

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

【ケーススタディ】フリマアプリ利用者の約 60%は「Twitter」を併用 ～ ニールセン、「Twitter」利用者のインターネット利用状況の分析事例を発表～

- Twitter 利用者率が高いゲームアプリ 1 位は「ラブライブ！」、ショッピングアプリ 1 位は「ミネ」
- Amazon やメルカリの合間に利用されるアプリ、利用者数 1 位は LINE、利用時間 1 位は Twitter
- Twitter ユーザーは、新しくリリースされたゲームを半年の間に平均約 3 個利用

2016 年 6 月 1 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）を活用した、日本国内における「Twitter」利用者のインターネット利用状況の分析事例を発表しました。

■ 事例内容

参加企業：Twitter Japan 株式会社

分析目的：広告主のマーケティング活動のヒントとなる情報を提供するため、「Twitter」ユーザーとノンユーザーのインターネット利用動向を分析。「Twitter」広告を活用した際にどのような効果が期待できるのかを把握する。

■ 分析結果（※図表は分析結果を基にTwitter Japan株式会社作成の資料より抜粋）

「Twitter」利用者率の高いゲームアプリは「ラブライブ！ スクールアイドルフェスティバル」で、このゲームアプリを利用している人のうち78%が「Twitter」を併用していました。ゲームアプリ利用者は「Twitter」を併用している割合が高く、10番目のアプリでもほぼ半数の人が「Twitter」を併用していました。

また、ショッピングアプリで最も「Twitter」利用者率が高かったのはハンドメイド商品のフリマアプリ「ミネ」（64%）で、次いで2位に「メルカリ」（56%）、3位に「フリル」（55%）となっていました。ショッピングアプリの中でも、特にフリマアプリを利用している人は「Twitter」併用率が高い結果となりました（図表1）。

図表1：Twitter利用者率の高いゲームアプリ、ショッピングアプリ TOP10

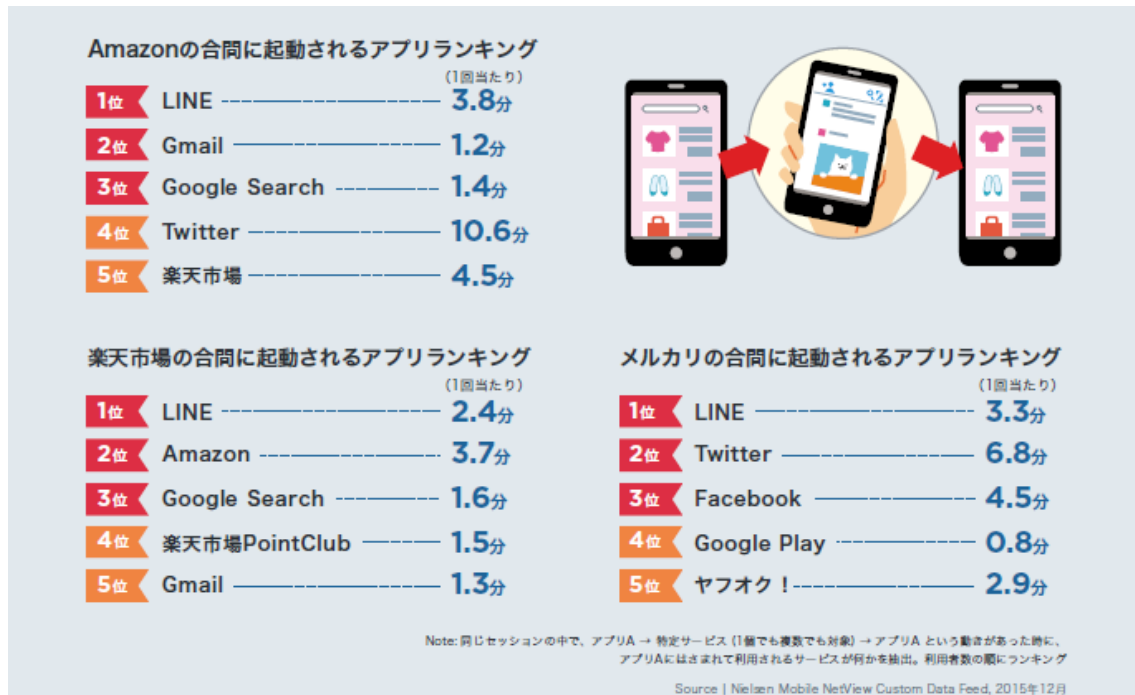


Twitter利用者率の高いショッピングアプリベスト10



また、オンラインショッピングを利用している合間に起動されるアプリ（利用者数TOP5）を見ると、「Amazon」と「楽天市場」、「メルカリ」の3つのアプリすべてで、「LINE」が最も多くの人に利用されていました。2位以下のサービスは、ショッピングアプリにより異なるものの、「Google検索」や「Gmail」、「Twitter」、そしてその他のショッピングアプリが続く結果となりました。「Amazon」と「メルカリ」を利用している合間に起動されるアプリの利用時間を見ると、TOP5の中では「Twitter」が最も長時間利用されていました（図表2）。

図表2：ショッピングアプリを利用している合間に起動されるアプリ 利用者数ランキング TOP5



次に、「Twitter」ユーザーとノンユーザーが、2015年7月～12月の間で新しくリリースされたゲームを利用した平均の個数を比較すると、「Twitter」ノンユーザーが半年の間に平均して2個の新規ゲームアプリを利用していたのに対し、「Twitter」ユーザーは2.9個利用しており、ノンユーザーよりも約1個多い結果となりました（図3）。

図表3：Twitterユーザーとノンユーザーの新しいゲームアプリ利用個数



■ 調査分析ソリューション

Nielsen Mobile NetViewのカスタム集計

「Twitter」全体の利用者数や性年代構成、利用頻度、利用時間といった一般的な指標だけでなく、より具体的に「Twitter」ユーザーがどのようにインターネットを利用しているのか詳細な分析をするためにカスタム集計を採用

■ 分析視点

- ・ゲームアプリやショッピングアプリ利用者の「Twitter」利用状況
- ・「Twitter」ユーザーとノンユーザーの新規ゲームアプリの利用状況

- ・ゲームアプリやショッピングアプリ利用中の他アプリの利用状況
- ・「Twitter」ユーザーのうち、ゲームヘビーユーザーの1日のアプリ利用状況

事例についての詳細は、以下までお問い合わせください。

ニールセン株式会社 セールス&アナリティクス

Tel : 03-6837-6500

Email : jpw_ClientServices@nielsen.com

Nielsen Mobile NetView について

Nielsen Mobile NetView は日本全国の 8,000 名 (iOS、Android 各 4,000 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、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

###

【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 福徳 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、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 カ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