

ニールセン、スマートフォンとパソコンからのカテゴリ別最新利用動向を分析 ～「食品、料理」カテゴリはスマートフォン利用者数がPC利用者数を逆転～

2スクリーン（PCとスマートフォン）での最新利用動向

- ・スマートフォンでのインターネットサービスの利用者数は継続して増加し、PCでの利用者数の65%まで拡大
- ・「食品、料理」「服飾、美容」カテゴリはスマートフォンからの利用者が多く、「自動車情報」「自動車メーカー」カテゴリはPCからの利用が多い

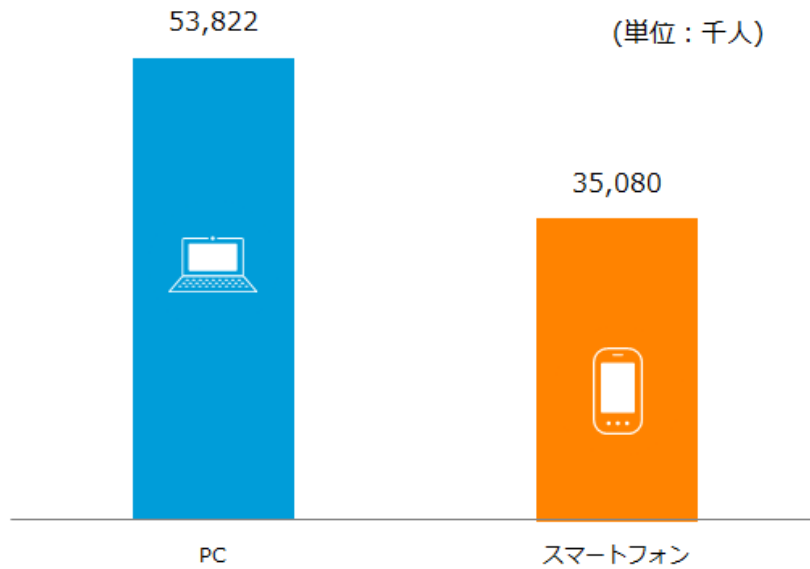
メディア視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長兼COO：武智 清訓）は、5月20日に提供を開始したスマートフォン視聴率情報 Mobile NetView（モバイル・ネットビュー）の10月データ、および、PC版インターネット視聴率情報 NetView（ネットビュー）の10月データをもとにスマートフォンとPCの2スクリーンでのインターネットサービスの利用状況を分析し、結果を発表しました。

それによると、2013年10月の訪問者数は、PCからのインターネット利用者数が5,380万人、スマートフォンからのインターネット利用者数（アプリの利用とウェブサイトの訪問の両方を含む）が3,500万人となり、スマートフォンのインターネットサービス利用者数はPCのインターネットサービス訪問者数に対して65%の規模に拡大しました（図表1）。

主要なカテゴリにおいて、PCとスマートフォンからの利用者規模をそれぞれ比較したものが図表2になります。スマートフォンから利用が多いカテゴリとしては、「コミュニケーション」や「地図、一般旅行情報」、「天気」といったスマートフォンとの相性良いことが知られているカテゴリの他にも「食品、料理」、「服飾、美容」といったカテゴリでも利用者が多い状況となっています。一方、「ポータル、コミュニティ」や「オンラインモール」、「ビデオと映画」、「自動車情報」などはPCからの利用が多い状況となっていました。

また、スマートフォンからの利用者が多かった、「食品、料理」カテゴリを年代別で見ると、20代はもとより、30代、40代でもスマートフォンからの利用者が多い状況であることが分かります。（図表3）

図表1 各スクリーンからのインターネット利用者数 (2013年10月)



Source: スマートフォン: Nielsen Mobile NetView スマートフォンからの利用

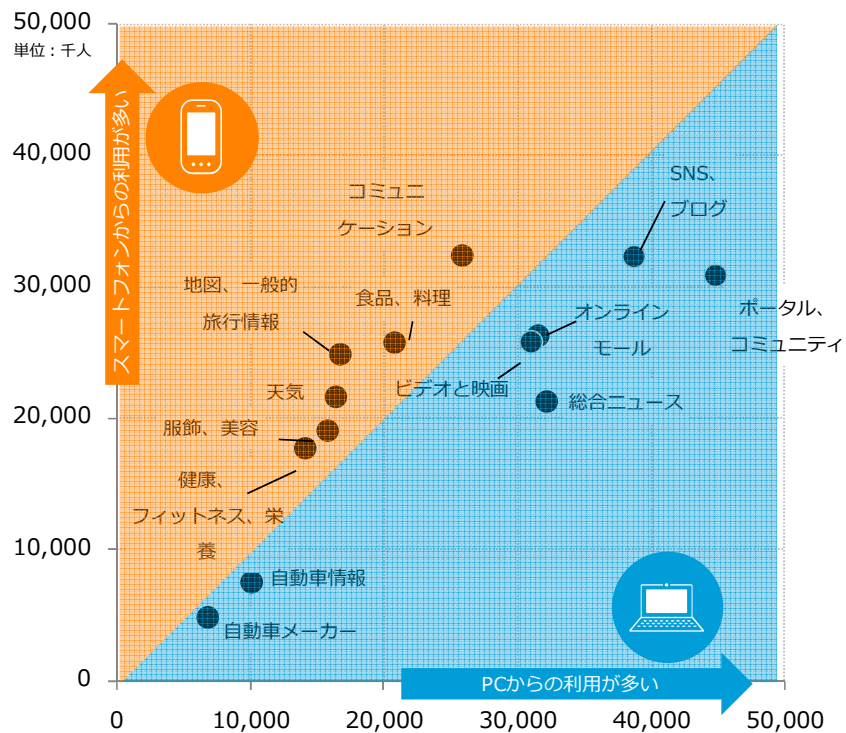
PC: Nielsen NetView 家庭および職場のPCからの利用

※スマートフォンとPCの併用者を含む

※スマートフォン、PCともに利用者数はアプリの利用者とWebサイトの訪問者の非重複の合計

※NetViewは2歳以上の男女、Mobile NetViewは18歳以上の男女

図表2 カテゴリ別訪問者数 (2013年10月)



Source: スマートフォン : Nielsen Mobile NetView スマートフォンからの利用

PC : Nielsen NetView 家庭および職場のPCからの利用

※スマートフォンとPCの併用者を含む

※スマートフォン、PCともに利用数はアプリの利用者とWebサイトの訪問者の非重複の合計

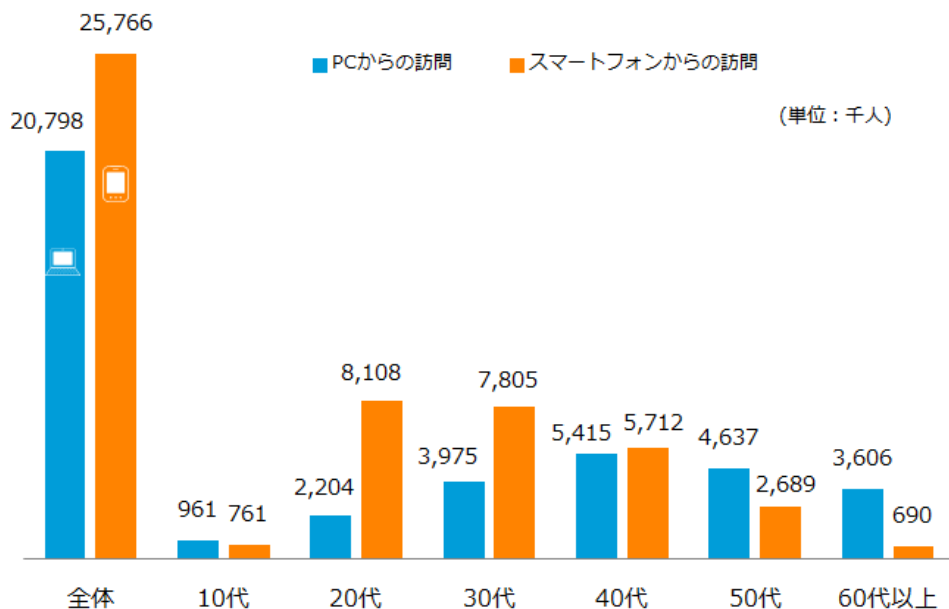
※NetViewは2歳以上の男女、Mobile NetViewは18歳以上の男女

※カテゴリはNetViewで予め定義されたサブカテゴリを使用

※カテゴリ「SNS、ブログ」はNetViewの「メンバーポータル・コミュニティ、SNS」、Mobile NetViewの「ソーシャルネットワーク」を使用

※カテゴリ「コミュニケーション」は「Eメールサービス」「インスタントメッセージ」「その他のコミュニケーション」の非重複の合計

図表3 「食品・料理」カテゴリ 年代別訪問者数(2013年10月)



Source: スマートフォン : Nielsen Mobile NetView スマートフォンからの利用

PC : Nielsen NetView 家庭および職場のPCからの利用

※スマートフォンとPCの併用者を含む

※スマートフォン、PCともに利用数はアプリの利用者とWebサイトの訪問者の非重複の合計

※NetViewは2歳以上の男女、Mobile NetViewは18歳以上の男女

弊社シニアアナリストの中村義哉は、「若年層にリーチできるスクリーンとしてスマートフォンは無視できない状況であることは広く認識されていることですが、若年層以外の年代でもその利用がスマートフォンにシフトしてきているカテゴリがあることは注目すべきポイントです。例えば、『食品、料理』カテゴリでは自社ホームページのスマートフォン対応を始めとし、普段の生活習慣をサポートするような

便利なアプリを提供するなどスマートフォンを積極的に活用している企業も目立っています。他のカテゴリにおいてもスマートフォン活用に積極的な企業が先頭にとって施策を行うことで、そのカテゴリでの生活者のスマートフォン利用が日常化していく可能性があります。このような状況の中、カテゴリでのスマートフォン活用がどのような状況か、自社のスマートフォン対応が他社と比較して進んでいるかどうか、常にカテゴリ全体や競合の状況を把握していくことが大変重要な視点となります。」と述べています。

サービス導入事例：サントリーホールディングス株式会社

「導入の背景と期待」

サントリーホールディングス株式会社、デジタルコミュニケーション開発部の若林純氏は「今まではPC版のインターネット視聴行動データを利用して、同業他社様の状況をみていましたが、食品・飲料業界においてはスマートフォンを積極的にコミュニケーション施策に取り入れている企業が比較的多い状況にあり、PCだけでは業界の動向を把握しきれませんでした。

サントリーとしてもスマートフォン活用を推し進めていますので、同業他社様のスマートフォン対応状況を web 閲覧とアプリ利用動向の両面から客観的な数字として確認できることは、今後の弊社のスマートフォンを含めた総合的なデジタルマーケティング戦略立案にとって重要な要素であると考えています。」と述べています。

Mobile NetViewについて

Mobile NetViewは日本全国の4000名（iOS、Android各2000名）の調査協力モニターから取得するアクセスログ情報を元に作成されます。従来のアンケート調査とは異なり、実際のユーザーのアクセス記録に基づくデータであり、アプリやウェブサイトの利用時間や利用頻度などの正確な利用動向データの提供が可能です。また、利用者属性情報を含むパネル調査であるため、属性別の利用状況を把握できます。

データは、ウェブサイトの訪問、アプリの利用もしくはスマートフォン全体での利用状況を参照することができ、また、利用者属性、OS、電話会社、デバイスなどのフィルターを使用してデータを抽出することもできます。

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/nielsen_mobile_netview.html

NetView (PC版) について

PC版のNetViewは、日本全国に4万名以上のオンライン視聴者パネルを構築し、データを収集、報告しています。また、ニールセンの視聴率パネルは家庭のみならず、日本で唯一、職場にも2200名上のパネルを構築していますので、日本全体のPCでのインターネット利用動向を俯瞰することができます。



同一条件で測定される視聴率情報であるがゆえに、自社サイトの利用状況や利用者属性の把握のみならず、競合サイトの利用状況との比較もでき、かつ、日本全体あるいは業界内での自社のポジショニングを確認することもできます。時系列データの抽出や、他サイトとの重複利用状況を抽出するなどの豊富なツールも実装されています。

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/netview.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・ディーメンに本社を持ち、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