

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 「ソーシャルメディア」ジャンルの視聴状況を発表

2022年6月16日

- 「ソーシャルメディア」ジャンルのトータルデジタルでの月間視聴者数は、LINEが最も多く7,398万人
- 主にテキストや写真・動画投稿を通じてユーザー間でコミュニケーションを取る6サービスの年齢構成は、TikTokは18-34歳の割合が最も高い一方で、他のサービスでは50歳以上の割合が最も高い
- 上記6サービスの年代別ターゲットGRPは、18-34歳で最も高く約92,000%

ニールセン デジタル株式会社（本社：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 Monthly Total レポートをもとに、「ソーシャルメディア」ジャンルの視聴状況を発表しました。

2022年4月のニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Total レポートによると、「ソーシャルメディア」ジャンルにおいて、PCとモバイルの重複を除いたトータルデジタルで最も視聴者数（2歳以上）が多かったのはLINEで7,398万人が利用しており、Twitterが5,290万人で続いていました。また、平均利用回数でもLINEが月平均550回と最も多く、Twitterが月平均186回で続いていました（図表1）。

図表1:2022年4月 Monthly Totalレポート トータルデジタル視聴者数ランキング
ソーシャルメディアジャンル

媒体名	視聴者数 (万人)	リーチ%	平均利用回数	GRP%
LINE	7,398	59.4	550	32,691
Twitter	5,290	42.5	186	7,887
Instagram	4,663	37.5	38	1,411
Facebook	3,557	28.6	36	1,015
Ameba	2,940	23.6	52	1,228
Hatena	1,504	12.1	6	68
TikTok	1,307	10.5	43	453
Pinterest	647	5.2	8	44
LinkedIn	296	2.4	5	13

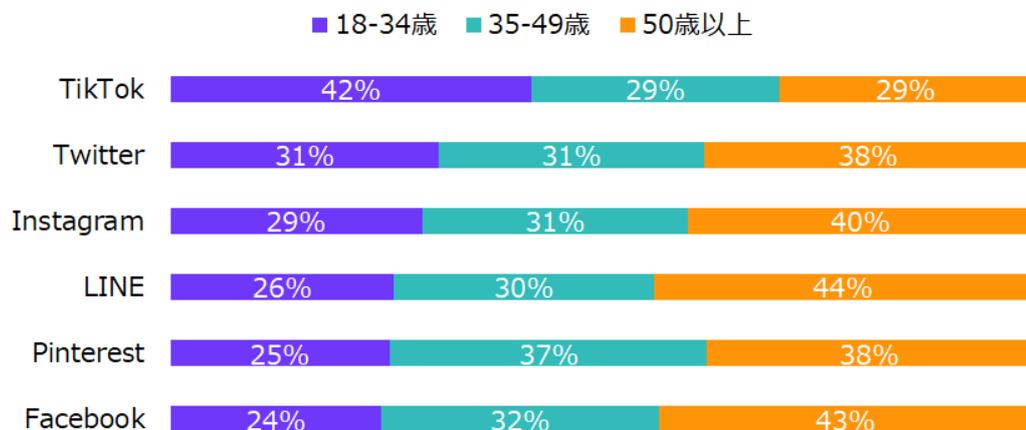
Source: デジタルコンテンツ視聴率 2022年4月 Monthly Totalレポート

※PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女 ※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値

※Brandレベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

次に、「ソーシャルメディア」ジャンルのうち、主にテキストや写真・動画投稿を通じてユーザー間でコミュニケーションを取る6サービスの年齢構成を見ると、TikTokは18-34歳の割合が最も高く42%となっていた一方で、他の5サービスでは50歳以上の割合が最も高くなっていました（図表2）。

図表2：2022年4月 ソーシャルメディアジャンル 対象6サービスの年齢構成比



Source: デジタルコンテンツ視聴率 2022年4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

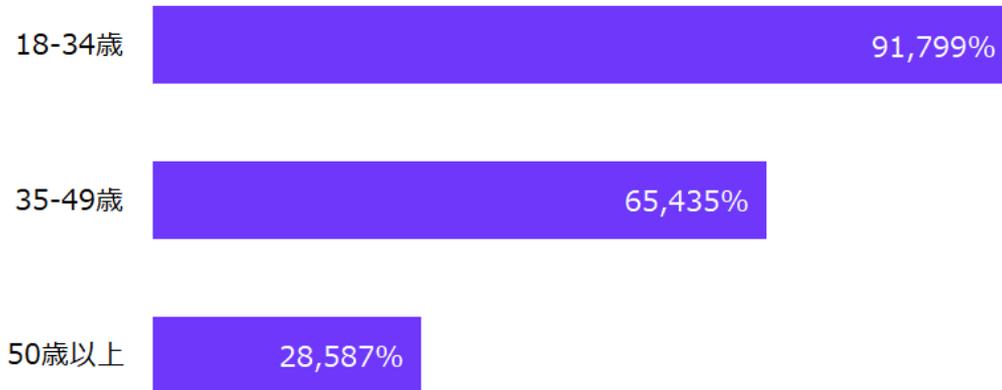
※Brandレベル、主にテキストや写真・動画投稿を通じてユーザー間でコミュニケーションを取るサービスを対象に集計

※利用とは閲覧のみの利用も含みます

最後に、「ソーシャルメディア」ジャンルのうち、前述の6サービスを合計したターゲットGRP（TARP）を年代別に見ると、18-34歳で最も高く91,799%となっていました。利用者の年齢構成はほとんどのサービスにおいて50

歳以上の割合が最も高い一方で、利用頻度が少ないためにターゲットGRPは50歳以上が最も低くなっています（図表3）。

図表3：2022年4月 ソーシャルメディアジャンル 対象6サービスの年代別GRP



Source: デジタルコンテンツ視聴率 2022年4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

※Brandレベル、主にテキストや写真・動画投稿を通じてユーザー間でコミュニケーションを取るサービスを対象に集計

※利用とは閲覧のみの利用も含みます

ソーシャルメディアは、インフルエンサーマーケティングや消費者の関心に沿った広告など、マーケティング担当者にとって消費者とのコミュニケーション施策を検討するにあたり欠かせないメディアとなっています。ソーシャルメディアは主に若年層によって利用されていると思われがちですが、今回ご紹介したように多くのサービスで利用頻度は少ないものの、50歳以上の利用者構成比が最も高くなっており、マーケティング担当者が抱えている利用者属性のイメージと異なっている可能性もあります。ターゲットとコミュニケーションを取るためのサービスを検討する際には、キャンペーンの目的に合わせてターゲットリーチや年齢構成、利用頻度、GRP、TARPなどの指標を実際の視聴データを元に考慮する必要があります。それぞれのサービスの特徴、強みに加え、これらのユーザーの利用指標を基にメディアプランを策定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。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、メディア業界の全体的かつ客観的な理解を提供するための世界有数のデータと分析を提供しています。ニールセンはオーディエンスの測定、オーディエンスの成果、コンテンツに関するサービスを通じて、クライアントとパートナーに複雑な問題に対するシンプルなソリューションを提供することで、クライアントの投資や成長戦略の価値を最適化しています。ニールセンは、重複を排除したクロスメディア・オーディエンス測定を提供できる唯一の企業です。ニールセンとクライアントにとって、Audience is Everything™ であり、ニールセンはすべてのオーディエンスの声が重要であることを保証することに取り組んでいます。

S&P 500 企業としてニールセンは、約 60 カ国で測定と分析のサービスを提供しています。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

AD & CONTENT (デジタル広告/コンテンツ視聴率)

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings
ニールセン トータル広告視聴率 Nielsen Total Ad Ratings
ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

AUDIENCE (視聴者パネル測定サービス)

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

MEDIA ANALYTICS (メディア/広告効果分析サービス)

ブランドリフト効果測定サービス 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/クリエイティブリフト効果調査 ニールセン デジタル広告クリエイティブ評価 Nielsen Digital Creative Evaluation

PLANNING/ ACTIVATION (プランニング/アクティベーション支援サービス)

デジタル広告統計データ digiads
ニールセン オーディエンスセグメント DaaS サービス Nielsen Japan Mobile NetView Powered by Lotame セグメント



INTERNATIONAL DATA (海外データサービス)

海外広告統計データ Nielsen Ad Intel International

海外消費者視聴動向調査データ Nielsen Consumer & Media View

海外テレビ視聴率データ Nielsen TV Audience Measurement