

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」ジャンルの利用状況を発表

2023年6月27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利用者数は、「LINE」が最も多く8,089万人
- 上位5サービスの性年代別ターゲットGRP（TARP）は、女性18-34歳で最も高く227,873%
- 「TikTok」は18-34歳以上利用者の含有率が最も高く33%

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 Dean Matthew Richardson）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」ジャンルの利用状況を発表しました。

2023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の利用者数が最も多かったのは「LINE」で8,089万人が利用しており、「Twitter」が5,989万人で続いていました。また、月平均利用回数では、「LINE」が859回で最も多く、「Instagram」が279回で続いていました（図表1）。

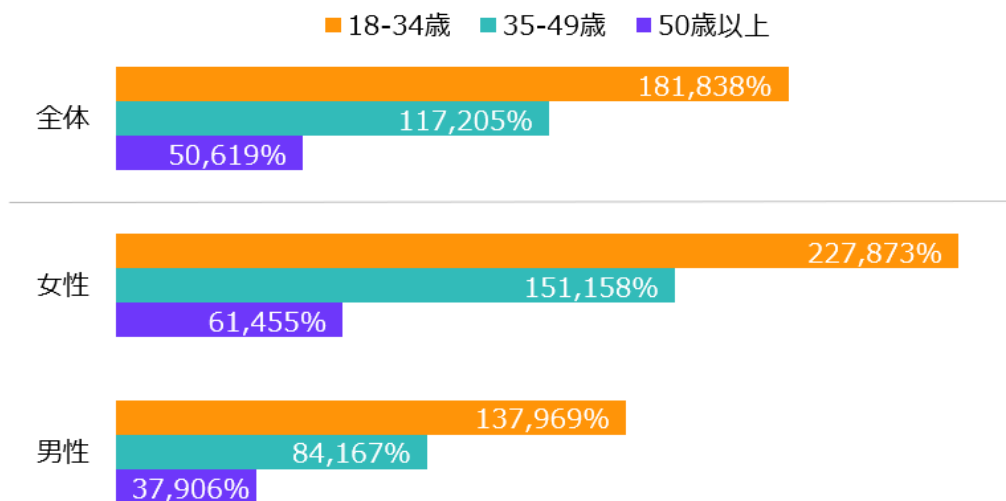
図表1: 2023年4月 Monthly Totalレポート トータルデジタル利用者数TOP5
ソーシャルメディアジャンル

順位	媒体名	利用者数 (万人)	リーチ(%)	月平均利用回数	GRP(%)
1	LINE	8,089	65.0	859	55,857
2	Twitter	5,989	48.1	211	10,170
3	Instagram	5,805	46.6	279	13,030
4	Facebook	3,725	29.9	41	1,227
5	TikTok	2,590	20.8	19	385

Source: デジタルコンテンツ視聴率 2023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まれます

次に、「ソーシャルメディア」ジャンルにおける利用者数上位 5 サイトを合計したターゲット GRP (TARP) を性年代別に見ると、男女ともに若年層ほど高く、特に女性 18-34 歳で最も高く 227,873%となっていました。次いで女性 35-49 歳で 151,158%となり、どの年代でも男性よりも女性のほうが高くなっていました (図表 2)。

図表2：2023年4月 Monthly Totalレポート トータルデジタル利用者数TOP5
ソーシャルメディアジャンル 年代別GRP



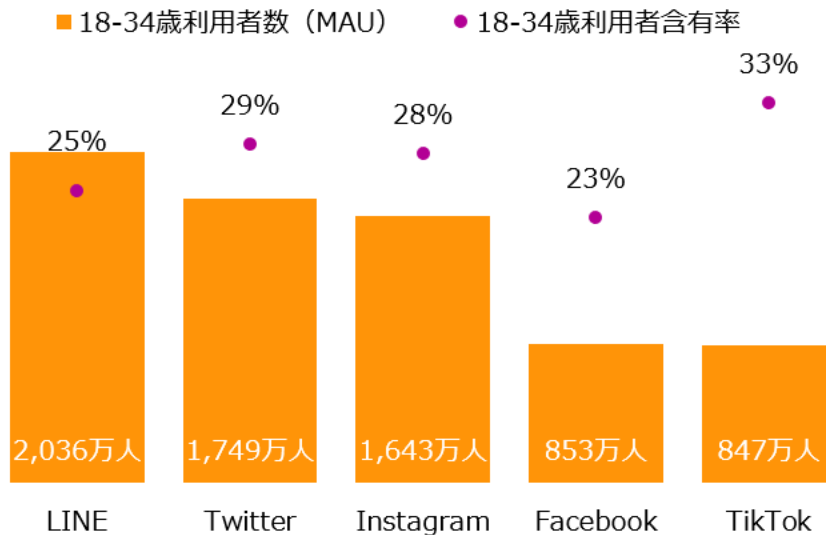
Source: デジタルコンテンツ視聴率 2023年4月 Monthly Totalレポート

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値

※Brandレベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含まれます

最後に、ターゲットGRP (TARP) が最も高かった18-34歳の若年層の利用状況をサービス別に見ると、利用者数では全年代の結果と同様、「LINE」が2,036万人で最も多く、次いで「Twitter」が1,749万人となっていました。一方、同世代の含有率では、「TikTok」が最も高く33%となっており、次いで「Twitter」と「Instagram」が30%弱となっていました (図表 3)。

図表3：2023年4月 Monthly Totalレポート トータルデジタル利用者数Top5
ソーシャルメディアジャンル サービス別 18-34歳利用者数と含有率



Source: デジタルコンテンツ視聴率 2023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レベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

今回の分析より、ソーシャルメディアの利用は男女ともに若年層のほうがGRP（TARP）が高い傾向にあることが見られましたが、マーケティング担当者にとっては、これまでもソーシャルメディアは若年層とコミュニケーションを取る際に欠かせないメディアとなっていたでしょう。しかし、若年層の利用者数や含有率はサービスによって大きく異なります。そのため、マーケティング担当者はターゲットの性年代に対して、効率的かつ効果的にリーチできているのか、実際の各サービスの利用状況を把握した上で適切に運用していくことが重要です。

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CTV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 Dean Matthew Richardson
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

ニールセンは、視聴者測定、データ、分析におけるグローバルリーダーとして、世界のメディアとコンテンツの形成を担っています。あらゆるチャネルとプラットフォームにおける人々の行動に関する深い理解を通じ、実用的なインテリジェンスによって、将来にわたってクライアントがオーディエンスとのつながりを構築できるようにサポートします。ニールセンは世界 55 カ国以上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