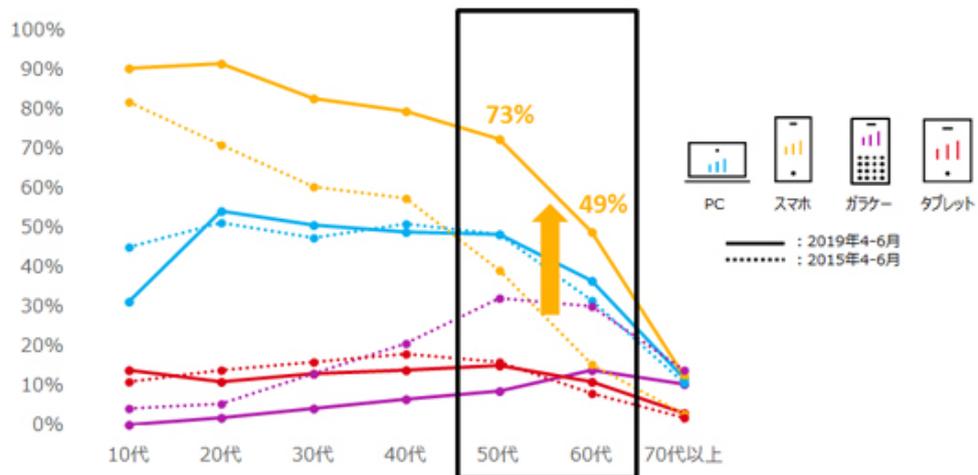
視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役社長 宮本淳）は、ニールセン インターネット基礎調査、PC版インターネット視聴率情報ニールセン ネットビュー（Nielsen NetView）、スマートフォン視聴率情報ニールセン モバイル ネットビュー（Nielsen Mobile NetView）、ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）のデータをもとに、2019年上半期のPCとスマートフォンの利用実態をまとめたレポート「Digital Trends 2019上半期」を発表しました。

2019年第2四半期（4-6月）のスマートフォンからのインターネット利用者（月間平均）は7,078万人（前年同期比+5%）となりました。近年増加率が鈍化傾向にある中、特に50-60代のスマートフォン利用率が過去4年で大きく上昇し、全世代でスマートフォンはインターネットを利用する際のメインデバイスとなりました（図表1）。

スマートフォンからの動画サービスの利用状況を見ると、動画視聴の月間平均利用時間は2019年6月時点で7時間13分と、5年間で約4倍に成長しました（図表2）。またECサービスでは、直近1年で「Amazon」と「楽天市場」において、スマートフォンのみから利用する人が大きく増加していることが分かりました（図表3）。

図表 1 : インターネット利用デバイス年代別推移 2015年4-6月 vs 2019年4-6月

## 過去4年で50-60代のスマートフォン利用率が大きく上昇



Source: Nielsen Internet Basic Report

※16歳以上の男女

※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通して月1回以上インターネットを利用する人

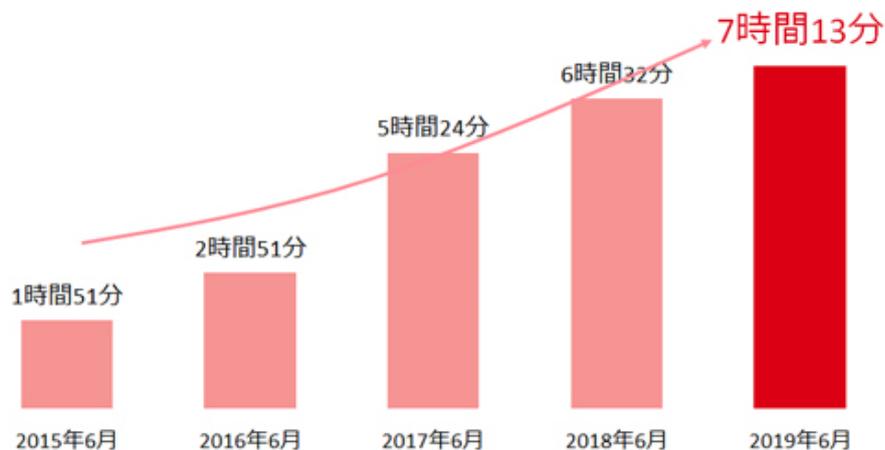
人口：国勢調査 2015年

資料に正確のデータが外部向けに公開されるまで弊社に開示までお取り扱いください。 電話 03-6837-6500 E-mail jpw\_press@nielsen.com

図表 2 : スマートフォン上での「ビデオ/映画」カテゴリ 1人あたり月間利用時間 2015年6月-2019年6月



## スマートフォンからの動画視聴は、5年間で約4倍に成長

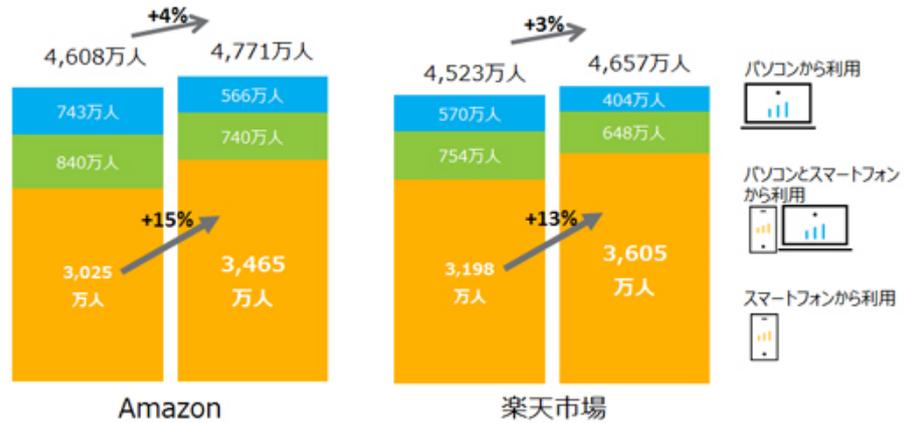


Source : Nielsen Mobile NetView ブラウザおよびアプリからの利用 ※18歳以上の男女

資料に正確のデータが外部向けに公開されるまで弊社に開示までお取り扱いください。 電話 03-6837-6500 E-mail jpw\_press@nielsen.com

図表3：各ECサービス 利用デバイス別利用者数推移  
2018年4-6月 vs. 2019年4-6月

**利用デバイスでは、  
スマートフォンのみで利用する人が大きく増加**

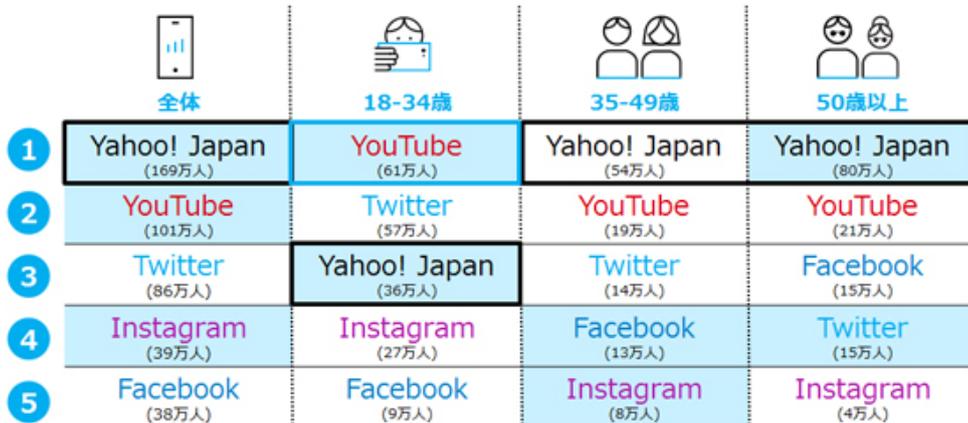


Source: Nielsen Digital Content Ratings PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女  
※「Amazon」はBrand、「楽天市場」はSubBrandレベルを使用

令和の元号発表時にスマートフォンから利用されていた上位5サービス（首相官邸公式アカウントでのライブ配信およびニュース関連サービス）をみると、「Yahoo! Japan」の利用者が全体でトップとなっていました。一方で、18-34歳は「YouTube」の利用者が最も多くなっていました（図表4）。

図表4：新元号「令和」発表時 属性別各サービス利用者人数ランキング  
2019年4月1日(月) 午前11時40分～11時50分

**令和発表時にYahoo! Japanの利用者が増加  
18-34歳はYouTube利用者が最も多かった**



：4/8(月)、4/15(月)の同時時間帯の利用者数平均値と比較して120%以上の利用者数

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  
※令和の元号発表時に利用されていた上位5サービス（首相官邸公式アカウントでのライブ配信およびニュース関連サービス）を対象に集計  
※Brandレベルを使用 ※利用とは、新元号発表の視聴以外の利用も含まれます



当社シニアアナリストの山腰知美は、次のように述べています。「2019 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、スマートフォンは全世代でインターネット利用のメインデバイスとなりました。中高年層への普及後には増加率は落ち着いていくことが見込まれますが、消費者とコミュニケーションをしていく際に、最も重要なデバイスとなることに変わりはないでしょう。

スマートフォン上のサービスの中でも、特に動画サービスの利用時間の増加が顕著で、背景に通信速度の向上、通信プランや Wi-Fi 整備による視聴環境の改善が考えられます。EC サービスを見ても、スマートフォンの普及によりオンラインショッピングはいつでもどこでも気軽に行うものに変化してきています。この流れに対応し、例えば、『Amazon』では物理ボタン不要のバーチャルタッチボタン、荷物の到着予定やタイムセールを知らせるプッシュ通知等スマートフォンの利点を活かした機能を搭載するなど、各 EC サービスはショッピングアプリとしての機能を拡充させています。直近 1 年で見てもスマートフォンのみからの利用が増加しており、この流れは今後も加速していくでしょう。

スマートフォンは、令和の元号発表のような一大イベント時にも、多くの人に利用されるデバイスとなっています。発表時に一番利用されていたデジタルプラットフォームを見てみると、デジタルネイティブである若年層は使用するサービスが他の年代とは異なっていました。中高年層はテレビなど他メディアと組み合わせて速報性の高い情報を取得しているのに対し、若年層は『YouTube』にテレビの役割も持たせているのかもしれませんが。若年層への効果的なコミュニケーション方法を探る上で、若年層のデジタル利用動向は引き続き注視していく必要があるでしょう。

スマートフォンの幅広い普及により、生活者の消費・視聴行動が日々刻々と変化しています。事業者は、随時ターゲットのデジタル利用状況をアップデートした上で、消費者と適切なコミュニケーションを取っていくことが重要となってきます」

「デジタルトレンド 2019 上半期」では、下記の内容をご覧ください。ご関心のある方は、弊社営業担当までお問い合わせください。

03-6837-6500 (代表) セールス&アナリティクス宛 [jpw\\_ClientServices@nielsen.com](mailto:jpw_ClientServices@nielsen.com)

## 【「デジタルトレンド 2019 上半期」収録内容】-----

### <全体トレンド>

#### ■デバイスの利用状況

年代別インターネット利用者数推移

年代別インターネット利用デバイス推移

PC とスマホからのインターネット利用人口推移

### <カテゴリ別トレンド>

#### ■動画：デジタル上でのテレビコンテンツ視聴のゆくえ

主要動画サービス利用時間シェア 2019 年 6 月

年代別各動画サービス月間視聴時間 2019 年 6 月

メディア別動画広告許容度

「ビデオ/映画」カテゴリ 1 人当たり平均月間利用時間推移

有料動画サービス全体および個別のサービスの利用率



### ■ SNS : Instagram が Facebook の利用者数を超える

各 SNS アプリの利用者数推移 2014 年 6 月~2019 年 6 月  
SNS アプリ重複利用者数推移 2014 年 6 月 vs 2019 年 6 月  
性年代別 Instagram1 人あたり月間利用時間推移

### ■ ショッピング : EC はスマートフォンからの利用が 1 年間で大幅に増加

3 大 EC サービス・3 大 C2C サービスの使用デバイス別利用者数推移  
各 EC サービス利用者数 2018 年 4-6 月 vs 2019 年 4-6 月  
各 EC サービス利用デバイス別利用者数推移

### ■ フルタイム勤務者のスマートフォン利用 5 年前と比較

フルタイム勤務者 1 人あたりスマートフォン利用時間  
フルタイム勤務者の時間帯別アプリランキング (1 位~30 位)

### ■ 2019 年上半期ニュース ①新元号発表

新元号「令和」発表時 年代別サービスランキング

### ■ 2019 年上半期ニュース ②超大型連休

平成生まれのユーザー、5 月に利用時間が増加したサービス  
利用時間増加に対する影響が大きかったアプリ

### ■ 2019 年上半期ニュース ③オリンピックチケット

オリンピックチケット抽選サイト使用デバイス別利用者数日別推移 2019 年 5 月  
オリンピックチケット抽選サイト使用デバイス別利用者属性 2019 年 5 月

## ニールセン インターネット基礎調査について

ニールセンは刻々と変わるインターネットの利用状況を正確に視聴率データに反映するために、日本のインターネット利用状況を毎月調査しています。調査は日本全国を対象に無作為抽出の RDD（電話調査無作為抽出法）を用いて実施し、日本における PC、モバイル、タブレットの保有状況および各機器からのインターネット利用者数とその構成を調査しています。

## ニールセン モバイル ネットビュー (Nielsen Mobile NetView) について

ニールセン モバイル ネットビューは日本全国の 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)

### **ニールセン ネットビュー（Nielsen NetView）について**

ニールセン ネットビューは、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](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/](http://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、今何が起り、今後何が起るのか、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](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

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 ニールセン ネットビュー Nielsen NetView  
スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView  
インターネットユーザーデータベースサービス ネットビューライフスタイル パワードバイビデオリサーチインタラクティブ 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  
ブランディング効果測定サービス Brand Lift Plus  
広告効果分析サービス ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect  
デジタル広告モニタリングツール ニールセン デジタルアドインテル Nielsen Digital Ad Intel など