

DIGITAL TRENDS 2018

ダイジェスト版

ニールセン デジタル株式会社

2019年5月

Digital Trends 2018 完全版 収録内容

※本レポートは、「Digital Trends 2018」のダイジェスト版になります。

※ダイジェスト版では青字箇所をご覧ください。

完全版では、下記の内容をご覧ください。ご関心のある方は、弊社営業担当までお問い合わせください。

セールス&アナリティクス直通：03-6837-6500 jpw_ClientServices@nielsen.com

<全体トレンド>

■デバイスの利用状況

- ✓ 年代別インターネット利用者数
- ✓ 年代別インターネット利用デバイス
- ✓ PCとスマホからのインターネット利用人口推移
- ✓ 2018年 日本におけるトータルデジタル利用者数 TOP10
- ✓ 2018年 日本におけるスマホからのサービス利用者数 TOP10
- ✓ 2018年 日本におけるスマホアプリ利用者数 TOP10
- ✓ スマートフォン上のアプリの利用状況
- ✓ スマートスピーカーの利用率

<カテゴリ別トレンド>

■SNS：SNS 引き続き利用者増加 ユーザー層により利用サービス分化

- ✓ 各SNSアプリの利用者数推移 2017年12月 vs. 2018年12月
- ✓ SNS Top3サービス総利用時間シェア 2018年12月

■動画：動画サービス引き続き堅調 特に有料動画、NETFLIX好調

- ✓ 動画アプリの利用者数推移 2017年12月 vs. 2018年12月
- ✓ スマホアプリからの動画視聴 サービス別月別利用状況 2018年12月
- ✓ Netflix性年代構成比 2018年12月

■ショッピング：ECはスマホから

- ✓ ECサービス使用デバイス別利用者数 2018年12月
- ✓ メルカリ性年代別利用者数
- ✓ CVS 3社アプリ利用者数推移

■マンガ：スマホで立ち読み マンガアプリの利用が拡大

- ✓ 年代別マンガアプリの利用者数推移
- ✓ マンガアプリの利用状況2018年12月

■フードデリバリー：全年代でニーズが拡大

- ✓ フードデリバリーサービス利用者推移
- ✓ フードデリバリーサービス利用者属性 2018年12月

■モバイル決済：キャッシュレス化は進むのか？

- ✓ モバイル決済サービス利用状況

■ニュース・情報：スマートニュースは1,000万人越え

- ✓ ニュースアプリ利用者数
- ✓ ニュースアプリ属性別利用者数
- ✓ 女性向けキュレーションメディア利用者推移
- ✓ 女性向けキュレーションメディア利用者属性
- ✓ 情報系サービス利用者数トレンド

<サマリー>

nielsen
.....

ニールセン デジタル株式会社 2018年 活動報告

ニールセンの2018年の活動：製品・サービス

広告主企業とニールセン デジタルによる「デジタル広告におけるリーチ指標利活用研究会」の研究結果を発表(4月)

2017年10月に大手広告主各社とニールセン デジタル株式会社で発足した「デジタル広告におけるリーチ指標利活用研究会」の研究結果をまとめ発表しました。

Datoramaがニールセン デジタル広告視聴率と接続開始、デジタル広告キャンペーンの最適化をさらに推進 (5月)

Datorama Japanが提供するマーケティング・インテリジェンスDatoramaと、ニールセンが提供するニールセン デジタル広告視聴率 (Nielsen Digital Ad Ratings) との接続を開始しました。

ニールセン、ネット視聴率データを Tableauを介して提供開始 (5月)

ニールセン デジタル株式会社は、同社が提供するPC版インターネット視聴率情報ニールセン ネットビュー、スマートフォン視聴率情報ニールセン モバイル ネットビューのデータを、Tableau Japan株式会社が提供するインタラクティブなビジュアル分析プラットフォームのTableauを介して提供を開始しました。これにより、ニールセンが保有するデジタルメディアの視聴者行動データと、企業が持つ売上やCRMデータ、自社サイト訪問者のアクセスログ、および他のサードパーティーデータなど、マーケティングに関わるデータを、Tableauを介して同一プラットフォーム上で可視化し、また、分析をシームレスに行えるようになりました。

ニールセン、アジア太平洋地域でのGroupMとのデジタル視聴者測定における協業を拡大 (6月)

GroupMは、ニールセンのデジタル広告視聴率(Nielsen Digital Ad Ratings) を使用して顧客にサイトやプレイスメントごとの視聴者数、GRP及び視聴者属性を提供。

ニールセン、デジタルコンテンツ視聴率を日本で提供開始～透明性のある人ベースの媒体評価、広告取引のための標準指標を提供 (7月)

ニールセンが推進するトータルオーディエンスソリューションのキーコンポーネントであるニールセン デジタルコンテンツ視聴率 (Nielsen Digital Content Ratings) のサービス提供を日本で開始しました。ニールセン デジタルコンテンツ視聴率は、すべての主要なデジタルデバイスやプラットフォームにわたって、ストリーミングビデオ、静的 (テキスト) コンテンツページ、モバイルアプリなど、デジタルコンテンツのメディア接触を包括的に測定することで、複雑なマルチプラットフォーム、マルチデバイス、分散配信/視聴環境に対応し、透明性を担保した第三者が計測する「人」ベースのリーチ計測で、公平な媒体評価、広告取引のための標準指標を提供。

ニールセンの2018年の活動：製品・サービス

ニールセン、SPOTIFYとの提携を拡大、ニールセンのブランド効果計測ソリューションの導入により SPOTIFY掲載広告のリーチに加え、広告効果の計測が可能に（9月）

ニールセンの Nielsen Brand Effect を Spotify の音楽配信プラットフォームに導入、マーケティングを実践する企業の Spotify 掲載広告の効果の計測や最適化、ターゲットとオーディエンスの広告に対する共感、広告のブランドリフト（ブランド指標の向上）への貢献度など、より深いレベルでの広告効果の把握を支援します。

ニールセン、デジタル広告のリーチとビューアビリティ計測を統合した「NIELSEN QUALIFIED AD AUDIENCE SOLUTION」を「ニールセン デジタル広告視聴率」内で提供開始（10月）

リーチ計測とビューアビリティ計測の統合ソリューションである「Nielsen Qualified Ad Audience Solution」を、ニールセン デジタル広告視聴率 (Nielsen Digital Ad Ratings) 内で提供を開始しました。

ニールセン デジタル広告視聴率の計測実績データをもとに平均“オンターゲット率”を発表（11月）

ニールセン デジタル広告視聴率の計測実績データ（2017年7月～2018年9月の間に計測された1,000件以上のデジタル広告キャンペーンデータ）をもとに、デジタル広告キャンペーンで配信した総インプレッションのうち、何%が意図していた性年代にリーチしていたのかを表す“オンターゲット率”に関する分析結果を発表しました。

ニールセンの2018年の活動：情報発信

スマートフォン利用動向

[有料動画アプリの利用者は2年間で2.5倍、無料動画は1.5倍に増加 ～ニールセン スマートフォン動画アプリの利用状況を発表～](#) (1月30日)

[スマートフォンの利用者は6500万人を突破、PCのピーク時を越える～ニールセン 2017年の動向をまとめた「Digital Trends 2017」を公開～](#)(2月27日)

[LINE及び動画系アプリは利用時間が増加、TwitterなどのSNSは微減 ～ニールセン、スマートフォンアプリの利用状況を発表～](#) (4月24日)

[スマートフォンからのオークション／フリマの利用者数は2,749万人～ニールセン ECサービスの利用状況を発表～](#) (5月31日)

[50歳以上のスマホの利用者数は1年で27%増加、全体の37%を占める～ニールセン 年代別のスマートフォン利用状況を発表](#) (6月26日)

[インターネットユーザーの約半数が月に1回以上オンラインショップを利用～ニールセン 消費者のオンラインショッピングの利用動向レポートを発売～](#) (7月11日)

[18歳以上の64%がスマートフォンを利用～ニールセン 2018年の動向をまとめた「Digital Trends 2018上半期」を公開～](#) (9月27日)

[スマートフォンのみでインターネットを利用している人が全年代で増加～ニールセン 消費者のマルチスクリーンの利用状況を発表～](#) (10月19日)

トータルオーディエンス関連

[「2018年にブランディング目的のデジタル広告費を増やす」と42%の企業が回答](#) (2月21日)

[有料インターネット動画の利用率は昨年から8ポイント増加し22%に ～ニールセン 動画コンテンツと動画広告に関する視聴動向レポートを発売～](#) (4月3日)

[インターネットユーザーの約半数が月に1回以上オンラインショップを利用～ニールセン 消費者のオンラインショッピングの利用動向レポートを発売～](#) (7月11日)

[利用者数上位3サービスは人口の5割にリーチ可能なメディアに ～ニールセン トータルデジタルでのデジタルコンテンツのユニークオーディエンス数を発表～](#) (7月26日)

[18-64歳の人口の56%が「アマゾン」、「楽天市場」を利用 ～ニールセン ECサービスの利用状況を発表～](#) (8月30日)

[ニールセン デジタル広告視聴率の計測実績データをもとに平均“オンターゲット率”を発表](#) (11月29日)

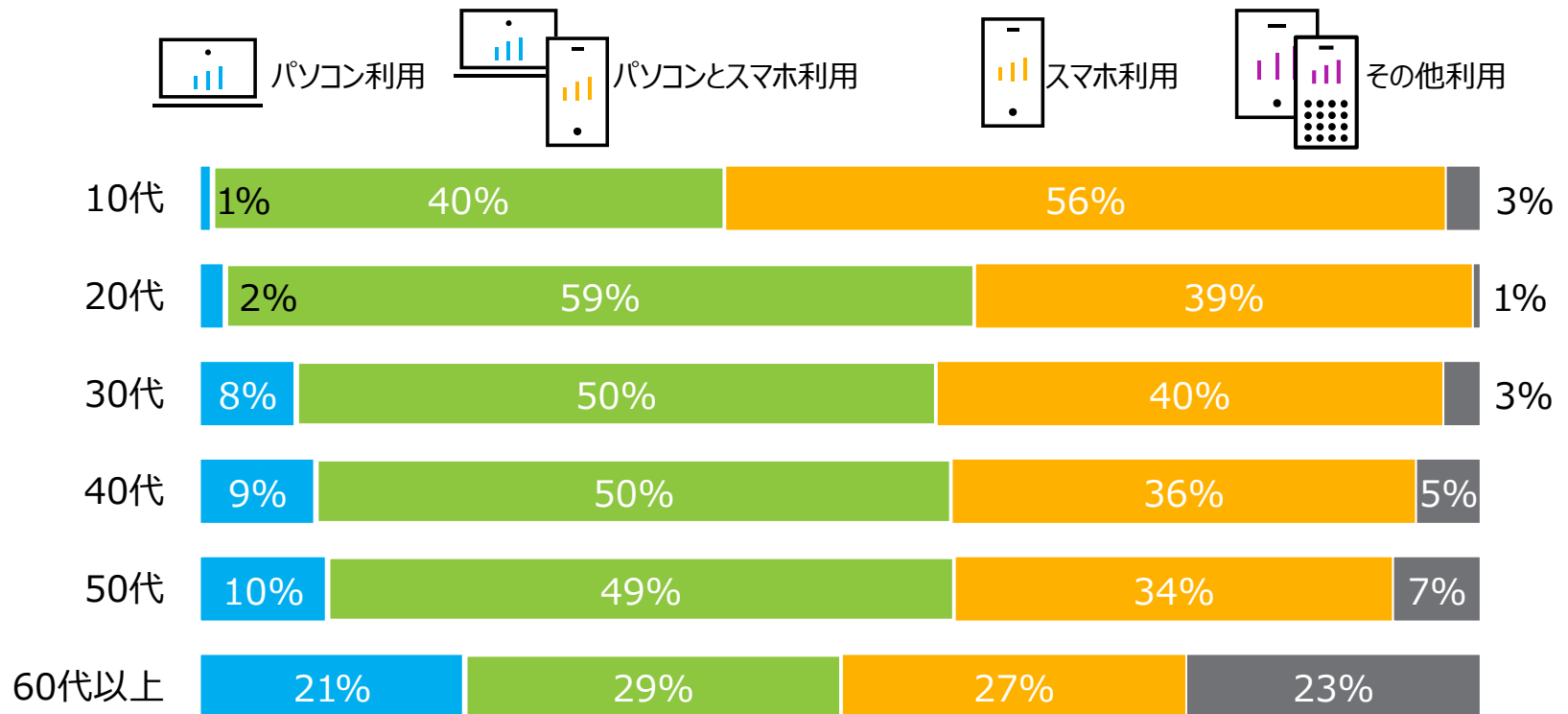
[TOPS OF 2018: DIGITAL IN JAPAN ～ニールセン2018年 日本のインターネットサービス利用者数ランキングを発表～](#) (12月25日)



デバイスの利用状況

20-50代では、60%以上がPCも利用

インターネット利用デバイス 年代別
(2018年10月-12月 3ヵ月平均)



Source: Nielsen Internet Basic Report

※16歳以上の男女

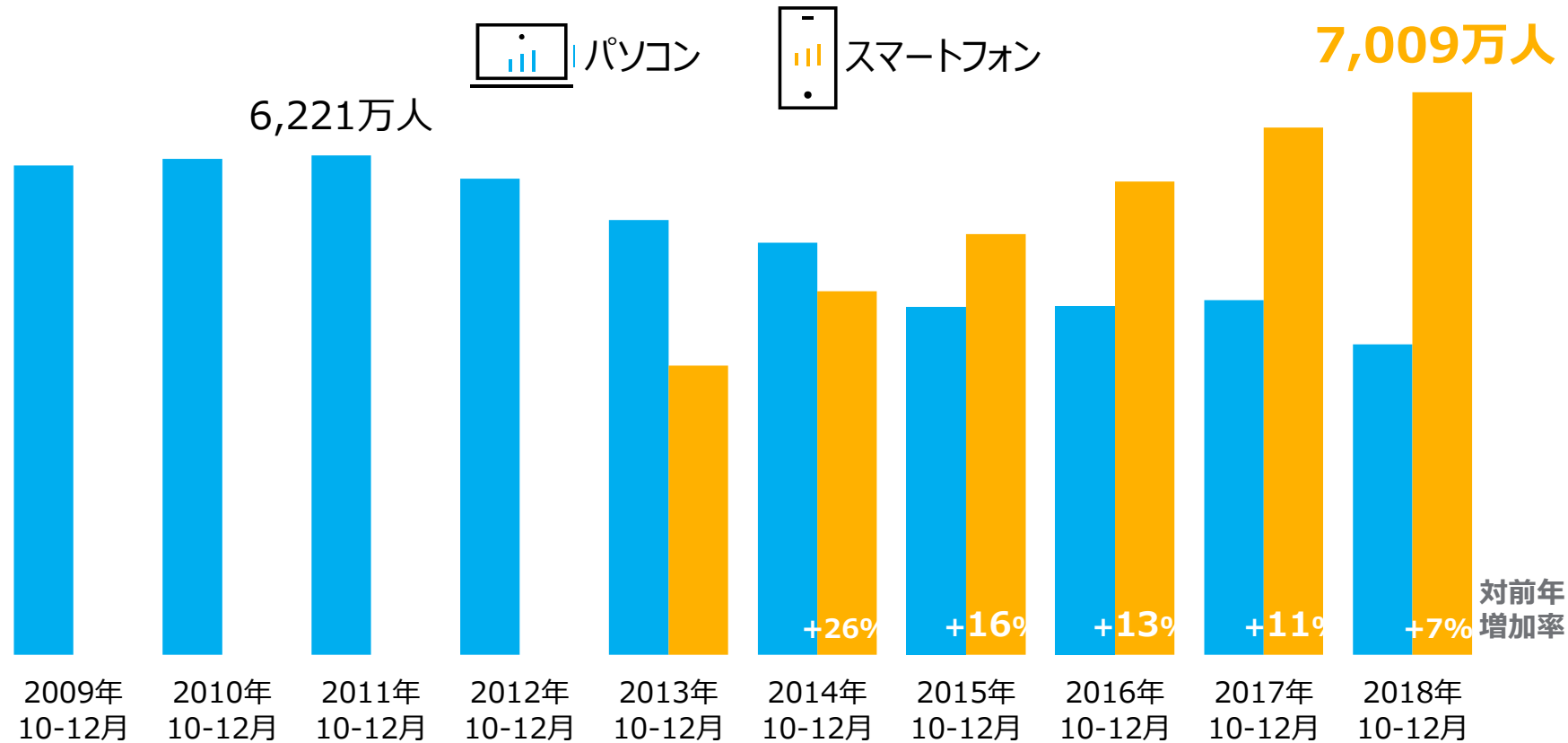
※パソコン、スマートフォン、従来型携帯電話、タブレットのいずれかの機器を通して月1回以上インターネットを利用する人

※「パソコン利用」「パソコンとスマホ利用」「スマホ利用」には、タブレットや従来型携帯電話でのインターネット利用も含んでいます

人口：国勢調査 2015年

スマホ利用者数は7,000万人越え


パソコンとスマートフォンからのインターネット利用者数推移



Source PC : Nielsen NetView 家庭および職場のPCからの利用、スマートフォン : Nielsen Mobile NetView ブラウザおよびアプリからの利用
 ※NetViewは2歳以上の男女、Mobile NetViewは18歳以上の男女
 ※2016年10月までは2010年国勢調査、2016年11月以降2015年国勢調査結果を基に拡大推計を行っています
 ※PC版のNetViewは2015年10月データからの新システムへの移行に伴いデータの連続性が失われています

トータルデジタル 1位「Yahoo! JAPAN」、 2位「Google」 共に人口の54%が利用

2018年 日本におけるトータルデジタル利用者数 TOP10

ランク	サービス名		平均月間 利用者数	平均月間 リーチ
1	Yahoo Japan		6,743万人	54%
2	Google		6,732万人	54%
3	YouTube		6,276万人	50%
4	LINE		5,973万人	48%
5	Rakuten		5,051万人	40%
6	Facebook		5,044万人	40%
7	Amazon		4,697万人	38%
8	Twitter		4,365万人	35%
9	Instagram		3,431万人	28%
10	Wikipedia		3,169万人	25%

Source: Nielsen Digital Content Ratings PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

※Brand レベルを使用 ※リーチは日本の2歳以上の人口をベースに算出

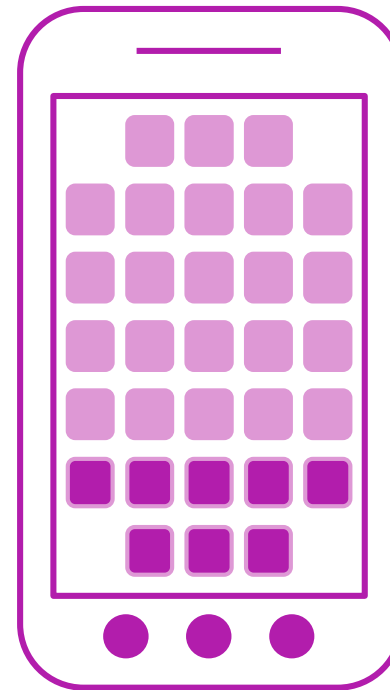
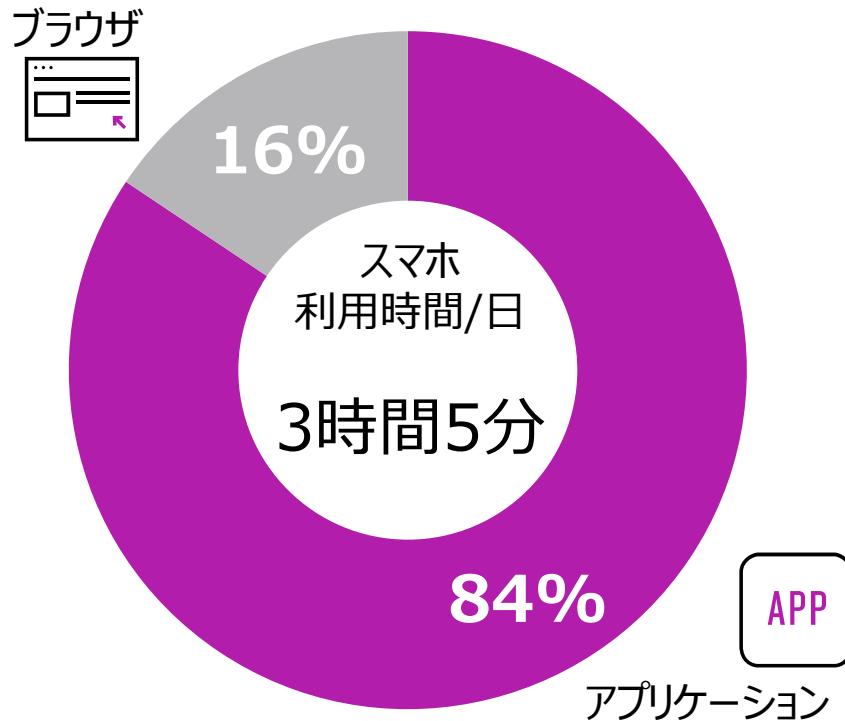
※2018年6月から10月までのデータ：平均月間利用者数、平均月間リーチ

スマートフォンでは平均30個のアプリが利用され、 利用時間の約85%を占める

スマートフォン上のアプリの利用状況
2018年12月

利用時間シェア

月間利用アプリ個数



月に**1**回以上利用

31個

月に**31**回以上利用

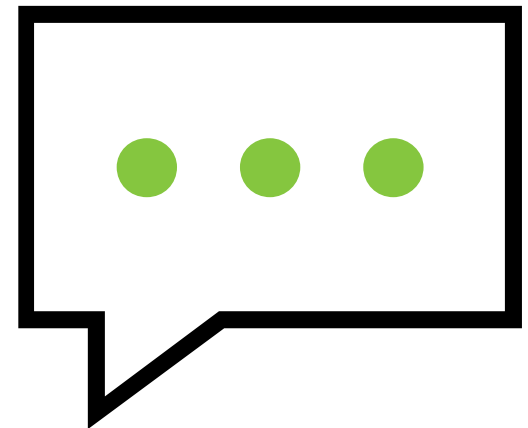
8個

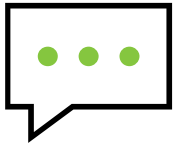
Source: Nielsen Mobile NetView ブラウザとアプリからの利用 18歳以上の男女

※平均利用時間3時間5分は1人あたり、1日当たりの平均利用時間 ※カテゴリーレベルで集計

※スマートフォンの基本機能となる初めからインストールされている電話や電話帳、カメラなどのアプリは含みません

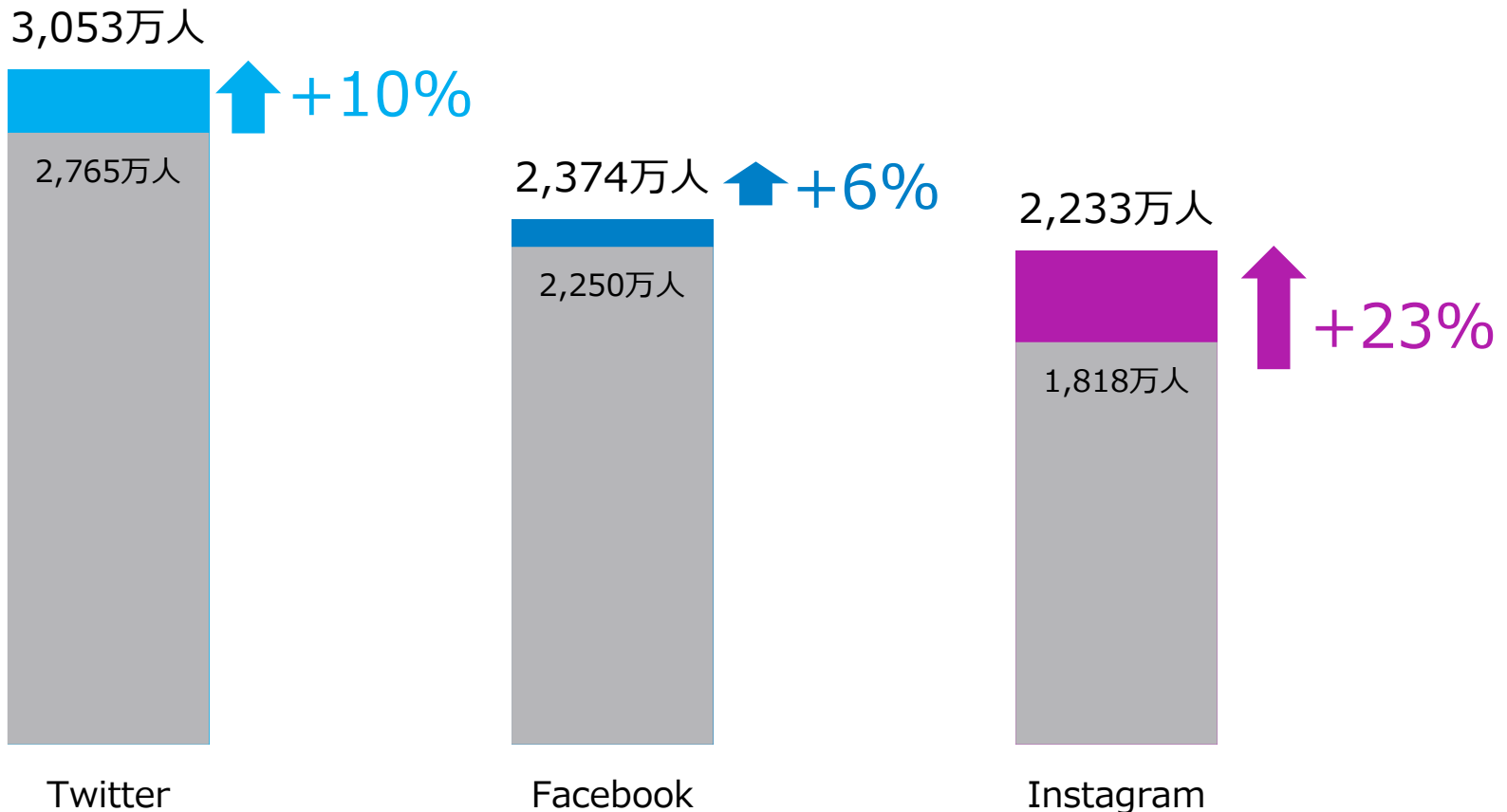
SNS 引き続き利用者増加 ユーザー層により利用サービス分化

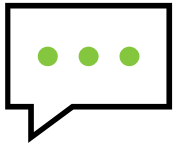




Twitterは3,000万人 Instagramは2,000万人の大台突破

各SNSアプリの利用者数推移
2017年12月 vs 2018年12月





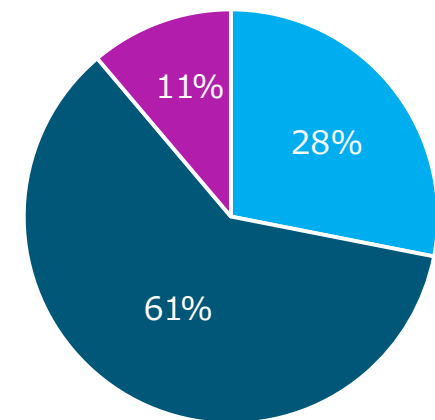
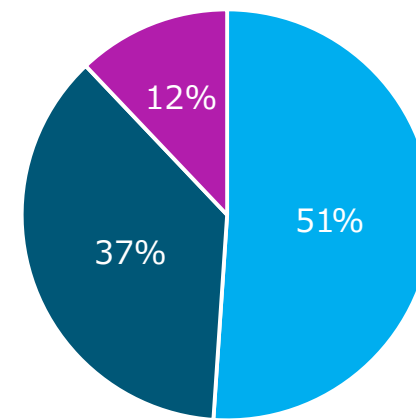
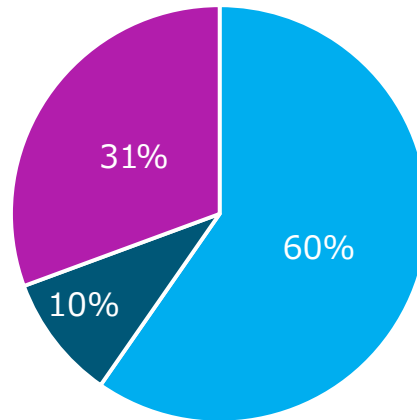
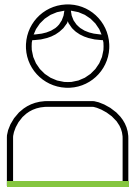
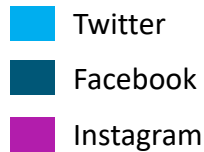
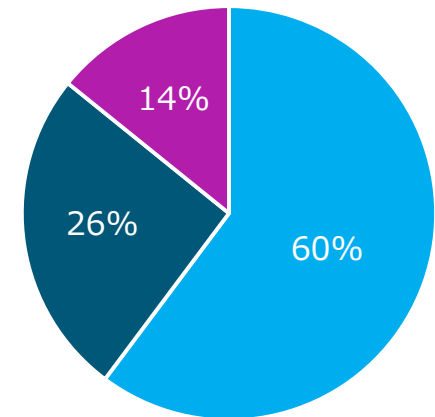
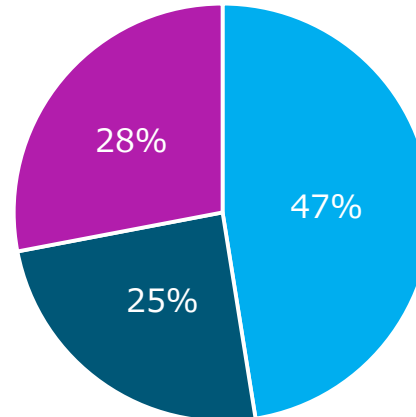
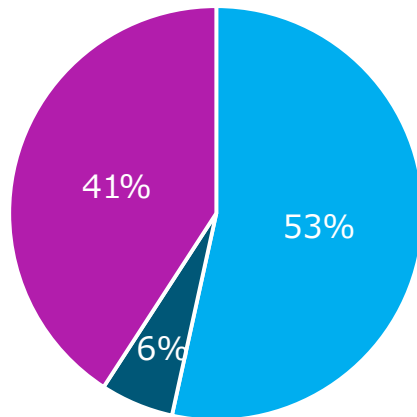
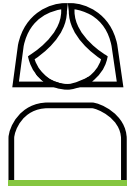
Twitter, Instagramは若年層、 Facebookは50歳以上男性から高い支持

SNS Top3サービス 総利用時間シェア
2018年12月

18-34歳

35-49歳

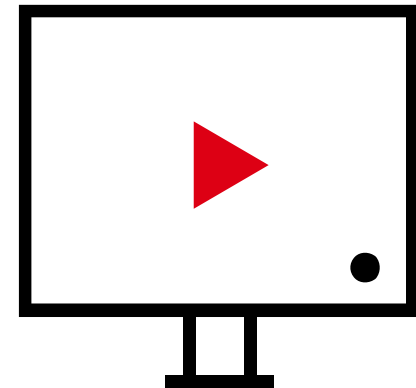
50歳以上

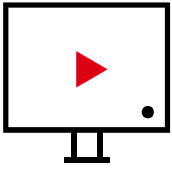


Source : Nielsen Mobile NetView アプリからの利用 ※18歳以上の男女

資料に記載のデータを外部向けにご利用になる際は弊社広報担当までお問い合わせください 電話 03-6837-6500 E-mail jpw_press@nielsen.com

動画サービス引き続き堅調 特に有料動画、NETFLIX好調



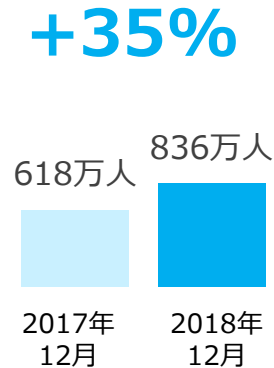


無料動画、有料動画ともに利用者数増加 特に有料動画の伸びが顕著

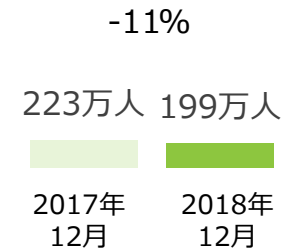
動画アプリの利用者数推移
2017年12月 vs 2018年12月



無料動画アプリ



有料動画アプリ



LIVE配信動画アプリ

Source : Nielsen Mobile NetView アプリからの利用 ※18歳以上の男女

※無料動画アプリは利用者数上位5サービス「Abema TV」「GYAO!」「TVer」「You Tube」「ニコニコ動画」を集計 (順不同)

※有料動画アプリは利用者数上位5サービス「Amazon Prime Video」「d TV」「Hulu」「Netflix」「U-NEXT」を集計 (順不同)

※LIVE配信動画アプリは利用者数上位5サービス「LINE LIVE」「SHOWROOM」「OPENREC」「Twitch」「FRESH LIVE」を集計 (順不同)

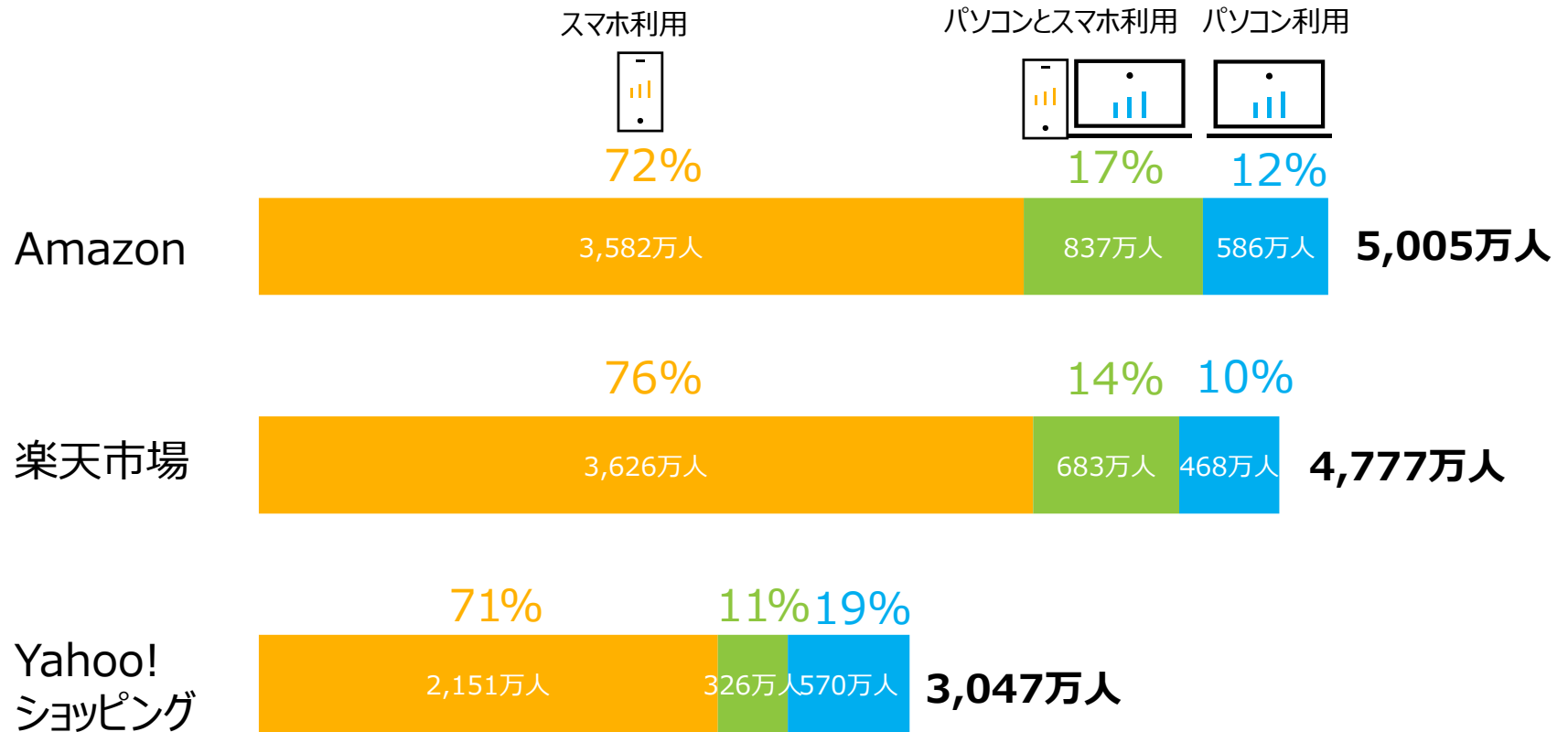


**ECはスマホからの利用が主流
メルカリ・セブンアプリ大躍進**

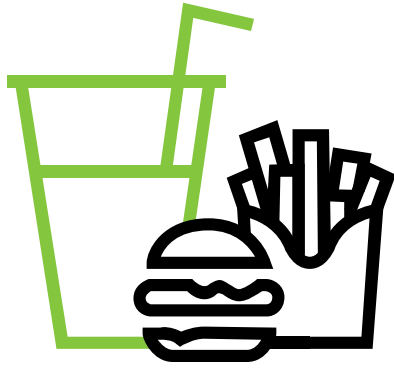


3大ECサービス 利用者の大多数がスマホから利用

ECサービス使用デバイス別利用者数
2018年12月



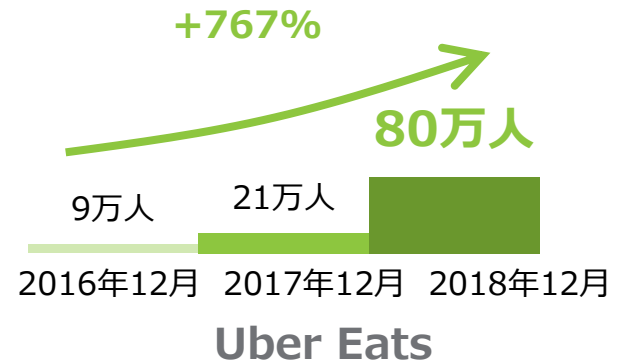
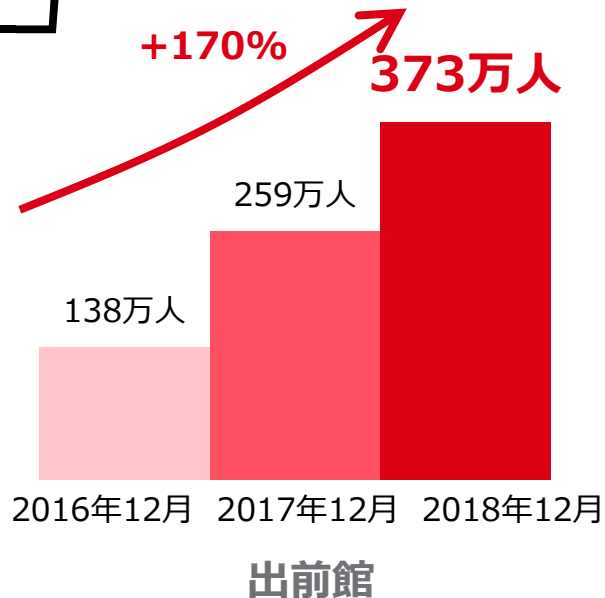
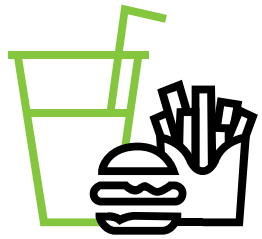
Source: Nielsen Digital Content Ratings PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女
※「Amazon」はBrand、「楽天市場」と「Yahoo!ショッピング」はSubBrand レベルを使用



フードデリバリーサービス 全年代でニーズが拡大

Uber Eats 2年で100万人近くまで利用者拡大

フードデリバリーサービス 利用者推移
2016年12月 - 2018年12月



Source: Nielsen Mobile NetView ブラウザ、およびアプリからの利用
※Mobile NetViewは18歳以上の男女

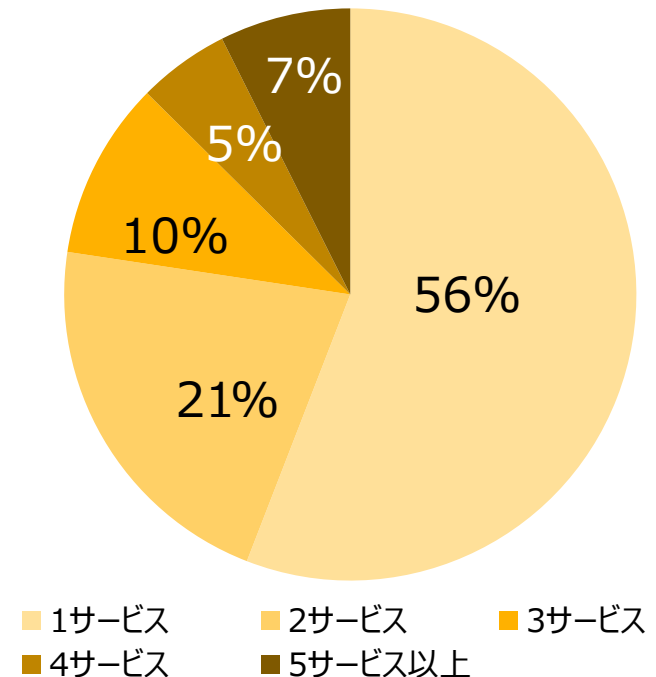
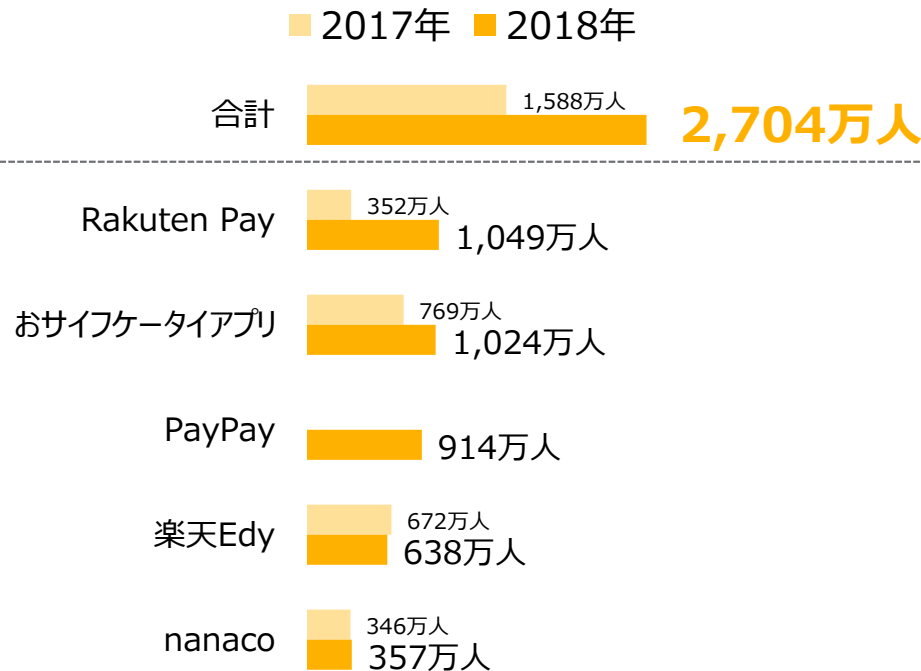
モバイル決済 キャッシュレス化は進むのか？



Rakuten PayとPayPayが モバイル決済サービスの増加をけん引

モバイル決済サービス 利用者数
2017年12月 vs 2018年12月

モバイル決済サービス 利用サービス数
2018年12月



Source: Nielsen Mobile NetView アプリからの利用 (RakutenPayはChannel レベルで集計)

※集計対象: 「Rakuten Pay」、「おサイフケータイアプリ」、「PayPay」、「楽天Edy」、「nanaco」、「majica」、「Google Pay」、「モバイルSuica」、「WAON」、「Kyash」、「d払い」

※Mobile NetViewは18歳以上の男女

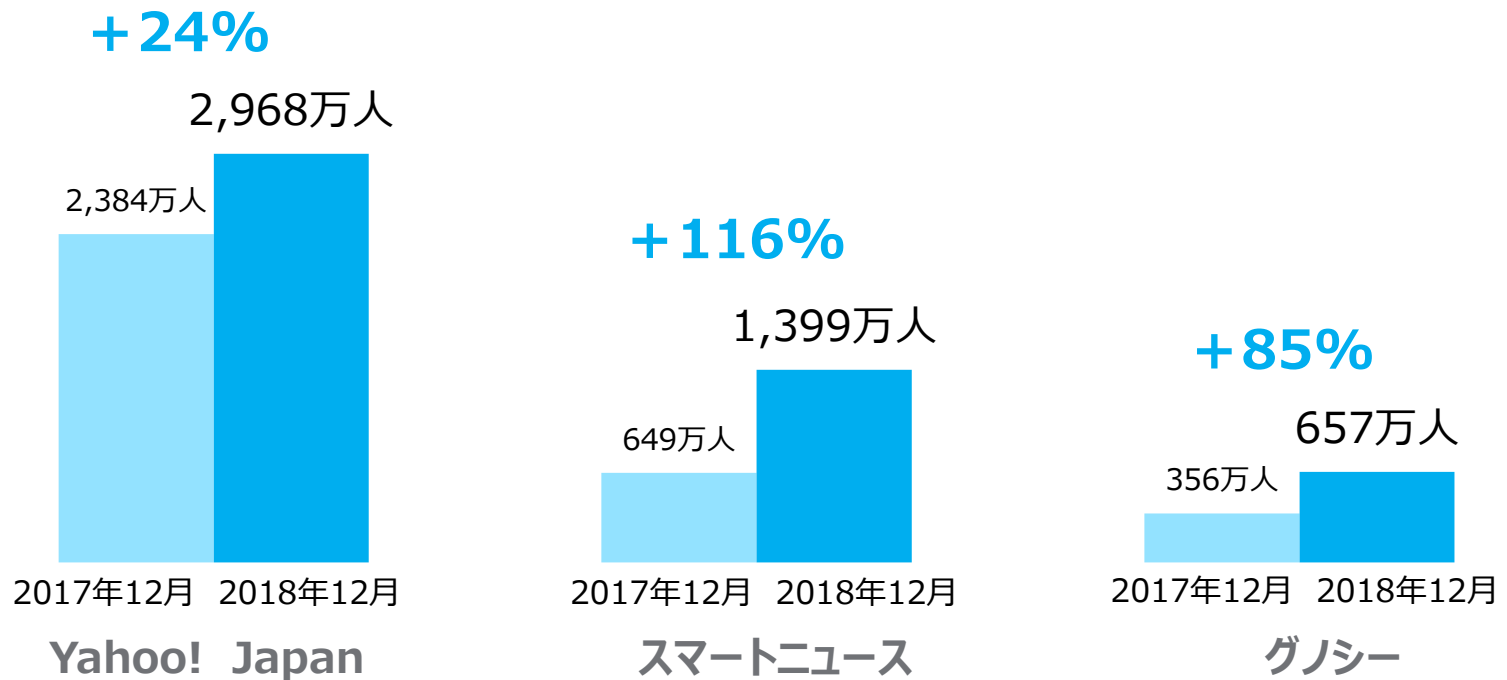
※「LINE Pay」は計測不可の為、集計対象に含まれていません



**情報系サービス利用者拡大
スマートニュースは1,000万人越え**

ニュースアプリの利用者数は増加 スマートニュースは昨対比2倍の1,000万人超え

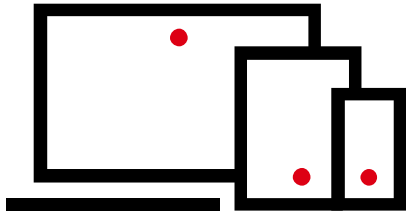
ニュースアプリ 利用者数
2017年12月 vs 2018年12月



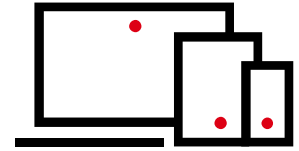
Source: Nielsen Mobile NetView アプリからの利用

※Mobile NetViewは18歳以上の男女

※「Yahoo! Japan」は、「Yahoo!Japan」アプリの利用者数で、「Yahoo!ニュース」アプリは含まれていません。



Summary



スマホ利用者数は7,000万人を突破

成長率は年々鈍化しているものの、継続的に利用者数が増加している
スマホの利用時間は**アプリが約85%を占め**、月に利用されるアプリの個数は**約30個**となり、その傾向は2年前と大きく変わらなかった

スマホの各サービスの利用時間に注目すると、
主要SNSでは、性年代によって**利用時間シェアが大きく異なっていた**
また、主要動画サービスでは、昨年から利用時間が大きく増加していた

2018年話題になったサービスをみると、
マンガアプリやクーポンなどの新機能を備えた**情報系**サービス、
ペイメント、フードデリバリーサービスなどの利用者数が増加していた

消費者の限られた生活時間におけるシェアを高めるために、競合や異なるカテゴリサービスとの時間の奪い合いが激化してくることが予想される
サービス提供企業や広告主は、**自社の顧客や見込み客がどのようなサービスに時間を費やしているのか**、定期的に把握し戦略を立てていく必要がある



ニールセン デジタル株式会社
〒107-0052 東京都港区赤坂2-17-7 赤坂溜池タワー11階
セールス&アナリティクス直通：03-6837-6500
jpw_ClientServices@nielsen.com

The background of the image consists of a series of overlapping, wavy, blue lines that create a sense of depth and movement, resembling a stylized ocean or a textured surface. The waves are in various shades of blue, from light to dark, and they flow across the entire frame.

nielsen
• • • • • • • • •