



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

サービスカテゴリ内外で競争が激化するアプリ市場の動向を正しく把握することの重要性 ～ニールセン スマートフォンのアプリ利用状況を発表～

2021年3月30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「ニールセン モバイル ネットビュー(Nielsen Mobile NetView)」のデータをもとに、2020年12月の日本におけるスマートフォンアプリの利用個数やペイメントアプリの利用状況に関する分析結果を発表しました。

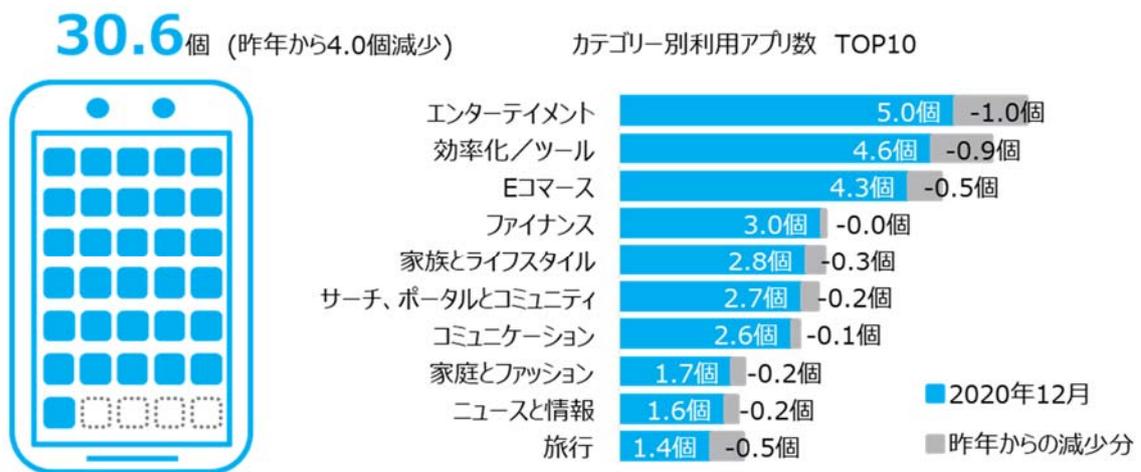
アプリ市場においては、近年中国の「WeChat」や「Alipay」のように、一つのサービスの中で様々なカテゴリのサービスを利用することができるスーパーアプリに注目が集まっています。日本市場においても、2021年3月1日にヤフーとLINEが経営統合したことによって、「LINE」や「PayPay」といったアプリのスーパーアプリ化が加速していく可能性が考えられます。一つのアプリに様々なサービスが集約され始めると、現在起きているサービスカテゴリ内でのアプリ間の競争に加えて、サービスカテゴリを超えてスーパーアプリとの競争が起きるため、アプリ開発企業にとっては、今まで以上に消費者の意識を引きつけておく必要性が出てきます。

そのような中、アプリ市場における競争の激化はすでに始まっています。1年間のアプリの利用個数の変化に注目すると、1ヶ月に1回以上利用されるアプリの数は2020年12月時点で平均30.6個と、昨年から4個減少していました。2019年の段階では、エンターテインメントやEコマース、ファイナンスなどの大きなサービスカテゴリの中で、TikTokやPayPayなどの消費者にとって新しいタイプのサービスを利用する環境が生まれたことによってアプリの利用個数が増加していましたが、この1年間で減少に転じました。

2020年はCOVID-19の影響によりオンライン動画の視聴やフードデリバリー、オンライン会議システムの利用などデジタルサービスの利用状況は大きく変化し、アプリの利用状況も影響を受けましたが、アプリの利用個数の減少は、COVID-19による直接的な影響だけではありませんでした。カテゴリごとの変化を見ると、地図アプリなどを含んでいる「旅行」カテゴリで減少が見られるなどCOVID-19により外出が減少したことによる影響が見られます（図表1）。このようなアプリは、COVID-19が落ち着いて、それ以前のように外出が自由にできるようになると、以前利用していたアプリを再度使い始める可能性が考えられます。

しかし、在宅時間の増加により視聴時間が増加していた動画アプリなどを含んでいる「エンターテインメント」カテゴリにおいても、利用するアプリの個数は減少していました。動画アプリに絞ってみると利用個数は減少しておらず、ゲームや音楽などのアプリの利用が減少したことが影響していました。直接的な COVID-19 の影響ではなく、楽しむためという同じ利用目的で動画サービスなどの利用時間が増加したことで、ゲームや音楽アプリの利用機会を奪ったことなどが影響していると考えられます。このような視聴習慣が変化したユーザーにアプリを使い続けてもらうためには、これまで以上にユーザーの満足度を向上させていく必要があると言えます。

図表1：月に1回以上利用するアプリの数 2020年12月



Source: ニールセン モバイルネットビュー アプリからの利用 ※18歳以上の男女

※スマートフォンの基本機能となる初めからインストールされている電話や電話帳、カメラなどのアプリは含みません

アプリの競争の激化は、成長セグメントのカテゴリにおいても起きています。スーパーアプリにおいて注目されている、日々の生活にかかせない「ペイメント」アプリに着目してみると、上位 10 サービスのいずれかを利用している人は 1 年間で 775 万人増加し、2020 年 12 月時点で 5,141 万人が利用する規模にまで成長していました。ここ数年での成長に加えて、昨年は感染予防の観点からも注目されたことに後押しされた様子が伺えます。しかしその恩恵をすべてのサービスが受けているわけではありません。上位 10 サービスのうち、上位 3 サービスでは平均 466 万人も利用者数が増加していたのに対して、下位 7 サービスでは平均 43 万人の増加にとどまりました（図表 2）。未だ成長過程の市場ではありますが、一部のサービスによる寡占状況となり、規模の小さいサービスにとっては単体での成長が困難になっていく可能性も考えられます。

図表2：ペイメントアプリの利用者数 2020年12月 vs.2019年12月



Source: ニールセン モバイルネットビュー アプリからの利用 ※18歳以上の男女

※2020年12月時点で利用者数上位10サービスを集計

※集計対象サービス:PayPay、au PAY、d払い、楽天ペイ、ファミペイ、楽天Edy、majica、LINE Pay、モバイルSuica、ゆうちょPay (順不同)

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。「アプリ開発企業にとっては、同じカテゴリ内での競争に加えて、今後スーパーアプリの登場によるカテゴリを超えた競争も見据えた戦略の立案が重要になってきます。自社のアプリユーザー数が増加していたとしても、競合アプリはそれを上回る成長率である可能性もあります。また、他のカテゴリのアプリに自社サービスユーザーの生活時間を奪われる可能性もあります。そのため、随時市場の動向を正確に把握した上で、戦略や戦術をアップデートしていく必要があります。」

ニールセン モバイル ネットビュー (Nielsen Mobile NetView) について

ニールセン モバイル ネットビューは日本全国の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。

https://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・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

Nielsen Holdings plc (NYSE : NLSN) は、メディア業界の全体的かつ客観的な理解を提供するための世界有数のデータと分析を提供しています。ニールセンはオーディエンスの測定、オーディエンスの成果、コンテンツに関するサービスを通じて、クライアントとパートナーに複雑な問題に対するシンプルなソリューションを提供することで、投資や成長戦略の価値を最適化しています。ニールセンは、重複を排除したクロスメディア・オーディエンス測定を提供できる唯一の企業です。ニールセンとクライアントにとって、Audience is Everything™ であり、ニールセンはすべてのオーディエンスの声が重要であることを保証することに取り組んでいます。

S&P 500 企業としてニールセンは、約 60 カ国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

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 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 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
ブランディング効果測定サービス 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 デジタル広告評価（プレースメント/クリエイティブ） など