

nielsen

AN UNCOMMON SENSE  
OF THE CONSUMER™

# ニールセン トータル オーディエンス レポート データ編

Q2 2016



# WELCOME

---

ニールセン トータルオーディエンスレポート データ編は、テレビ、ラジオ、テレビ接続デバイス、パソコン、スマートフォン、タブレットの視聴動向を同一条件で比較する測定手法と指標を示す為、全米人口全体の平均視聴者数や利用状況を深掘りして分析しました。

主な目的は、メディア計測の全てのカテゴリーに適用できる、3つの基本的なコンセプトである視聴者数、視聴頻度、視聴時間について述べることです。

**視聴者数**は、一般的にテレビではリーチ、ラジオでは累積到達率、デジタルではユニークオーディエンスと言われますが、全て同義語です。今回の視聴者数は、成人における所定のプラットフォームやコンテンツの 1 週間の平均視聴者数です。

**視聴頻度**は、成人がアクセスしたコンテンツの 1 週間あたりの日数です。

**視聴時間**は、各プラットフォームの利用時間です。

これは、総利用時間(分)と、1 週間の 1 人あたり平均視聴時間となります。

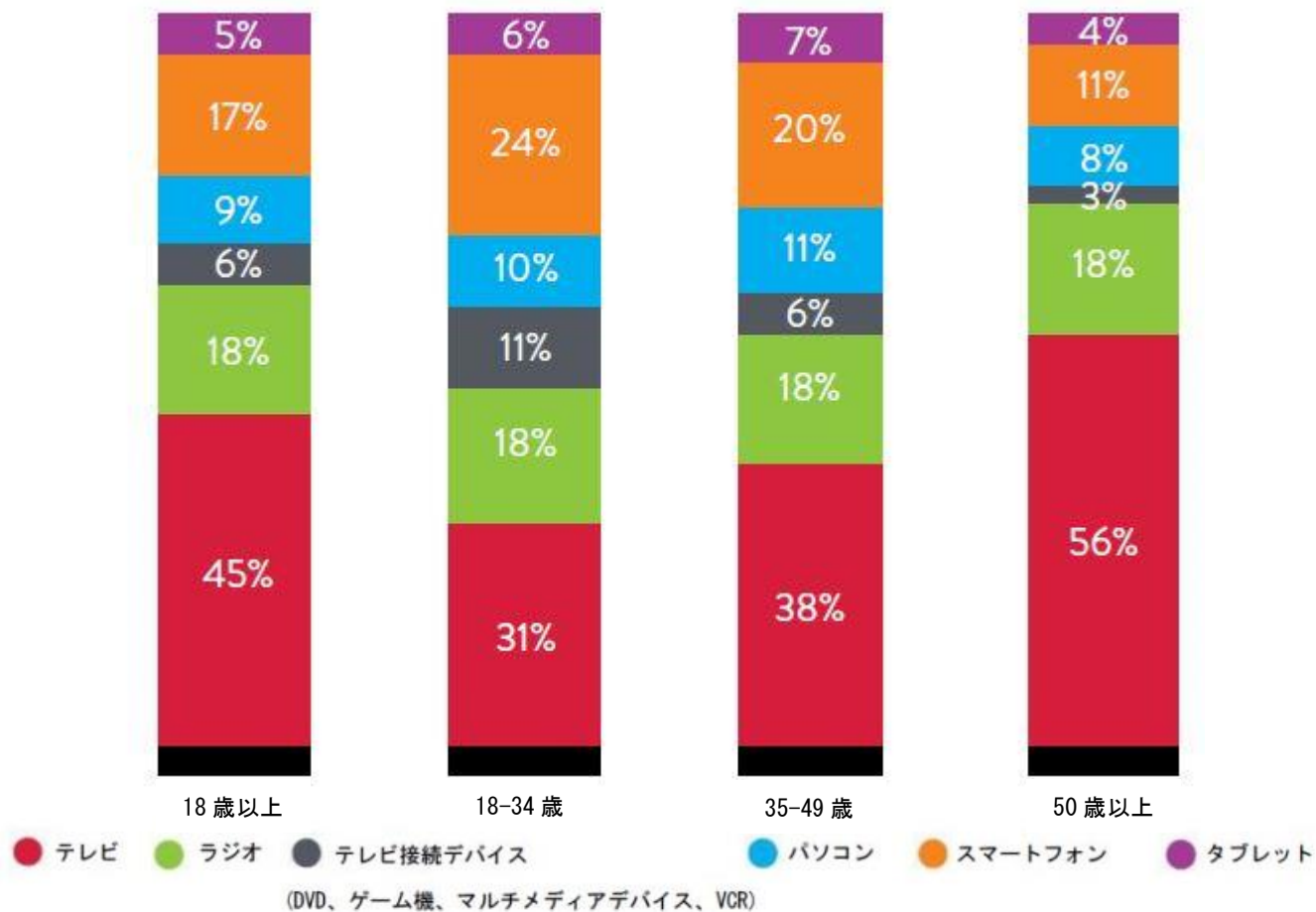
本四半期も前回のレポートで実行された改良に基づきレポートしています。2016 年 Q1 レポートでは、5-6 週のスナップショットから全 13 週にレポート期間を拡げました。その結果、ニールセン トータルオーディエンスレポートと計測期間が一致し、直接比較が出来るようになっていきます。2つのレポートを同時に比較することで、市場をより良く理解することが出来ます。

2016 年 Q2 はまた、2016 年 3 月に行ったスマートフォンとタブレット調査に対するパネル改善の効果が反映された初めての四半期レポートとなります。iOS データにおいて、30 分以上の利用にかけていた上限ルールを廃止しました。パネルが 30 分以上にわたってアプリやウェブサイトを利用した場合、その利用時間もクレジットすることにしました。30 分上限のルール廃止と並行して利用時間が増加していますが、このクレジットルールの変更の影響がなくても、利用時間は 42 分増加していたものと推定されます。2016 年 8 月から Android デバイスについても同様にクレジットルールを変更しており、今回のレポートには反映されていませんが、次回の 2016 年 Q3 レポートで更に利用時間の増加が予想されます。

## 平均視聴者数

## メディア利用のプラットフォームは年代により異なる

平均視聴者数 (2016年 Q2)



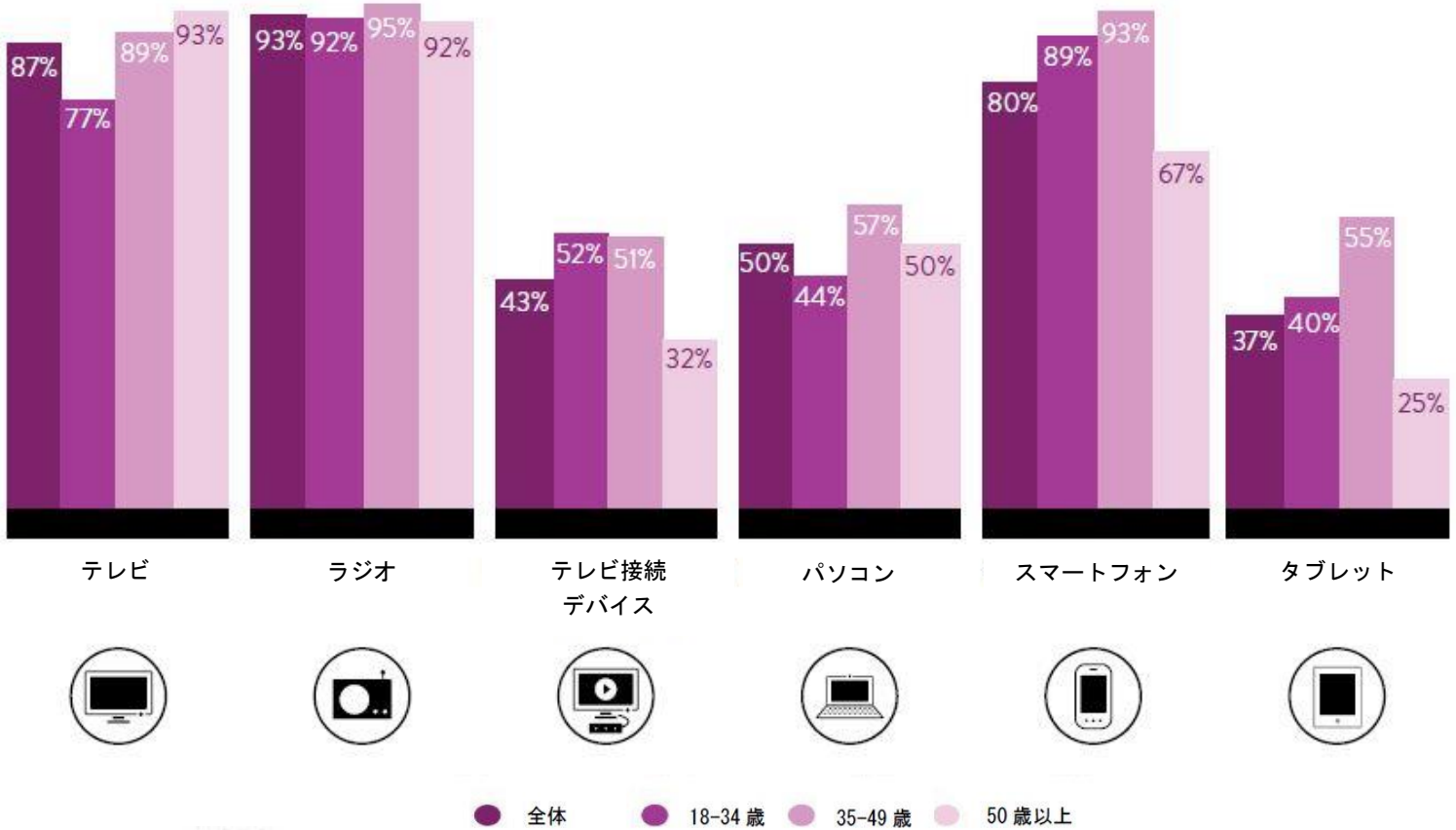
- ・ テレビは全メディアの18歳以上の平均視聴者数の45%を占める
- ・ スマートフォン、タブレット、PC、テレビ接続デバイスは18~34歳のうち、半数が利用



## 視聴者数

### 成人全体の90%以上は毎週ラジオを聴いている

1週間のリーチ（総人口に占める割合（%））

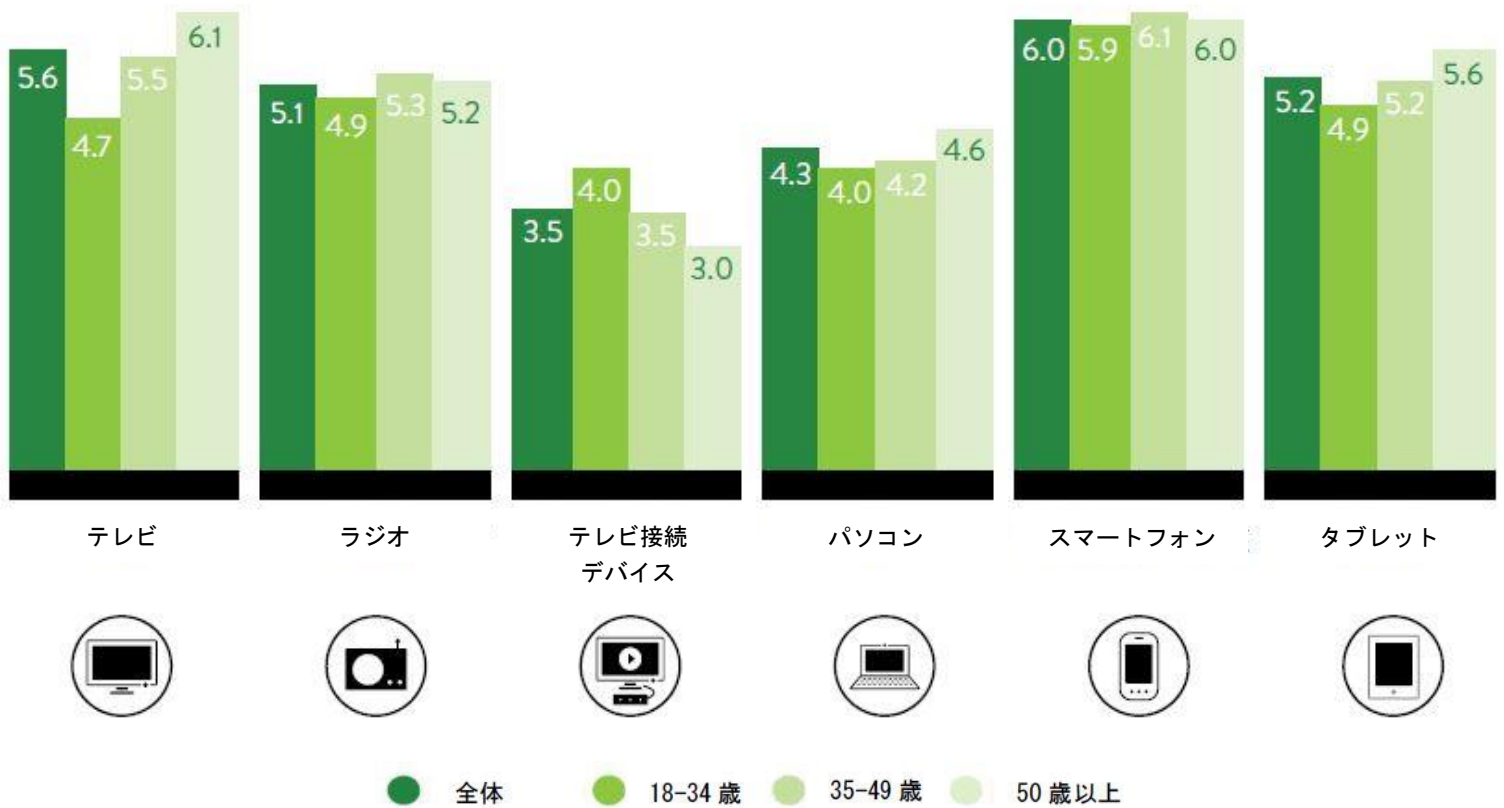


- ・ 18~34 歳の 52% が、テレビ接続デバイスを利用
- ・ 35~49 歳の 93% が、スマートフォンを利用
- ・ 35~49 歳は 18~34 歳よりもスマートフォン、タブレット、パソコンを利用している

## 視聴頻度

### 成人はスマートフォンをほぼ毎日利用する

1週間あたりの平均利用日数(利用者のみが対象)



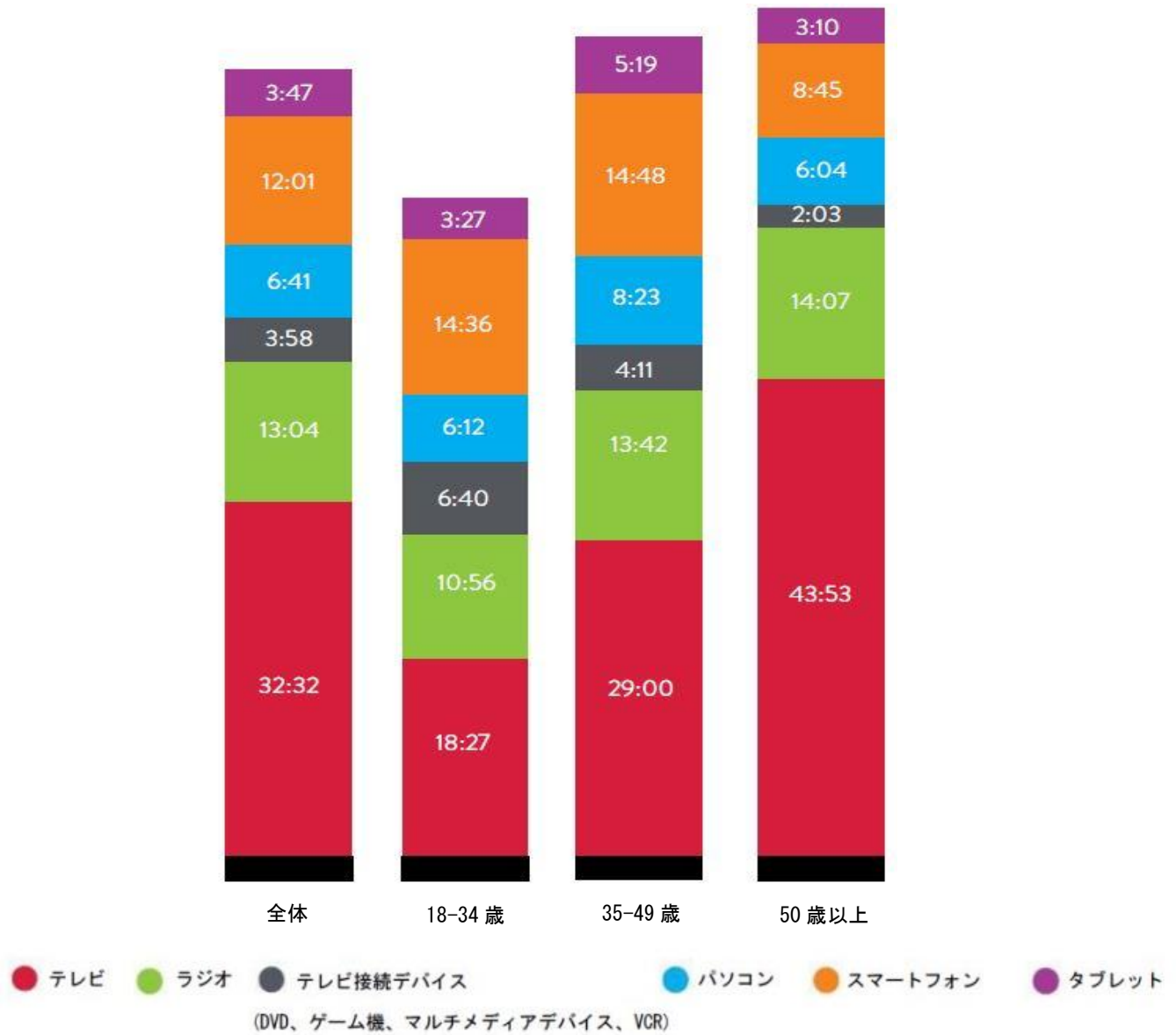
- ・ 成人のテレビ視聴者は、1週間に平均5.6日視聴している
- ・ 18~34歳はテレビ接続デバイスを1週間に4日利用している
- ・ 1週間に5日以上ラジオを聴いている



## 視聴時間

### 成人で最も視聴時間が長いのはテレビ

1週間あたりの視聴時間:時間(総人口)



- ・ 全年代において、テレビの視聴時間が最も長い
- ・ 18~34 歳は、テレビ接続デバイスを1週間に6時間40分利用している
- ・ 35~49 歳は1週間で最もスマートフォン、パソコン、タブレットを利用

# 民族人種別 視聴行動比較



## 1週間のメディア利用時間（時間） 民族人種別

18歳以上	全体	アフリカ系	ヒスパニック系	アジア系
テレビ	32:32	47:58	25:26	16:09
ラジオ	13:04	13:34	13:52	n/a
テレビ接続デバイス	3:58	4:09	4:00	4:18
PC 合計	6:41	7:43	5:01	4:26
PC 動画	1:49	3:00	1:46	1:32
PC 音楽 ストリーミング	0:07	0:10	0:07	0:03
PC ソーシャル ネットワーク	1:01	1:01	0:34	0:25
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	12:01	12:47	14:31	10:27
スマートフォン 動画	0:24	0:40	0:44	0:28
スマートフォン 音楽ストリーミング	0:42	0:45	1:00	0:46
スマートフォン ソーシャルネットワーク	3:35	3:40	4:39	2:41
タブレット (アプリ+ブラウザ)	3:47	3:53	1:49	2:28
タブレット 動画	0:17	0:25	0:15	0:13
タブレット 音楽ストリーミング	0:15	0:20	0:10	0:07
タブレット ソーシャルネットワーク	0:47	0:52	0:18	0:15

- ・ アフリカ系は、テレビの視聴時間が最も長い
- ・ ヒスパニック系は、ラジオの聴取時間、およびスマートフォン利用時間で他を凌ぐ
- ・ アジア系は、テレビ接続デバイスの視聴時間が他より長い

## 視聴者行動比較 18歳以上全米人口

2015年3月30日～2015年6月28日までの週あたり平均

	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
18歳以上 UE=240,160,000									
テレビ	208,838,789	87.0%	5.46	382	471,007,588,831	1,961	2,085	19.5%	46,726,943
ラジオ	222,367,000	92.6%	5.15	162	185,454,078,000	772	834	7.7%	18,398,222
テレビ接続デバイス	97,729,944	40.7%	3.30	136	48,895,891,132	204	448	2.0%	4,850,783
PC 合計	127,269,501	53.0%	4.39	132	73,738,741,777	307	579	3.0%	7,315,351
PC 動画	83,304,927	34.7%	3.52	74	21,660,159,541	90	260	0.9%	2,148,825
PC 音楽 ストリーミング	24,709,247	10.3%	2.30	29	1,671,239,378	7	68	0.1%	165,798
PC ソーシャル ネットワーク	77,783,289	32.4%	3.65	41	11,550,528,420	48	148	0.5%	1,145,886
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	170,982,230	71.2%	5.78	119	117,111,767,849	488	685	4.8%	11,618,231
スマートフォン 動画	88,746,433	37.0%	2.80	15	3,807,039,350	16	43	0.2%	377,682
スマートフォン 音楽ストリーミング	69,902,034	29.1%	3.02	23	4,760,496,354	20	68	0.2%	472,271
スマートフォン ソーシャルネットワーク	147,659,949	61.5%	4.89	45	32,528,264,953	135	220	1.3%	3,227,010
タブレット (アプリ+ブラウザ)	69,213,429	28.8%	4.94	103	35,245,510,099	147	509	1.5%	3,496,578
タブレット 動画	34,116,786	14.2%	2.78	23	2,200,522,981	9	64	0.1%	218,306
タブレット 音楽ストリーミング	21,468,846	8.9%	2.69	27	1,571,136,661	7	73	0.1%	155,867
タブレット ソーシャルネットワーク	57,187,506	23.8%	4.25	43	10,453,869,476	44	183	0.4%	1,037,090



## 視聴者行動比較 18歳以上全米人口

2016年3月28日～2016年6月26日までの週あたり平均

18歳以上 UE=243,020,000	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
テレビ	212,381,800	87.4%	5.60	374	474,468,325,399	1,952	2,090	19.4%	47,070,270
ラジオ	225,207,000	92.7%	5.15	164	190,525,122,000	784	846	7.8%	18,901,302
テレビ接続デバイス	104,210,918	42.9%	3.51	144	57,899,951,002	238	505	2.4%	5,744,043
PC 合計	121,139,161	49.8%	4.30	187	97,492,634,087	401	805	4.0%	9,671,888
PC 動画	75,140,284	30.9%	3.56	99	26,412,497,325	109	352	1.1%	2,620,287
PC 音楽 ストリーミング	21,132,024	8.7%	2.34	36	1,769,475,502	7	84	0.1%	175,543
PC ソーシャル ネットワーク	71,061,556	29.2%	3.62	58	14,853,671,136	61	209	0.6%	1,473,578
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	194,302,567	80.0%	6.02	150	175,335,717,195	721	902	7.2%	17,394,416
スマートフォン 動画	113,530,949	46.7%	2.80	18	5,832,312,937	24	51	0.2%	578,602
スマートフォン 音楽ストリーミング	93,695,746	38.6%	3.64	30	10,263,897,817	42	110	0.4%	1,018,244
スマートフォン ソーシャルネットワーク	171,268,679	70.5%	5.40	57	52,406,335,482	216	306	2.1%	5,199,041
タブレット (アプリ+ブラウザ)	89,066,317	36.6%	5.23	119	55,364,811,556	228	622	2.3%	5,492,541
タブレット 動画	52,078,786	21.4%	2.69	30	4,229,073,088	17	81	0.2%	419,551
タブレット 音楽ストリーミング	35,411,237	14.6%	3.62	30	3,863,215,773	16	109	0.2%	383,256
タブレット ソーシャルネットワーク	74,328,402	30.6%	4.39	35	11,477,459,317	47	154	0.5%	1,138,637

## 視聴者行動比較 18-34 歳

2015年3月30日～2015年6月28日までの週あたり平均

	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
18～34 歳 UE=72,210,000									
テレビ	54,776,605	75.9%	4.56	294	85,391,267,486	1,183	1,339	11.7%	8,471,356
ラジオ	66,761,000	92.5%	4.96	142	47,176,376,000	653	707	6.5%	4,680,196
テレビ接続デバイス	35,585,890	49.3%	3.80	165	25,733,165,289	356	628	3.5%	2,552,893
PC 合計	35,355,027	49.0%	4.19	147	21,763,159,627	301	616	3.0%	2,159,044
PC 動画	23,169,060	32.1%	3.58	104	8,607,712,594	119	372	1.2%	853,940
PC 音楽 ストリーミング	9,491,660	13.1%	2.47	32	751,998,684	10	79	0.1%	74,603
PC ソーシャル ネットワーク	21,334,724	29.5%	3.51	35	2,657,708,773	37	125	0.4%	263,662
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	58,793,563	81.4%	5.82	140	47,927,307,620	664	815	6.6%	4,754,693
スマートフォン 動画	38,473,090	53.3%	3.19	17	2,127,822,487	29	55	0.3%	211,094
スマートフォン 音楽ストリーミング	30,029,530	41.6%	3.30	26	2,536,683,578	35	84	0.3%	251,655
スマートフォン ソーシャルネットワーク	53,142,980	73.6%	5.24	54	15,098,186,922	209	284	2.1%	1,497,836
タブレット (アプリ+ブラウザ)	23,837,055	33.0%	4.69	92	10,321,974,247	143	433	1.4%	1,024,005
タブレット 動画	12,244,722	17.0%	2.93	29	1,033,964,750	14	84	0.1%	102,576
タブレット 音楽ストリーミング	7,937,795	11.0%	2.72	25	545,234,991	8	69	0.1%	54,091
タブレット ソーシャルネットワーク	19,440,072	26.9%	4.04	37	2,903,928,137	40	149	0.4%	288,088

## 視聴者行動比較 18-34 歳

2016年3月28日～2016年6月26日までの週あたり平均

	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
18~34 歳 UE=72,850,000									
テレビ	56,069,380	77.0%	4.68	267	80,662,086,570	1,107	1,246	11.0%	8,002,191
ラジオ	67,206,000	92.3%	4.95	144	47,793,466,000	656	711	6.5%	4,740,423
テレビ接続デバイス	37,872,260	52.0%	4.03	168	29,182,508,158	401	678	4.0%	2,895,090
PC 合計	31,950,936	43.9%	4.03	211	27,122,950,068	372	849	3.7%	2,690,769
PC 動画	19,611,364	26.9%	3.57	154	10,761,160,330	148	549	1.5%	1,067,575
PC 音楽 ストリーミング	7,280,769	10.0%	2.52	40	725,697,037	10	100	0.1%	71,994
PC ソーシャル ネットワーク	17,831,264	24.5%	3.46	56	3,450,640,042	47	194	0.5%	342,325
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	64,713,757	88.8%	5.94	166	63,862,320,181	877	987	8.7%	6,335,548
スマートフォン 動画	43,719,623	60.0%	3.17	21	2,933,676,809	40	67	0.4%	291,039
スマートフォン 音楽ストリーミング	36,906,995	50.7%	3.89	33	4,743,929,383	65	129	0.6%	470,628
スマートフォン ソーシャルネットワーク	57,735,033	79.3%	5.55	64	20,513,357,894	282	355	2.8%	2,035,055
タブレット (アプリ+ブラウザ)	28,826,988	39.6%	4.88	107	15,098,470,560	207	524	2.1%	1,497,864
タブレット 動画	17,426,237	23.9%	2.74	36	1,736,863,231	24	100	0.2%	172,308
タブレット 音楽ストリーミング	13,174,630	18.1%	3.60	36	1,697,261,741	23	129	0.2%	168,379
タブレット ソーシャルネットワーク	22,603,362	31.0%	4.07	36	3,356,679,991	46	149	0.5%	333,004

## 視聴者行動比較 35-49 歳

2015年3月30日～2015年6月28日までの週あたり平均

	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
35～49 歳 UE=60,690,000									
テレビ	54,173,223	89.3%	5.37	337	106,627,527,209	1,757	1,810	17.4%	10,578,128
ラジオ	57,523,000	94.8%	5.31	162	49,354,734,000	813	858	8.1%	4,896,303
テレビ接続デバイス	28,678,080	47.3%	3.26	122	12,249,904,898	202	399	2.0%	1,215,2268
PC 合計	36,661,535	60.4%	4.32	143	22,625,927,090	373	617	3.7%	2,244,636
PC 動画	23,997,433	39.5%	3.50	80	6,683,586,639	110	279	1.1%	663,054
PC 音楽 ストリーミング	7,833,487	12.9%	2.31	28	514,797,879	8	66	0.1%	51,071
PC ソーシャル ネットワーク	22,584,190	37.2%	3.66	43	3,563,711,216	59	158	0.6%	353,543
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	50,305,379	82.9%	5.92	124	36,803,041,022	606	732	6.0%	3,651,095
スマートフォン 動画	27,063,322	44.6%	2.74	14	1,014,386,657	17	37	0.2%	100,634
スマートフォン 音楽ストリーミング	21,582,487	35.6%	3.00	22	1,398,461,259	23	65	0.2%	138,736
スマートフォン ソーシャルネットワーク	45,238,995	74.5%	5.05	46	10,593,530,071	175	234	1.7%	1,050,945
タブレット (アプリ+ブラウザ)	25,681,901	42.3%	5.01	101	12,938,187,277	213	504	2.1%	1,283,550
タブレット 動画	12,737,464	21.0%	2.85	23	834,998,590	14	66	0.1%	82,837
タブレット 音楽ストリーミング	8,468,015	14.0%	2.75	27	634,423,152	10	75	0.1%	62,939
タブレット ソーシャルネットワーク	21,113,270	34.8%	4.28	45	4,093,406,228	67	194	0.7%	406,092

## 視聴者行動比較 35-49 歳

2016年3月28日～2016年6月26日までの週あたり平均

35～49 歳 UE=60,700,000	視聴者数		視聴頻度			視聴時間			
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
テレビ	54,166,170	89.2%	5.53	329	105,613,601,397	1,740	1,820	17.3%	10,477,540
ラジオ	57,629,000	94.9%	5.30	163	49,906,714,000	822	866	8.2%	4,951,063
テレビ接続デバイス	30,999,165	51.1%	3.47	133	15,240,884,767	251	461	2.5%	1,511,993
PC 合計	34,743,296	57.2%	4.16	211	30,559,123,512	503	880	5.0%	3,031,659
PC 動画	21,574,457	35.5%	3.49	106	8,005,863,996	132	371	1.3%	794,233
PC 音楽 ストリーミング	6,717,070	11.1%	2.33	38	593,639,804	10	88	0.1%	58,893
PC ソーシャル ネットワーク	20,380,482	33.6%	3.53	63	4,535,726,129	75	223	0.7%	449,973
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	56,512,254	93.1%	6.14	155	53,934,136,971	889	954	8.8%	5,350,609
スマートフォン 動画	34,643,455	57.1%	2.72	18	1,659,658,479	27	48	0.3%	164,649
スマートフォン 音楽ストリーミング	28,846,442	47.5%	3.67	30	3,228,648,080	53	112	0.5%	320,302
スマートフォン ソーシャルネットワーク	51,109,189	84.2%	5.58	59	16,924,567,825	279	331	2.8%	1,679,025
タブレット (アプリ+ブラウザ)	33,267,638	54.8%	5.22	112	19,415,131,060	320	584	3.2%	1,926,104
タブレット 動画	19,181,083	31.6%	2.73	31	1,614,239,588	27	84	0.3%	160,143
タブレット 音楽ストリーミング	12,521,555	20.6%	3.52	26	1,160,645,435	19	93	0.2%	115,143
タブレット ソーシャルネットワーク	28,115,225	46.3%	4.32	33	4,067,790,740	67	145	0.7%	403,551

## 視聴者行動比較 50歳以上

2015年3月30日～2015年6月28日までの週あたり平均

50歳以上 UE=107,260,000	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
テレビ	99,888,933	93.1%	6.00	441	278,988,794,135	2,601	2,642	25.8%	27,677,460
ラジオ	98,083,000	91.4%	5.18	175	88,976,127,000	830	907	8.2%	8,826,997
テレビ接続デバイス	33,466,026	31.2%	2.80	107	10,912,820,945	102	301	1.0%	1,082,621
PC 合計	55,252,938	51.5%	4.58	116	29,349,655,060	274	531	2.7%	2,911,672
PC 動画	36,138,433	33.7%	3.50	50	6,368,860,308	59	176	0.6%	631,831
PC 音楽 ストリーミング	7,384,100	6.9%	2.06	27	404,442,815	4	55	0.0%	40,123
PC ソーシャル ネットワーク	33,864,375	31.6%	3.72	42	5,329,108,430	50	157	0.5%	528,681
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	61,883,288	57.7%	5.62	93	32,381,419,206	302	523	3.0%	3,212,442
スマートフォン 動画	23,210,021	21.6%	2.23	13	664,830,205	6	29	0.1%	65,955
スマートフォン 音楽ストリーミング	18,290,017	17.1%	2.57	18	825,351,517	8	45	0.1%	81,880
スマートフォン ソーシャルネットワーク	49,277,974	45.9%	4.38	32	6,836,547,959	64	139	0.6%	678,229
タブレット (アプリ+ブラウザ)	19,694,474	18.4%	5.13	119	11,985,242,056	112	609	1.1%	1,189,012
タブレット 動画	9,134,600	8.5%	2.48	15	331,477,319	3	36	0.0%	32,885
タブレット 音楽ストリーミング	5,063,036	4.7%	2.55	30	391,406,943	4	77	0.0%	38,830
タブレット ソーシャルネットワーク	16,634,164	15.5%	4.45	47	3,456,458,748	32	208	0.3%	342,903

## 視聴者行動比較 50歳以上

2016年3月28日～2016年6月26日までの週あたり平均

50歳以上 UE=109,470,000	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
テレビ	102,146,248	93.3%	6.14	439	288,192,637,431	2,633	2,696	26.1%	28,590,539
ラジオ	100,372,000	91.7%	5.19	178	92,743,728,000	847	924	8.4%	9,200,767
テレビ接続デバイス	35,339,345	32.3%	3.00	119	13,476,558,078	123	357	1.2%	1,336,960
PC 合計	54,444,929	49.7%	4.55	161	39,810,560,508	364	731	3.6%	3,949,460
PC 動画	33,954,463	31.0%	3.58	63	7,645,472,999	70	225	0.7%	758,479
PC 音楽 ストリーミング	7,134,184	6.5%	2.17	29	450,138,660	4	63	0.0%	44,657
PC ソーシャル ネットワーク	32,849,810	30.0%	3.75	56	6,867,304,965	63	209	0.6%	681,280
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	73,076,556	66.8%	6.01	131	57,539,260,042	526	787	5.2%	5,708,260
スマートフォン 動画	35,167,871	32.1%	2.41	15	1,238,977,648	11	35	0.1%	122,914
スマートフォン 音楽ストリーミング	27,942,309	25.5%	3.29	25	2,291,320,353	21	82	0.2%	227,314
スマートフォン ソーシャルネットワーク	62,424,456	57.0%	5.11	47	14,968,409,761	137	240	1.4%	1,484,961
タブレット (アプリ+ブラウザ)	26,971,690	24.6%	5.61	138	20,851,127,645	190	773	1.9%	2,068,564
タブレット 動画	15,471,466	14.1%	2.59	22	877,893,408	8	57	0.1%	87,093
タブレット 音楽ストリーミング	9,715,052	8.9%	3.77	27	1,005,213,168	9	103	0.1%	99,724
タブレット ソーシャルネットワーク	23,609,814	21.6%	4.77	36	4,052,893,158	37	172	0.4%	402,073

## 視聴者行動比較 アフリカ系 18歳以上

2015年3月30日～2015年6月28日までの週あたり平均

	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
アフリカ系 18歳以上 UE=29,936,000									
テレビ	26,534,391	88.6%	5.51	525	85,530,611,616	2,857	2,890	28.3%	8,485,180
ラジオ	27,674,000	92.4%	5.00	173	23,938,010,000	800	865	7.9%	2,374,803
テレビ接続デバイス	11,323,032	37.8%	3.28	155	6,501,781,367	217	508	2.2%	645,018
PC 合計	16,107,143	53.8%	4.42	149	10,626,296,154	355	660	3.5%	1,054,196
PC 動画	10,818,995	36.1%	3.62	95	3,737,423,429	125	345	1.2%	370,776
PC 音楽 ストリーミング	3,393,631	11.3%	2.21	35	259,834,966	9	77	0.1%	25,777
PC ソーシャル ネットワーク	9,298,108	31.1%	3.46	47	1,513,704,378	51	163	0.5%	150,169
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	20,632,750	68.9%	5.71	136	16,041,790,419	536	777	5.3%	1,591,447
スマートフォン 動画	12,378,103	41.3%	3.07	18	702,477,195	23	57	0.2%	69,690
スマートフォン 音楽ストリーミング	8,410,425	28.1%	3.01	24	596,581,779	20	71	0.2%	59,185
スマートフォン ソーシャルネットワーク	17,813,262	59.5%	4.76	50	4,237,320,888	142	238	1.4%	420,369
タブレット (アプリ+ブラウザ)	6,874,109	23.0%	4.94	122	4,139,964,797	138	602	1.4%	410,711
タブレット 動画	3,879,105	13.0%	3.04	27	316,929,099	11	82	0.1%	31,441
タブレット 音楽ストリーミング	2,305,326	7.7%	2.76	53	337,551,066	11	146	0.1%	33,487
タブレット ソーシャルネットワーク	5,834,285	19.5%	4.38	49	1,257,274,999	42	215	0.4%	124,730



## 視聴者行動比較 アフリカ系 18歳以上

2016年3月28日～2016年6月26日までの週あたり平均

	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
アフリカ系 18歳以上 UE=30,535,000									
テレビ	27,447,399	89.9%	5.74	505	87,876,927,335	2,878	2,901	28.6%	8,717,949
ラジオ	28,249,000	92.5%	5.03	175	24,859,120,000	814	880	8.1%	2,466,183
テレビ接続デバイス	11,997,605	39.3%	3.39	168	7,614,967,714	249	567	2.5%	755,453
PC 合計	15,064,123	49.3%	4.30	218	14,125,806,507	463	938	4.6%	1,401,370
PC 動画	9,619,690	31.5%	3.67	156	5,492,170,345	180	571	1.8%	544,858
PC 音楽 ストリーミング	3,133,000	10.3%	2.47	39	305,682,889	10	98	0.1%	30,326
PC ソーシャル ネットワーク	8,445,227	27.7%	3.47	64	1,862,998,704	61	221	0.6%	184,821
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	23,559,057	77.2%	5.91	168	23,443,545,220	768	995	7.6%	2,325,749
スマートフォン 動画	15,232,372	49.9%	3.12	26	1,237,530,801	41	81	0.4%	122,771
スマートフォン 音楽ストリーミング	11,079,491	36.3%	3.56	35	1,376,776,844	45	124	0.4%	136,585
スマートフォン ソーシャルネットワーク	20,672,624	67.7%	5.19	63	6,734,042,655	221	326	2.2%	668,060
タブレット (アプリ+ブラウザ)	9,376,116	30.7%	5.45	140	7,130,687,084	234	761	2.3%	707,409
タブレット 動画	6,390,521	20.9%	3.17	38	777,138,642	25	122	0.3%	77,097
タブレット 音楽ストリーミング	4,339,437	14.2%	3.55	40	618,105,623	20	142	0.2%	61,320
タブレット ソーシャルネットワーク	8,387,784	27.5%	4.50	43	1,610,202,230	53	192	0.5%	159,742

## 視聴者行動比較 ヒスパニック系 18歳以上

2015年3月30日～2015年6月28日までの週あたり平均

	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
ヒスパニック系 18歳以上 UE=36,157,000									
テレビ	32,228,371	89.1%	5.23	314	58,154,716,879	1,608	1,640	16.0%	5,769,317
ラジオ	34,973,000	96.7%	5.26	159	29,272,401,000	810	837	8.0%	2,904,008
テレビ接続デバイス	14,978,364	41.4%	3.12	137	7,216,872,512	200	427	2.0%	715,960
PC 合計	14,132,364	39.1%	4.01	145	8,231,787,434	228	582	2.3%	816,646
PC 動画	8,925,587	24.7%	3.28	95	2,786,247,212	77	312	0.8%	276,413
PC 音楽 ストリーミング	3,197,017	8.8%	2.36	36	268,733,478	7	84	0.1%	26,660
PC ソーシャル ネットワーク	7,811,702	21.6%	3.24	39	995,101,160	28	127	0.3%	98,720
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	29,474,944	81.5%	5.67	139	23,153,809,164	640	786	6.4%	2,297,005
スマートフォン 動画	18,505,820	51.2%	3.27	19	1,162,379,569	32	63	0.3%	115,315
スマートフォン 音楽ストリーミング	13,582,142	37.6%	3.37	30	1,366,098,095	38	101	0.4%	135,526
スマートフォン ソーシャルネットワーク	25,925,167	71.7%	4.94	52	6,708,283,008	186	259	1.8%	665,504
タブレット (アプリ+ブラウザ)	6,832,921	18.9%	4.82	105	3,466,184,578	96	507	1.0%	343,868
タブレット 動画	3,630,250	10.0%	2.88	21	224,629,876	6	62	0.1%	22,285
タブレット 音楽ストリーミング	2,029,345	5.6%	2.51	32	165,209,875	5	81	0.0%	16,390
タブレット ソーシャルネットワーク	5,548,799	15.3%	4.06	45	1,009,383,629	28	182	0.3%	100,137

## 視聴者行動比較 ヒスパニック系 18歳以上

2016年3月28日～2016年6月26日までの週あたり平均

	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
ヒスパニック系 18歳以上 UE=37,110,000									
テレビ	33,157,366	89.3%	5.31	299	56,627,323,055	1,526	1,586	15.1%	5,617,790
ラジオ	36,047,000	97.1%	5.28	162	30,892,279,000	832	857	8.3%	3,064,710
テレビ接続デバイス	16,712,680	45.0%	3.44	142	8,910,073,988	240	486	2.4%	883,936
PC 合計	13,394,278	36.1%	3.91	213	11,174,170,335	301	834	3.0%	1,108,549
PC 動画	7,956,374	21.4%	3.35	147	3,915,605,988	106	492	1.0%	388,453
PC 音楽 ストリーミング	2,471,148	6.7%	2.28	48	268,936,421	7	109	0.1%	26,680
PC ソーシャル ネットワーク	6,808,208	18.3%	3.22	58	1,274,226,951	34	187	0.3%	126,411
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	32,848,136	88.5%	5.95	165	32,357,802,616	872	985	8.7%	3,210,099
スマートフォン 動画	21,767,593	58.7%	3.23	23	1,635,950,808	44	75	0.4%	162,297
スマートフォン 音楽ストリーミング	17,081,339	46.0%	3.74	35	2,245,599,871	61	131	0.6%	222,778
スマートフォン ソーシャルネットワーク	28,794,983	77.6%	5.46	66	10,366,273,944	279	360	2.8%	1,028,400
タブレット (アプリ+ブラウザ)	7,681,906	20.7%	4.94	107	4,071,786,216	110	530	1.1%	403,947
タブレット 動画	4,413,986	11.9%	2.83	46	579,759,704	16	131	0.2%	57,516
タブレット 音楽ストリーミング	2,913,492	7.9%	3.40	41	401,105,800	11	138	0.1%	39,792
タブレット ソーシャルネットワーク	5,980,757	16.1%	3.97	29	683,078,232	18	114	0.2%	67,766

## 視聴者行動比較 アジア系 18歳以上

2015年3月30日～2015年6月28日までの週あたり平均

	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
アジア系 18歳以上 UE=14,074,000									
テレビ	10,305,452	73.2%	4.79	263	14,585,784,755	1,036	1,258	10.3%	1,447,002
テレビ接続デバイス	6,330,227	45.0%	3.66	137	3,352,153,136	238	500	2.4%	332,555
PC 合計	4,713,496	33.5%	4.58	157	3,383,393,219	240	718	2.4%	335,654
PC 動画	3,382,528	24.0%	3.79	80	1,023,426,869	73	303	0.7%	101,530
PC 音楽 ストリーミング	1,070,455	7.6%	2.58	22	60,451,629	4	56	0.0%	5,997
PC ソーシャル ネットワーク	2,983,042	21.2%	3.67	31	338,556,049	24	113	0.2%	33,587
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	10,074,609	71.6%	5.71	115	6,616,112,301	470	657	4.7%	656,360
スマートフォン 動画	5,743,982	40.8%	3.24	16	299,280,727	21	52	0.2%	29,691
スマートフォン 音楽ストリーミング	4,052,349	28.8%	3.05	21	262,502,234	19	65	0.2%	26,042
スマートフォン ソーシャルネットワーク	8,230,425	58.5%	4.81	42	1,646,012,200	117	200	1.2%	163,295
タブレット (アプリ+ブラウザ)	3,955,540	28.1%	4.75	86	1,613,044,851	115	408	1.1%	160,024
タブレット 動画	1,899,984	13.5%	2.96	35	196,947,652	14	104	0.1%	19,538
タブレット 音楽ストリーミング	1,114,001	7.9%	2.23	8	20,785,816	1	19	0.0%	2,062
タブレット ソーシャルネットワーク	3,107,298	22.1%	3.78	29	337,952,051	24	109	0.2%	33,527

\*ラジオ聴取率の対象にはアジア系も含まれるが、今回は全体からデータを切り分けられなかったため非掲載

## 視聴者行動比較 アジア系 18歳以上

2016年3月28日～2016年6月26日までの週あたり平均

	視聴者数		視聴頻度		視聴時間				
	視聴者数	リーチ%	利用日数/週	利用分数/日 (利用者のみ)	総利用分数	1人あたり 利用分数 (合計)	1人あたり 利用分数 (利用者のみ)	AA%	平均視聴者数
アジア系 18歳以上 UE=14,634,000									
テレビ	10,933,716	74.7%	4.85	244	14,174,055,120	969	1,185	9.6%	1,406,156
テレビ接続デバイス	6,865,996	46.9%	3.69	140	3,778,883,383	258	518	2.6%	374,889
PC 合計	4,383,414	30.0%	4.33	205	3,889,604,330	266	887	2.6%	385,873
PC 動画	2,909,017	19.9%	3.68	126	1,349,916,501	92	464	0.9%	133,920
PC 音楽 ストリーミング	838,049	5.7%	2.17	32	57,581,516	4	69	0.0%	5,712
PC ソーシャル ネットワーク	2,539,933	17.4%	3.41	44	376,917,318	26	148	0.3%	37,393
スマートフォン (アプリ+ブラウザ)	11,215,228	76.6%	5.69	144	9,184,002,063	628	819	6.2%	911,111
スマートフォン 動画	6,878,880	47.0%	3.09	20	423,036,015	29	61	0.3%	41,968
スマートフォン 音楽ストリーミング	5,218,328	35.7%	3.90	33	675,672,400	46	129	0.5%	67,031
スマートフォン ソーシャルネットワーク	9,215,765	63.0%	5.25	49	2,364,056,008	162	257	1.6%	234,529
タブレット (アプリ+ブラウザ)	3,733,355	25.5%	4.73	123	2,171,979,017	148	582	1.5%	215,474
タブレット 動画	1,959,081	13.4%	2.91	35	200,810,934	14	103	0.1%	19,922
タブレット 音楽ストリーミング	950,873	6.5%	3.97	28	106,856,086	7	112	0.1%	10,601
タブレット ソーシャルネットワーク	2,799,992	19.1%	3.54	23	223,580,558	15	80	0.2%	22,181

\*ラジオ聴取率の対象にはアジア系も含まれるが、今回は全体からデータを切り分けられなかったため非掲載

## デジタル視聴者測定

	含まれるもの	含まれないもの
PC 合計	自宅および職場のパソコンを利用した URL 接続、インターネット上で動作するメッセージアプリ、メディアプレイヤー、インターネット電話など	ブラウザ要求のない URL 接続、インターネット接続を必要としないオフィス系アプリ、ゲーム、メールソフトなど
PC 動画	アクティブ（タグ付き）、パッシブ（タグなし）配信動画	投稿後にタグが削除された動画、タグ付与期間が1ヶ月未満の動画
PC 音楽 ストリーミング	音楽コンテンツ配信に特化したウェブサイトやアプリ（Pandora、Spotify、iHeartRadio など）をフォアグラウンドで利用している時間	YouTube、VEVO など、動画コンテンツも扱うサイトでの音楽ストリーミング バックグラウンドで動作している時間や 30 秒以上無操作が続いたあとの時間は除く（Spotify や Apple Music といったインターネットアプリケーションは除く）
PC ソーシャル ネットワーク	ニールセン NetView のカテゴリ分類で、登録制コミュニティのサブカテゴリに属するすべてのサイト	Reddit、YouTube など、ユーザーが自由に意見交換やコメント投稿をするサイト
スマートフォン （アプリ+ブラウザ）	アンドロイド：すべてのアプリ・ウェブ利用をパッシブ計測 iOS：http および https プロキシを経由するアプリ、インターネット通信	http/https 通信を伴わない iOS アプリ（例：電卓、メモ帳など） iOS 標準搭載のメールアプリ、標準搭載のテキストメッセージアプリは除外
スマートフォン 動画	動画コンテンツに特化したアプリおよびウェブサイト（Netflix、YouTube、HBOGO など）での視聴	動画以外のコンテンツを主に扱うアプリ／ウェブサイト（例：CNN、Weather Channel、Facebook など）での動画視聴
スマートフォン 音楽ストリーミング	音楽コンテンツに特化したアプリおよびウェブサイト（Pandora、Spotify、iHeartRadio など）	YouTube、VEVO など、動画コンテンツも扱うアプリ
スマートフォン ソーシャルネットワーク	ニールセン Mobile NetView のカテゴリ分類で、ソーシャルネットワーキングのサブカテゴリに属するすべてのアプリ／ウェブサイト	Reddit、YouTube など、ユーザーが自由に意見交換やコメント投稿をするサイト
タブレット （アプリ+ブラウザ）	iOS：http および https プロキシを経由するアプリ、インターネット通信	http/https 通信を伴わない Android/iOS アプリ利用 iOS 標準搭載のメールアプリ、標準搭載のテキストメッセージアプリは除外
タブレット 動画	動画コンテンツ視聴に特化したアプリおよびウェブサイト（Netflix、YouTube、HBOGO など）での視聴	動画以外のコンテンツを主に扱うアプリ／ウェブサイト（例：CNN、Weather Channel、Facebook など）での動画視聴
タブレット 音楽ストリーミング	音楽コンテンツに特化したアプリおよびウェブサイト（Pandora、Spotify、iHeartRadio など）	YouTube、VEVO、など動画コンテンツも扱うアプリ
タブレット ソーシャルネットワーク	ニールセン Mobile NetView のカテゴリ分類で、ソーシャルネットワーキングのサブカテゴリに属するすべてのアプリ／ウェブサイト	Reddit、YouTube など、視聴者が自由に意見交換やコメント投稿をするサイト

# 出典一覧・データ収集に関する特記事項

## テレビ視聴調査

ライブ+テレビ番組録画視聴は、リアルタイム視聴および計測期間中の録画番組視聴を含みます。録画視聴は主に DVR からの再生ですが、ビデオオンデマンド、DVD レコーダー、サーバーベースの DVR、また Start Over などのサービスも含まれます。

テレビ接続デバイスとは、テレビの画面を通してコンテンツを視聴する、DVD、ゲーム機、マルチメディアデバイスを指します。メディアコンテンツの視聴に限らず、これらの機器の利用時間が全て含まれます。例えば、「テレビゲーム機」にはゲームをプレイしていた時間も含まれています。

マルチメディアデバイスは、Apple TV、Roku、Google Chromecast、スマートフォン、パソコンなどテレビに接続して視聴されたものを含みます。

従来型テレビおよびテレビ接続デバイスのリーチは、計測期間中にコンテンツを1分間以上視聴した人をカウントしています。

本レポートには民族人種の異なる視聴者データが採用されています。「ヒスパニック」には英語話者、スペイン語話者がそれぞれの人口を代表するように含まれています。

サンプルサイズを拡大する2年間にわたる取り組み（NPXと呼ばれています）の最終段階が2015年12月28日に完了し、National Panel のサンプルがほぼ2倍に拡大されました。National Television Measurement Service を構成する公式の Production Rating は、より大規模な世帯パネルに基づくこととなります。過去に実施してきたパネルの規模拡張や方法論の変更と同様に、対前年比で見た場合はデータトレンドに変化が生じます。

## AM/FM ラジオ動向調査

AM/FM ラジオは、AM/FM ラジオ局、あるいはインターネットラジオが提供する番組の視聴を含みます。

主要48市場の聴取データは、調査協力モニターが使用する Personal People Meter (以下、PPM) と呼ばれる携帯端末で収集されます。PPM で番組コンテンツを利用すると、人間の耳には聞こえない音が発せられ、その情報から聴取中の番組が特定されます。米国内その他の地域・市場における聴取データは、調査協力モニターが日記形式で記録した1週間の聴取データに基づいています。

本レポート内のデータは RADAR および National Regional Database から引用されています。RADAR は PPM と日記の併用で全米のラジオ聴取率を調査、報告しており、1年間の継続調査には毎年平均40万人（12歳以上）が参加しています。

「ラジオ聴取者」のデータには、HD ラジオ放送、インターネット経由の AM/FM 放送および衛星ラジオ放送の中で、チューニング方式が5分以上の利用という本レポートの調査対象要件を満たすものが含まれています。

本レポートには民族人種の異なる視聴者データが採用されています。「ヒスパニック」には英語話者、スペイン語話者がそれぞれの人口を代表するように含まれています。

## オンライン動向調査

Nielsen NetView および VideoCensus は、全数レベルのページビューとニールセンの計測タグが展開されているビデオストリームを、インターネット利用者全体の視聴率や動向を推測するために組み合わせたハイブリッド手法です。VideoCensus におけるビデオストリームの総計の一部は調査データにより調整されており、以前は「自宅／勤務先の PC」に割り当てられていたデータは現在、スマートフォン、外出先および会社など、他のデバイスおよびロケーションに割り当てられています。

インターネットおよびビデオ利用時間（時間:分）は、インターネットを利用した、または、オンラインビデオを視聴した人に基づき算出されています。

「PC でビデオ視聴」の利用者は PC でインターネット利用の一部として扱われていますが、調査手法や計算式の違いによりビデオ総視聴時間を PC でのインターネット利用時間から抜き出すことはできません。

2015 年 8 月より、NetView でのページビューと利用時間のルールが更新され、複数タブでのブラウジングや iFrames について、より包括的な計測方法にアップデートしました。同時に、マウス／キーパッドの無操作に対するタイムアウト閾値が長くなりました。こうした変更の結果、PC でのインターネット利用時間が増加しています。

## モバイル動向調査

Nielsen EMM (Electronic Mobile Measurement) は、調査協力モニターのスマートフォンとタブレットに搭載したメーターでデバイスおよびアプリの利用動向を自動的に計測する、ユーザーの実行動に基づいた調査手法です。

全米でおよそ 9,000 人の iOS/Android 搭載スマートフォンユーザーと 1,300 人のタブレットユーザーが参加する EMM では、スマートフォンを利用したあらゆる行動を、利用者を妨げることなく計測、把握することができます。

調査結果がモバイルユーザー全体を代表するものとなるよう、収集データにはいくつかの統計処理が施されています。スマートフォンでは、5 つのカテゴリー（性別、年齢、収入、人種、民族）でウェイトバック集計を行っていますが、別途、最新のモバイルユーザー属性を把握するための統計調査（母集団推定）も継続的に実施しています。

タブレットデータはウェイトバック集計を行っておらず、統計調査（母集団推定）はテレビ視聴率調査のスタンダードとされる National People Meter（視聴行動測定のための装置）の設置世帯を対象としたアンケートを応用して算出しています。

2015 年 Q3 に新しいサービスと既存サービスのアップデートを正確に反映させる為音楽ストリーミングの定義をアップデートしました。調査期間中、人気サービスでの 1 つである無料トライアルについても反映しました。これらの変更は、スマートフォンおよびタブレットの利用増加に繋がります。

2016 年 3 月に、iOS データにおいてクレジットルールの変更を行いました。従来は 30 分以上の利用に制限をかけていましたが、パネルがアプリやブラウザを 30 分以上利用した場合、利用時間が計測されている限り、その値を利用時間としてクレジットすることにしました。このクレジットルール変更は、今後数ヶ月内に Android データでも実施します。

## 出典一覧

出典：ライブ+テレビ番組録画視聴、テレビ接続デバイス（DVD、ゲーム機、マルチデバイス、VCR）：2016 年 3 月 28 日-2016 年 6 月 26 日、2015 年 3 月 30 日-2015 年 6 月 28 日（Nielsen NPOWER/NPM Panel）、ラジオ：2015 年 6 月 18 日-2016 年 6 月 15 日、2014 年 6 月 19 日-2015 年 6 月 17 日（RADAR 130、RADAR 126）、PC：2016 年 3 月 28 日-2016 年 6 月 26 日、2015 年 3 月 30 日-2015 年 6 月 28 日（Nielsen Netview, Nielsen VideoCensus）、スマートフォン：2016 年 3 月 28 日-2016 年 6 月 26 日、2015 年 3 月 30 日-2015 年 6 月 28 日（Nielsen Electronic Mobile Measurement）、タブレット：2016 年 3 月 28 日-2016 年 6 月 26 日、2015 年 3 月 30 日-2015 年 6 月 28 日（Nielsen Electronic Mobile Measurement - unweighted, projections based on estimates from the NPOWER/NPM Panel）





## ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN)は世界的な調査会社として消費者の購買行動、視聴行動の分析を行っています。視聴行動分析部門は、メディア・広告企業向けに各種デバイス上での動画・音声・テキストコンテンツ消費動向を把握するトータルオーディエンス測定を提供しています。購買行動分析部門は、消費財メーカーや小売企業を対象に業界で他に類を見ない世界規模のリテールパフォーマンス分析を提供しています。視聴行動分析、購買行動分析を他のデータと組み合わせた世界レベルの測定・分析により、ニールセンはクライアントのパフォーマンス向上を支援します。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)

Copyright © 2016 The Nielsen Company. All rights reserved. Nielsen and the Nielsen logo are trademarks or registered trademarks of CZT/ACN Trademarks, L.L.C. Other product and service names are trademarks or registered trademarks of their respective companies. 16/10365



AN UNCOMMON SENSE OF THE CONSUMER™