

# 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

## 若年層スマホユーザーは日常的に SNS で情報収集

### ～ニールセン、SNS の最新利用動向を発表～

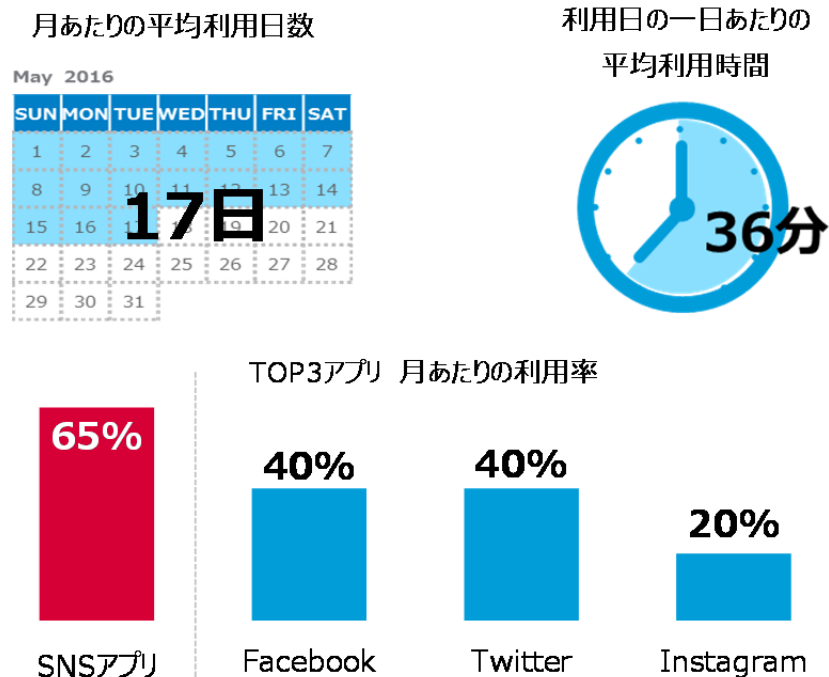
- スマホユーザーは SNS を平均 2 日に 1 度は利用し、1 利用日あたり平均 36 分間利用する
- 「Instagram」ではセンスの良い面白い画像や動画を、「Twitter」では世の中のできごとや最新情報を入手
- スマホユーザーの 3 人に 1 人が「Twitter 検索」を利用。10 代では 75%、うち半数以上が日常的に検索

2016 年 8 月 31 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5月のデータ、および、2016年6月に発売したスマートフォン・メディア利用実態調査の結果をもとに、SNSの最新の利用動向を分析し結果を発表しました。

まず、全体の利用状況を見ると、2016年5月の平均でSNSは月間で17日間利用され、利用された日の1日当たりの平均利用時間は36分間となっていました。また、各SNSアプリの利用率は「Facebook」と「Twitter」で40%、次いで「Instagram」の20%となっていました（図表1）。

**図表1： SNSアプリの利用状況 2016年5月**

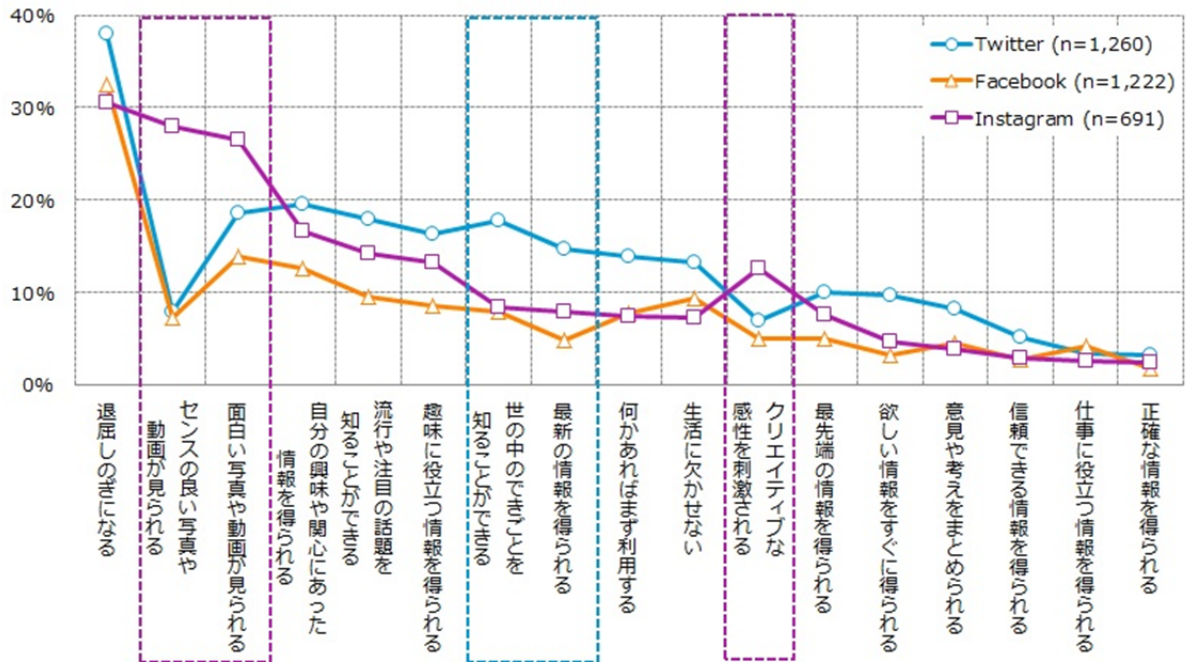


Source: Nielsen Mobile NetView アプリからの利用

※Facebook、Twitter、Instagram、Google+、mixiの5個のアプリを対象として集計

次に「Facebook」、「Twitter」、「Instagram」それぞれの利用者が持つサービスのイメージを見てみると、3サービスともに「退屈しなくなる」の割合が最も高くなりました。それ以外では、「Instagram」は「センスの良い写真や動画が見られる」や「面白い写真や動画が見られる」、「クリエイティブな感性を刺激される」といったヴィジュアル面のイメージが他の2つのサービスと比べて高くなっていました。「Twitter」では、「世の中のできごとを知ることができる」や「最新の情報を得られる」といった情報収集面のイメージが高くなっており、利用者はサービスにより入手しやすい情報が違うという認識で利用していることがわかりました（図表2）。また、「Facebook」は他の2サービスと比較して突出したイメージは見られませんでした、「Facebook」利用者の中では「生活に欠かせない」というイメージが上位にきていました。

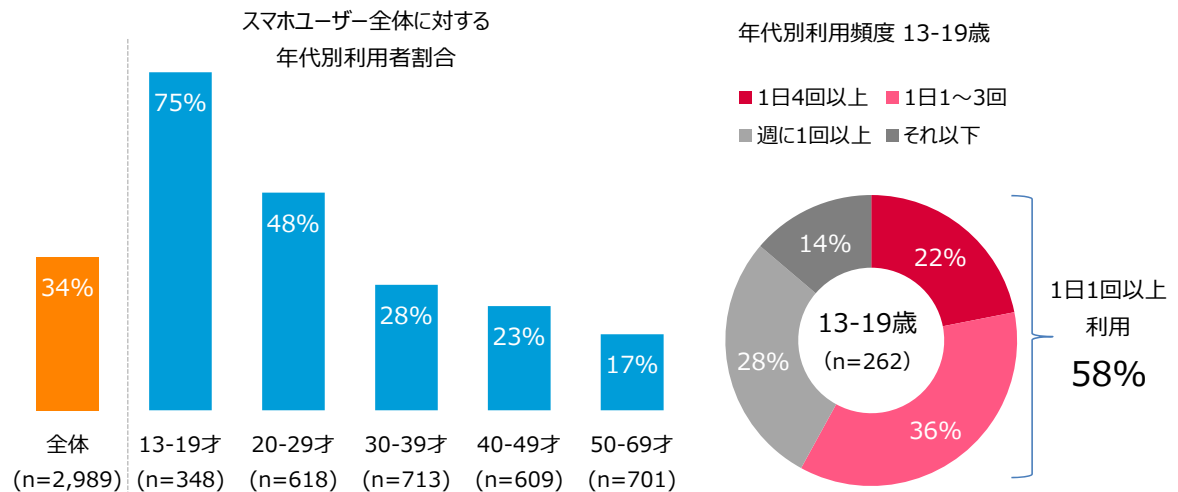
図表2： 各サービス利用者の利用サービスに対するイメージ



Source: Nielsen Smartphone Media Insight Report 2016

最後に、情報収集面のイメージの強かった「Twitter」について、「Twitter」内の検索機能の利用動向をみると、スマートフォンユーザー全体のうちの34%が検索機能を利用していました。特に10代のユーザーでは全体の75%が利用し、そのうちの58%は1日1回以上利用していました（図表3）。

図表3： Twitter内検索利用動向



Source: Nielsen Smartphone Media Insight Report 2016

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。「スマートフォンは、すでに若年層の日常生活の一部となりました。それに伴い SNS の利用も当たり前のものになっていますが、その利用は友人とコミュニケーションをとるといった役割以外にも広がりを見せています。若年層が SNS を、検索エンジン以外の検索手段の一つとして利用していることは昨今ニュースなどでも聞かれますが、10代に限ってみるとそれは既に日常的な行

動のようです。もちろん若年層は従来の検索エンジンも利用し続けており、入手したい情報の種類によって相性の良いサービスを選択し、使い分けられていると考えられます。SNS を生活者との接点のひとつとして利用している企業にとっては、サービスと発信する内容の相性を考えたり、ハッシュタグを利用し話題のキーワードを投稿に記載したりするなど、検索された際にも生活者に情報が届くようにコミュニケーションを設計していく必要性が増してきているのではないのでしょうか」。

#### **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、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)

#### **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](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](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 [www.nielsen.com/jp](http://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](http://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