

News Release

お問い合わせ： 中川奈津子、コミュニケーションズ
Eメール： JPNwebmaster@nielsen.com
電話： 03-6837-6549

同じ年代、性別でも趣味嗜好により SNS の利用状況が異なる ～ニールセン、18～34 歳のスマホユーザーのサービス利用動向を発表～

- 18～34 歳のユーザーの割合が最も高いのは「comico」の 79%
- 「MERY」「pixiv」「comico」の 3 サービスでスマホからネットを利用する女性 18～34 歳の 51%にリーチ
- 「pixiv」利用者は「Instagram」よりも「Twitter」を積極的に活用

2016 年 3 月 29 日

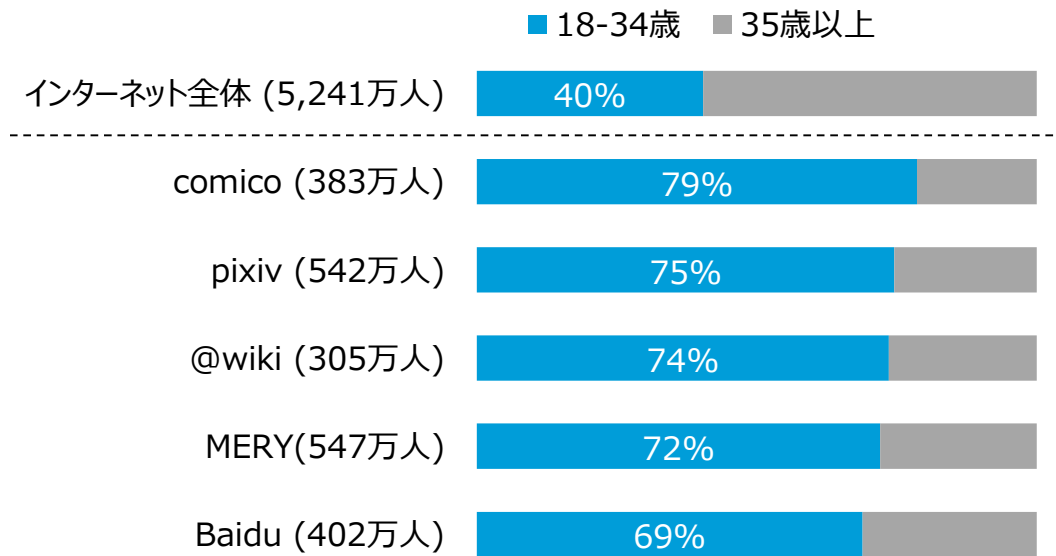
視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社（東京都港区、代表取締役社長兼COO 宮本淳）は、スマートフォン視聴率情報Nielsen Mobile NetView（ニールセン・モバイル・ネットビュー）の2016年2月データをもとに、18～34歳のスマートフォンの利用状況を分析し結果を発表しました。

18～34歳におけるスマートフォンからのインターネット利用者は2016年2月時点で2,117万人となり、この年代の人口の86%が利用している規模となりました。また、利用時間では1日平均で約 2 時間となっていました。2015年2月からの推移は、利用者数で4%増、1日の平均利用時間は3分減とほぼ横ばいとなっており、スマートフォンが生活の一部として定着していることがわかります。米国ではこの年代をミレニアル世代と呼び、デジタルデバイスを使いこなした消費行動に注目が集まっていますが、日本でも同様に、この年代が最も活発にデジタルデバイスを活用している年代といえます。では、この年代はどのようなサービスを利用しているのでしょうか。

ここでは利用者数の多いサービスを見るのではなく、インターネット利用者全体における18～34歳の構成比（40%）と比較して、この年代の構成比が高いサービス、つまり、この年代が特徴的に利用しているサービスを見てみます。その結果、無料で漫画が読めるサービスである「comico」の構成比が79%と最も高くなっていました。次いで、イラストを軸にしたSNSの「pixiv」で75%、ゲーム攻略サイトである「@wiki」の74%となりました（図表1）。

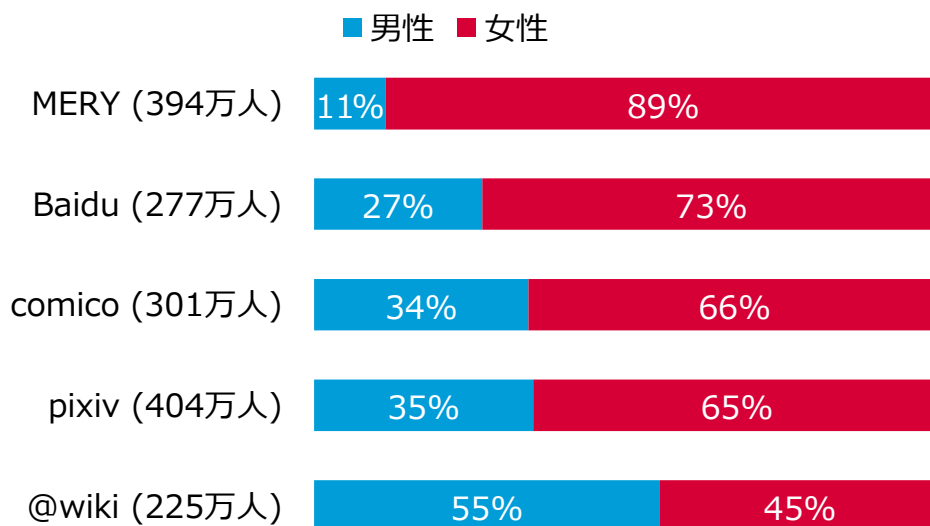
またそれぞれの男女比を見ると、女性向けのキュレーションメディアである「MERY」、女性をターゲットにした文字入力キーボード「Simeji」を展開する「Baidu」は女性の割合が高くなり、加えて前述の「comico」や「pixiv」でも女性の割合が高く、これらのサービスを女性が活発に利用していることがわかりました。一方、「@wiki」は男性の割合が高くなっていました（図表2）。

図表1: 18~34歳構成比 TOP5 サービス 2016年2月



Source : Nielsen Mobile NetView アプリとブラウザからの利用
 ※18~34歳のインターネット人口の10% (212万人) 以上が利用しているサービスに限定
 ※ブランドレベルを使用

図表2: 18~34歳 男女構成比 TOP5 サービス 2016年2月

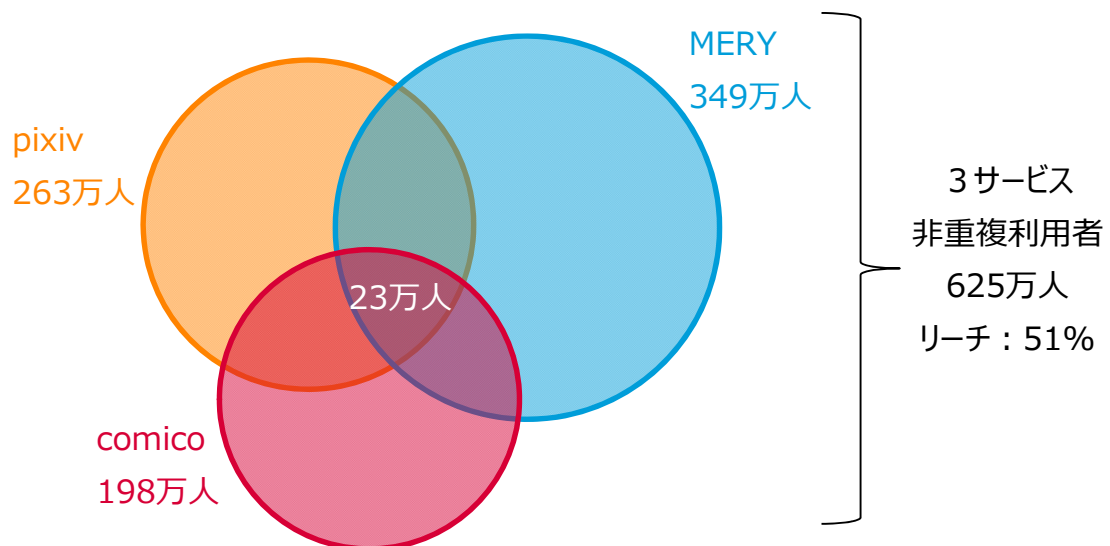


Source : Nielsen Mobile NetView アプリとブラウザからの利用
 ※18~34歳のインターネット人口の10% (212万人) 以上が利用しているサービスに限定
 ※ブランドレベルを使用

次に、女性の割合の高かった4つのサービスのなかでも、メディアとして「MERY」、「pixiv」、「comico」の3サービスに着目し、18~34歳の女性の中での重複利用状況を見てみます。3サービスをすべて利用している人は、わ

ずか23万人と重複利用者は少なく、各サービスが単独で利用されていました。また、この3サービスの非重複利用者（625万人）で18～34歳女性の51%にリーチができることがわかりました（図表3）。SNSアプリとの重複利用では、若年層に支持されている「Twitter」の重複利用率は全体的に高くなっていました。その他のSNSでは「Instagram」の重複利用率が「MERY」利用者で44%となり、「pixiv」、「comico」と比較すると20ポイント以上高く、利用しているメディアにより大きな差が見られました。また、「pixiv」利用者では「Instagram」の利用率は17%にとどまる一方で、「Twitter」の利用割合が76%と他2サービスと比べても高くなっていました（図表4）。

図表3: 18～34歳女性 重複利用状況 2016年2月



Source : Nielsen Moblie NetView アプリとブラウザからの利用
※ブランドレベルを使用

図表4: 18～34歳女性 SNSアプリ重複利用状況 2016年2月

	MERY	pixiv	comico
訪問者数	349万人	263万人	198万人
Twitter	63%	76%	69%
Facebook	54%	36%	46%
Instagram	44%	17%	23%

Source : Nielsen Mobile NetView アプリとブラウザからの利用

※ブランドレベルを使用

※SNSはアプリレベルを使用

図の読み方 : MERY利用者 (349万人) の54%がFacebookを利用

当社エグゼクティブアナリストの中村義哉は、次のように述べています。「年代や性別によって利用されるサービスが異なっていることは容易に想像ができますが、同じ年代、性別でも利用されるサービスに違いがあり、ユーザーは自身の趣味嗜好にあわせて、各サービスを単独で利用している状況が分かりました。またスマホの利用の中心となっている SNS であっても、その利用傾向に違いがありました。例えば Instagram の利用をけん引していると言われている女性若年層でも、それをまんべんなく全員が使っているのではなく、趣味嗜好の違いにより、利用率に差が見られました。これは、企業にとっては、年代や性別に加えて、ユーザーが利用している各メディアの特性を考慮にいれることで、自社がターゲットとしている層に効率的にメッセージを届けることが可能になることを示唆しているのではないのでしょうか。情報過多により、企業が発信するメッセージが伝わりにくくなっている現在、改めて自社顧客や情報を伝えたい相手を理解することが重要になっていると言えるでしょう」。

Nielsen Mobile NetView について

Nielsen Mobile NetView は日本全国の 7,000 名 (iOS、Android 各 3,500 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

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 2,200 名以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】

社名： ニールセン株式会社 英文社名： Nielsen Co., Ltd.
本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11 階
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 他

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、およ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います。ニールセン株式会社のサービス概要、および会社概要は 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 www.nielsen.com/jp でご覧いただけます。

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は、世界的な調査会社として消費者の視聴行動、購買行動の分析を行っています。視聴行動分析部門は、メディア・広告企業向けに各種デバイス上での動画・音声・テキストコンテンツ消費動向を把握するトータルオーディエンス測定を提供しています。購買行動分析部門は、消費財メーカーや小売企業を対象に業界で他に類を見ない世界規模のリテールパフォーマンス分析を提供しています。視聴行動分析、購買行動分析を他のデータと組み合わせた世界レベルの測定・分析により、ニールセンはクライアントのパフォーマンス向上を支援します。S&P 500 企業として、世界人口の 90%を網羅する 100 以上国以上に拠点を有しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください：www.nielsen.com

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
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

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings
広告効果分析サービス Nielsen Digital Brand Effect など