

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

無料動画アプリは 14%、有料動画アプリは 25% 昨年から利用者数を拡大

～ニールセン動画サービスの利用状況を発表～

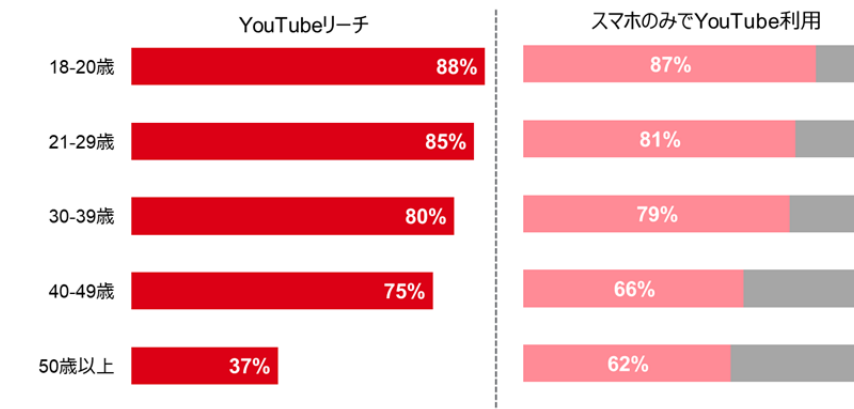
- YouTube は 39 歳以下の約 80% にリーチするマスメディアに
- 有料動画アプリは特に若年層の増加率が高く、18-34 歳では昨年から利用者数が 35% 増加
- Netflix 利用者の 26% が Amazon Prime Video も利用、重複利用者は昨年より 6 ポイント減少

2019 年 2 月 27 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、「ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）」と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、2019 年の 1 月の日本における無料/有料動画アプリの利用状況を発表しました。

2018 年 12 月におけるトータルデジタルでの YouTube のリーチ（利用率）をニールセン デジタルコンテンツ視聴率データで年代別に比較すると、49 歳以下では 70% 以上の人が月に 1 回以上 YouTube を利用し、若い人ほどリーチが高いことが分かりました。特に 30 歳以下のリーチは 80% を超え、人口の大半にリーチできるマスメディアへ成長している様子が見えられます。また、若い人ほどスマートフォンのみで動画を視聴する割合が高く、YouTube を利用する 18-20 歳のうち 87% はスマートフォンのみで動画を視聴していました（図表 1）。

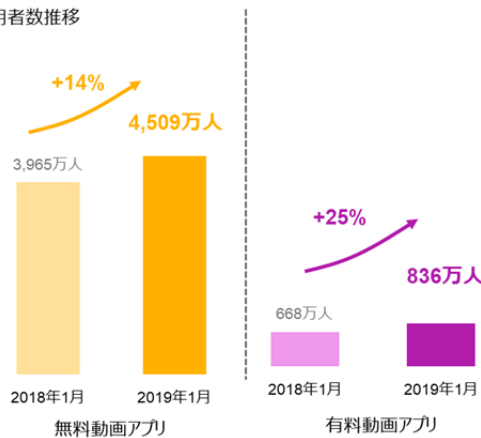
図表 1：トータルデジタル YouTube リーチ、スマホのみの利用状況 2018 年 12 月



Source: ニールセン デジタルコンテンツ視聴率
 ※ 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

次に、ニールセン モバイルネットビューでスマートフォンアプリからの無料動画アプリと有料動画サービスの2019年1月の各動画利用者数（上位5アプリを集計）をみると、スマートフォン利用者全体の増加率が7%だったのに対し、無料動画は昨年の同月から14%増え4,509万人、有料動画は25%増え836万人となりました。有料動画は特に昨年に続き利用者数を大きく伸ばしていることが分かります（図表2）。

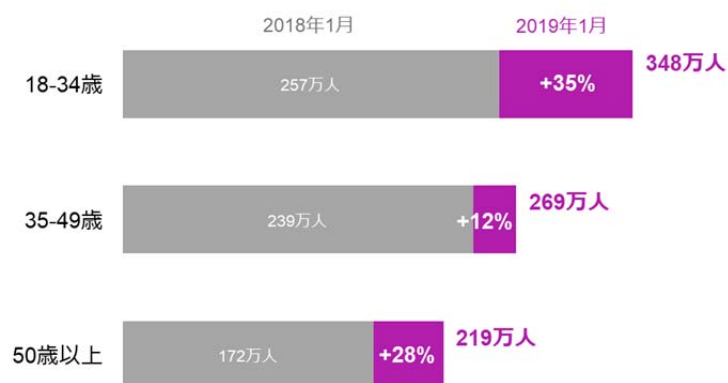
図表2：動画アプリ 利用者数推移



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
 ※無料動画アプリは利用者数上位5サービス「AbemaTV」「GYAO!」「TVer」「YouTube」「ニコニコ動画」を集計（順不同）
 ※有料動画アプリは利用者数上位5サービス「Amazon Prime Video」「dTV」「Hulu」「Netflix」「U-NEXT」を集計（順不同）

有料動画アプリの利用者推移を年代別で比較すると、18-34歳の増加率が最も高く昨年から35%、その次に50歳以上が28%、35-40歳では12%伸びていました。年齢が若いほど有料動画サービスを利用する傾向が高いものの、50歳以上でも利用者数は伸びてきており、幅広い年代が利用するメディアとなってきています（図表3）。

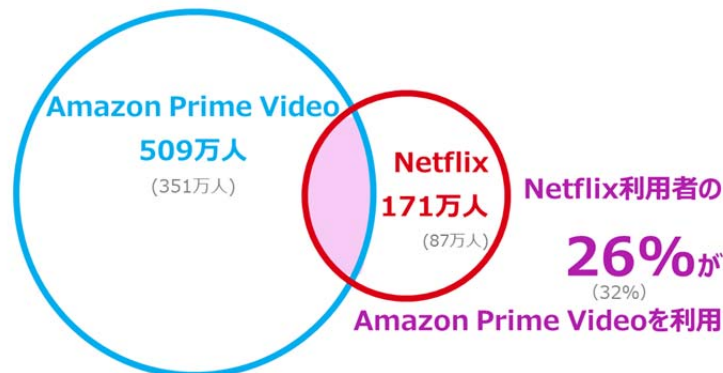
図表3：有料動画アプリ 年代別利用者数推移



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
 ※有料動画アプリは利用者数上位5サービス「Amazon Prime Video」「dTV」「Hulu」「Netflix」「U-NEXT」を集計（順不同）

有料動画サービスの中で利用者数が多かったのは「Amazon Prime Video」（509万人）と「Netflix」（171万人）となっていました。この利用者数上位2サービスの重複利用状況を見ると、昨年はNetflix利用者の32%がAmazon Prime Videoを利用していたのに対し、2019年1月の時点では26%となっていました（図表4）。

図表4 : Amazon Prime Video, Netflix 重複利用状況 2019年1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
※カッコ内は2018年1月

当社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。「スマートフォン利用者がこれまでの傾向と同様に増加する中、有料動画サービスの利用者数はその増加率を大きく上回っていました。その中でも若年層の増加率が特に目立ち、昨年同月から35%の成長率となっていました。その成長の要因としては、オリジナルコンテンツが充実してきていることが影響していると考えられます。有料動画配信サービスは各社の作品がエミー賞やアカデミー賞を受賞するなど全世界でも注目を集めています。各社が若年層向けの独自コンテンツへの投資を加速しているなかで、日本独自のコンテンツも充実し、それがSNSで話題を呼び、若年層の中で広まっていくという好循環があることも考えられます。

そのような中で、アプリからの利用者数が最も多かった『Amazon Prime Video』と『Netflix』の重複利用状況をみると、併用している割合は昨年に比べて減少していました。このことから、それぞれのサービスは独自のユーザを獲得し、視聴者は自分の視聴スタイルに合わせて利用するサービスを選択する傾向が強くなっているということが考えられます。そのため、今後動画サービスの利用者属性、利用時間帯や視聴コンテンツなどの視聴スタイルはサービスごとによって変わってくる可能性もあるでしょう。

有料動画をスマートフォンから利用している人はスマートフォン利用者全体の12%前後で、未だ拡大の余地があります。今後も有料動画配信サービスは拡大を続け、若年層にリーチするメディアとしての価値が高まっていくことが期待され、各社の動向に注目していく必要があるでしょう」。

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 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。

http://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。

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、今何が起り、今後何が起るのか、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か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 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

インターネットユーザーデータベースサービス 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 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 ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect

デジタル広告モニタリングツール ニールセン デジタルアドインテル Nielsen Digital Ad Intel など