

# 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

## 若年層を中心にアプリの利用が拡大 ～ニールセン スマートフォンのアプリ利用状況を発表～

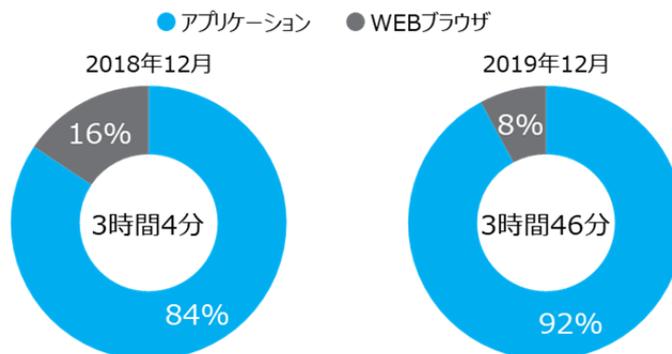
2020年3月24日

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月の日本におけるスマートフォンの利用時間やアプリの利用個数などの利用状況を発表しました。

ここ数年スマートフォン利用が加速する中で、アプリは「目新しいもの」から「生活に欠かせないもの」になってきました。日々新しいアプリがリリースされ、日常の様々な場面で活用できるものが数多く存在します。しかし、消費者が一日に各アプリに費やせる時間には限りがあるので、アプリのマーケティング担当者や開発者は新しい機能を追加するだけでなく、競争が激化する市場で差別化に力を入れることが求められてきています。

日本においては、スマートフォン利用時間のうち92%はアプリが占めていることが分かりました（図表1）。昨年と比較するとアプリが占める割合は8ポイント増加し、アプリの利用はスマートフォン利用時間増加だけでなく全体のメディア視聴にも大きく貢献していることから、アプリのマーケティング担当者やアプリ開発者にとっては大きなビジネスチャンスをもたらしていることが分かります。

図表1：スマートフォン利用時間シェア



Source: ニールセン モバイルネットビュー ブラウザとアプリからの利用 ※18歳以上の男女  
 ※アプリケーションおよびブラウザからの利用時間は、カテゴリーベースの利用時間を使用

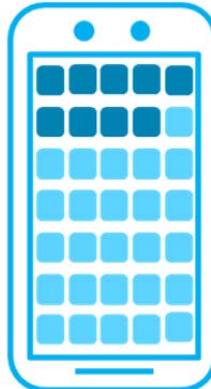
### 若年層を中心にアプリの利用が拡大

アプリの利用時間増加とともに、1ヶ月に利用されるアプリの数の増加も見られました。18歳以上においては1ヶ月に1回以上利用される数は平均34.6となり、昨年から約4個増えていることが分かりました。増加数が最も多かったのは18-34歳で、昨年から4.5個増加している結果となっていました。

しかし、月間利用されるアプリの数は増えても、毎日利用されるアプリが増えるとは限りません。18歳以上が毎日（月間31回以上）利用するアプリの数は8.8個、昨年と比べると0.8個の増加にとどまりました。消費者はアプリの選択肢が増えている中でも、日常的に利用するアプリは使い慣れているものにとどまる傾向にあることが分かります（図表2）。

図表2：月間利用回数別アプリ数 2019年12月 ( )カッコ内は昨年からの増加数

	月に <b>31</b> 回以上利用	月に <b>1</b> 回以上利用
全体	<b>8.8</b> 個 (+0.8個)	<b>34.6</b> 個 (+3.8個)
18-34歳	<b>7.9</b> 個 (+0.5個)	<b>33.8</b> 個 (+4.5個)

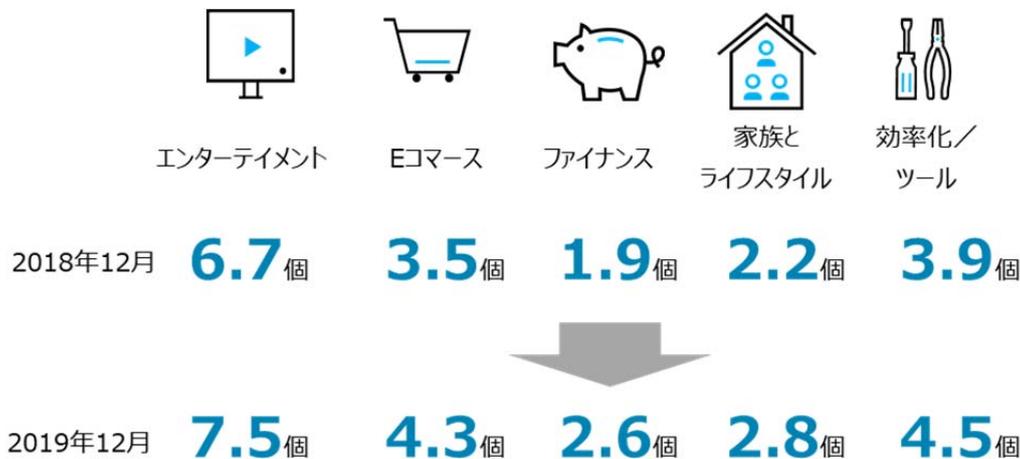


Source: ニールセン モバイルネットビュー アプリからの利用 ※18歳以上の男女  
※スマートフォンの基本機能となる初めからインストールされている電話や電話帳、カメラなどのアプリは含みません

### 利用されるアプリの数が最も増加したカテゴリーとは？

数年前までは1カテゴリーにつき1アプリが利用されることが多く、各カテゴリーで利用されるアプリが固定化されている傾向にあったことから、月に利用されるアプリの数には変動が見られませんでした。しかし、選択肢が増えることで、その傾向が徐々に変わりつつあります。図表3は昨年からアプリの増加数が最も多かった若年層において、月間に利用されるアプリの個数が増加したカテゴリー上位5つを示しています。エンターテインメントカテゴリーでの増加が最も多く、TikTokの利用拡大や様々な動画配信サービス、漫画やゲームアプリの利用者の増加が影響していることが分かります。Eコマースやファイナンスカテゴリーにおいては、新しいフリマアプリや各ペイメントアプリが大きく利用者数を伸ばしています。このようなアプリは同じカテゴリーの中で利用時間を奪い合う代わりに、ニッチを見つけ出し、消費者が同じカテゴリー内でも複数の新たなサービスカテゴリーを利用する環境を生み出すことで利用者数の拡大を可能にしているのではないのでしょうか。今後各アプリのマーケティング担当者や開発者はエンゲージメントを高め、利用頻度を高めることが重要な課題になります。

図表3: 18-34歳が月に1回以上利用しているアプリ数  
2018年から増加した上位5カテゴリー



Source: Nielsen Mobile NetView 18歳以上の男女

※スマートフォンの基本機能となる初めからインストールされている電話や電話帳、カメラなどのアプリは含みません

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。「アプリの利用時間や利用される数の増加は、各アプリのマーケティング担当者や開発者に絶好のビジネスチャンスをもたらします。このような環境の中で成功の鍵となるのは、どれだけ消費者に寄り添うアプリとなり毎日利用してもらえるか、ということではないでしょうか。消費者が日常的に利用するアプリは、普段使い慣れているものを選択する傾向にあります。豊富にあるオプションの中から自社のサービスを選択してもらうためにも、アプリのマーケティング担当者や開発者は、共感できるコンテンツの提供やアプリのUI・UXの向上、または新しいニッチを見つけ出しサービス展開するなど、高品質なユーザー体験を提供することが一層重要になるのではないのでしょうか」。

#### 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](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](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、世界最大規模のスポーツマーケティングリサーチ&コンサルティング会社ニールセンスポーツの日本法人です。スポンサーシップに関するデータ分析及びファンインサイトを基に、様々なステークホルダーの事業拡大を支援。アメリカ 4 大スポーツや欧州サッカー、各世界大会など、グローバルでは 1,400 以上のクライアント、15,000 以上の案件に携わっており、日本では、J リーグやプロ野球球団をはじめとするスポーツライセンスホルダー、国内外の大会・イベントに協賛する企業、その他代理店や行政とも契約しています。スポンサーシップを評価するグローバルスタンダードとして世界中で事業を展開しています。詳細は <http://niensensports.com/jp/>をご覧ください。

**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か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](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