

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

スマートフォンのみでインターネットを利用している人が全年代で増加

～ニールセン 消費者のマルチスクリーンの利用状況を発表～

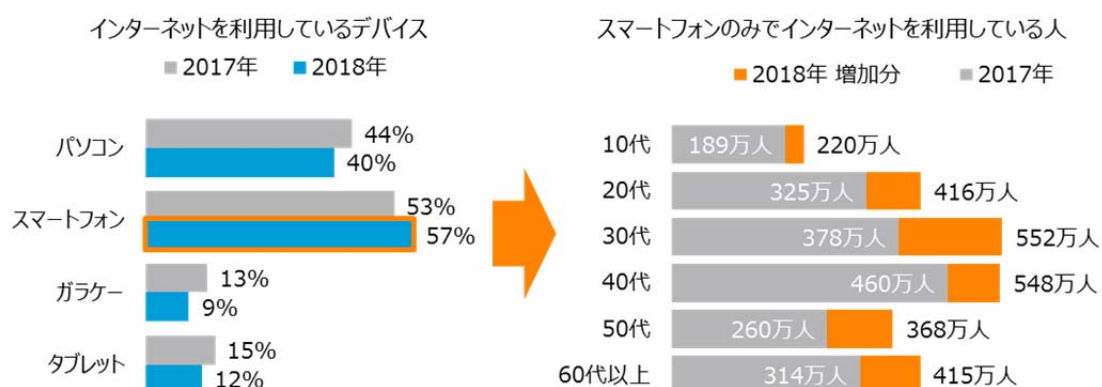
- 2017 年からインターネット利用者数が増えたデバイスはスマートフォンのみ
- 「無料動画」も「定額制有料動画」もスマートフォンからの利用が増加し、メインデバイスに
- スマートスピーカーの利用率は 10% で、若年男性や「定額制有料動画」利用者で利用率が高い

2018 年 10 月 19 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、9 月末より販売を開始した消費者のマルチスクリーンの利用動向調査「Nielsen Digital Consumer Database 2018（ニールセン デジタル・コンシューマー・データベース2018）」をもとに、消費者のマルチスクリーン利用状況についての分析結果を発表しました。

まず、インターネット利用デバイスをみると、2017 年と比べてスマートフォンだけ利用率が増加していました。デバイスの組み合わせとしては、スマートフォンのみでインターネットを利用する人が全年代で増加し、特に30代では174万人増加していました（図表1）。

図表1：インターネット利用デバイス 時系列

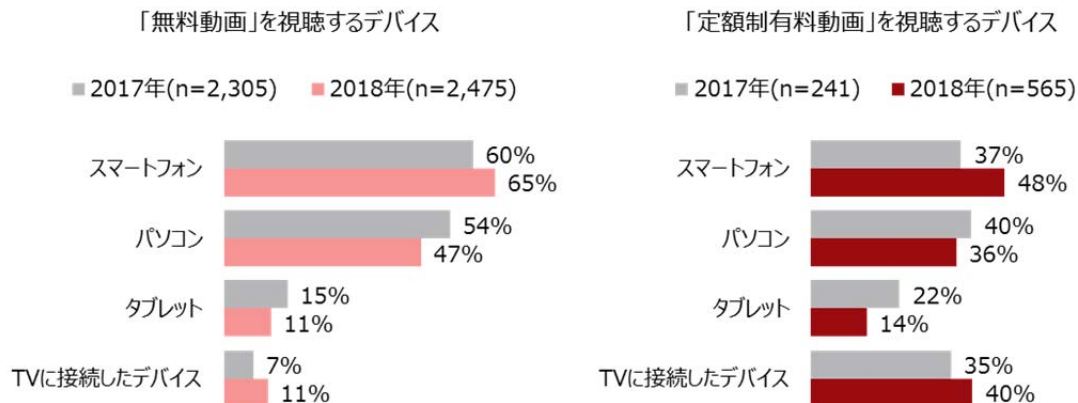


Source: Nielsen Internet Basic Report ※16歳以上の男女

※月に1回以上インターネットを利用している人数を、5月-7月の3ヵ月で平均した値を使用

次に、「無料動画」と「定額制有料動画」を視聴するデバイスをみると、どちらの動画サービスでもスマートフォンから視聴するという人が最も多く、それぞれ65%、48%となっていました。2017年からの変化としては、共にスマートフォンとTVに接続したデバイスからの利用が増加している一方で、パソコンとタブレットからの利用が減少していました（図表2）。

図表2：各動画サービスを視聴するデバイス 時系列

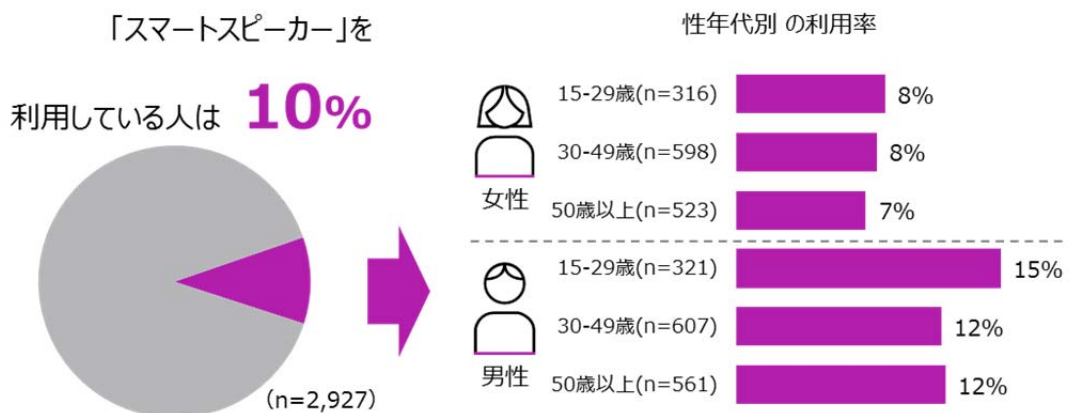


Source: Nielsen Digital Consumer Database 2018

※回答者母数は各動画サービスを利用している人

最後に、新しいデバイスである人工知能（AI）を搭載したスピーカー（スマートスピーカー）の利用率をみると、インターネット利用者全体のうち10%となっていました。性年代別にみると男性は女性よりも利用率が高く、若年層で利用率が高い傾向がみられました。特に、男性15-29歳の利用率が最も高く、15%が利用していました。（図表3）。また、スマートスピーカーの利用率を各動画サービス利用者で比較すると、「定額制有料動画」視聴者では19%で、「無料動画」視聴者の11%に対して8ポイント高くなっていました（図表4）。

図表3：「スマートスピーカー（AI搭載型スピーカー）」の利用率

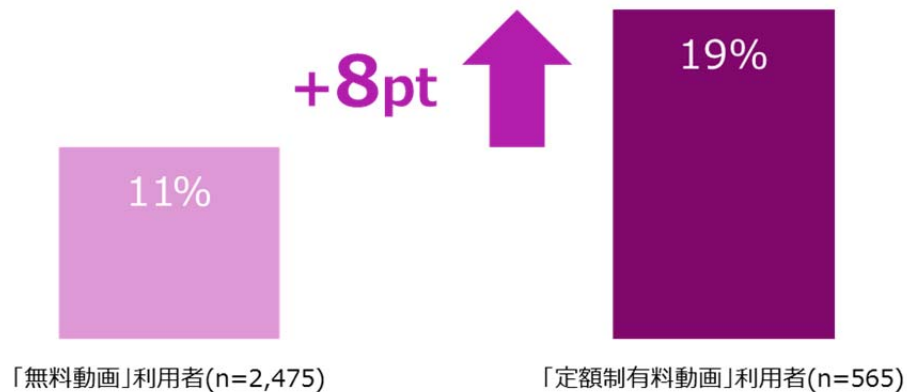


Source: Nielsen Digital Consumer Database 2018

※回答者母数はスマートフォン、パソコン、タブレットのいずれかを通して月1回以上インターネットを利用している人

※利用率は「Amazon Echo、Amazon Tap、Echo Dot」、「Google Home」、「LINE Clova Wave」、「Apple HomePod」のいずれかを利用している人（過去の利用も含む）を対象に算出

図表4：各動画サービス利用者別「スマートスピーカー（AI搭載型スピーカー）」利用率



Source: Nielsen Digital Consumer Database 2018

※回答者母数は各動画サービスを利用している人

※利用率は「Amazon Echo、Amazon Tap、Echo Dot」、「Google Home」、「LINE Clova Wave」、「Apple HomePod」のいずれかを利用している人（過去の利用も含む）を対象に算出

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。「スマートフォン利用者がこれまでの傾向と同様増加する中、特にインターネットをスマートフォンのみで利用している人が大きく増加していたのが今年の特徴です。デバイスの利用状況の変化に合わせて、ドラマや映画などの長時間視聴するようなコンテンツが多い『定額制有料動画』サービスでも、スマートフォンから視聴するという人が増加していたという点は注目すべきです。『定額制有料動画』サービス提供会社ではこうした状況をすでに把握し、スマートフォンに動画をダウンロードして、インターネットに接続してなくても視聴できるような体制を整えるなどの対策を取っている企業もみられます。動画以外のコンテンツでもデバイスの利用状況が変化する可能性があるため、デバイスの利用状況の変化に合わせてユーザーにとって使いやすい体制を整えていくことが重要です。

また、新たなデバイスとして登場したスマートスピーカーが『定額制有料動画』利用者と相性が良いという点も、興味深い調査結果です。TV に接続したデバイスと連携させて、スマートスピーカーに『○○な映画が見たい』と話しかけて、その時の声色などから気分にあった映画が視聴できたり、テレビをつけたタイミングでお勧めの動画をスピーカーが紹介してくれたりするようになれば、有料動画サービスの利用頻度が増加する可能性もあります。今回は動画視聴にフォーカスしましたが、その他のコンテンツを提供している企業でも、どのデバイスでどのようなコンテンツが視聴されているのか今後も継続的に把握していくことが重要です」。

Nielsen Digital Consumer Database 2018 について

Nielsen Digital Consumer Database は、デバイス（スクリーン）とコンテンツ（サービス）の両面から、その利用状況を調査することで、今日の消費者が、「どのデバイスから」「何を視聴し、どんなサービスを利用」しているのかを俯瞰できる基礎調査データです。2012 年より継続調査を行っています。

本年度の調査は 2018 年 9 月 7 日～9 月 10 日にかけて実施され、スマートフォン、パソコン、タブレットのいずれかのデバイスを通して月 1 回以上インターネットを利用している日本全国の 15 歳（高校生）以上の男女、計 2,927 人を対象に調査を行いました。

サンプル数は、上記 3 デバイスからのインターネット利用者の人口構成比によって割り当てられ、インターネットユーザーを代表するように割りつけられています。



##

【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 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://niensensports.com/jp/> でご覧いただけます。

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、世界規模の消費者と市場における最も完全に信頼された見解を提供しています。私たちのアプローチは独自のニールセンデータと他のデータソースを結び付けることで、今何が起ころ、今後何が起ころのか、そしてこの知識に基づいてどの様に行動するのがベストなのかを世界中の顧客が見つけるお手伝いをします。ニールセンはメディア、広告、小売りそして日用消費財産業が直面する最も重要な問いに答えるための新しい方法を開発し続けながら、90 年以上に渡り科学的な正確性と革新性に基づくデータと分析を提供してきました。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

デジタル広告出稿量統計 Nielsen Digital Ad Intel など