

## ニールセン、INFORMATE MOBILE INTELLIGENCE と戦略的提携を発表 マーケターに消費者のモバイル動向及びその利用についてのインサイトを提供

**2012年 11月 20日、シンガポール** - 消費者が何をみて何を購入するかについての情報およびインサイトをグローバルに提供するニールセンは本日、シンガポールに本社を構える **Informate Mobile Intelligence** との戦略的提携を発表いたしました。Nielsen Informate Mobile Insightsと呼ばれるこの戦略的提携は、アジア太平洋、中東およびアフリカ地域を対象としており、ニールセンの消費者およびマーケティングに関する専門性とInformate社のテクノロジーおよび専門分野を組み合わせることにより、極めて明快に消費者がどのようにモバイル機器を使用し、モバイルコンテンツを利用しているかについて情報を提供できるようになります。

2011年7月に発表され、既にインドで提供されているNielsen Informate Mobile Insightsを拡大させる本提携は、スマートフォンの機能やアプリケーションの利用、そしてネットワーク数を始めとする幅広い領域における消費者のスマートフォン利用動向についてのデータ、分析およびインサイトを提供することで、携帯端末メーカー、モバイルメディアコンテンツプロバイダー、ネットワークオペレーターおよび消費者ブランドを支援いたします。

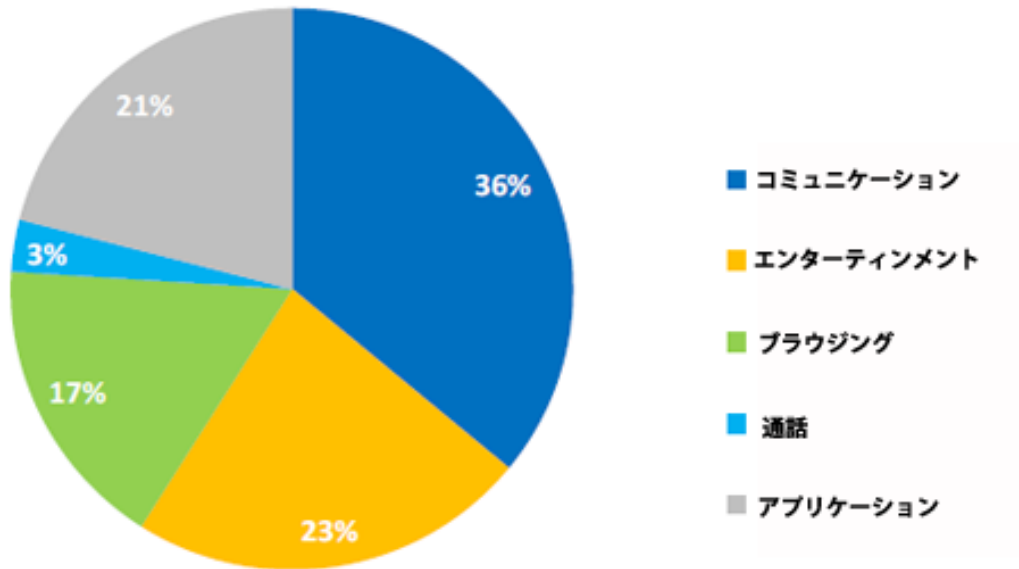
インドネシアでは、Nielsen Informate Mobile Insightsは、スマートフォン利用者で構成されるパイロットパネルを通してスマートフォン利用動向を追跡しており、スマートフォン利用について、以下のような主要トレンドを発見いたしました。

- 消費者は1日平均4時間スマートフォン端末を利用しており、コミュニケーションおよびエンターテインメントが利用時間の上位を占めている（それぞれ36%、23%）。(図1参照)
- 女性が、通話、SMS、チャット、電子メールなどのコミュニケーションに1日平均2時間費やしているのに対し、男性がそれらに費やす時間は1時間強である。(図2参照)
- Android利用者のアプリケーション利用が最も高く、毎月およそ13本のアプリケーションを端末にインストールし、毎日1時間強アプリケーションを利用している。
- インドネシアの消費者は、Wi-Fiより携帯電話通信網を好む傾向にあり、1日の平均消費データ量は、携帯電話通信網経由が15メガバイトなのに対し、Wi-Fi経由は10メガバイトである。

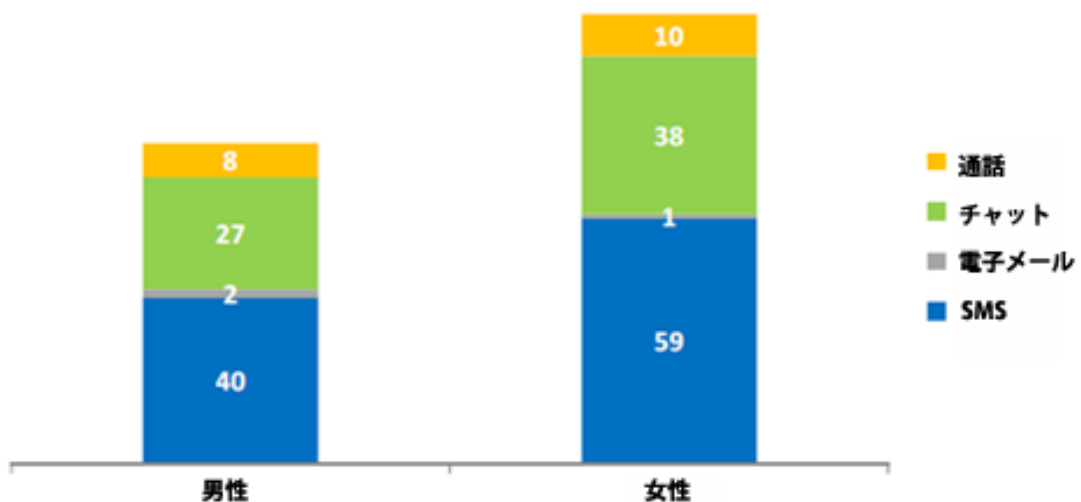
「モバイルエコシステムは、特に携帯端末メーカー、コンテンツおよびネットワークセクターのマーケターに、莫大な機会および挑戦を提示します。モバイル消費者は、端末およびコンテンツに関する多数の選択肢に困惑しています。オンデバイスメーカーから実際の利用動向を理解することは、消費者のトレンドや機会を熟知し、マーケターが消費者獲得およびロイヤルティ確保のために戦略を定義するのに役立ちます。スマートフォンは、マーケターがマーケティング媒体として単純に無視できない段階に達しており、従って、今回私たちがインドネシアのパイロットパネルから発見したインサイトは、クライアントが、消費者がどのようにデバイスを利用し、アプリケーションを活用しているかを理解する手助けとなり、マーケターにとっては決定的な重要性を持つものとなります。モバイルが急速に消費者の世界の中心となっていく傾向にある中、これはまた、CPG、ファイナンスサービスおよびその他の業界のマーケターにとっても関連性のあることです。」と、ニールセン テレコムグループ、アジア太平洋、中東及びアフリカ担当マネージングディレクターのビジュアル・バリは述べています。

「ニールセンとの提携関係を拡大し、多様な市場で活動する企業がより深くスマートフォン動向を理解する支援をできるようになることをとても楽しみにしています。スマートフォンの導入は急増しており、企業は、消費者がどのようにデバイスを利用しているかについて、より詳細な調査を緊急に必要としています。オンデバイス計測の最新技術を利用しているニールセンとInformatの提携は、それを可能にします。」と、Informat Mobile Intelligence President のケダル・ソホニ氏は述べています。

図表1: 月平均のスマートフォン利用時間内訳



図表2: コミュニケーションに費やす時間 (単位: 分)



### Informate について

テレコム業界における革新的で価値のあるサービスプロバイダーである Informate Mobile Intelligence は、パネリストの携帯電話端末にインストールしたメーターテクノロジーから抽出した実際のモバイル動向に基づいた情報を提供する主要プロバイダーです。Informate は、電気通信事業者、携帯端末メーカー、VAS アプリケーション開発者および広告主へ必要不可欠なインサイトを提供します。詳細は、[www.inforatemi.com](http://www.inforatemi.com) でご確認くださいだけです。

### 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。ニールセンは、アメリカ・ニューヨークおよびオランダ・ディーンに本社があり、世界 100 以上でビジネスを展開しています。詳細は、[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com) でご確認くださいだけです。

###

**【ニールセン株式会社 会社概要】** \*弊社は2012年7月1日、ニールセン株式会社に社名変更いたしました

会社名: ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社) 英文社名: Nielsen Co., Ltd.

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: 1 億円

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 :ニールセン、トランスコスモス株式会社 など

ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社)はニールセン、トランスコスモス株式会社などの出資による合弁会社です。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。ニールセン株式会社のサービス概要、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。ニールセン・カンパニー合同会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://jp.nielsen.com/site/index.shtml> でご覧いただけます。

ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社)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・メディア利用実態調査レポート

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 My BuzzMetrics など

###

本件に関するお問い合わせ先:

ニールセン株式会社 広報担当 西村総一郎

電話:(03)4363-4200

e-mail: [jpw\\_press@nielsen.com](mailto:jpw_press@nielsen.com)