

ニールセン・ネットレイティングス、 「スマートフォンメディア利用実態レポート」を発売

ネットレイティングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役会長兼 CEO:福德 俊弘)は、インターネット利用者動向調査の業界の標準となっているパソコンのインターネット視聴率 NetView のノウハウを基に、スマートフォンによるメディア接触状況の実態の調査を実施し、「スマートフォンメディア利用実態レポート」にまとめ、本日より発売いたします。

「スマートフォンメディア利用実態レポート」は、昨年から急速に普及しはじめたスマートフォンの利用実態を利用者/非利用者別、利用端末別(PC、従来型携帯電話、スマートフォン、等)、搭載 OS 別(iOS、Android、他)などに分け、コンテンツ/アプリの利用状況や利用する場面を様々な視点から分析した、ネットレイティングス初のスマートフォンの利用実態調査レポートになります。

今回のレポートは以下の構成になっています。

- インターネットの利用状況
- スマートフォンの保有状況
- スマートフォンの利用状況
- ウェブサイトの利用状況
- オンラインショッピングサイトの利用状況
- SNS サイトの利用状況
- アプリケーションの利用状況

このうち、「スマートフォンの保有状況」のトピックスでは、iPhone ユーザーの3人に1人が携帯電話を複数台所有しているのに対し、Android ユーザーでは5人に1人が複数台保有しているという結果が分かりました。また、次に購入したい携帯電話端末として Android ユーザーが iPhone に乗り換えたいと回答した割合より、iPhone ユーザーが Android に乗り換えたいと回答した割合の方が7ポイント上回り、今後の Android 搭載スマートフォンのシェア拡大の可能性が推測されました。

そのほかのトピックスについて、以下に一部を抜粋します。

<スマートフォンメディア利用実態調査レポート トピックス(一部抜粋)>

インターネットの利用コンテンツ (インターネットの利用状況)

- スマートフォン利用者は、動画サイトや SNS、ブログといった投稿型コンテンツを利用している割合が、スマートフォン非利用者よりも高い。
- 一方、ネットショッピングはスマートフォン利用者/非利用者で大きな差はみられない。

スマートフォンの利用のきっかけ (スマートフォンの利用状況)

- Android、iPhone ユーザーとも「従来型携帯電話より機能が良い」と思ったが最も高い。
- iPhone では「知人、友人、家族からの薦め」の割合が比較的高い。

オンラインショッピングの利用経験 (オンラインショッピングサイトの利用状況)

- Android、iPhoneユーザーとも利用者の半数以上がオンラインショッピングを利用した経験がある。
- オンラインショッピング利用経験者の6割以上が楽天市場、Amazon、Yahoo! Shoppingを閲覧した経験があるが、それ以外のショッピングサイトの閲覧経験は少ない。

SNS サイトの内の広告認知、クリック経験（SNS サイトの利用状況）

- SNS サイト内の広告の認知は世代によらず9割と高い。クリック経験のある人の割合は1割程度。

アプリケーションのダウンロード経験（アプリケーションの利用状況）

- 1ヶ月以内でのアプリケーションのダウンロード数は1から4個が最も多く、次いで5～9個。
- ダウンロードするアプリケーションの選択基準は「無料であること」がAndroid、iPhoneユーザーともに8割以上と最も高い。

「スマートフォンメディア利用実態レポート」はスマートフォンによるメディア接触状況やアプリケーションの使用状況をOS別、利用者属性別に、日本全国を対象にアンケート方式で調査しています。集計結果はニールセン・ネットレイティングスが毎月実施しているインターネット人口調査のスマートフォンユーザーの属性別分布を基にウェイトバックを実施して集計をおこなっています。

主な調査項目

スマートフォンの利用実態	スマートフォンの利用時間(平日 / 休日)
	スマートフォンの利用シーン
	スマートフォンの利用コンテンツ
	スマートフォン購入のきっかけ
ウェブコンテンツ利用動向	コンテンツカテゴリ毎の利用時間(平日 / 休日)
	スマートフォンでよく閲覧するサイト / 利用している検索サイト
	利用検索機能(キーワード検索、画像検索、動画検索、音声検索等)
	企業サイトの閲覧状況
ECサイト利用動向	ECサイト利用時間(平日 / 休日) / 利用頻度
	利用するECサイト毎の利用時間 / 利用頻度
	購入商品のカテゴリ / 購入頻度 / 月間の購入金額
アプリ利用動向	ダウンロードしたアプリの総数(有料 / 無料)
	最近1か月間のダウンロード総数(有料 / 無料)
	アプリ内広告のクリック経験
	アプリの情報源 / アプリを選ぶ基準
	企業が提供するアプリの利用状況
ソーシャルメディア利用状況	SNS利用登録状況
	SNSトータルの利用頻度 / 利用時間
	SNSサイト毎の利用頻度 / 利用時間
	SNSの利用の目的
	SNS内の広告クリック状況
	SNSの主な利用プラットフォーム
	SNSの利用場所



調査仕様

調査方法	インターネット調査
調査時期	2011年5月26日～6月1日
調査地域	日本全国
設問数	60問 スクリーニング11問+本調査49問
調査対象	13歳～69歳男女(本人名義でスマートフォンを個人契約し、かつ利用していること)
対象者数	3,000 サンプル * インターネット利用者、スマートフォン所有者の性、年代構成に応じて別途実施しているインターネット人口調査の人口構成比に応じてウエイトバックを実施
納品物	報告書及びエクセルファイルでのローデータ
価格	500,000円(税別) 有料オプション 報告会 60,000円(税別) /1.5時間

「スマートフォンメディア利用実態レポート」の詳細は下記をご参照ください

http://www.netratings.co.jp/solution/smartphone_report.html

「スマートフォンメディア利用実態レポート」に関するお問い合わせは

ネットレイティングス株式会社 営業部 担当: 田草川/藤田 TEL: 03-4363-4201

e-mail: sales@netratings.co.jp

###

【ネットレイティングス株式会社 会社概要】

会社名: ネットレイティングス株式会社 英文社名: NetRatings Japan Inc.
本社所在地: 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント
資本金: 4億346万円
設立: 1999年5月
代表者: 代表取締役会長兼 CEO 福德 俊弘
代表取締役社長兼 COO 千葉 尚志
主要株主 : The Nielsen Company (U.S.A)、 トランスコスモス株式会社、株式会社電通

ネットレイティングスは、ニールセン、トランスコスモス株式会社及び株式会社電通の合併会社です。ザ・ニールセン・カンパニー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、広告分析、ソーシャルメディア分析の3つ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、及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、広告会社より高い信頼性の評価をいただいております。ネットレイティングスのサービス概要、及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧いただけます。



ニールセン・ネットレイティングス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、
モバイルインターネット利用動向データ Nielsen KeitaiView、
インターネット基礎調査レポート Nielsen BasicReport など

広告分析ソリューション

オンライン広告統計データ Nielsen AdRelevance、Nielsen AdRelevance EXpenditure
広告効果分析サービス Ad Effectiveness など

ソーシャルメディア分析ソリューション

ソーシャルメディア分析サービス Nielsen BuzzMetrics
ソーシャルメディア分析ツール Nielsen MyBuizzMetrics
リスクモニタリングサービス スレットラッカー など

ニールセンについて

Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN)は世界最大の情報・調査企業で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報を提供しています。また、トレードショーも開催しており、各分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークの本社を拠点とし、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ (www.nielsen.com) をご覧ください。

#

本件に関するお問い合わせ先:

ネットレイティングス株式会社 広報担当 西村 総一郎

電話:(03)4363-4200

e-mail: press@netratings.co.jp