

プレスリリース

お問い合わせ： 西村総一郎、広報担当

Eメール： jpw_press@nielsen.com

電話： 03-6837-6500

TOPS OF 2023: DIGITAL IN JAPAN

ニールセン、2023年日本のインターネットサービス利用者数/利用時間ランキングを発表

2023年12月20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 Dean Matthew Richardson）は、ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）のデータをもとに、2023年の日本におけるトータルデジタルでのインターネットサービス利用ランキング、「Tops of 2023: Digital in Japan」を発表しました。

日本の消費者にとって2023年は、新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ移行し、様々な制限が緩和されるなど、日常生活において多くの変化が見られた年となりました。デジタルサービスでも高度なAIサービスが次々と登場し、昨年末にリリースされた「ChatGPT」は、ビジネス界において大きな注目を集めました。「Threads」などの新しいデジタルサービスも登場する中で、2023年はマーケティング担当者にとって消費者とより効率的にコミュニケーションを取る方法を見直すきっかけも多くあったのではないのでしょうか。

まず、2023年のデジタルサービスの利用動向としてPCとモバイルの重複を除いたトータルデジタルのリーチと利用者数に着目すると、上位10サービスの顔ぶれや順位には昨年と比較して大きな変化は見られませんでした。利用者数が多かったのは昨年同様に「Yahoo Japan」「Google」「LINE」で、いずれも利用者数が8,000万人を超え、人口の60%以上にリーチするサービスとなっていました。一方で、検索やSNSに次ぐ第三のメディアとして、リテールメディアにも近年注目が集まっていますが、「PayPay」は5,067万人が利用し、大手メディアに並ぶ規模のサービスとして定着してきていることがわかります（図表1）。

図表1:2023年 日本におけるトータルデジタル 利用者数、リーチ(%) TOP10

ランク	サービス名	タグの挿入状況	平均月間利用者数(万)	平均月間リーチ
1	Yahoo Japan	Partial SDK	8,484	68.4
2	Google	Panel Only	8,367	67.5
3	LINE	Panel Only	8,017	64.7
4	YouTube	Custom Census	7,369	59.4
5	Rakuten	Panel Only	7,063	57.0
6	Amazon	Panel Only	6,697	54.0
7	Twitter X	Panel Only	6,027	48.6
8	Instagram	Panel Only	5,841	47.1
9	PayPay	Panel Only	5,067	40.9
10	MSN/Outlook/Bing/Skype	Panel Only	3,778	30.5

Source: デジタルコンテンツ視聴率 PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値 ※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

※2023年1月から9月までのデータ：平均月間リーチ ※モバイルキャリア系サービスを除いて集計

トータルデジタルの利用時間シェアに着目すると、利用者数では4位だった「YouTube」は昨年同様1位を維持し、総利用時間の37%を占めていました（図表2）。一方で、10位にランクインしなかったサービスの利用時間シェアは約30%を占めていることから、上位10サービス以外にも様々なメディアが利用されていることがわかります。マーケティング担当者は、利用者数の多い主要メディアだけでなく、利用時間やフリークエンシーなども考慮に入れつつ、キャンペーンの目的に合わせてコミュニケーションの場を選定することが重要になります。

図表2:2023年 日本におけるトータルデジタル利用時間シェア TOP10

ランク	サービス名	タグの挿入状況	平均月間利用時間シェア
1	YouTube	Custom Census	37%
2	LINE	Panel Only	11%
3	Yahoo Japan	Partial SDK	8%
4	Google	Panel Only	6%
5	Instagram	Panel Only	4%
6	Twitter X	Panel Only	4%
7	Rakuten	Panel Only	1%
8	Amazon	Panel Only	1%
9	SmartNews	Panel Only	1%
10	MSN/Outlook/Bing/Skype	Panel Only	1%

Source: デジタルコンテンツ視聴率 PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値 ※Brand レベルを使用

※利用時間はYouTubeはビデオのみ、他のサービスはテキストコンテンツのみを対象に算出

※2023年1月から9月までのデータ：平均月間総利用時間シェア

消費者と効率的かつ効果的にコミュニケーションを取っていく上で、各メディアの利用者特性を正確に把握し目的に合わせ活用していくことも重要になります。特に若年層においては物心ついた頃からスマートフォンやタブレットを使いこなし、動画サービスで好きなコンテンツを視聴し、様々なソーシャルメディアで友人やコミュニティと交流しています。18-34歳の利用者数上位10サービスのリーチに着目すると全年代のリーチよりも20ポイント以上高くなっていることがわかります。また、順位においても全体では7位だった「Twitter X」が82.5%で5位にランクインし、全体ではランキング外だった「Mercari」が51.6%で10位にランクインするなど、若年層では全体と比べて特定サービスのリーチが高いことがわかります（図表3）。

図表3:2023年 日本におけるトータルデジタルリーチ(%) 18-34歳 TOP10

ランク	サービス名	タグの挿入状況	平均月間リーチ
1	Yahoo Japan	Partial SDK	96.1
2	Google	Panel Only	95.2
3	LINE	Panel Only	93.6
4	YouTube	Custom Census	87.2
5	Twitter X	Panel Only	82.5
6	Amazon	Panel Only	80.0
7	Rakuten	Panel Only	79.4
8	Instagram	Panel Only	76.1
9	PayPay	Panel Only	60.2
10	Mercari	Panel Only	51.6

Source: デジタルコンテンツ視聴率

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値 ※Brand レベルを使用

※2023年1月から9月までのデータ：平均月間リーチ ※モバイルキャリア系サービスを除いて集計

当社シニアアナリストのコヴァリョヴァ・ソフィヤは、次のように述べています。「2023年の利用動向として、利用者数や利用時間シェア上位のサービスでは昨年同様に大きな変化は見られなかったものの、近年注目の集まっているリテールサービスやコロナ禍で利用が増加した動画サービスの利用は定着してきていることがわかります。また、新しいサービスの利用が拡大していくことで、消費者のメディア視聴はさらに分散化されてきています。若年層では全体と比べて特定サービスのリーチが高いなど、メディアの特性によって特定の属性の利用者層が多いケースや利用時間が長いケースもあります。多くの企業に活用される主要メディアだけでコミュニケーションを取る場合、伝えたいメッセージが埋もれてしまい、ターゲットに届かなくなってしまう可能性もあることから、消費者と効率的かつ効果的にコミュニケーションを図るためには、全年代のリーチだけでなく、ターゲットリーチやターゲットGRP、ターゲットのフリークエンシー、利用時間にも注目し正確に把握することが一層重要になります」。

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CTV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。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。

<https://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 Dean Matthew Richardson
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・グローバル・メディアの日本法人として、視聴者分析と広告分析およびメディア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。

ニールセンについて

ニールセンは、視聴者測定、データ、分析におけるグローバルリーダーとして、世界のメディアとコンテンツの形成を担っています。あらゆるチャネルとプラットフォームにおける人々の行動に関する深い理解を通じ、実用的なインテリジェンスによって、将来にわたってクライアントがオーディエンスとのつながりを構築できるようにサポートします。ニールセンは世界 55 カ国以上で測定と分析のサービスを提供しています。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
AD & CONTENT (デジタル広告/コンテンツ視聴率)**

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings
ニールセン トータル広告視聴率 Nielsen Total Ad Ratings
ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

AUDIENCE (視聴者パネル測定サービス)

インターネット視聴率データ ニールセン ネットビュー Nielsen NetView
スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView

MEDIA ANALYTICS (メディア/広告効果分析サービス)

ブランドリフト効果測定サービス Brand Lift Plus
広告効果分析サービス ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect
デジタル広告/クリエイティブリフト効果調査 ニールセン デジタル広告クリエイティブ評価 Nielsen Digital Creative Evaluation

PLANNING/ ACTIVATION (プランニング/アクティベーション支援サービス)

デジタル広告統計データ digiads

INTERNATIONAL DATA (海外データサービス)

海外広告統計データ Nielsen Ad Intel International
海外消費者視聴動向調査データ Nielsen Consumer & Media View
海外テレビ視聴率データ Nielsen TV Audience Measurement