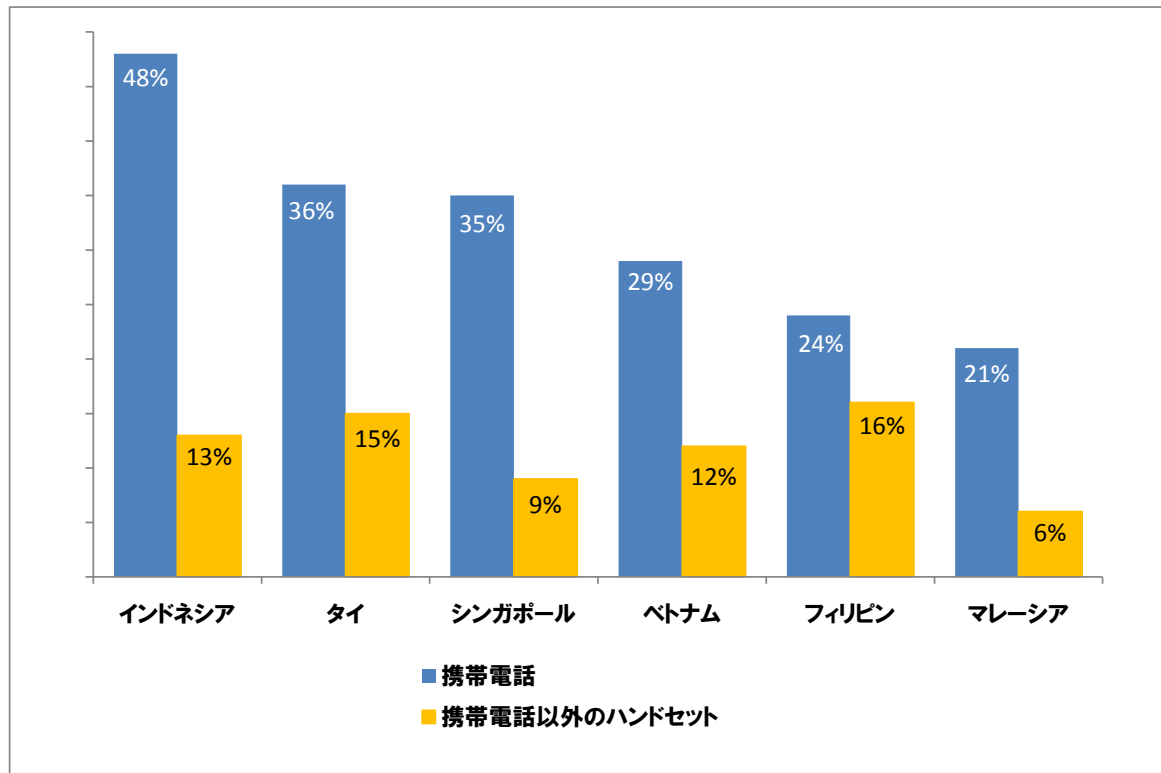


## インドネシアではモバイル経由のインターネット・アクセスが増加 ～ニールセン、東南アジア・デジタル消費者レポートを発売～

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:福德俊弘)は、ニールセンがまとめた「東南アジア・デジタル消費者レポート(Southeast Asia Digital Consumer Report)」を9月30日に発売します。この調査は、東南アジア6カ国で実施された消費者のデジタル機器やオンラインサービスの利用状況調査をまとめたものです。

調査結果によると、インドネシアのネット・ユーザーの約半数はモバイル経由でネットにアクセスしており、今後1年間におけるモバイル経由のネット・アクセス意向が高いことから、さらに上昇することが予測されます。またインドネシアでインターネットを普段利用する人の48%はモバイル経由でネットにアクセスすることから、インドネシアは東南アジア地域で最もモバイル志向の強い国となっています(図1参照)。今後1年間におけるアクセス意向を見ると、53%がモバイル、30%がネット接続可能な携帯端末を挙げていることから、この傾向は今後も続くことが予測されます。

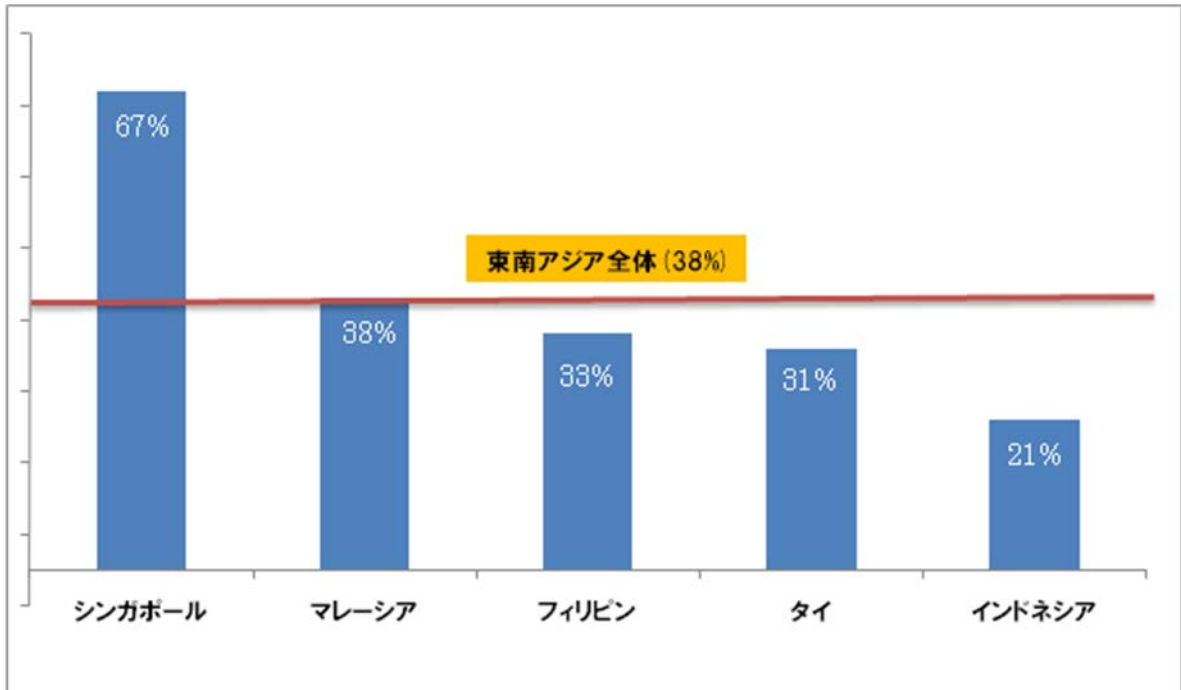
図1 モバイル経由でのインターネット利用状況



ニールセンのインドネシアのメディア部門担当マネージング・ディレクターのプラティーニョは「多くのインドネシア人にとって、携帯電話やタブレット端末に代表されるネット接続可能な携帯端末は自宅の高速ブロードバンド・サービスに比べ、手軽にインターネットに接続できる手段です。今後1年間やそれ以降、モバイルや携帯端末経由のネット・アクセスは飛躍的に伸びるでしょう」と述べています。

東南アジア地域でモバイル経由のインターネット接続が最も多いインドネシアですが、インターネットの利用率は地域内で最低となっており、アクセス頻度も低くなっています。インターネット利用率を見ると、15才以上のインドネシア人の5人に1人(21%)がインターネットを利用しており、東南アジア平均の38%よりも17%低く、ネット利用率が最も高いシンガポールに比べると46%低くなっています(図2参照)。インドネシアで最もネット利用者が少ないのは50才以上で、利用率は僅か1%となりました。

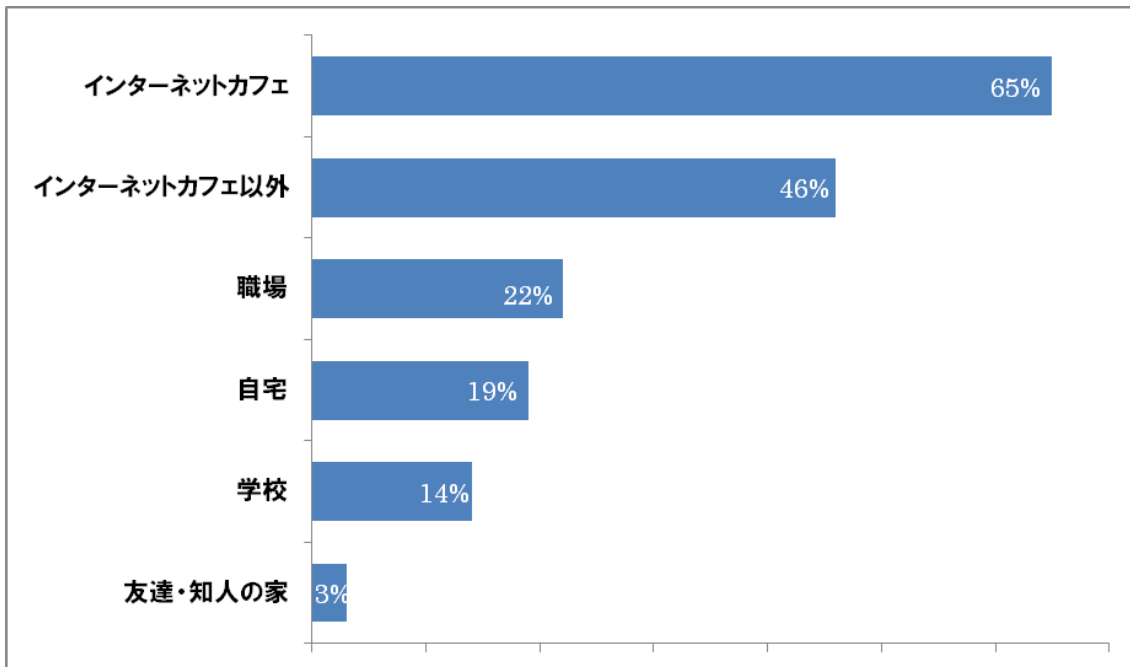
図2 東南アジア各国のインターネット利用率



インドネシアの大半のネット・ユーザー(66%)が最も利用するネット接続場所はインターネット・カフェとなっていますが、東南アジア全般では自宅(67%)となっています。インターネット・カフェに加え、インドネシアのデジタル消費者の多数(46%)がモバイルやその他ネット接続可能な携帯端末を挙げています(図3参照)。

プラティーニョは「消費者がネット接続する場所は、コンピューター及び自宅での高速ネット接続環境の有無を反映する傾向にあります。シンガポールを見ると、ネット・インフラの整備や価格設定がインターネットの利用や自宅からのアクセスを後押ししています。対してインドネシアの消費者は、自宅以外の接続方法及び場所に頼らざるを得ないのです」と述べています。

図3 インドネシアのインターネット接続場所



\* 本リリースに含まれているデータやコメントは、ニールセンが9月30日に発表する「東南アジア・デジタル消費者レポート (Southeast Asia Digital Consumer Report)」からの抜粋です。インターネット・メディアが東南アジア (インドネシア、フィリピン、マレーシア、ベトナム、シンガポール、タイ) 地域において主流となっていることを受け、ニールセンは東南アジアのデジタル消費者の行動や態度に関する調査を実施しました。本レポートは広告主や媒体社、そして広告会社に対して、オンライン・コンテンツに関する各市場のニーズや期待に応える方法を検討する上で、重要な最新のインサイトをご提供しています。

#### 東南アジア・デジタル消費者レポートについて

レポート対象国: シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、タイ、ベトナム

\*レポートは各国版毎に編集されています

主なレポート項目:

- デジタル機器・プラットフォームの保有・アクセス状況
- デジタルメディア利用状況: (何を、いつ、なぜ、どのように)
- ソーシャルメディア、リッチメディアの利用状況
- ソーシャルメディア、リッチメディアの購買決定への影響力:  
オンライン上では消費者は何によって動機付けられるか
- デジタル技術を消費者が取り込むための動機と障壁



- 同時接触も含めた他メディアとデジタルメディアの役割
- オンライン広告の市場規模やモバイル広告の市場状況

レポート仕様: PDF 約 300 ページ/国 + 集計表(クロステーブル)

価格: 80 万円(税抜)/ 国・各国共通

発売日: 2011 年 9 月 30 日

###

### 【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 武智 清訓

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弁会社です。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、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 KeitaView、  
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 など



## ニールセンについて

ニールセン・ホールディングス N.V. (NYSE : NLSN) は世界的な情報・調査企業で、マーケティング及び消費者情報、テレビなどのメディア視聴率、オンラインおよびモバイルのインターネット視聴率を提供しています。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・ニューヨークとオランダ・ディーンに本社があり、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](http://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 小宮山 聖花(こみやま きよか)

電話:(03)4363-4200

e-mail: [press@netratings.co.jp](mailto:press@netratings.co.jp)