

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 オンライントレードサービスの利用状況を発表

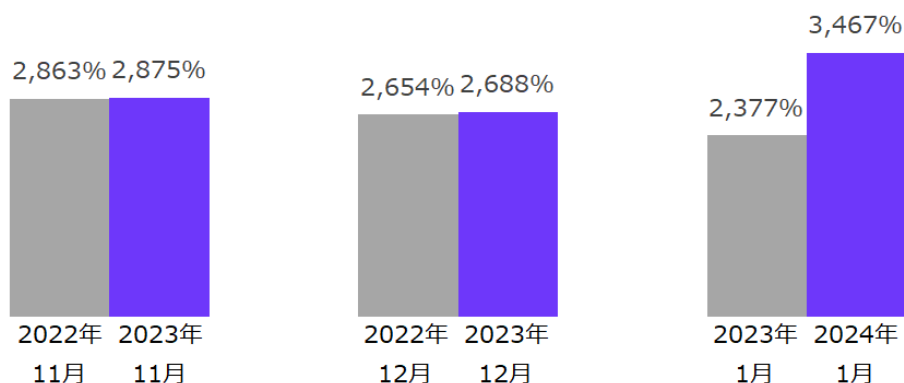
2024年3月12日

- オンライントレード上位サービスの2024年1月のGRPは、前月よりも約3割増加し3,467%
- 上位5サービス合計の性年代別ターゲットGRP（TARP）は、男性35-49歳で最も高く6,997%
- 男性35-49歳の利用者数トップはRakuten Securities、利用回数トップはSBI SECURITIES

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、オンライントレードサービスの利用状況を発表しました。

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、証券会社が提供する株式などの取引が可能なオンライントレードサービスのうち、サービス利用者数上位 5 サービスを合計した GRP は、これまでのトレンドと異なり、2024 年 1 月では前月と比べて約 3 割増加し 3,467%となっていました（図表 1）。

図表1：オンライントレードサービス
トータルデジタル利用者数上位5サービスのGRPトレンド



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

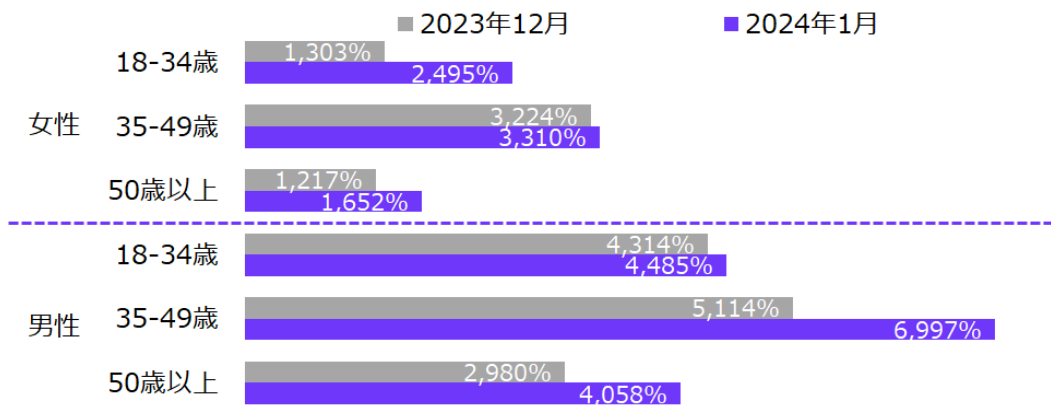
※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値

※オンライントレーディングカテゴリのうち、証券会社が提供する株式などの取引が可能な利用者数上位5サービス(2024年1月)を集計
集計対象サービス:Rakuten Securities, SBI SECURITIES, Monex, Daiwa Connect Securities, PayPay Securities

※18歳以上の男女、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、オンライントレードサービスにおける利用者数上位 5 サービスを合計したターゲット GRP (TARP) を性年代別に見ると、2024 年 1 月では男性 35-49 歳が最も高く 6,997%となっており、2023 年 12 月の 5,114%と比べて約 4 割増加していました。また、女性 18-34 歳や男性 50 歳以上でも 2024 年 1 月では前月と比べてそれぞれ約 9 割、約 4 割増加していました。性別で見ると、どの年代でも女性よりも男性においてターゲット GRP が高くなっていました (図表 2)。

図表 2 : 2023年12月、2024年1月 オンライントレードサービス
トータルデジタル利用者数上位5サービスの性年代別GRP



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

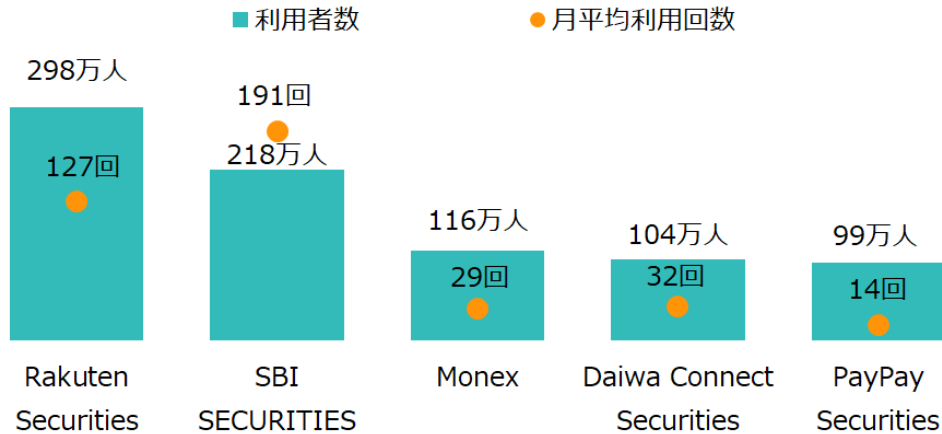
※トータルデジタル = PCとモバイルの重複を除いた数値

※オンライントレーディングカテゴリのうち、証券会社が提供する株式などの取引が可能な利用者数上位5サービス(2024年1月)を集計
集計対象サービス: Rakuten Securities, SBI SECURITIES, Monex, Daiwa Connect Securities, PayPay Securities

※Brandレベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

最後に、ターゲットGRP (TARP) が最も高かった男性35-49歳の利用状況をサービス別に見ると、利用者数は「Rakuten Securities」が298万人で最も多く、次いで「SBI SECURITIES」が218万人となっていました。また、月平均利用回数では「SBI SECURITIES」が191回で最も多く、「Rakuten Securities」が127回で続いていました (図表 3)。

図表3：2024年1月 オンライントレードサービス 男性35-49歳の利用者数、月平均利用回数



Source: デジタルコンテンツ視聴率 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

※オンライントレーディングカテゴリのうち、証券会社が提供する株式などの取引が可能な利用者数上位5サービス(2024年1月)を集計

※Brandレベルでの集計 ※利用とは閲覧のみの利用も含みます

今年の1月より新NISA制度が始まったことを受けて、株式などの取引が可能なオンライントレードサービスを活用する投資家が今後も増加していくことが予想されます。そのような中、今回ご紹介したように、ターゲットGRPにおいて他の性年代と比較して男性35-49歳で特に高くなっていたり、どの年代でも女性よりも男性で高くなっていたりするなど性年代により利用状況が異なったり、同じ男性35-49歳の中でも利用者数の多いサービスと利用回数の多いサービスが異なったりしていました。証券会社のオンライントレードサービスのマーケティング担当者は、自社サービスの利用者数や投資額を増やしていくために、サービスの機能や投資情報を始めとしたコンテンツ編成を検討していく必要があるでしょう。その際には、自社のオンライントレードサービスのユーザー属性や利用状況を、競合サービスと比較しながら正確に把握することでサービス改善に活か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 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

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