

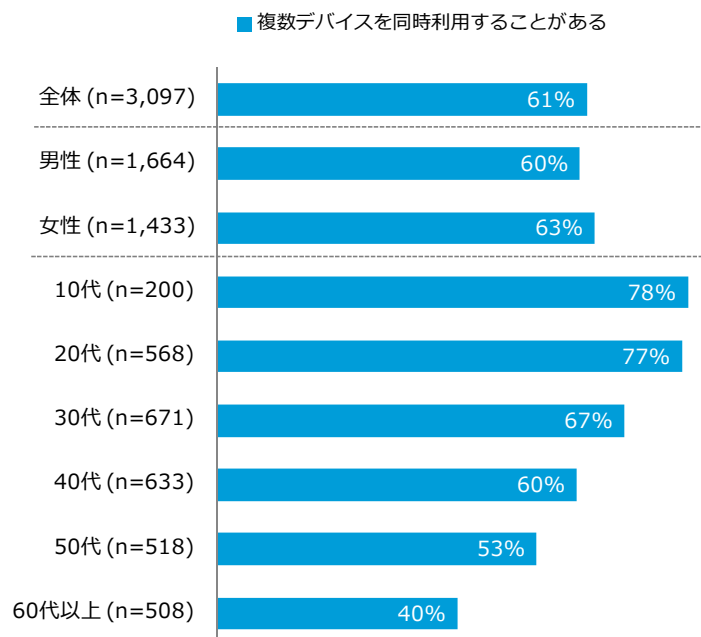
ニールセン、生活者のマルチスクリーン利用動向を分析 ～テレビ視聴中にスマートフォンで行われているのはゲームやチャット～

- ・複数デバイスを保有するユーザーの6割が同時利用を経験。特に10代、20代は8割が同時利用
- ・スマートフォン保有者の半数がテレビ視聴中にスマートフォンを利用。若年層でこの傾向が強い
- ・テレビ視聴中にスマートフォンで行うのは、「ゲーム」や「通話やチャット・メール」

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、11月1日に販売を開始した「Nielsen Digital Consumer Database 2013（ニールセン・デジタル・コンシューマ・データベース 2013）」からのデータをもとに生活者のマルチスクリーン利用実態、特に複数デバイスの同時利用（ながら利用）状況を分析し、結果を発表しました。

それによると、複数デバイスを保有するユーザーの61%がデバイスの同時利用を経験していました。男女間に差は見られないものの、年代別では若年層の同時利用率が顕著に高く10代、20代では約80%のユーザーが同時利用をしていました（図表1）。その際に利用されるスクリーンは、「テレビ」と「パソコン」の組み合わせが最も多く74%、次いで、「テレビ」と「スマートフォン」（46%）となりました。

図表 1. デバイス同時利用率（性年代別）

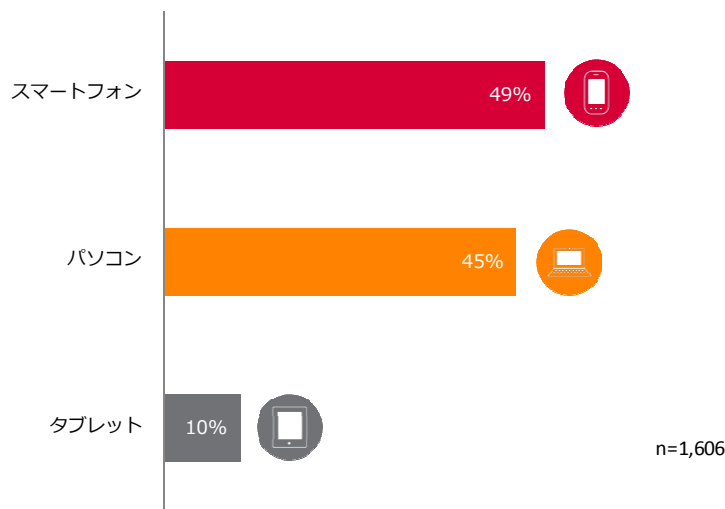


Source: Nielsen Digital Consumer Database 2013

現在、急速に普及が進んでいるスマートフォンの保有に着目してみると、スマートフォンがテレビ視聴中に同時利用されている割合は49%となり、パソコンの45%を上回りました。(図表2)

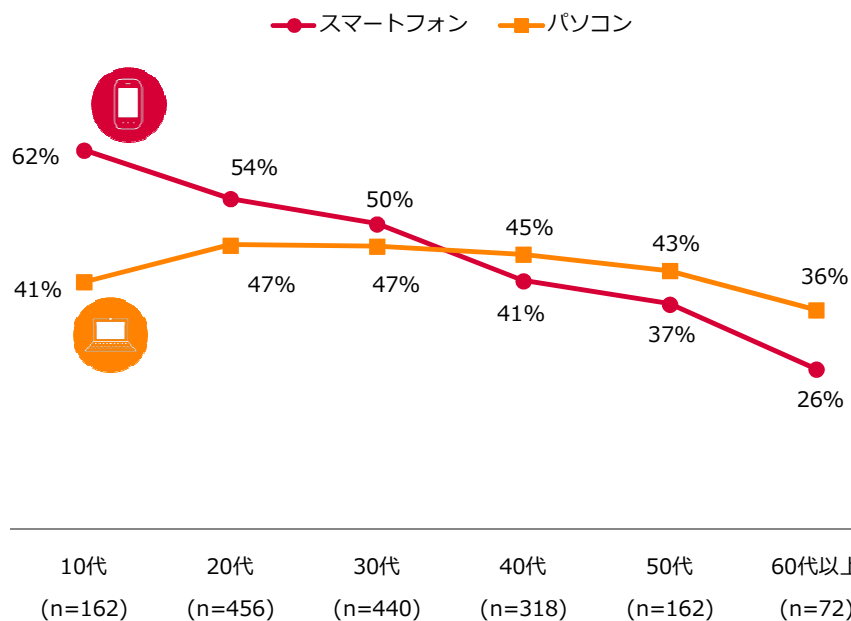
年代別ではスマートフォンを保有する10代の62%が、20代で54%がテレビに次ぐスクリーンとして利用していますが、30代を境として40代以上ではパソコンの割合がスマートフォンを逆転する状況になっていました。(図表3)

**図表 2. 主にテレビを視聴しながら利用する機器
(パソコンとスマートフォンの両デバイスの保有者)**



Source: Nielsen Digital Consumer Database 2013

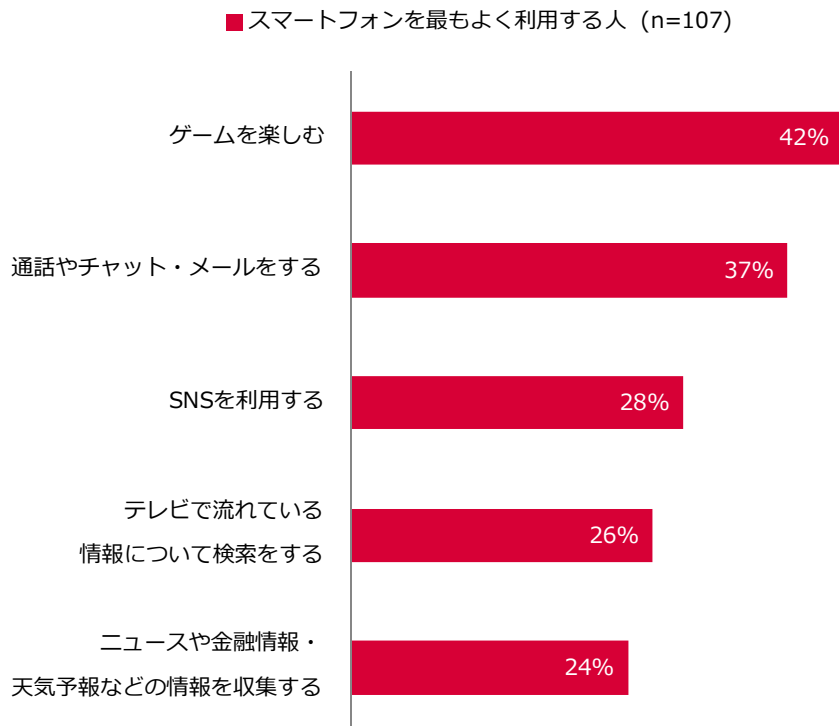
**図表 3. 主にテレビを視聴しながら利用する機器
(パソコンとスマートフォンの両デバイスの保有者：年代別)**



Source: Nielsen Digital Consumer Database 2013

図表 4 はテレビ視聴中にスマートフォンをセカンドスクリーンとして最も利用するユーザーが、スマートフォン上で何を行っているのかをみたものです。1 位はゲーム (42%)、2 位、通話やチャット・メール (37%) となり、3 位の SNS の利用は 2 位から 9 ポイント低い 28%となっていました。

図表 4. 主にテレビを視聴しながらスマートフォンで行っていること TOP5



Source: Nielsen Digital Consumer Database 2013

弊社シニアアナリストの中村義哉は、「テレビの視聴スタイルが急速に変化している今日、テレビと他のスクリーンの関係性を理解することが重要になってきています。今回の分析から、スマートフォン保有者に限ってみると、若年層ではテレビを視聴しながらスマートフォンを利用している人が多くなりましたが、シニア層では依然としてパソコンの利用率が高いことが分かりました。今後、シニア層にスマートフォンが普及することで、同時利用率が若年層と同様に上がっていくのか、注目する必要があります。その変化によっては、例えば視聴者参加型のテレビ番組のターゲットや内容も検討していく必要があるかもしれません。

また、弊社の過去の調査では、ソーシャルメディアはスマートフォンからの利用が多いことが分かっています。最近では、ソーシャルメディアとテレビの連携についても注目が集まっていますが、今回の調査ではゲームや通話・チャットが多く利用されている結果となっていました。ソーシャルメディアとテレビを連携する試みは始まったばかりであり、今後、事例や効果検証が増えることで、利用動向に変化があるのかも注目すべきポイントだと考えています。」と述べています。

Digital Consumer Database 2013について

Digital Consumer Database は、デバイス（スクリーン）とコンテンツ（サービス）の両面から、その利用状況を調査することで、今日の生活者が、「どのデバイスから」「何を視聴し、どんなサービスを利用」しているのかを俯瞰できる基礎調査データです。

本調査は 2013 年 9 月 20 日～9 月 23 日にかけて実施され、パソコン、従来型携帯電話、スマートフォン、タブレットのいずれかのデバイスを通して月 1 回以上インターネットを利用している日本全国の 15 歳（高校生）以上の男女、計 3,102 人を対象に調査を行いました。

サンプル数は、上記 4 デバイスからのインターネット利用者の人口構成比によって割り当てられ、インターネットユーザーを代表するように割りつけられています。

サービスの詳細は、下記ウェブサイトでもご覧いただけます。

<http://www.netratings.co.jp/solution/DCDB2013.htm.html>

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 福徳 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 NetView
スマートフォン視聴率データ Mobile NetView
スマートフォン・メディア利用実態調査レポート
検索サービス利用データ MegaView Search 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 AdRelevance、AdRelevance EXpenditure
広告効果分析サービス Nielsen Online Brand Effect
オンライン広告リーチ測定 リーチ&フリケンシー 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.co.jp