



プレスリリース

お問い合わせ： 広報担当 西村総一郎

Eメール： jpw_press@nielsen.com

電話： 03-6837-6500

利用者数上位 3 サービスは人口の 5 割にリーチ可能なメディアに

～ニールセン トータルデジタルでのデジタルコンテンツのユニークオーディエンス数を発表～

- Yahoo!と Google はトータルデジタルで同程度の利用者数となり、約 6,600 万人が利用
- 若年層では男女ともに上位の 4 サービスは人口の 8 割にリーチ
- YouTube の利用者の 9 割はスマホから、PC との併用者も 3 割程度存在

2018 年 7 月 26 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、7月に提供を開始した、「ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）」のパネルベースのデータを基に、PCとスマートフォンの非重複の利用者数(ユニークオーディエンス)を用いて各サービスの利用状況をまとめました。

2018年5月時点のPCとスマートフォンの重複を除いた「トータルデジタル」でのリーチ（利用率）を人口ベースで見ると、Yahoo Japanが53%（6,656万人）で1位となり、次いで、Googleが同じく53%（6,624万人）、3位はYouTubeの50%（6,288万人）でTOP3のサービスでは人口の半分が毎月利用する規模になっていました。また、4位はLINEで46%、5位がRakutenで40%となっていました（図表1）。

図表1：トータルデジタル Brand別 リーチ&利用者数 TOP5 2018年5月



サービス	リーチ	利用者数
Yahoo Japan	53%	6,656万人
Google	53%	6,624万人
YouTube	50%	6,288万人
LINE	46%	5,793万人
Rakuten	40%	5,023万人

Source : Nielsen Digital Content Ratings

※Brandレベルを使用

※リーチは日本の2歳以上の人口をベースに算出

※PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

次に、年齢を18歳から34歳の若年層に絞り込むと、それぞれのサービスのリーチはさらに上がり、男女ともに上位の4サービスでは、その年代の人口の約80%が利用していました。また、5位はTwitterとなり、約70%のリーチとなりました（図表2）。

図表2：トータルデジタル Brand別 性年代別リーチ TOP5 2018年5月



男性：18-34歳	リーチ	女性：18-34歳	リーチ
Google	84%	Google	87%
YouTube	79%	Yahoo Japan	84%
Yahoo Japan	79%	LINE	84%
LINE	78%	YouTube	81%
Twitter	68%	Twitter	70%



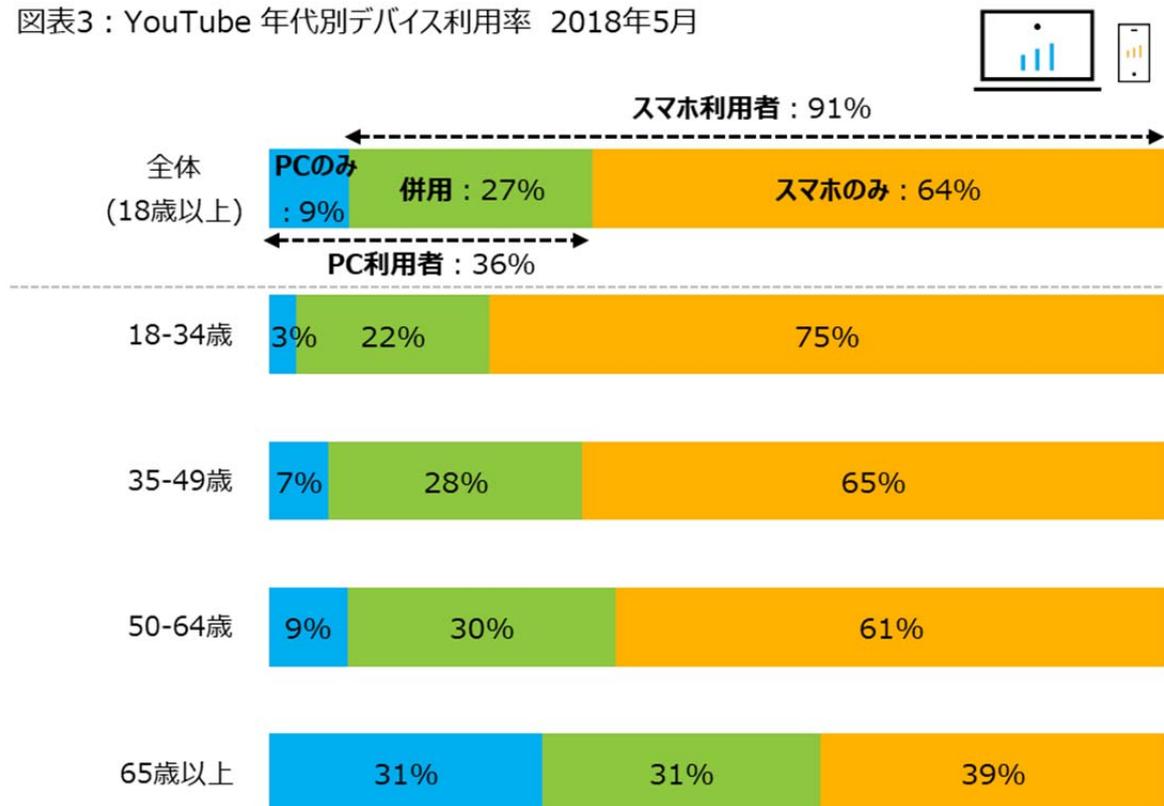
Source : Nielsen Digital Content Ratings

※Brandレベルを使用

※リーチは日本の18歳～34歳の人口をベースに算出

最後に、PCとスマートフォンの併用状況について「YouTube」に注目してみると、18歳以上でスマートフォンからの利用者が91%、PC利用者で36%となり、スマートフォンとPCを併用している利用者の割合も27%となっていました。さらに、年代別にみると、18歳～34歳ではスマートフォンのみで利用する人が75%存在しており、35歳～64歳でも60%程度はスマートフォンのみから利用をしていました。加えて、35歳以上では約30%が、PCとスマートフォンを併用しており、65歳以上ではPCのみで利用している人が31%となっていました（図表3）。

図表3：YouTube 年代別デバイス利用率 2018年5月



Source : Nielsen Digital Content Ratings

※Brandレベルを使用

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。「今回の分析で TOP3 のサービスには、既に人口の半分にリーチできる規模の利用者が存在することが分かりましたし、若年層に限ってみれば、その割合が 8 割程度と、さらに増加することも分かりました。デジタルメディアのリーチ力と、それをどのように活用すべきかを改めて考えるきっかけとなったと思います。

また、消費者のオンライン行動は、既にモバイル中心となってはいますが、PC とスマートフォンの併用者が一定数存在することも分かりました。年代別でもデバイスの利用状況が異なることが分かりました。これは、多くの消費者に効率的に情報を届けようとした場合、併用状況を含めた利用者数全体と性年齢別のトータルデジタルの利用を把握することの重要性を示唆しています。特にデバイスを跨いだ併用状況は、従来のブラウザの Cookie とモバイルアプリの広告 ID という異なる識別子の下では把握が困難な数字でしたので、効率的なプランニングやメディア選定を考える場合、デバイス間の重複を除いた人ベースの指標が重要となります。

『デバイス横断の性年代別利用数』自体はシンプルな数値ですが、中立的な第三者のデータで全ての関係者が認識を同じにできることで、メディアは自社媒体の特徴を透明性を持って表現でき、広告主や広告会社は、すべてのデジタルメディアをテレビなどの 4 マスメディアと同様の人ベースの指標で横断的にプランニングできるようになります。デジタルメディアの真のリーチ力を明らかにし、その力をうまく活用するための共通指標は、今後、必要不可欠なものになると考えます」。

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 (Nielsen Digital Content Ratings) について



ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、デジタル媒体の全てのコンテンツを、PC、モバイル、タブレット、および OTT などの全てのデバイスを横断して計測し、デジタルコンテンツ全体の視聴者のメディア接触と消費量を包括的に把握することを可能にします。媒体社はこのサービスを使うことで、デジタルメディアの消費状況全体を把握でき、広告販売における透明性のあるデータの開示や競争力のある広告メニューの開発をおこなえます。広告主、広告会社は広告購入における適切な予算配分計画をおこなえます。ニールセン デジタルコンテンツ視聴率の日本でのサービス提供は、世界最大のソーシャルネットワーキング・サービス、フェイスブック社とのパートナーシップによって実現しました。日本で 2,800 万人の登録者数を誇るフェイスブックの巨大なユーザー・データベースをパネルと見立て、その情報とニールセンの持つ市場代表性の高いオンライン・パネルの情報とを複合的に組み合わせることにより、日本のデジタルメディアの視聴状況を性別、年齢層別に把握することが可能になります。日次データは 3 日後にはオンラインのインターフェイス上に表示され、顧客企業はデジタルメディアの利用状況をすばやく知ることができます。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/dcr.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 デジタル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 ジャパン株式会社は、マーケティングのデータ提供、コンサルティングを行う、世界最大規模のスポーツマーケティング会社です。スポーツ団体及びスポーツに出資する企業に於いても、マーケティング戦略に不可欠なデータとして、世界中で数多く採用されています。日本では、J リーグやプロ野球球団等とも契約しています。詳細は <http://niensports.com/jp/> でご覧いただけます。

また、Nielsen は 2018 年 FIFA ワールドカップ ロシア大会のオフィシャル・マーケットリサーチ・プロバイダーです。

グレースノート株式会社は、世界の代表的なブランドのエンターテインメント製品に、音楽・テレビ/映画・スポーツコンテンツについての認識技術を提供しています。2 億曲以上をカバーする楽曲データと 85 カ国以上のテレビ番組表データ、4,500 のスポーツリーグや国際大会に関する統計データ等を提供しています。詳しくは www.gracenote.com/ja/ でご覧いただけます。

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は、世界最大級のマーケティング調査 & データ分析の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コンテンツおよび広告視聴動向を把握するトータルオーディエンス測定などを提供しています。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などを提供しています。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企業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

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings
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 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
デジタル広告モニタリングツール Nielsen Digital Ad Intel など