



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

TOPS OF 2019: DIGITAL IN JAPAN

～ニールセン 2019 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～

- トータルデジタルで日本人の半数以上が Google、Yahoo Japan、YouTube を月 1 回以上利用
- スマートフォンアプリの利用率 1 位は昨年に続き「LINE」、2 位には「YouTube」がランクイン
- 利用時間シェアでは「Instagram」「Facebook」「スマートニュース」アプリが TOP10 入り

2019 年 12 月 19 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）」、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年の日本におけるトータルデジタルとスマートフォンでのインターネットサービス利用ランキング、「Tops of 2019: Digital in Japan」を発表しました。今日のデジタル視聴ではマルチスクリーンでの分散視聴が拡大しています。広告主、広告会社、メディアのマーケティング担当者は視聴者がどのスクリーン（デバイス）でコンテンツを視聴しているのか、あるいは、デジタル全体でどのような視聴が行われているのかという視聴者の行動を理解することが重要です。

2019年もスマートフォンの利用者数は継続的に増加し、全年代でインターネット利用のメインデバイスとなりました。しかし、サービスによってはパソコンとの併用利用も多いため、デバイスを跨いでインターネット利用状況を把握することが重要です。2019年におけるトータルデジタルでの日本人人口に対するリーチ（利用率）TOP 10サービスをみると、昨年と大きなランキングの変動はなく、継続してTOP3サービスは人口の半数が利用していました。デバイス横断でリーチが最も高かったのはGoogleで56%、次いでYahoo Japanが54%、YouTubeが50%となっており、トータルデジタルのTOP10サービスではスマートフォンからの利用が多いサービスが数多くランクインしていました（図表1）。

スマートフォンアプリでも、利用者数 TOP 10 サービスの顔ぶれ・順位は昨年と大きく変わらなかったものの、既に広く浸透している上位サービスにおいても、スマートフォン利用者のリーチが昨年と比較して増加していました。スマートフォンアプリの中で 7 年連続でリーチが最も高かった「LINE」は、2019 年も順調にリーチを伸ばし、スマートフォン利用者のうち 83%が利用するアプリとなっていました。また、他サービスは昨年より 2、3 ポイント増加していたのに対し、YouTube はリーチが 5 ポイント増加しており、デジタル全体で利用者数が拡大しているだけでなく、スマートフォン利用者の中でリーチが増加しています。（図表 2）。

スマートフォンアプリの利用時間シェア TOP10 サービスをみると、リーチ同様 1 位は「LINE」、2 位は「YouTube」がランクインしていました。一方で、3 位以降ではリーチランキングとは異なる傾向が見られました。リーチではそれぞれ 7 位、9 位だった「Twitter」と「Yahoo!」は利用時間シェアにおいては 3 位と 4 位と上位にランクインし、リーチランキングではランキング圏外だった「Instagram」や「Facebook」、「スマートニュース」、「メルカリ」は 10 位以内にランクインしていました。利用者数では規模が小さいサービスでも、利用者に長時間利用され、エンゲージメントが高くなっていることが分かります（図表 3）。

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は年々拡大し、来年も中高年層への普及が更に進むことが想像されますが、成長率は今年に入り一桁に留まったことから今後利用者数が急激に増えることは考えにくいでしょう。ここ数年で利用される上位サービスでも大きな変化は見られず、固定化してきている傾向にあります。YouTube のようにスマートフォン利用者の中でのリーチ（利用率）が増加しているサービスもあることから、引き続き各サービスのリーチを注視していく必要があるでしょう。一方で、エンゲージメント（利用時間）では、リーチとは消費者の動向は異なることが分かりました。サービスによっては 1 人あたりの利用時間が短い代わりに多くの利用者にリーチできるサービスや逆に利用者数が少なくても特定の利用者の高い支持を得るエンゲージメントの高いサービスもあります。広告主は消費者とコミュニケーションプランを組み立てて行く上で、利用者数（リーチ）だけでなく、各サービスの利用時間（エンゲージメント）も考慮して、認知獲得するためにはリーチの高いサービス、好意度向上ではエンゲージメントの高いサービスなど、キャンペーン目的に合わせたメディア選定をすることが重要になります。」

図表1: 2019年 日本におけるトータルデジタルリーチ TOP10

ランク	サービス名	平均月間リーチ
1	Google	56%
2	Yahoo Japan	54%
3	YouTube	50%
4	LINE	48%
5	Rakuten	41%
6	Facebook	41%
7	Amazon	38%
8	Twitter	36%
9	Instagram	30%
10	Apple	27%

Source: ニールセン 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

※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

※2019年1月から10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 ※AppleはiTunes Radio/iCloud含む

図表2: 2019年 日本におけるスマートフォンアプリアクティブリーチ TOP10

ランク	サービス名	APP	平均月間 アクティブリーチ	対昨年
1	LINE		83%	2pt
2	YouTube		61%	5pt
3	Google Maps		60%	2pt
4	Google App		53%	2pt
5	Gmail		51%	2pt
6	Apple Music		45%	16pt
7	Twitter		44%	2pt
8	Google Play		44%	-2pt
9	Yahoo! JAPAN		43%	3pt
10	McDonald's Japan		32%	2pt

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

※2019年1月から10月までのデータ: 平均月間アクティブリーチ

※AppleMusicはiTunes Radio/iCloud含む

図表3: 2019年 日本におけるスマートフォンアプリ利用時間シェア TOP10

ランク	サービス名	平均月間 利用時間シェア
1	LINE	13%
2	YouTube	5%
3	Twitter	5%
4	Yahoo! JAPAN	4%
5	Google アプリ	2%
6	Instagram	2%
7	スマートニュース	2%
8	Facebook	1%
9	メルカリ	1%
10	Google Map	1%

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

※2019年1月から10月までのデータ: 平均月間総利用時間シェア

※モバイルキャリア系サービス、E-メールサービスを除いて集計

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



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・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、今何が起これ、今後何が起これるか、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け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
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