

News Release

お問い合わせ： 西村総一郎、コミュニケーションズ
 Eメール： JPNwebmaster@nielsen.com
 電話： 03-6837-6549

無料動画アプリの利用者数は1年間で23%増え3,338万人に ～ニールセン 動画アプリの利用状況を発表～

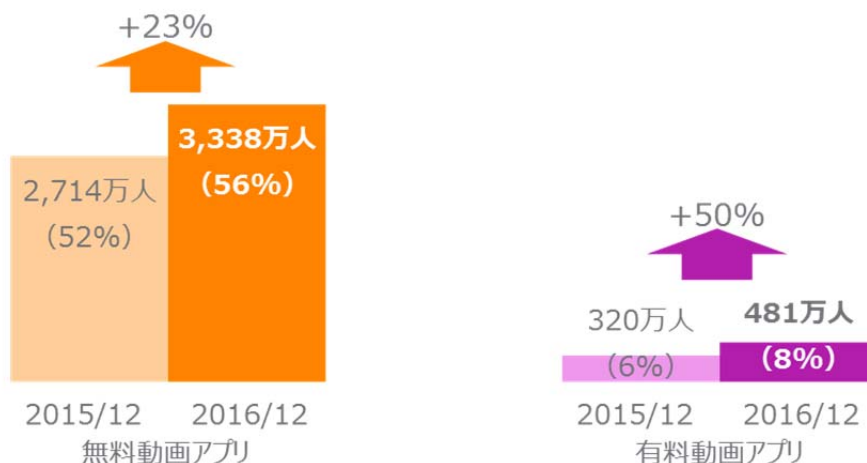
- 有料動画アプリ利用者は前年同月から50%増え481万人に
- 無料動画アプリ、有料動画アプリともに若年層ほどリーチが高い
- 無料動画アプリの利用回数は月平均21回で、有料動画アプリの1.5倍

2017年1月31日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役社長 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）のデータをもとに、2016年12月の日本における無料／有料動画アプリの利用状況を発表しました。

2016年12月の各動画利用者数（上位5アプリを集計）をみると、無料動画は前年同月から23%増え3,338万人（リーチ56%）、有料動画は50%増え481万人（リーチ8%）でした（図表1）。どちらの増加率も、スマートフォン全体の増加率（+14%）よりも高くなっていました。

図表1：動画アプリ 利用者数 2015年12月 vs. 2016年12月 ※()内はリーチ



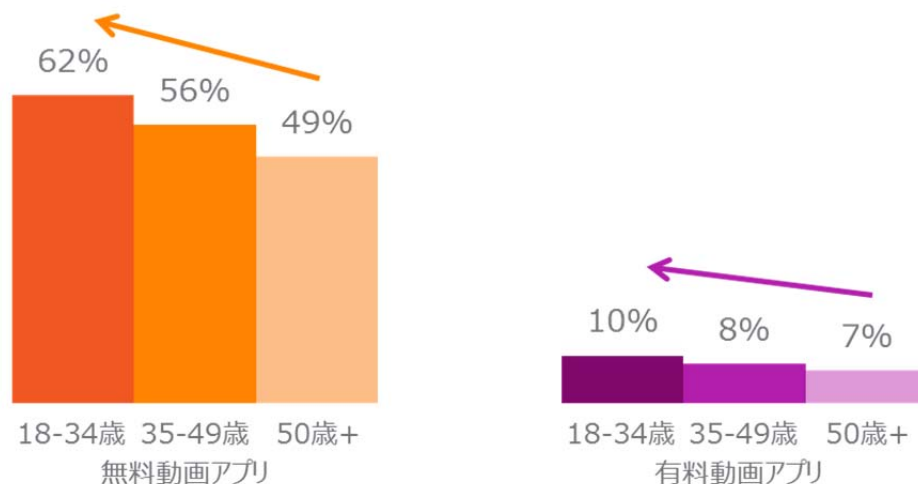
Source: Nielsen Mobile NetView アプリからの利用 18歳以上の男女

※無料動画アプリは「AbemaTV」「GYAO!」「TVer」「YouTube」「ニコニコ動画」を集計（順不同）

※有料動画アプリは利用者数上位5サービス「Amazon Prime Video」「dTV」「Hulu」「Netflix」「U-NEXT」を集計（順不同）

年代別にみると、無料／有料動画共に若くなるにつれてリーチ%¹が高くなる傾向が見られました。無料動画は50歳以上でも約半数が利用している一方、有料動画は18-34歳でリーチが10%でした（図表2）。

図表2：動画アプリ 年代別リーチ 2016年12月



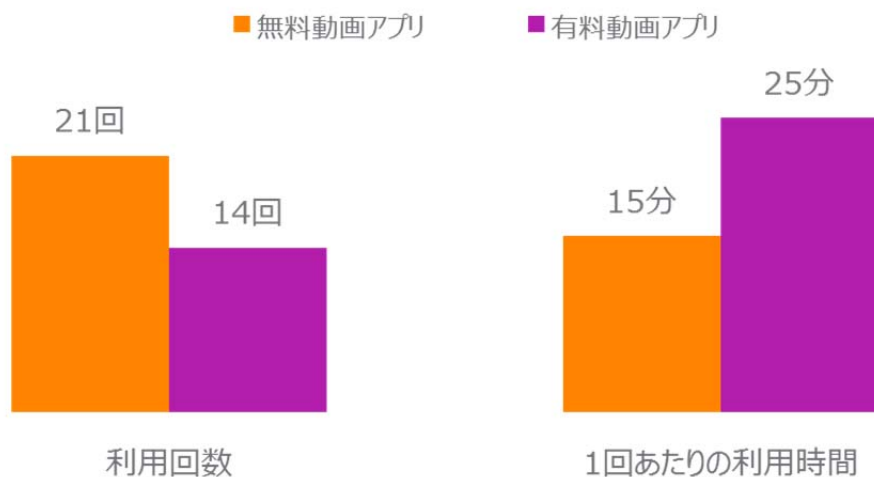
Source: Nielsen Mobile NetView アプリからの利用 18歳以上の男女

※無料動画アプリは「AbemaTV」「GYAO!」「TVer」「YouTube」「ニコニコ動画」を集計（順不同）

※有料動画アプリは利用者数上位5サービス「Amazon Prime Video」「dTV」「Hulu」「Netflix」「U-NEXT」を集計（順不同）

次に、1人あたりの月間利用回数をみると、無料動画は月平均21回で、有料動画の14回の1.5倍多く利用されていました。一方、1回あたりの利用時間では、有料動画は平均して1回あたり25分視聴されており、無料動画の15分よりも10分長くなっていました（図表3）。

図表3：動画アプリ 1人あたりの月平均利用回数および1回あたりの利用時間 2016年12月



Source: Nielsen Mobile NetView アプリからの利用 18歳以上の男女

※無料動画アプリは「AbemaTV」「GYAO!」「TVer」「YouTube」「ニコニコ動画」を集計（順不同）

※有料動画アプリは利用者数上位5サービス「Amazon Prime Video」「dTV」「Hulu」「Netflix」「U-NEXT」を集計（順不同）

¹リーチ% = リーチとは、特定の Web サイトもしくはアプリがある期間内にどれだけの人に利用されたかを示す値。対象となる全インターネットユーザに対する比率で示される媒体の到達度のことをいう。

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。「2016年の1年間で無料／有料動画ともにスマートフォン利用者数全体の増加率よりも高い成長を見せました。この成長には、「Netflix」や「AbemaTV」が認知獲得のためにテレビCMを活用し始めたことや、テレビの見逃し配信やオリジナルコンテンツが増加したこと、「AbemaTV」のような新しいサービスが登場したことなど、様々な要因が影響していると考えられます。コンテンツの増加や環境の整備は進んでいくことが予想されるため、今後も動画サービスの利用は拡大していくと考えられます。

そのような中で注目すべき点は、NHK放送文化研究所による国民生活時間調査で近年テレビ視聴の減少が指摘されている若年層で、動画アプリのリーチが高まっている点です。すでに多くの企業が無料動画を活用していますが、動画アプリはテレビCMではリーチできない若い世代とコミュニケーションをとるのに適したメディアであると言えます。今回はスマホアプリのみに注目しましたが、テレビやPC、タブレットなどでの動画視聴もあるため、企業が消費者とコミュニケーションをとっていく上では、トータルでの視聴状況を把握したうえで、最適なデバイスやメディアの組合せにより、ターゲットにリーチしていくことが重要です」。

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 デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital 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： 代表取締役社長 宮本 淳
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオリサーチ

ニールセン デジタル株式会社は、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 デジタル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