

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

MVNO 利用者は 2016 年 6 月時点で、スマホ利用者全体の 10%に ～ニールセン、スマートフォン・メディア利用実態調査レポートを発売～

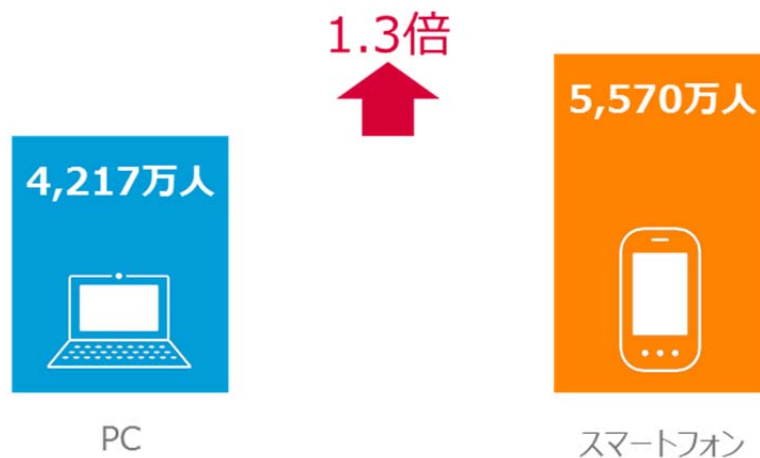
- MVNO 利用者は 2015 年 6 月から倍増し、スマホ利用者全体の 10%に
- スマホを 1 年以内に使い始めた人の MVNO 利用率が高く、4 人に 1 人が MVNO
- 次に購入したい機器として MVNO を選ぶ人が 2015 年 6 月から増加し、21%の人が検討

2016 年 7 月 7 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・メディア利用実態調査」の調査結果から、スマートフォンユーザーのキャリア契約状況についてまとめました。

同レポートによると、スマートフォンからのインターネット利用者数は2016年5月時点で5,570万人となり、PCからの利用者数の1.3倍の規模となりました（図表1）。スマートフォンで契約しているキャリアとしては、大手3キャリアが86%を占めるものの、MVNO（仮想移動体通信事業者、Mobile Virtual Network Operator）で契約している人の割合が2015年6月の5%から倍増し、10%となっていました（図表2）。

図表1： PCとスマートフォンからのインターネット利用者数 2016年5月



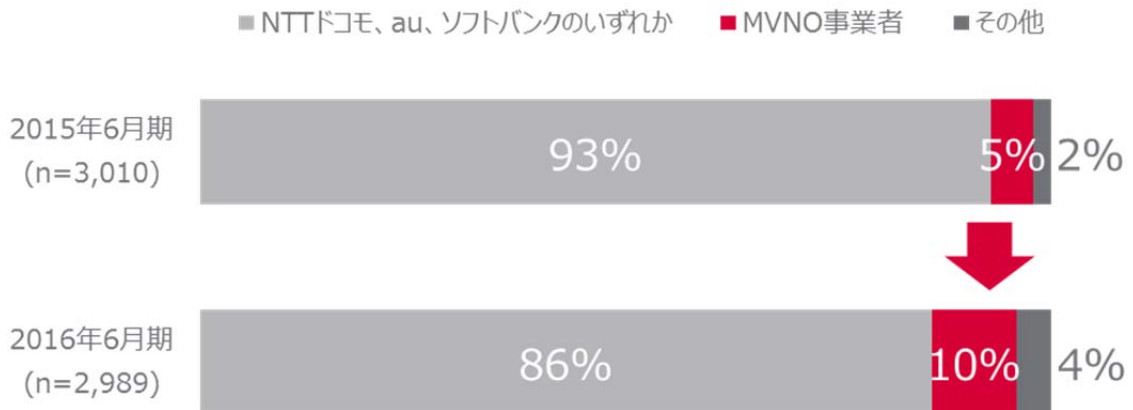
Source:

PC：Nielsen NetView 家庭および職場のPCからの利用

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

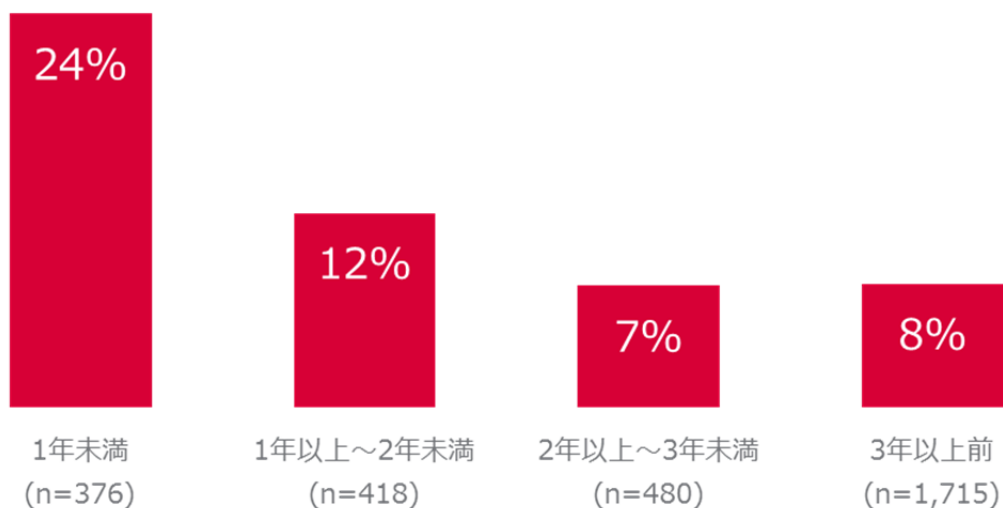
図表2：現在契約しているキャリア種別 時系列



Source: Nielsen Smartphone Media Insight Report 2016

MVNOを契約している人の割合を、スマートフォンを利用し始めた時期別に比較すると、スマートフォンの利用歴の短い人ほどMVNOを契約している割合が高くなっていました。特に、1年以内に使い始めた人では4人に1人がMVNOを契約していました（図表3）。

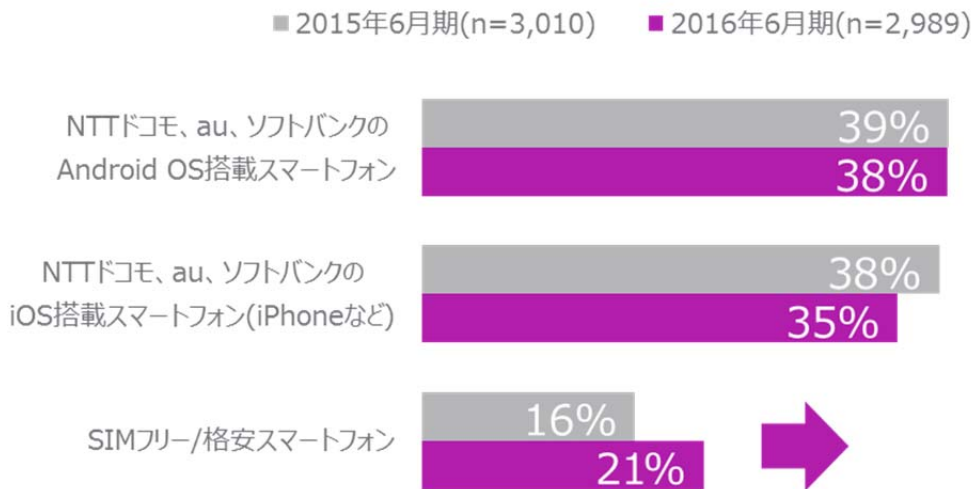
図表3：現在MVNOを契約している人の割合 スマートフォン利用歴別



Source: Nielsen Smartphone Media Insight Report 2016

最後に、次に購入したいと考えている機器を見ると、大手キャリアのAndroid OS（38%）やiOS（35%）搭載のスマートフォンを検討している人が最も多いものの、微減していました。一方、SIMフリーや格安のスマートフォンといったMVNO契約の機器を検討している人は2015年6月時点から5ポイント増加し、21%となっていました（図表4）。

図表4：次に購入したい機器 TOP3 時系列



Source: Nielsen Smartphone Media Insight Report 2016

当社シニアアナリストの高木史朗は、次のように述べています。「この1年間でMVNOのスマートフォン利用者割合が倍増しているという結果は、非常に興味深いです。[昨年の調査結果](#)ではMVNOを検討している人はアーリアダブター層ではないかと推測されていました。しかし、現在では、直近1年間でスマートフォンを利用し始めた人がMVNOを利用する割合が高くなっており、マジョリティ層へも普及し始めている様子がうかがえます。低価格の契約内容をアピールしたTV CMも多く放送されており、従来型携帯電話（ガラケー）からMVNOスマートフォンに乗り換える人は今後も増加する可能性が高いでしょう。また、現在スマートフォンを利用している人の中でも次に購入する機器としてMVNOでの契約を検討している人が昨年よりも増加しており、今後さらに各社の競争が激しくなっていくことが予想されます。MVNOがスマートフォン利用者数の増加にどのような影響を与えるのか、今後も動向を注視していく必要があるでしょう」。

スマートフォン・メディア利用実態調査レポート (Smartphone Media Insight Report) について

スマートフォン・メディア利用実態調査レポートは、消費者のスマートフォンにおけるオンラインメディアの利用動向と、パソコンにおける利用動向を、オンラインサーベイとインターネット視聴率から把握し、包括的にレポートする定点観測型の調査です。日々変化していく消費者のオンラインメディアへの関わり方を、スマートフォンとパソコンという2つのスクリーン（デバイス）から分析し、可視化します。本調査は2016年6月7日～6月8日にかけて実施され、スマートフォンを保有し、インターネットを利用している日本全国の13歳～69歳の男女、計2,989人を対象に調査を行いました。サンプル数は、スマートフォン所有者の人口構成比によって割り当てられ、スマートフォンユーザーを代表するように割りつけられています。

レポートの詳細は、下記ウェブサイトでもご覧いただけます。

http://www.netratings.co.jp/smartphone_media_insight_report_vol11.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 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