

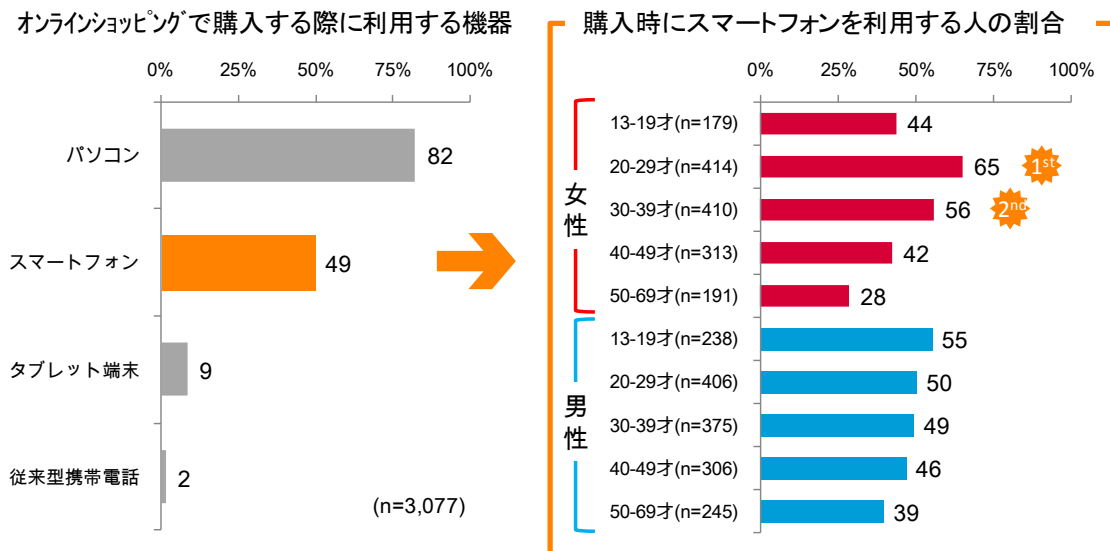
ニールセン、スマートフォン利用者のメディア利用実態を分析

- ・ 20 代女性スマホユーザー 3 人に 2 人はスマホで買い物
- ・ スマホユーザーの 66%はブラウザ利用時に広告掲載を認知

メディア視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO：武智 清訓）は、「スマートフォン・メディア利用実態調査」の調査結果からモバイルショッピングの利用状況とモバイル広告掲載の認知についてまとめました。

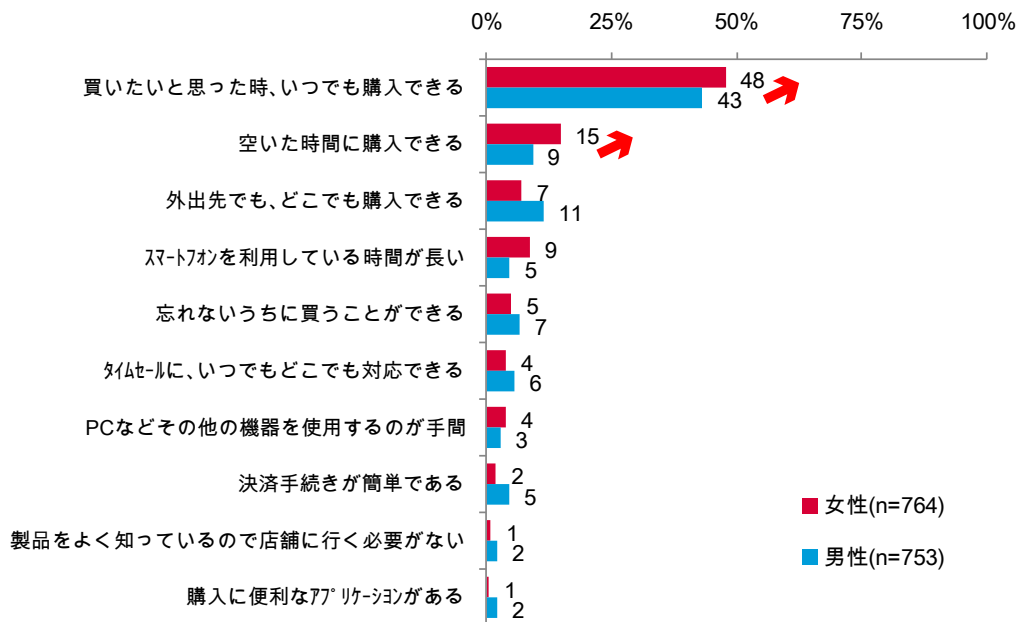
それによると、スマートフォンユーザーのうち、49%の人がスマートフォンを利用して商品を購入した経験がありました。性年代別でみると、20 代、30 代の女性の割合が高く、特に 20 代女性は 65%の人がスマートフォンでの購入経験があり、全体平均と比べて 16 ポイント高い結果となっていました。（図表 1）

図表 1：オンラインショッピングで購入する際に利用する機器



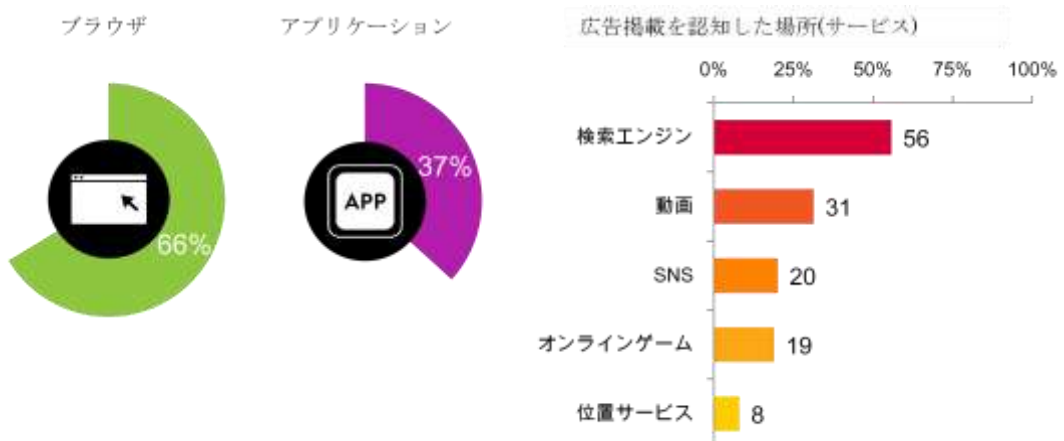
スマートフォンで購入する理由を男女別で比較したものが図表 2 となります。男性、女性ともに「買いたいと思った時、いつでも購入できる」という理由が最も多く、特に、女性は、「いつでも購入できる」ことや、「空いた時間に購入できる」といった、時間面にメリットを感じて、スマートフォンで購入している人の割合が高くなっていました。

図表 2 : スマートフォンで購入する一番の理由 ; 性別



次に、スマートフォンを利用している際の広告接触に関して、ブラウザ利用時に広告を見たことがあるという人は 66%で、アプリケーション利用時の 37%と比べて 29 ポイント高い結果となりました。利用したサービス別に広告掲載の認知をみると、「検索エンジン」で認知した人が 56%で、最も多くなっていました。次いで、「動画」が 31%、「SNS」が 20%となっていました。(図表 3)

図表 3 : 広告掲載を認知した場所



(n=3,077)

弊社アナリストの高木史朗は「常に持ち歩いて、頻繁に使用されるスマートフォンの特徴が、モバイルショッピングに大きく影響している様子がうかがえました。[弊社の過去の分析結果](#)で、女性は男性よりもスマートフォンの利用時間が長い、という特徴がみられました。長時間スマートフォンを利用している女性にとっては、何かを買いたいと思った時に、いつも手元にあるスマートフォンで買い物をするという行動は、自然な流れとなってきたと言えると思います。先月、ECサービスへの参入を発表した LINE は若年層や女性へのリーチが高いため、モバイルショッピング市場との相性は良いと言えるでしょう。楽天市場や Amazon、Yahoo!ショッピングをはじめとした既存の EC サービスにどのような影響を与えるのか、今後も注視していく必要があります。

一方で、スマートフォン上の広告は、ブラウザとアプリケーションでは広告掲載の認知率が大きく異なることがわかりました。スマートフォンのブラウザでの広告出稿形態は、パソコン上の広告出稿形態と似ている面が多い一方、アプリケーションではその手法が未開拓な要素も大きいため、認知率に違いが出る結果となったと推測されます。スマートフォンユーザーの約半数が利用する SNS のうち、85%がアプリから利用されていることを踏まえると、今後の広告掲載方法の変更や広告主の増加等によって、アプリケーションの広告掲載の認知率は大きく成長する余地がありそうです。」と述べています。

スマートフォン・メディア利用実態調査レポート (Smartphone Media Insight Report) について

スマートフォン・メディア利用実態調査レポートは、消費者のスマートフォンにおけるオンラインメディアの利用動向と、パソコンにおける利用動向を、オンラインサーベイとインターネット視聴率から把握し、包括的にレポートする定点観測型の調査です。日々変化していく消費者のオンラインメディアへの関わり方を、スマートフォンとパソコンという2つのスクリーン（デバイス）から分析し、可視化します。

本調査は 2013 年 8 月 2 日～8 月 5 日にかけて実施され、スマートフォンを保有し、インターネットを利用している日本全国の 13 歳～69 歳の男女、計 3,077 人を対象に調査を行いました。

サンプル数は、スマートフォン所有者の人口構成比によって割り当てられ、スマートフォンユーザーを代表するように割りつけられています。

サービスのご利用に関するお問い合わせは下記にて承ります。

ニールセン株式会社 セールス&アナリティクス

電話 03-4363-4201 e-mail: jpw_ClientServices@nielsen.com

###

【ニールセン株式会社 会社概要】

会社名: ニールセン株式会社 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併会社です。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、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、コンシューマーニユ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・調査会社で、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、トレードショーやそれに関連した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・ディーンに本社を持ち、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。

ニールセン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

スマートフォン視聴率データ Nielsen Mobile NetView

スマートフォン・メディア利用実態調査レポート 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

###

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