

## News Release

### 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

Eメール: [jpw\\_press@nielsen.com](mailto:jpw_press@nielsen.com)

電話: 03-4363-4200

ファックス: 03-4363-4210

### スマートフォン利用者の92%がSNSを利用 ~ニールセン、SNSの最新利用動向を発表~

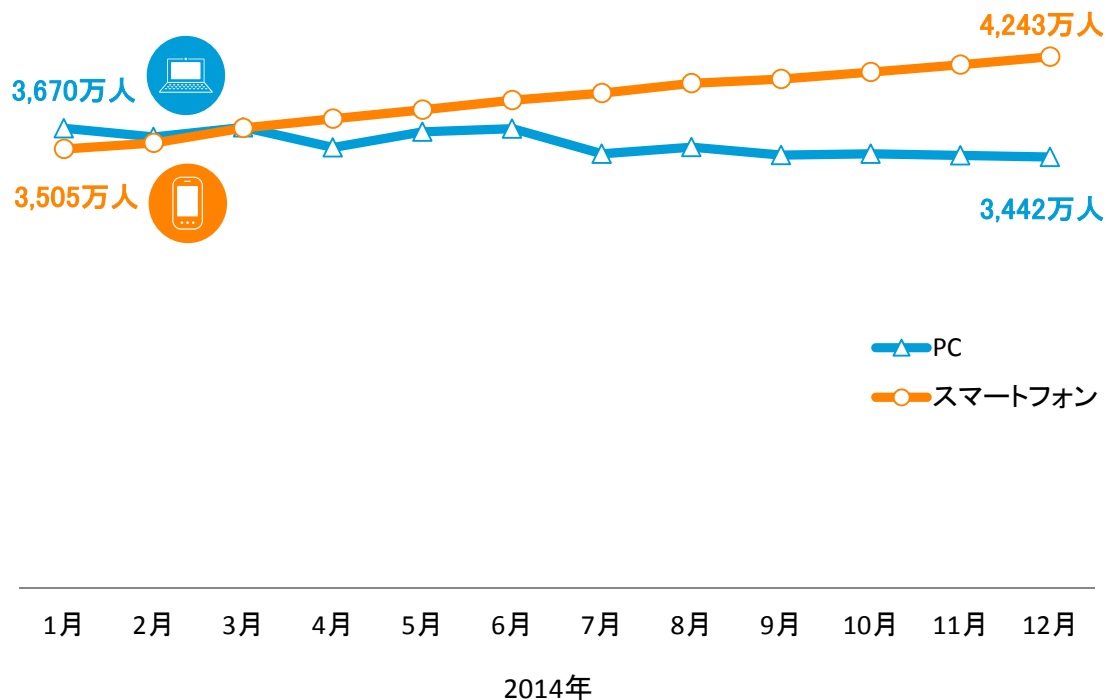
- 各SNSでスマホからの利用者数がPCからの利用者数を大きく超える
- SNSは女性が男性よりアクティブに利用。「Facebook」は高年齢層でも利用され、「Twitter」は若年層が特に活用
- 2014年に最も利用者数を伸ばしたサービスは「Instagram」

2015年1月27日

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:宮本淳)は、スマートフォン視聴率情報Nielsen Mobile NetView(ニールセン・モバイル・ネットビュー)、および、PC版インターネット視聴率情報Nielsen NetView(ニールセン・ネットビュー)のデータをもとに、ソーシャルネットワークサービス(以下、SNS)の最新の利用動向を発表しました。

2014年は、スマートフォン躍進の年となりましたが、スマートフォンと相性の良いSNSも利用者数をさらに増やした年となりました。ニールセンが独自に分類する「ソーシャルネットワーク」カテゴリ全体では2014年4月にスマートフォンからの利用者数がPCを逆転し、以降、順調に利用者数を伸ばしました。2014年12月時点ではスマートフォンからのSNS利用者は4,243万人となりました(図表1)。これはスマートフォンからのインターネット利用者のうちの92%が利用する規模であり、利用率は2014年を通して90%を超えていました。

図表1:「ソーシャルネットワーク」カテゴリ全体 利用者数推移



Source

スマートフォン: Nielsen Mobile NetView ブラウザとアプリからの利用

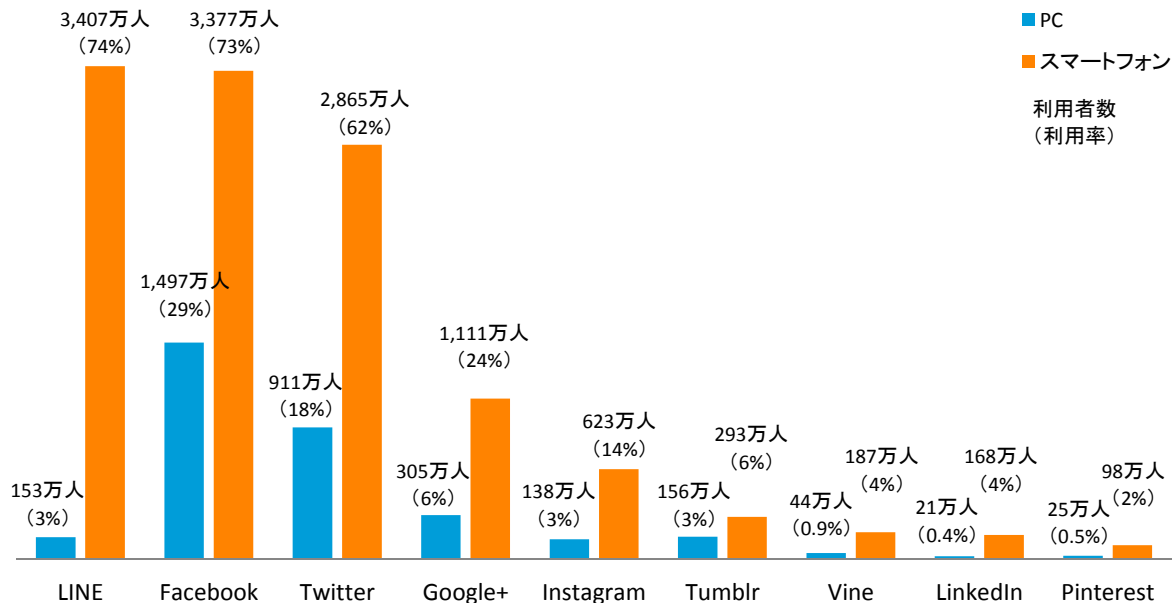
PC: Nielsen NetView 家庭および職場のPCからの利用

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

※ニールセンは「LINE」をコミュニケーションサービスに分類しており、SNS利用者数に「LINE」の利用者数は含まれません。

2014年12月時点での主要サービスの利用者数をみると、すべてのサービスにおいてスマートフォンからの利用者数とPCからの利用者数の間に大きな差があり、SNSはスマートフォンを中心として利用されていました。PCでは「Facebook」の利用者数が最も多く1,500万人となりPCからのインターネット利用人口全体の29%がこのサービスを利用していました。一方、スマートフォンでは「LINE」と「Facebook」の利用者数がそれぞれ3,400万人前後となり、スマートフォンからのインターネット利用人口のうち70%以上が利用する高い利用率であることがわかりました。スマートフォンからの利用者数が多い順としては3番目には「Twitter」、4番目で「Google+」となっています。5番目には「Instagram」が入り623万人が利用していました。「Instagram」は2014年12月時点での利用者数が1月の2.6倍となり主要サービスの中では2014年に最も増加率が高かったSNSとなりました(図表2)。

図表2: 主要SNS及びコミュニケーションサービスの利用者数 2014年12月



Source

スマートフォン: Nielsen Mobile NetView ブラウザとアプリからの利用

PC: Nielsen NetView 家庭および職場のPCからの利用

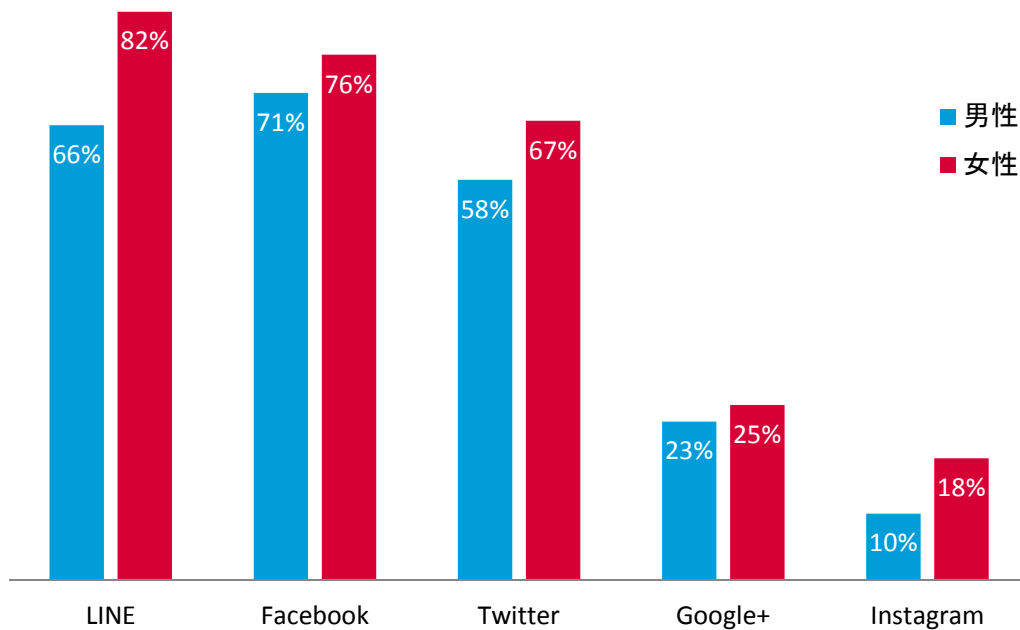
※Nielsen NetViewは2歳以上の男女、Nielsen Mobile NetViewは18歳以上の男女

※スマートフォンからの利用者数順

次いで、スマートフォンからの利用率が10%を超えている5つのサービスについて性年代別の利用状況をみると、男女別では各サービスとも女性の利用率が男性の利用率よりも高く、特にLINEでは16ポイントの差がありました(図表3)。

年代別では、20代以下では「LINE」が最もよく利用され、次いで「Twitter」、「Facebook」となりました。この3サービスはいずれも利用率が80%を超えていました。一方で50代以降になると「Facebook」が最もよく利用されています。各サービスとも年齢が高くなるにつれ利用率が下がる傾向ですが、「Google+」では50代の利用率が最も高くなっていました。「Facebook」は60代以上でも60%超の利用率があり、全年代で一定数の利用があることがわかります。また、「Twitter」は20代以下と30代の間でも20ポイントもの差があり、若年層が特に活発に利用していました(図表4)。

図表3: 主要SNS及びコミュニケーションサービス 男女別利用率 2014年12月

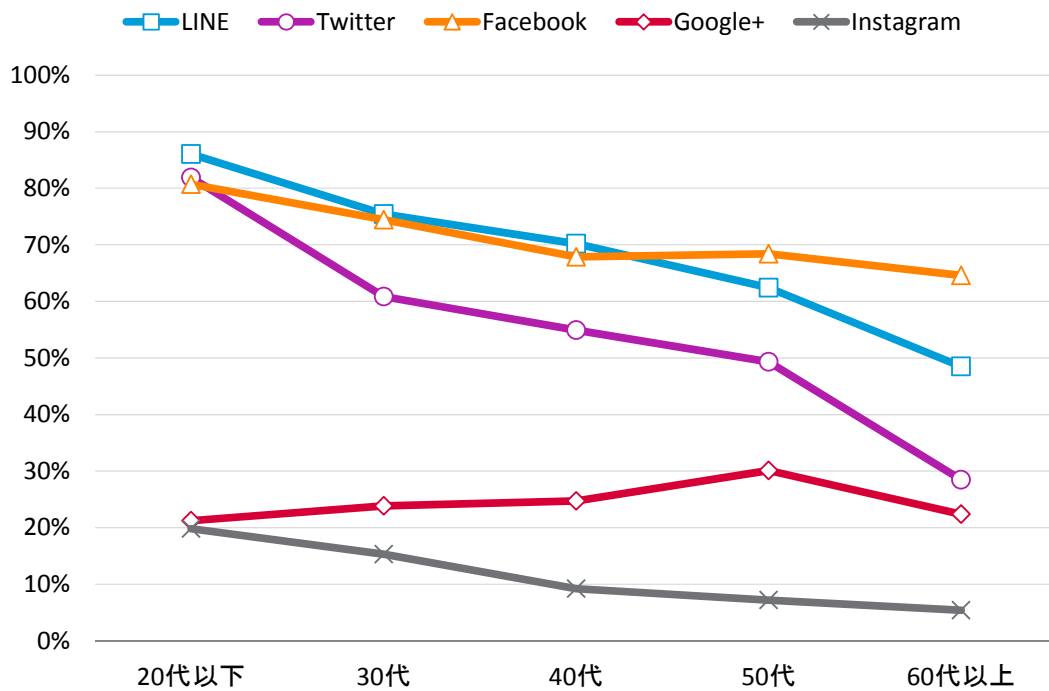


Source

スマートフォン: Nielsen Mobile NetView ブラウザとアプリからの利用

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

図表4: 主要SNS及びコミュニケーションサービス 年代別利用率 2014年12月



Source

スマートフォン: Nielsen Mobile NetView ブラウザとアプリからの利用

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

弊社エグゼクティブアナリストの中村義哉は、「スマートフォンの普及により、SNSは消費者の生活の一部に定着したサービスとなりました。特に、この数年は『LINE』、『Facebook』、『Twitter』の3サービスに大きな注目が集まり、企業も消費者とのコミュニケーション手段の一つとして積極的に活用してきました。これらのサービスが当たり前のもので定着してきている今だからこそ、各企業はターゲットとする消費者に対し効率的にアプローチができていくかを検証するため、改めて各サービスの詳細な利用動向を把握することが重要です。また、今年は『Instagram』のように新たにサービスの利用者が増加する兆しもあります。新しいサービスの普及が見られ始める時には、他方で定番化している既存サービスの利用者層がどのように変化するか定期的な確認も必要となります。そうすることで自社のターゲット層が新たなサービスへ移行した際にも柔軟な対応ができるようになるでしょう。2015年もSNSの動きから目を離せない年となりそうです。」と述べています。

#### Nielsen Mobile NetView について

Nielsen 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す。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](http://www.netratings.co.jp/solution/nielsen_mobile_netview.html)

#### Nielsen NetView について

Nielsen 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>

###

#### 【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 宮本 淳  
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。詳細は、ホームページ(<http://www.nielsen.com/jp/ja.html>) 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、モバイル情報の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](http://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  
スマートフォン利用状況分析レポート Nielsen Smartphone Analytics  
検索サービス利用データ Nielsen MegaView Search など

##### **広告分析ソリューション**

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