

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

TV のライト視聴者の含有率が高い PC サイトは、IT 系ニュースサイトや動画サイト ～ニールセン「PC ユーザーのメディア接触状況」を発表～

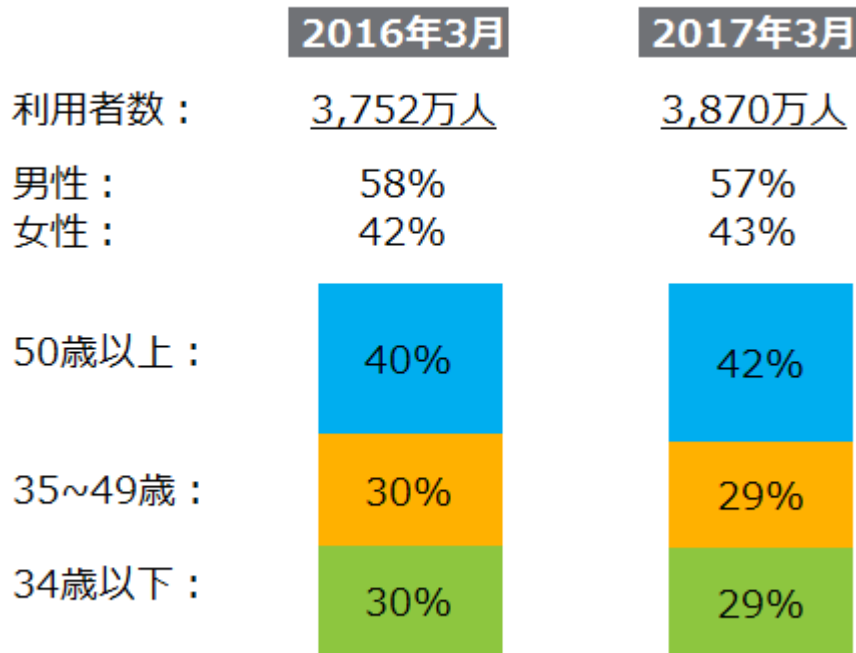
- PC の利用者は直近 1 年間 3,800 万人前後と一定数を保ち利用者属性も変化はなし
- PC ユーザーの 95% が TV を視聴し、68% が新聞（朝刊）を購読
- ドワンゴの利用者が商品購入時にネット広告を参考にする人数が最も多いジャンルは「食料品・飲料」

2017 年 5 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、PC版インターネット視聴率情報Nielsen NetView（ニールセン ネットビュー）が持つオンライン視聴測定ログ情報と、調査対象パネルの詳細な商品所有/認知情報や他メディアの接触情報などを融合したデータベースサービスである「NetView Lifestyle Powered by Video Research Interactive(ネットビュー・ライフスタイル パワードバイ ビデオリサーチインタラクティブ、以下NetView Lifestyle)」をもとに、2017年3月の日本におけるPCユーザーのメディア接触状況を発表しました。

2017年3月のPCの利用状況を昨年と比較すると、利用者数は3,800万人前後で一定数を保っていることがわかりました。また、利用者属性でも男性が57%、50歳以上が42%とほぼ変化は見られませんでした（図表1）。

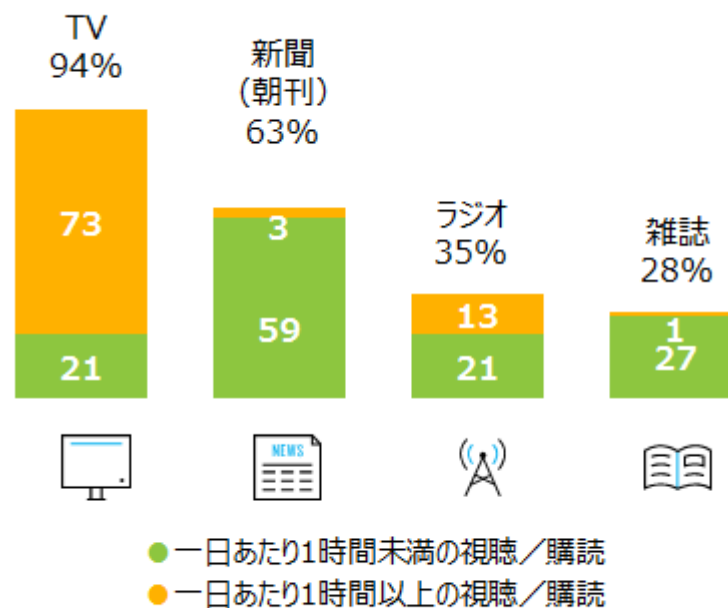
図表1：PC利用者数および性年代構成比 年間比較



source: Nielsen NetView 2歳以上の男女 家庭からの利用

PCユーザーの4マスメディアの利用状況では、1位はTVで94%が視聴しており、2位は新聞（朝刊）で63%が購読していました。また、TVの利用時間が1日当たり1時間を超える人の割合は73%となっていました（図表2）。

図表2：PC利用者のメディア利用状況 2017年3月



source: Nielsen NetView Lifestyle 家庭からの利用
* 平日の利用状況

次に、TVを視聴しない（5%）、もしくはTVの利用時間が1日あたり30分未満の視聴者（8%）をライトユーザー（合計12%）と定義し、そのライトユーザーの割合が高いPCサイトTOP5をみたものが図表3になります。1位はImpress Watch（インプレス ウォッチ）、4位にITmedia Inc（アイティメディア）とIT関連のニュースメディアや、3位にdailymotion、5位にdwango（ドワンゴ）といった動画系のサイトが上位となることがわかりました。

図表3：PC利用者のTV視聴ライトユーザーの含有率 TOP5サイト
2017年3月

Brand	サイト利用者数	一日あたりのTV利用時間が30分未満/未視聴の割合
PC利用者全体	3,870万人	12%
1 Impress Watch（インプレスウォッチ）	167万人	24%
2 pixiv（ピクシブ）	191万人	23%
3 dailymotion	164万人	22%
4 ITmedia Inc（アイティメディア）	210万人	21%
5 dwango（ドワンゴ）	531万人	21%

source: Nielsen NetView Lifestyle 家庭からの利用
 * TVは平日の利用状況
 * サイト利用者100万人以上のサイトを抽出

そこで、ライトユーザー割合が高いPCサイトの中で、最も利用者数が多いdwango（ドワンゴ）の利用者が、最近1年間で購入した商品のうち、[インターネットサイトやメールマガジン上の広告]が商品・サービスに興味を持つきっかけや、購入・契約の参考となった割合をみたのが図表4になります。全体では「旅行関連」が1位となっているのに対し、dwango（ドワンゴ）の利用者は「日常の食料品・飲料」が1位で、全体と比べて2.7ポイント高いことがわかりました。「音楽・音声コンテンツ」の割合も高く、逆に「レストラン・飲食店」は割合が低くなっていました。また、最近1年間に[パソコンのインターネットサイト]で「日常の食料品・飲料」を購入した割合は全体では13.7%であったのに対し、dwango（ドワンゴ）の利用者は19.3%と5.6ポイント高くなっていました。

図表4：インターネットサイトやメールマガジン上の広告がきっかけで興味を持ったり購入契約の参考になった商品ジャンル TOP10 2017年3月

	PC利用者 全体 3,870万人	ドワンゴ 利用者 531万人	差分
1 旅行ツアー・航空券・宿泊予約	4.2%	3.1%	-1.1
2 日常の食料品・飲料	4.0%	6.7%	2.7
3 身のまわり品(衣類)	3.7%	2.7%	-1.0
4 書籍・雑誌・コミック	3.5%	4.3%	0.8
5 レストラン・飲食店	3.5%	1.1%	-2.4
6 名店・特産・グルメ食品	3.2%	3.7%	0.5
7 音楽・音声コンテンツ (CD、ダウンロード購入)	2.9%	4.4%	1.5
8 健康食品	2.7%	3.3%	0.6
9 スポーツ・コンサート・演劇などのイベントチケット	2.5%	2.2%	-0.3
10 化粧品	2.5%	1.9%	-0.6

Q.以下にあげる媒体や情報のうち、商品・サービスに興味を持つきっかけや、購入・契約の参考となったものをすべてお知らせください。(いくつでも)
[インターネットサイトやメールマガジン上の広告]を選択した割合

source: Nielsen NetView Lifestyle 家庭からの利用

当社シニアアナリストの今田智仁は、次のように述べています。「インターネットの利用はスマートフォンからの利用者が中心ではありますが、PCからの利用者も一定数を保っており、WEBサイト運営企業はまだまだPCサイトの対応をおろそかにはできないといえます。

また、今回PCユーザーのなかで、TVをほとんど利用しないライト層の割合が高いサイトをピックアップしたところ、ITニュース系や、動画サイトが上位に来るといった結果になりました。その中でもライト層が最も多いドワンゴに注目するとレストラン・飲食店はネット広告を参考にせず、音楽・音声コンテンツとともに、日常生活に必要な食料品はネット広告を参考にしている割合が高いというネット上の行動が見えてきました。全体的にネットからの情報収集量が多い層と考えられますが、商品ジャンルによって参考にしている情報が異なることがわかりました。TVではリーチしにくい層イコール若者と考えるのではなく、普段TVを見ない層をしっかりと定義し、その層がどのようなサイトを訪問し、どのような情報を参考にしているのかなどのライフスタイル情報を理解することで、効率よくメッセージを届けるヒントを得ることができます。TVやPC、スマートフォンなど消費者のメディア視聴が分散化している中、広告主は1つのメディアに集中するのではなく、メディアごとの広告費や対応の配分を考慮し、それを最適化していくことが必要となってきます。」

NetView Lifestyle について

Nielsen NetView ライフスタイルレポートは、NetView が持つオンライン視聴測定ログ情報と、調査対象パネルの詳細な商品所有/認知情報や他メディアの接触情報などが融合したデータベースサービスです。

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/netview_lifestyle.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、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 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

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 スポーツ (レピュコムジャパン株式会社)は、スポーツ産業の中で分析やインサイトを提供するナンバーワンのプロバイダーであり、同部門で最も独立した包括的な市場データと世界で最も完璧な消費者のトレンドや習慣の概観をお届けする信頼のおける情報源です。詳細は <http://niensports.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 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
インターネットユーザーデータベースサービス NetView Lifestyle Powered by Video Research Interactive
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