



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

在宅勤務中のオーディオ・ストリーミングサービスの利用者数増加による広告機会の拡大

2020 年 8 月 27 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 モバイルネットビュー」のデータをもとに、2020 年 7 月のオーディオ・ストリーミングサービスの利用状況について発表しました。

在宅勤務が推奨されているなか、就業環境がオフィスからより自宅などのプライベートな空間に変わったことによって、一部の消費者においてオーディオ・ストリーミングサービスを利用しながら仕事をするという、新しい利用シーンが創出されていることがわかりました。

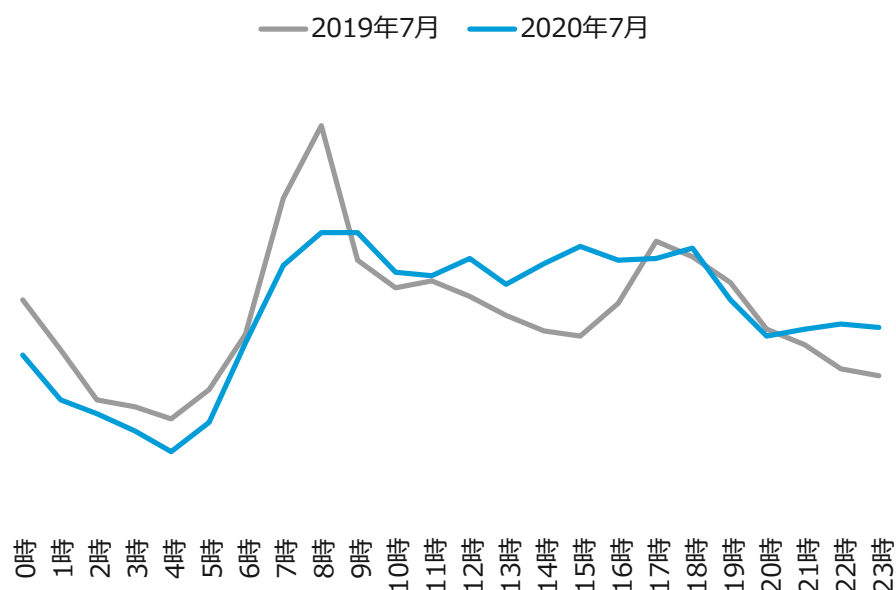
日中のサービス利用時間シェアが増加

オーディオ・ストリーミングサービスは近年、広告が表示され無料で利用できるサービス（フリーミアムを含む）の利用者数が大きく増加しています。利用者数の多い上位 2 サービスである radiko.jp と Spotify を合わせると、スマートフォン利用者全体（18 歳以上）の 15%にあたる 1,225 万人が利用しており、この 2 年間で 50%以上増加していました（2018 年 7 月時点 776 万人、58%増）。

オーディオ・ストリーミングサービスの利用シーンとしては、これまでは通勤などの移動中の利用がほとんどでしたが、最新のデータによると、日中の利用時間シェアが増加しています。これまで、オフィスでの勤務中にオーディオ・ストリーミングサービスを利用していなかった一部の利用者が、プライベートな就業環境に変わったことによって、業務に従事しながらオーディオ・ストリーミングサービスを利用するようになったことが要因の一つと推測されます。

時間帯別の無料オーディオ・ストリーミングサービスの利用時間シェアを見ると、利用時間が増加するタイミングに変化が起きています。2019 年 7 月データでは、朝の 8 時と夕方の 5 時に利用が急上昇していたのが、2020 年 7 月時点では、特定時間に利用が増加することなく、朝の 8 時から夕方の 6 時まで継続的に利用されるようになっていました（図表 1）。

図表1；無料オーディオ・ストリーミングサービス 総利用時間シェア 時間帯別



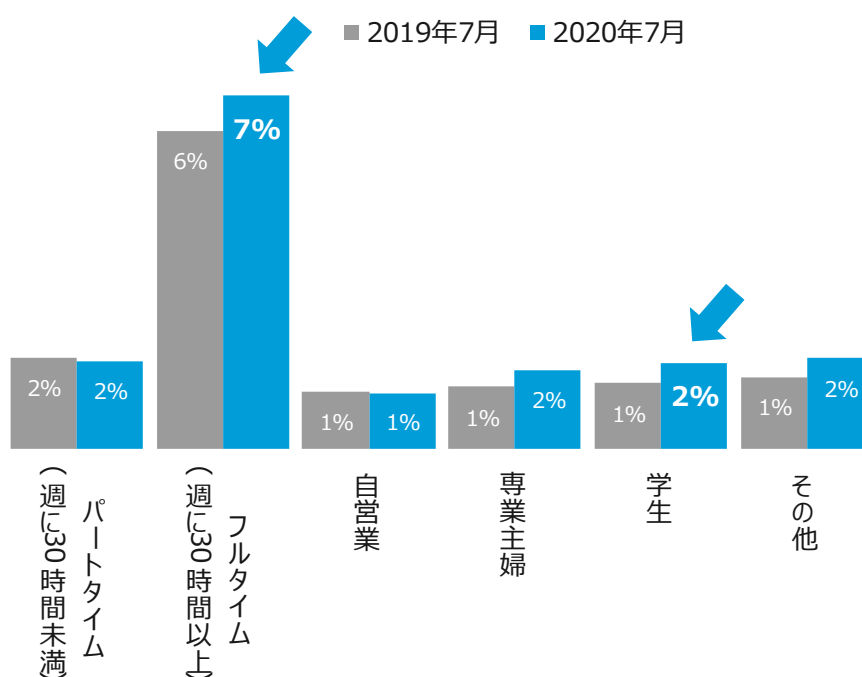
Source：ニールセン モバイルネットビュー アプリからの利用

※18歳以上の男女 ※無料オーディオ・ストリーミングサービスは利用者数上位2サービスを集計（radiko.jp、Spotify）

※対象サービスのアップグレード版利用者を含む

次に、就業状態別のアクティブリーチを見ると、フルタイムの就業者と学生のアクティブリーチが2019年と比べて増加していました（図表2）。パートタイムや自営業と比べて、職場や学校から自宅などのプライベート空間での勤務、学習に移行した人が多かったグループで利用が拡大している様子がうかがえます。COVID-19の第二波の影響により在宅勤務、学習の長期化に伴い、この新しい利用習慣も定着していくと推測されます。

図表2；無料オーディオ・ストリーミングサービス アクティブリーチ 就業状態別



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 ※無料オーディオ・ストリーミングサービスは利用者数上位2サービスを集計（radiko.jp、Spotify）

※対象サービスのアップグレード版利用者を含む

利用シーンの拡大による広告配信の機会増加

当社アナリストのマ・ピンチュアンは、次のように述べています。「景気動向が見通し辛い時期におかれた消費者は、コストを重視する傾向があります。そのため、オーディオ・ストリーミングサービスは、フリーミアム又は広告モデルのサービスの利用がさらに拡大していくと考えられ、広告主にとっては消費者とコミュニケーションを取ることができる機会が増加していくことになります。今回見たように利用シーンが変化したことで、これまでと視聴されているコンテンツが変化している可能性も考えられます。マーケティング担当者は無料オーディオ・ストリーミングサービスの利用者像を理解し、利用シーンや、ジャンル、タイミング、フォーマットなどの要素を考慮し、キャンペーンの目的に合ったメディアプランニングを設計していくことが重要です。」

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。

https://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 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 など