

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

Z世代とのコミュニケーションにおいては、多様なメディア視聴実態の把握が鍵

～ニールセン Z世代のスマートフォン利用動向を発表～

2023年7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 Dean Matthew Richardson）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、Z世代に含まれる18歳-24歳のスマートフォン利用動向を発表しました。

マーケティング担当者として、若年層とのコミュニケーションを考える際は、他の年代と比べてデジタルメディアの視聴が多いなど、メディア視聴状況の年代間の差異を把握した上でプランニングしているでしょう。Z世代は物心ついたときから動画サービスやSNSを自由に使うことができる環境が整っていたため、特に他の年代と比べてデジタルサービスを使いこなしていることは、広く知られているところでしょう。しかし、デジタル業界では流行の移り変わりも早いため、マーケティング担当者としては最新の利用動向を正確に把握しておくことが非常に重要です。

とはいえ、普段よく利用しているメディアでは、それほど大きな差異は見られないのでは無いかと考えがちかもしれませんが、大きな違いが2点あります。1つ目の差異は、どの年代にも多く利用されている上位サービスにおいても、Z世代では他年代よりも利用率が高い点です。スマートフォン上でよく利用される上位15サービスをみると、確かに13個は同じサービスとなり顔ぶれは似ています。しかし、利用率ではどのサービスでもZ世代の方が高くなっており、デジタルサービスを活発に利用している様子がうかがえます。特にTwitterやInstagramなどのSNSでは、全年代と比べてアクティブリーチが約20ptも高くなっています。2つ目の差異は、他の年代では広くは浸透していないサービスが上位にランクインしてくる点です。TOP15の中でも、Z世代では半数以上がTikTokを利用し、43%もの人が顔文字などを手軽に変換できるキーボードアプリ「Simeji」を利用していました（図表1）。ターゲットとなる年代の中では当たり前のように利用されているサービスを理解していないと、彼らに広くリーチできる媒体を見落とすだけでなく、彼らに共感してもらえる方法で伝えることができず、コミュニケーションの効果を高めることができないリスクにもなりえます。

図表1：年代別 スマートフォンからの利用者数TOP15 2023年6月

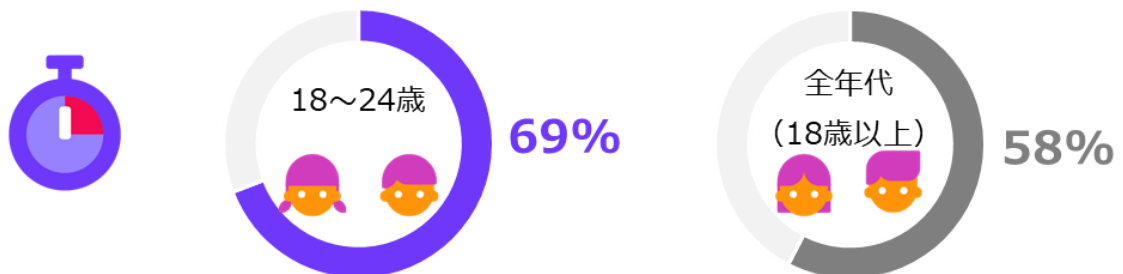
18～24歳				全年代（18歳以上）		
順位	媒体名	利用者数 (万人)	アクティブ リーチ	媒体名	利用者数 (万人)	アクティブ リーチ
1	Google	810	99%	Google	8,795	97%
2	YouTube	775	94%	Yahoo Japan	8,326	91%
3	LINE	761	93%	LINE	8,095	89%
4	Yahoo Japan	761	93%	YouTube	7,760	85%
5	Twitter	717	87%	Rakuten	7,002	77%
6	Amazon	681	83%	Amazon	6,446	71%
7	Instagram	665	81%	Twitter	5,911	65%
8	Rakuten	612	74%	Instagram	5,659	62%
9	PayPay	551	67%	PayPay	5,159	57%
10	Mercari	487	59%	Mercari	3,627	40%
11	TikTok	439	53%	Facebook	3,357	37%
12	Baidu	354	43%	Wikipedia	3,010	33%
13	Wikipedia	350	43%	Ameba	2,953	32%
14	Facebook	326	40%	T-SITE	2,948	32%
15	Ameba	309	38%	SmartNews	2,750	30%

Source: ニールセン モバイルネットビュー

※18歳以上の男女 Brandレベルでの集計 ※モバイルキャリア系サービスを除いて集計

コミュニケーションを取っていく際には、何人にリーチできるのかという点に加えて、しっかり記憶にとどめてもらうために複数回接触できることも重要になってきます。その際に重要な指標として利用時間を把握しておくことも重要です。世代間の差異は、上位サービスの利用時間においても見られます。スマートフォンの利用時間全体のうち利用時間上位6媒体が占める割合は全年代において58%となっていますが、Z世代では11pt高い69%を占めています（図表2）。主要メディアを活用したコミュニケーションが重要であることは多くのマーケティング担当者が理解するところでしょうが、Z世代においてはその重要性がさらに高まると同時に、それだけ競合他社も含めた多くの広告に接触している時間であるということを理解した上で、効果的なコミュニケーション方法を試行錯誤していく必要があることがわかります。

図表2：スマートフォン利用時間に占める主要6媒体の利用時間シェア 2023年6月



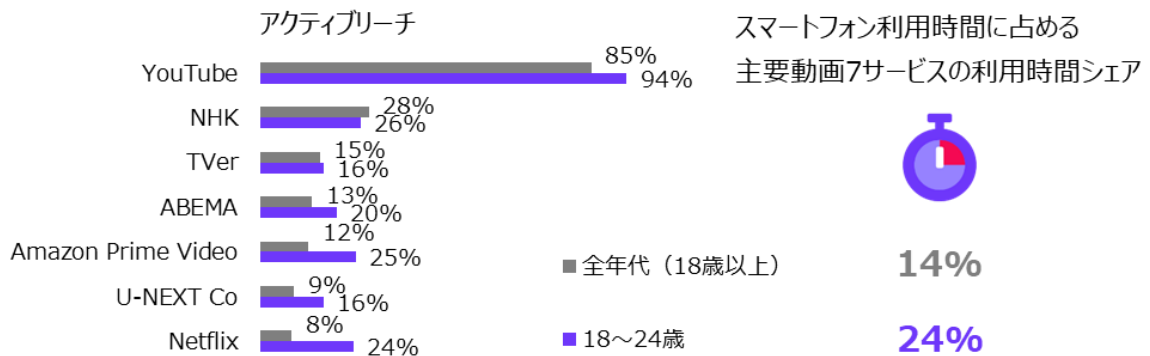
Source: ニールセン モバイルネットビュー ※18歳以上の男女 Brandレベルでの集計

※利用時間上位のGoogle、Instagram、LINE、Twitter、Yahoo Japan、YouTubeの利用時間が占める割合。

スマートフォン上で消費者が多くの時間を割いているカテゴリの一つに動画サービスがあります。全年代においても、主要な動画7サービスの利用時間がスマートフォンの利用時間全体のうち14%も占めていますが、Z世代ではさらに10pt高い24%を占めており、動画サービスがコミュニケーションの場として重要なことがよくわかります。ま

た、それぞれのサービスのリーチをみても、全年代とZ世代では大きな差異があります。NHKやTVerなどのテレビ由来のサービスのリーチには大きな違いは見られないものの、その他のデジタル動画サービスのリーチはすべてZ世代のほうが高くなっており、特にAmazon Prime VideoやNetflixではその差異が大きくなっている様子がうかがえます。このように、Z世代では広告が表示されるサービスも広告が表示されない定額制のサービスもともに、多様なサービスを使いこなしながら、多くの時間を動画コンテンツの視聴に費やしていることがわかります。

図表3：年代別 動画関連サービスの利用状況 2023年6月



Source: ニールセン モバイルネットビュー

※18歳以上の男女 Amazon Prime VideoはChannelレベル、他6サービスはBrandレベルでの集計

※「動画配信、ストリーミング」「TV、ラジオ、映画情報」カテゴリのうち、全年代で総利用時間が長い上位7サービス

当社シニアアナリストの高木史朗は、次のように述べています。「今回の分析結果から、Z世代は多くのサービスを使いながらも、主要なサービスにおいて他の年代よりも多くの時間を費やしていることがわかりました。つまり、それだけ特定のサービスにおいて多くの広告と接触する機会のある世代であるということもわかりました。このような特徴を理解せずに主要メディア上でコミュニケーションを取っていても、彼らの心を動かすことができない可能性があります。主要メディア上で競合他社との差別化を図って注目してもらえるようにすることや、他のメディアをうまく活用して効率的にリーチを拡大できる方法を計画するなど、ターゲットの最新のメディア視聴状況を理解した上でのコミュニケーション設計が重要になります。」

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 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