

# 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

## 商品の購入に利用するデバイスはパソコンからスマートフォンにシフト

### ～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～

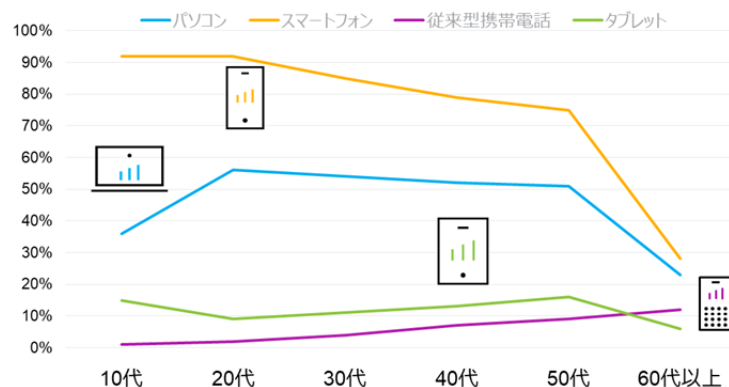
- どの年代でもインターネット利用デバイスはスマートフォンが主流に
- 30代以下の約半数は「化粧品」「電化製品」「ファッション」を実店舗で購入する際にオンラインで検討
- 30代以下では2017年からデジタルのトリプルメディアの信頼度が全般的に増加

2019年10月29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、消費者のマルチスクリーンの利用動向調査「ニールセン デジタル・コンシューマー・データベース2019（Nielsen Digital Consumer Database 2019）」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。

年代別のデバイスの利用状況を見ると、どの年代でもスマートフォンからのインターネット利用が最も多くなっていました。40代以下では80%以上の方がスマートフォンからインターネットを利用し、50代でも利用率は80%近くとなっていました。昨年まではパソコンの利用がスマートフォンを上回っていた60代以上でも、スマートフォンの利用率は5ポイント増加し、最も利用されているデバイスとなりました（図表1）。

図表1: 年代別 各デバイスからのインターネット利用率

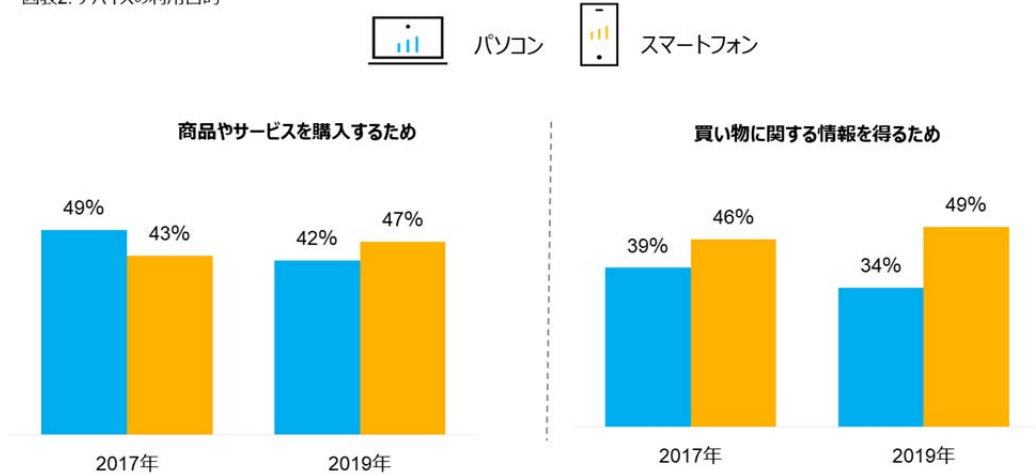


Source: Nielsen Internet Basic Report ※16歳以上の男女  
 ※パソコン、スマートフォン、従来型携帯電話、タブレットのいずれかの機器を通して月1回以上インターネットを利用する人口：国勢調査2015年

各デバイスの利用目的を見ると、2017年と比較して、各デバイスの利用目的の順位に大きな変化はなかったものの、利用する人の割合には変化が見られました。ショッピング関連のカテゴリーに注目すると、2017年には約

半数の人が「商品を購入するため」にスマートフォンよりもパソコンを利用していたのに対し、2019年にはパソコンが7ポイント減少、スマートフォンが4ポイント増加し利用デバイスが逆転していました。「買い物に関する情報を得るため」には2017年から既にスマートフォンの利用がパソコンを上回っていましたが、2年で更に3ポイント増加し、パソコンとの差が広がっていました（図表2）。

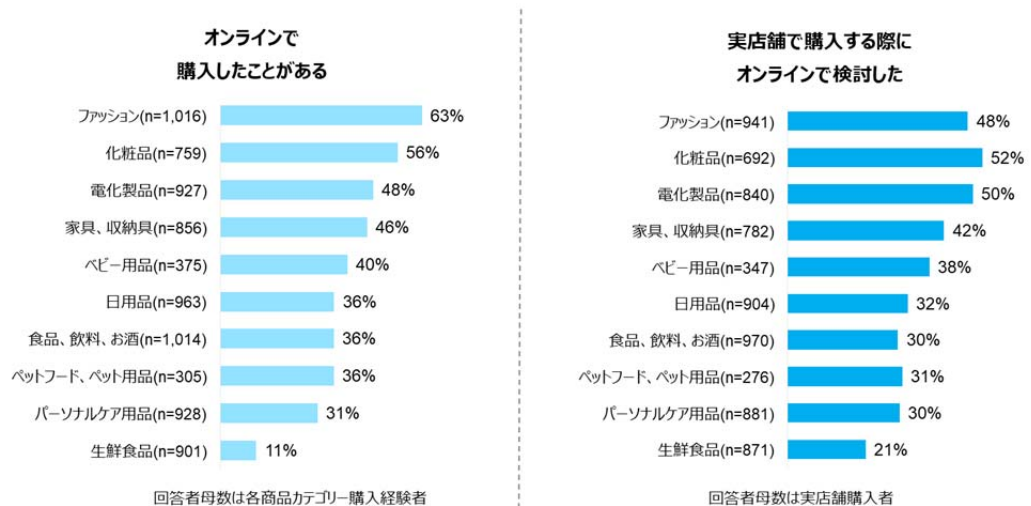
図表2: デバイスの利用目的



Source: ニールセン デジタル・コンシューマー・データベース2019

次に、デジタルネイティブとも言われる 30 代以下のショッピング関連の動向に注目すると、オンラインでの購入経験の多いカテゴリーでは、実店舗で購入する際にもオンラインで検討していることが分かりました。特にファッション、化粧品、電化製品は実店舗で購入する際にも、オンラインで検討する割合が最も高く、それぞれ約半数となっていました（図表 3）。

図表3: 30代以下のカテゴリー別オンライン購入経験、実店舗購入時のオンライン検討経験

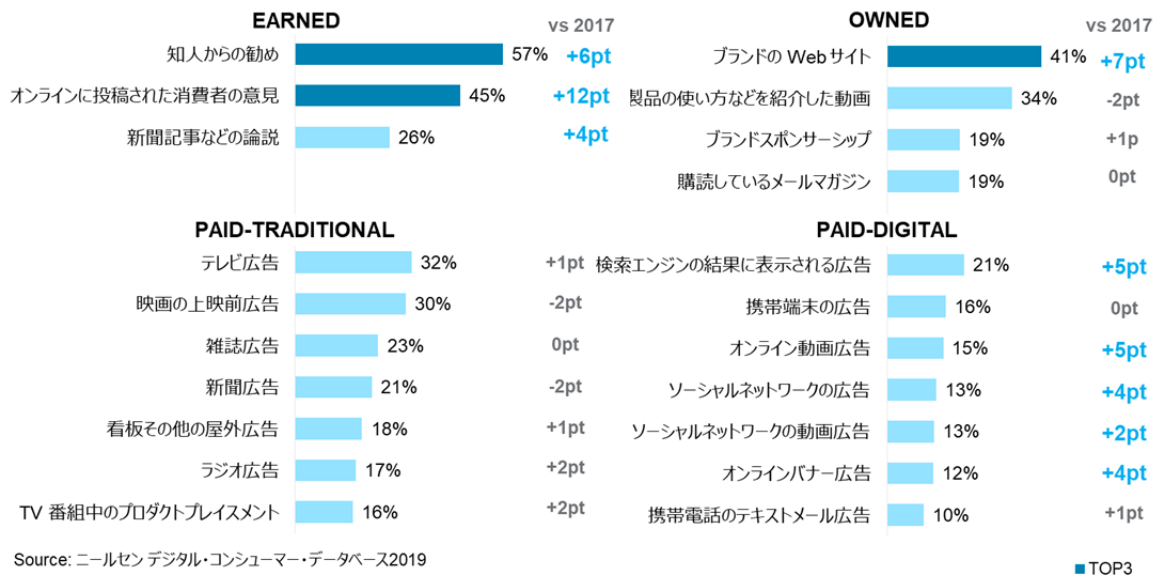


Source: ニールセン デジタル・コンシューマー・データベース2019

最後に 30 代以下がどのような情報を信頼するかを情報ソースごとに見ると、1 位は「知人からの勧め」、2 位は「オンラインに投稿された消費者の意見」、3 位は「ブランドのウェブサイト」となり、それぞれ 2017 年から信頼度が増加していました。中でも「オンラインに投稿された消費者の意見」は 2017 年から 12 ポイント増加し、最も

増加率が高くなっている情報源となっていました。また、2017年と比較して、デジタルメディアは全般的に信頼度が高まっていました（図表4）。

図表4: 30代以下が信頼する情報、広告



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。「インターネット利用デバイスとして、スマートフォンはその利用者数を拡大し、どの年代でも最も利用されるデバイスとなりました。中でもショッピングに関連する目的でスマートフォンを利用している人は年々増加しています。少し前までは、じっくりと検討する場合や高額な商品を購入する際には、パソコンを利用する傾向がありましたが、スマートフォンを使っていつでもどこでも手軽に情報収集し、購入する傾向が高まっていることが分かります。

また、実店舗で商品を購入する際にオンラインで情報収集し検討をする人が、多くのカテゴリーで3割近くいることが分かりました。消費者が購入の検討をする上で、オンラインかオフラインかという購入経路に関係なく、デジタル上での情報の重要性が増していると言えます。そのような中で、昨年のデジタル広告費がテレビと並んだことが話題になりましたが、消費者が信頼するメディアとしても、オンライン上の口コミ、ブランドのウェブサイトなどデジタルメディア全般が向上していました。広告メディアとしての信頼が向上することで、より消費者の態度変容への影響が高まることが考えられます。企業は、消費者に行動を起こさせるために、従来型のメディアも含め、自社のターゲットがどのメディアでどのような情報接触で態度変容するのかを考慮した上で、統合コミュニケーションプランを考えることが一層重要になっています」。

#### ニールセン デジタル・コンシューマー・データベース 2019 (Nielsen Digital Consumer Database 2019)について

ニールセン デジタル・コンシューマー・データベース 2019 (Nielsen Digital Consumer Database 2019)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2019年9月6日～9月9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2,984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 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 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/](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](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