

# 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

## 大型連休のあった5月に「ソーシャルネットワーク」と「ビデオ/映画」の利用時間が増加

### ～ニールセン 若年層のスマートフォンの利用状況を発表～

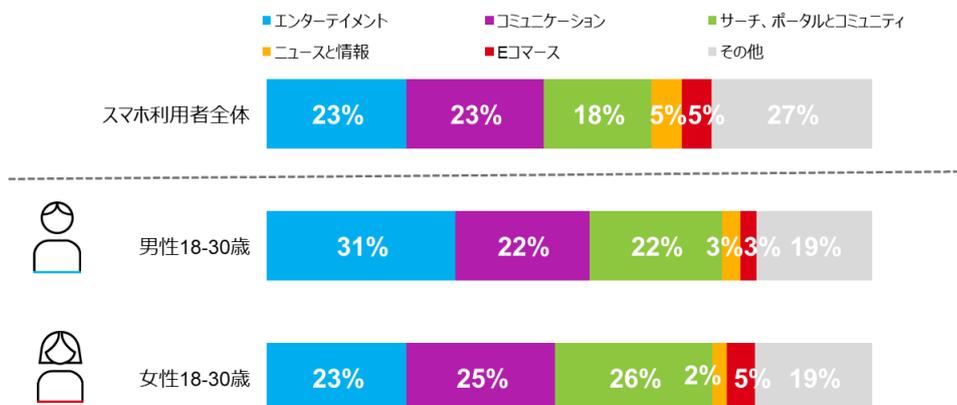
- 18-30歳の男性は「エンターテインメント」、女性は「サーチ、ポータルとコミュニティー」に最も時間を割く
- 男女ともに4月、6月と比べて5月の「ソーシャルネットワーク」と「ビデオ/映画」の月間利用時間が増加
- 男性では Amazon Prime Video、女性では Netflix の利用時間が増加

2019年7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2019年4月から6月のデータをもとに、大型連休のあった5月の日本における若年層のスマートフォン利用時間を分析し、結果を発表しました。

2019年5月時点の 카테고리別月間利用時間シェアをみると、平成生まれの18-30歳の男女ではスマートフォン利用者全体と比べて上位を占めるカテゴリーが異なることがわかりました。男性では月間利用時間のうち「エンターテインメント」が占める割合が最も高く31%、女性では「サーチ、ポータルとコミュニティー」が最も高く26%を占めていました(図表1)。

図表1: カテゴリ別 総利用時間シェア 2019年5月



Source: ニールセン モバイル ネットビュー ブラウザとアプリからの利用 18歳以上の男女  
 ※カテゴリーベースの利用時間を集計

次に、「エンターテインメント」と「サーチ、ポータルとコミュニティ」のうち、大型連休のあった5月の利用時間が前後の4月、6月と比べて大きく伸びていたサブカテゴリーを男女で比較しました。それによると、男女ともに「ソーシャルネットワーク」の利用時間の増加が最も多く、月間で一人当たり平均約1時間40分増えていました。2位以降のサブカテゴリーを比較すると、男性ではTikTokなどを含む「その他エンターテインメント」が46分、「ビデオ/映画」が25分、女性では「ゲーム」と「ビデオ/映画」の利用時間が、それぞれ58分、42分増加していました（図表2）。

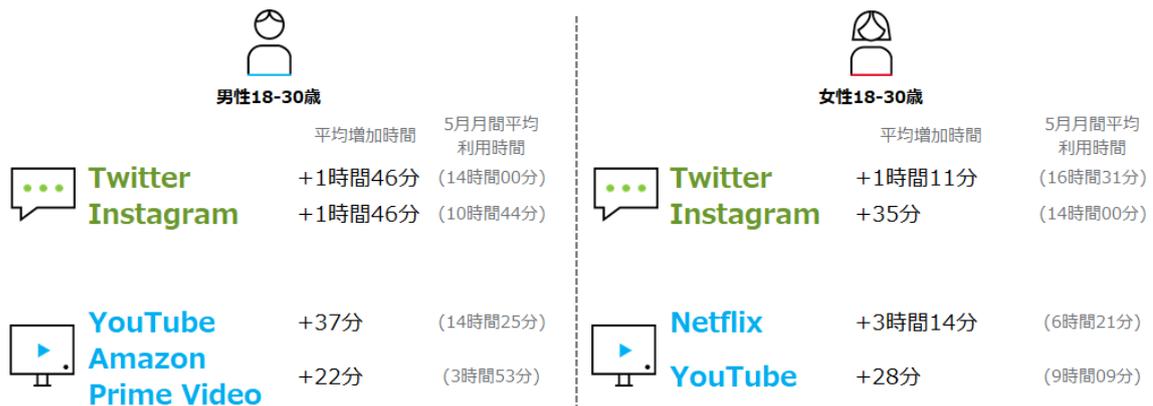
図表2:「エンターテインメント」と「サーチ、ポータルとコミュニティ」の月間平均利用時間の増加 TOP3 サブカテゴリー



Source: ニールセンモバイルネットビュー ブラウザとアプリからの利用 18歳-30歳の男女  
 ※「エンターテインメント」「サーチ、ポータルとコミュニティ」それぞれ利用者数上位10サブカテゴリーの一人当たりの月間利用時間を集計  
 ※増加時間は2019年4月と6月に対しての2019年5月増加時間の平均値

最後に、18-30歳の男女共通して利用時間が増えていた「ソーシャルネットワーク」と「ビデオ/映画」の利用時間増加に対して、影響が大きかった上位2アプリを比較しました。「ソーシャルネットワーク」では男女ともにTwitterとInstagramが上位となり、特に男性は女性と比べて5月に利用時間が大きく増加し、両サービスとも1時間46分増となっていました。「ビデオ/映画」では、男女ともにYouTubeが約30分増加し、男性ではAmazon Prime Video、女性ではNetflixの増加も目立っていました。Netflixは特に女性利用時間の増加が多く、5月は前後の月と比較してひとりあたり平均3時間以上増えている結果となっていました（図表3）。

図表3: 性年代別 サブカテゴリーの利用時間増加に対する影響が大きかったTOP2アプリ



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-30歳の男女  
 ※増加時間は2019年4月と6月に対する2019年5月増加時間の平均値  
 ※「ソーシャルネットワーク」「ビデオ/映画」カテゴリーのうち総利用時間の増加が多かったTOP2サービスを集計

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。「今回は、平成生まれの若年層のメディア視聴が、令和初の大型連休によってどのように変化したのかを見てみました。同じ若年層の男女でもスマートフォンの利用時間配分は大きく異なり、大型連休によって増えた可処分時間の使い道も異なることがわかりました。通常は女性の利用時間が多い「ソーシャルネットワーク」では男性のほうが増加時間が多く、特に Instagram では女性よりも 1 時間以上利用時間が増えていました。同じように、「ビデオ/動画」カテゴリーでは通常男性の利用時間が多いものの、女性の増加時間は男性を大きく上回っていました。大型連休でゆっくりできる時間ができたことで見れなかった動画を観たり、外出の機会が増えることで SNS に投稿するきっかけが増えるなど、忙しい時にはなかなか時間が割けないようなサービスの利用時間が、可処分時間が増えることによって増加していることがわかります。季節やライフスタイルによって消費者の可処分時間は変化します。広告主としては、その時間の増減によって変化する消費者のメディア消費行動を正しく把握し、それらの情報をもとにメディアプランを構成することで、より効率的にターゲットにリーチすることが可能になるでしょう。」

### 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](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](http://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](http://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 以上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/](http://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 以上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](http://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  
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