

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

有料動画アプリ利用者は昨年から成長が加速化し 1,000 万人を超える

～ニールセン動画アプリの利用状況をもとに動画の視聴動向を発表～

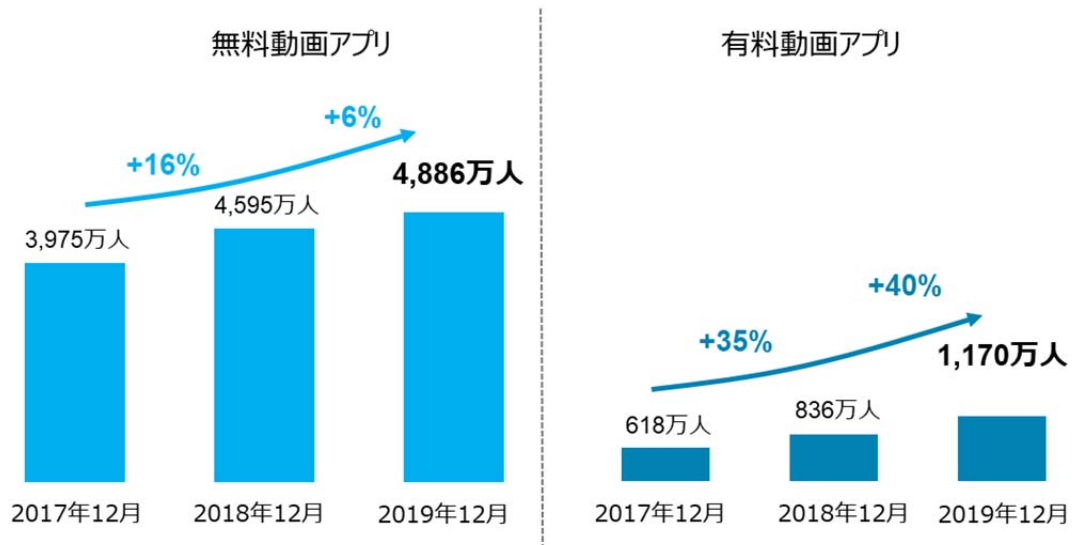
- 無料動画アプリは昨年同月から 6%、有料動画アプリは 40% 利用者数が増加
- 女性は男性よりも無料動画、有料動画アプリ利用者が多く、それぞれ 2,528 万人、612 万人が利用
- 男性は無料動画アプリ、女性は有料動画アプリを高頻度、長時間利用

2020 年 1 月 31 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、2019年の12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。2019年は「TVer」などの見逃し配信の利用拡大や有料動画サービスでは「Disney DELUXE」がサービス開始するなど、オンライン動画市場全体で活発な動きが見られました。コンテンツを提供する企業としては、そのようなダイナミックな市場環境下で、それぞれのサービスがどの様に視聴者のメディア接触行動に影響しているのかを把握することが重要になります。無料動画、有料動画ともにスマートフォンからの視聴が大半を占めることから、今回はスマートフォンアプリの利用状況に着目し、動画視聴動向を分析しました。

2019年12月におけるスマートフォンアプリからの無料動画と有料動画の利用者数（上位5アプリを集計）をみると、無料動画は昨年同月から6%増加し4,886万人、有料動画は40%増加し1,170万人となっていました。無料動画の増加率が一桁に留まったのに対し、有料動画は増加率が加速し、ついに1,000万人を超える規模まで成長したことがわかります（図表1）。ここ数年、有料動画サービス各社がオリジナルコンテンツに力を入れる中で、日本独自のコンテンツも充実し、スマートフォンでの視聴環境の整備もされてきました。これらの要素が影響して、有料動画の視聴はこれほどの規模まで成長したということが考えられます。増加率も年々増えていることから、2020年も引き続き利用者数拡大が期待できるのではないのでしょうか。

図表1: 動画アプリ 利用者数推移 2017年12月～2019年12月



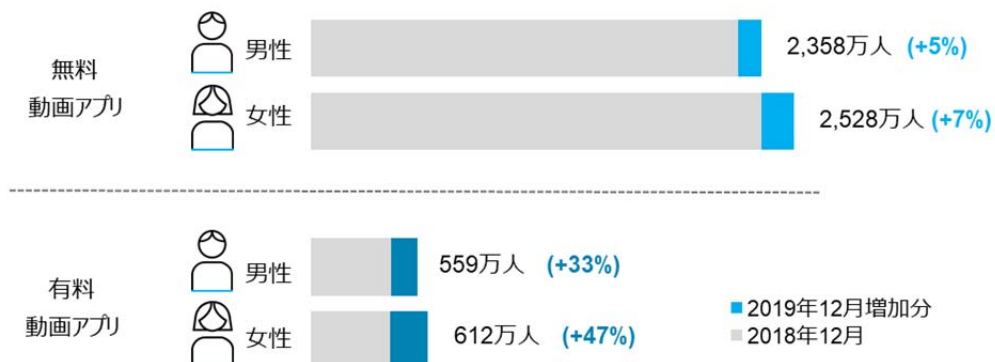
Source:ニールセン モバイルネットビュー アプリからの利用 18歳以上の男女

※無料動画アプリは利用者数上位5サービス「YouTube」「GYAO!」「AbemaTV」「ニコニコ動画」「TVer」

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

各動画利用者数を男女別にみると、無料動画アプリでは男性が2,358万人、女性が2,528万人、有料動画アプリでは男性が559万人、女性が612万人となり、ともに女性の利用者が多い結果となっていました。特に有料動画アプリでは、昨年までは男性の利用者数が女性と同程度だったのに対し、2019年は女性利用者が急速に増加し、男性を上回る結果となりました（図表2）。グラフにはありませんが、女性の利用者数増加を牽引しているのは「Amazon Prime Video」で、昨年同月から59%増加していました。ここ数年、「Amazon Prime Video」は男性の利用者数が多いことが特徴として挙げられてきましたが、年々女性との利用者数の差は縮まっています。各サービスの性年代構成比が変わってくることは、視聴されるコンテンツや、利用時間・回数など、サービス全体としては視聴傾向が変化していることを意味しているため、引き続き各セグメントの動向の変化に注目していく必要があります。

図表2: 動画アプリ 利用者数推移 男女別 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

※無料動画アプリは利用者数上位5サービス「YouTube」「GYAO!」「AbemaTV」「ニコニコ動画」「TVer」

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

次に、各動画アプリの利用回数と利用時間を男女別にしてみました。無料動画アプリは利用者数が多いだけでなく、利用回数も有料動画アプリより多く、男性では月間平均 44 回、女性では 35 回と 1 日 1 回以上利用されていました。また、無料動画アプリの利用者数では女性が多かったのに対し、利用回数と時間は男性の方が多く、エンゲージメントが高いことがわかりました。一方で、有料動画アプリでは女性のエンゲージメントが男性よりも高く、月間平均 17 回、合計約 3 時間利用されていました（図表 3）。

図表3: 動画アプリ 月間利用回数 & 利用時間 男女別 2019年12月

			利用回数	利用時間
無料 動画アプリ		男性	44回	9時間26分
		女性	35回	7時間10分
有料 動画アプリ		男性	13回	2時間33分
		女性	16回	2時間57分

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

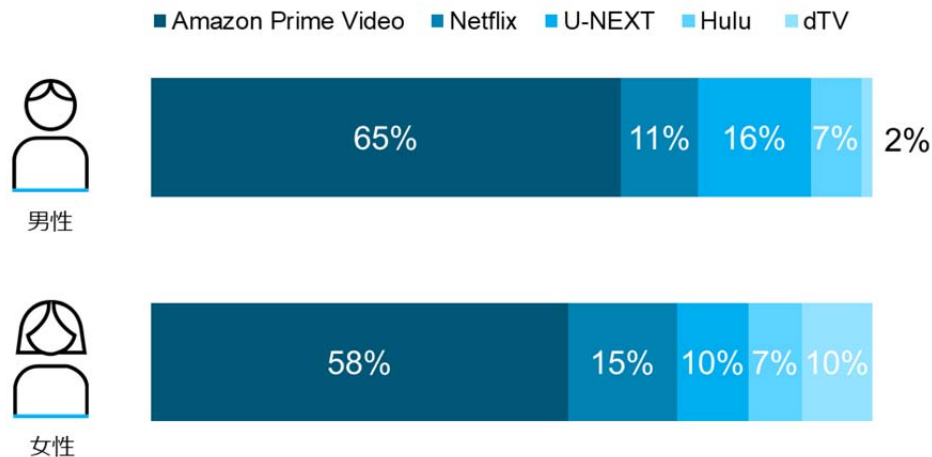
※無料動画アプリは利用者数上位5サービス「YouTube」「GYAO!」「AbemaTV」「ニコニコ動画」「TVer」

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

最後に、有料動画アプリ上位 5 サービスの利用時間シェアを男女別に比較すると、男女ともに「Amazon Prime Video」が最も多く、約 60%を占めていました。2 位以降のサービスでは結果が異なり、男性では「U-

NEXT」、女性では「Netflix」が 2 番目に多く、それぞれ 16%、15%の利用時間を占めていました。また、女性では「dTV」の利用時間シェアも高く、全体の 10%を占めていました（図表 4）。

図表4: 有料動画アプリ 利用時間シェア 男女別 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

※各アプリの総利用時間をもとに算出

※スマートフォンが通信状態である場合のみ、集計対象

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。「各動画アプリは、昨年に続き大きく利用者数を伸ばしていました。特に、有料動画アプリでは昨年を上回る成長率で利用者数を拡大し、ついに 1,000 万人規模まで成長しました。有料動画サービスは男性を中心に利用されている傾向が強かったものの、ここ数年で女性の割合が半数を超え、市場全体でサービスが浸透してきていることがわかります。

そのような中で、男女で比較すると、これらのサービスの利用傾向には違いがあることがわかりました。男性では無料動画アプリの利用頻度/時間が多く、女性では有料動画アプリの利用頻度/時間が多くなっていました。また、同じ有料動画アプリの中でも、男性は料金が高い分コンテンツも多い「U-NEXT」、女性は海外ドラマやオリジナルコンテンツが充実している「Netflix」の利用時間シェアが長いことからみて、それぞれが好むコンテンツによって利用するサービスが選択されていることもわかります。

今後も視聴者が自分の嗜好や視聴スタイルに合わせてサービスを選択する傾向は強くなり、また各社がどのようなコンテンツカテゴリーに力を入れていくのかによっても市場ダイナミクスは変わってくるでしょう。このような環境で、コンテンツを提供する企業としては、消費者のサービス利用傾向の変化を把握することが求められており、常に消費者の視聴トレンドを追いながら最適にアプローチできるサービスを選択していくことが重要となります」。

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。



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://niensensports.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インサイトを提供しています。ニールセンは二つのビジネスユニットから成り、ニールセン・グローバル・メディアは、広告市場・メディア市場が機能するために必要である業界の共通の理解を生み出す、公正で信頼できる測定基準を提供しています。ニールセン・グローバル・コネクトは、メーカーおよび流通企業に対し、正確で実行可能な情報、インサイト、そして、複雑に進化を続ける市場の全体像を提供しています。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けるお手伝いをします。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