



プレスリリース

お問い合わせ： 西村総一郎、広報担当

Eメール： jpw_press@nielsen.com

電話： 03-6837-6500

ニールセン、デジタルコンテンツ視聴率の Monthly Total レポートによる 地図・旅行情報カテゴリーのメディア利用状況を発表

2020年7月21日

- 地図・旅行情報カテゴリーにおいて、トータルデジタルの月間利用者はGoogle Mapsが最も多く4,717万人
- 平均利用回数では、Yahoo Japan Mapsが最も多く872万人が月に平均50回利用、GRPは350%
- ターゲットGRP（TARP）は、多くの層でGoogle Mapsが最も高い一方、男性50歳以上ではYahoo Japan Mapsが最も高い

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）」のデータをもとに、地図・旅行情報カテゴリーのメディア利用状況を発表しました。

2020年5月における地図・旅行情報カテゴリーの利用者ランキングを見ると、PCとモバイルの重複を除いたトータルデジタルでの月間利用者数はGoogle Mapsが4,717万人で最も多く、次いでNAVITIME(1,189万人)、Apple Maps(1,099万人) となっていました。GRPに着目すると、Google Mapsが最も高く740%となっており、次いでYahoo Japan Maps（350%）、Mapion（248%）となっていました。Yahoo Japan Mapsが利用者数順位に対してGRPで順位を上げているのは、平均利用回数が月に平均50回と、他サービスを大幅に上回っていることが寄与していました（図表1）。

図表1; 2020年5月 Monthly Total レポート トータルデジタル利用者数TOP5 地図・旅行情報カテゴリー

ランク	ブランド名	利用者数 (MAU)	リーチ %	平均利用回数 (テキスト)	GRP % (テキスト)	利用者年齢 中央値
1	Google Maps	47,170,294	37.7	20	740	46
2	NAVITIME	11,891,940	9.5	10	96	46
3	Apple Maps	10,993,449	8.8	5	48	39
4	Mapion	9,039,744	7.2	34	248	49
5	Yahoo Japan Maps	8,718,012	7.0	50	350	54

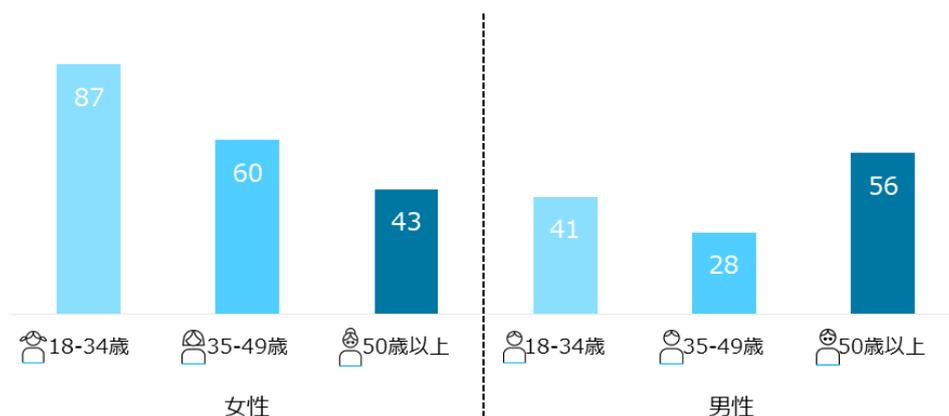
Source : デジタルコンテンツ視聴率 2020年5月 Monthly Total レポート
(トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値)

* GRP%および平均利用回数はテキストコンテンツのみを対象に算出

* リーチ%は2歳以上の全人口に占める利用率 * PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

次に、月間平均利用回数の多かったYahoo Japan Mapsの平均利用回数を性年齢別にみると、女性18-34歳が87回と最も多く、次いで女性35-49歳（60回）、男性50歳以上（56回）となっていました。また、最も平均利用回数の少ない男性35-49歳でも28回利用していました（図表2）。すべての性年齢で、他のサービスと比べて利用頻度が高い水準にあることがわかります。

図表2; 2020年5月 Monthly Total レポート Yahoo Japan Maps 平均利用回数 性年齢別



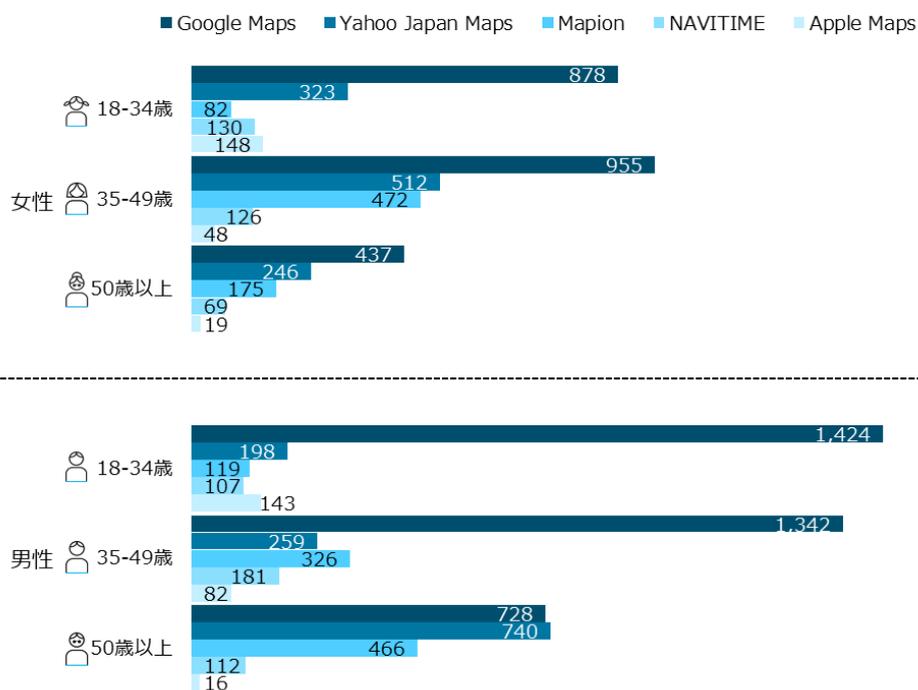
Source : デジタルコンテンツ視聴率 2020年5月 Monthly Total レポート
(トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値)

* 18歳以上の男女

最後に、地図・旅行情報カテゴリーの利用者数TOP5のターゲットGRP（TARP）を性年齢別に見ると、多くの性年齢でGoogle Mapsが最も高い一方、男性50歳以上ではYahoo Japan Mapsが最も高く740%となっていました（図表3）。

図表3; 2020年5月 Monthly Total レポート トータルデジタル利用者数TOP5

地図・旅行情報カテゴリー GRP 性年齢別



Source : デジタルコンテンツ視聴率 2020年5月 Monthly Total レポート
(トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値)

* GRP%はテキストコンテンツのみを対象に算出

COVID-19の影響で、テイクアウトができる飲食店の検索ニーズの増加や、位置情報や地図の検索内容に応じた広告の表示など、地図サービスは今後ますます注目されることが予想されます。利用者の性年齢によって、利用頻度やよく利用する地図サービスは異なります。ブランド担当者は、ターゲットの利用状況を考慮した上でアプローチを検討、メディアプランを立案することが重要です。

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。

<https://www.netratings.co.jp/solution/dcr.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 か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 など