

# DIGITAL TRENDS 2017上半期 ダイジェスト版

ニールセン デジタル株式会社

2017年11月

# Digital Trends 2017上半期 完全版 収録内容

※本レポートは、「Digital Trends 2017上半期」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確認いただけます。

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

### ● スマートフォンの伸長と新サービスの台頭

- ✓ 日本の総人口1億2,371万人の男女構成比
- ✓ 年代別インターネットデバイス保有者数、利用者数
- ✓ 年代別 各デバイスからのインターネット利用率
- ✓ パソコンとスマートフォンからのインターネット利用人口推移
- ✓ PCとスマートフォンからの利用者数別 サービス数
- ✓ 属性別スマートフォン利用状況

## ■ ライフステージ別のスマートフォン利用状況

### ● 学生 VS. 29歳以下フルタイム勤務

- ✓ サービスカテゴリごとの利用時間シェア
- ✓ SNSアプリの利用率（アクティブリーチ）
- ✓ 写真サービス、カメラアプリの利用率（アクティブリーチ）
- ✓ 動画アプリの平均利用時間

### ● 34歳以下女性（学生を除く）子供あり vs. 子供なし

- ✓ サービスカテゴリごとの利用時間シェア TOP10
- ✓ ソーシャルネットワーク アプリのアクティブリーチTOP3
- ✓ 一人あたりの利用時間比較
- ✓ スマートフォンアプリ 利用者構成比順

## ■ ライフステージ別のスマートフォン利用状況

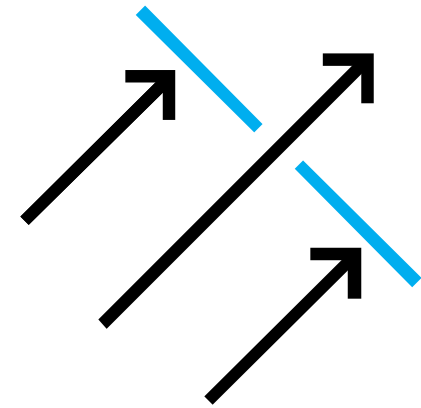
### ● 34歳以下女性 主婦 vs. フルタイム

- ✓ サービスカテゴリごとの利用時間シェア
- ✓ ソーシャルネットワーク アプリのアクティブリーチTOP3
- ✓ 一人あたりの利用時間比較
- ✓ YouTubeアプリ ひとり一日あたりの利用時間

### ● シニアの インターネット利用

- ✓ 性年代別 インターネットデバイス利用者
- ✓ PC ブランド 利用者数TOP10
- ✓ スマートフォンアプリ 60歳以上の利用者構成比順 TOP5

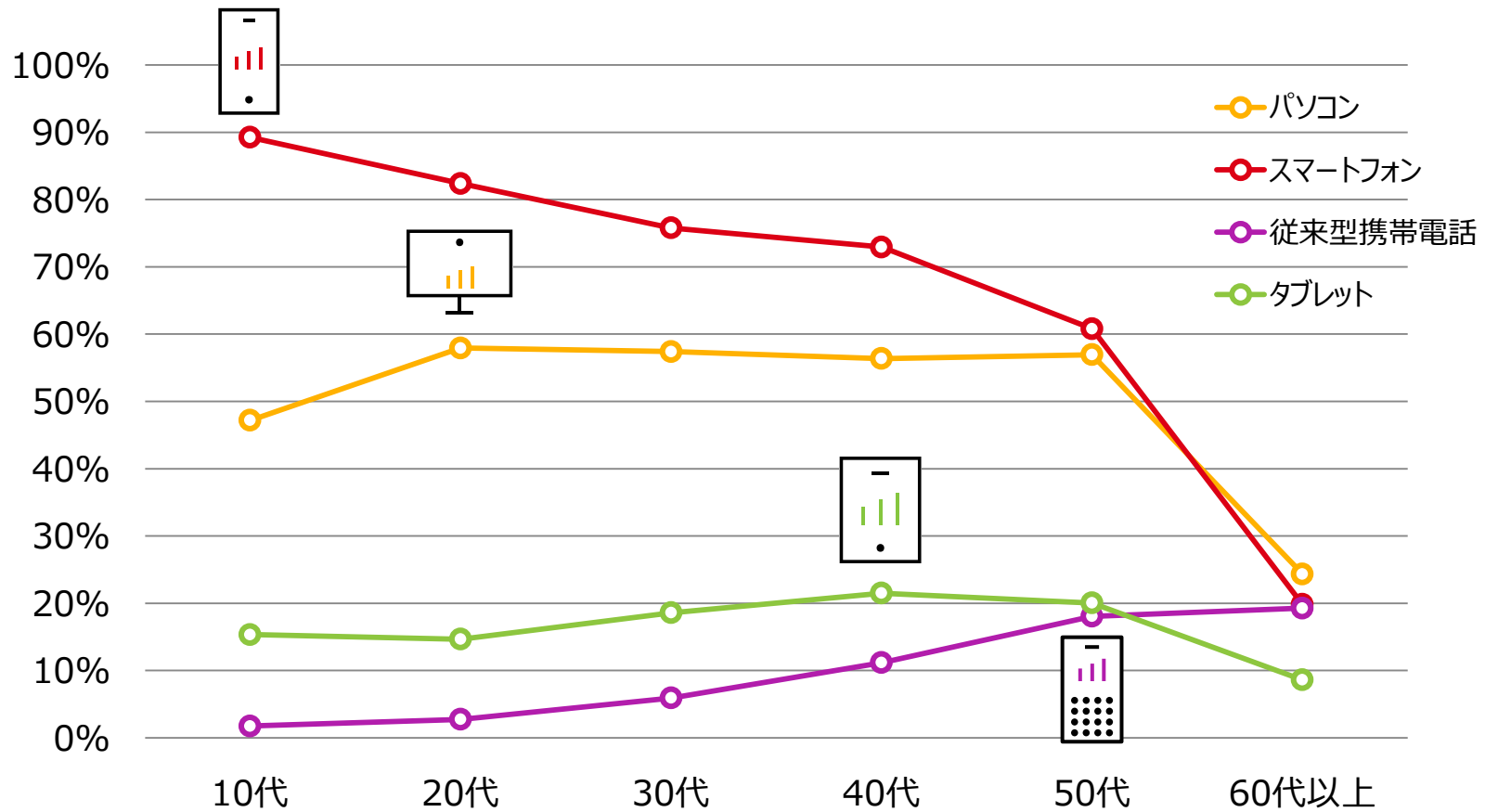
## ■ Summary（サマリー）



スマートフォン利用者数は  
パソコンのピークだった  
6000万人に到達し成熟期に

# 50代以下はスマホでネット

年代別 各デバイスからのインターネット利用率

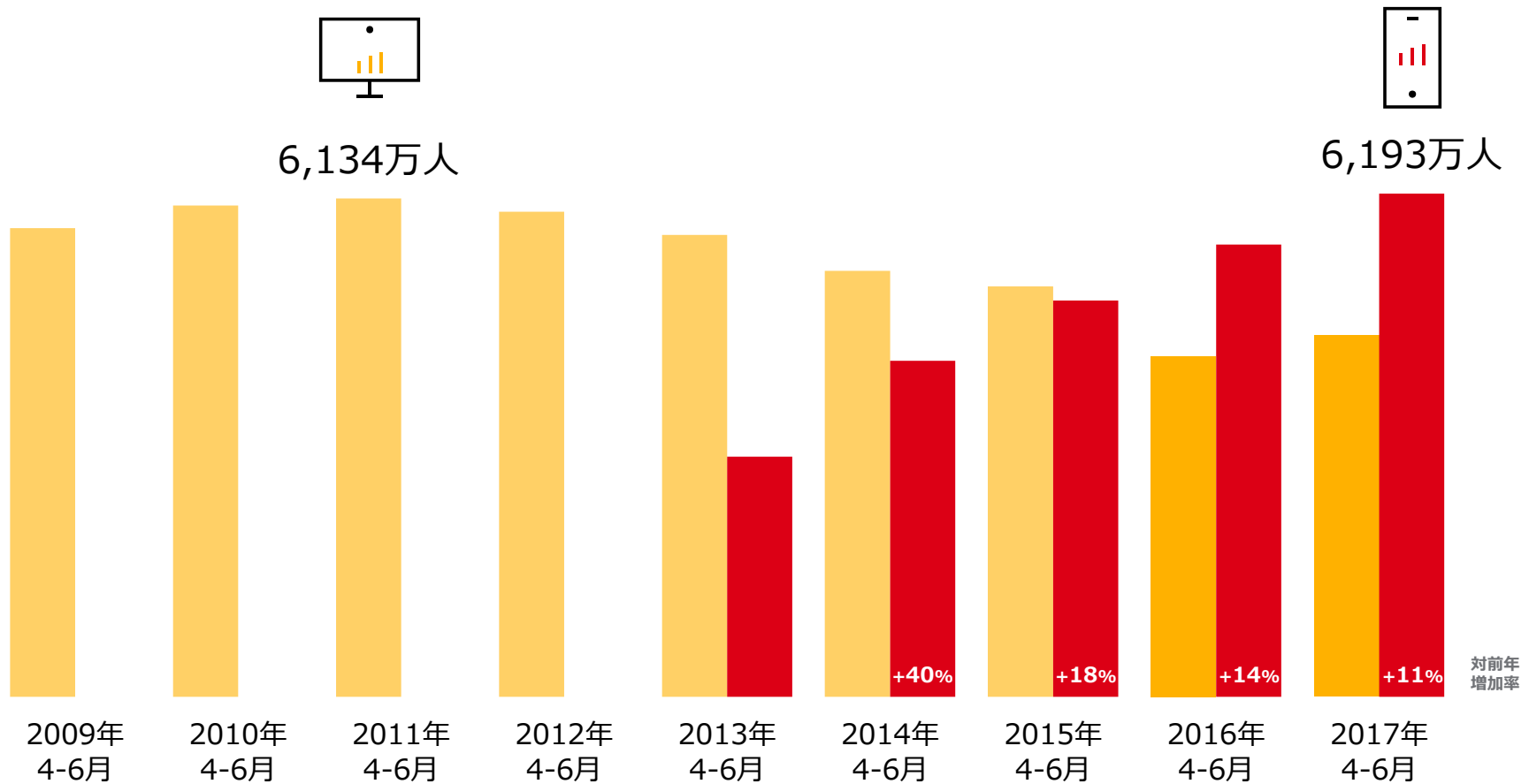


Source : Nielsen basic Report 2017 May-Jul average

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保有、それらの機器を通して月1回以上インターネットを利用する人  
各世代の総人口は2015年度国勢調査

# スマホ利用者数は増加、6,000万人を突破




パソコンとスマートフォンからのインターネット利用人口推移



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。

# 大規模なスマホサービス数は半年前から変化なし

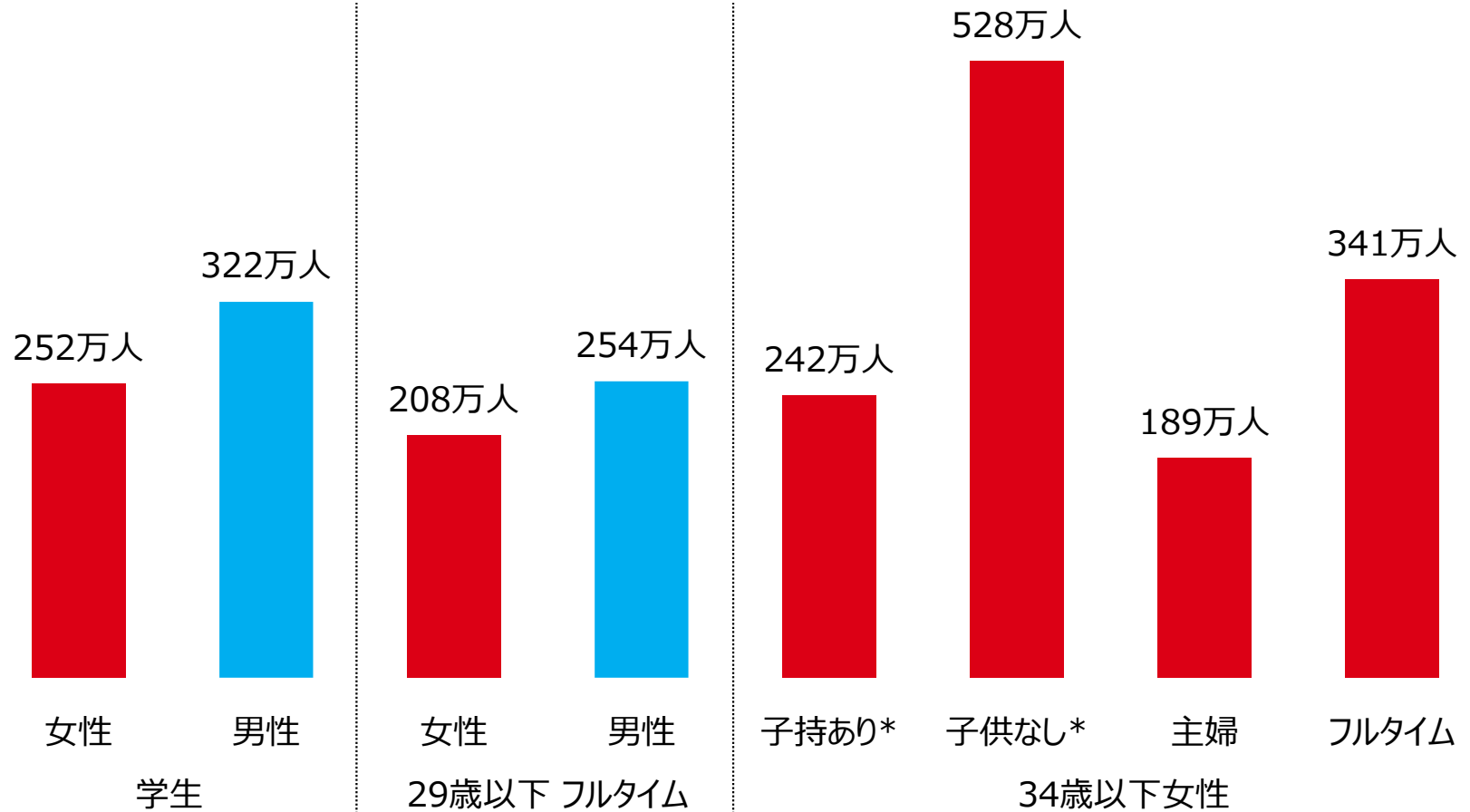
PCとスマートフォンからの利用者数別 サービス数 2017年6月（カッコ内は2016年12月）

			
利用者数が・・	PC サービス数	スマホ サービス数 (アプリを含まない)	アプリ数
500万人を超える	38 (37)	86 (83)	59 (60)
1,000万人を超える	14 (15)	30 (31)	27 (24)

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  
 ※サービス数は、NetViewオリジナルの集計単位（ブランド）を使用

# 各属性別のスマートフォン利用者数

属性別スマートフォン利用状況

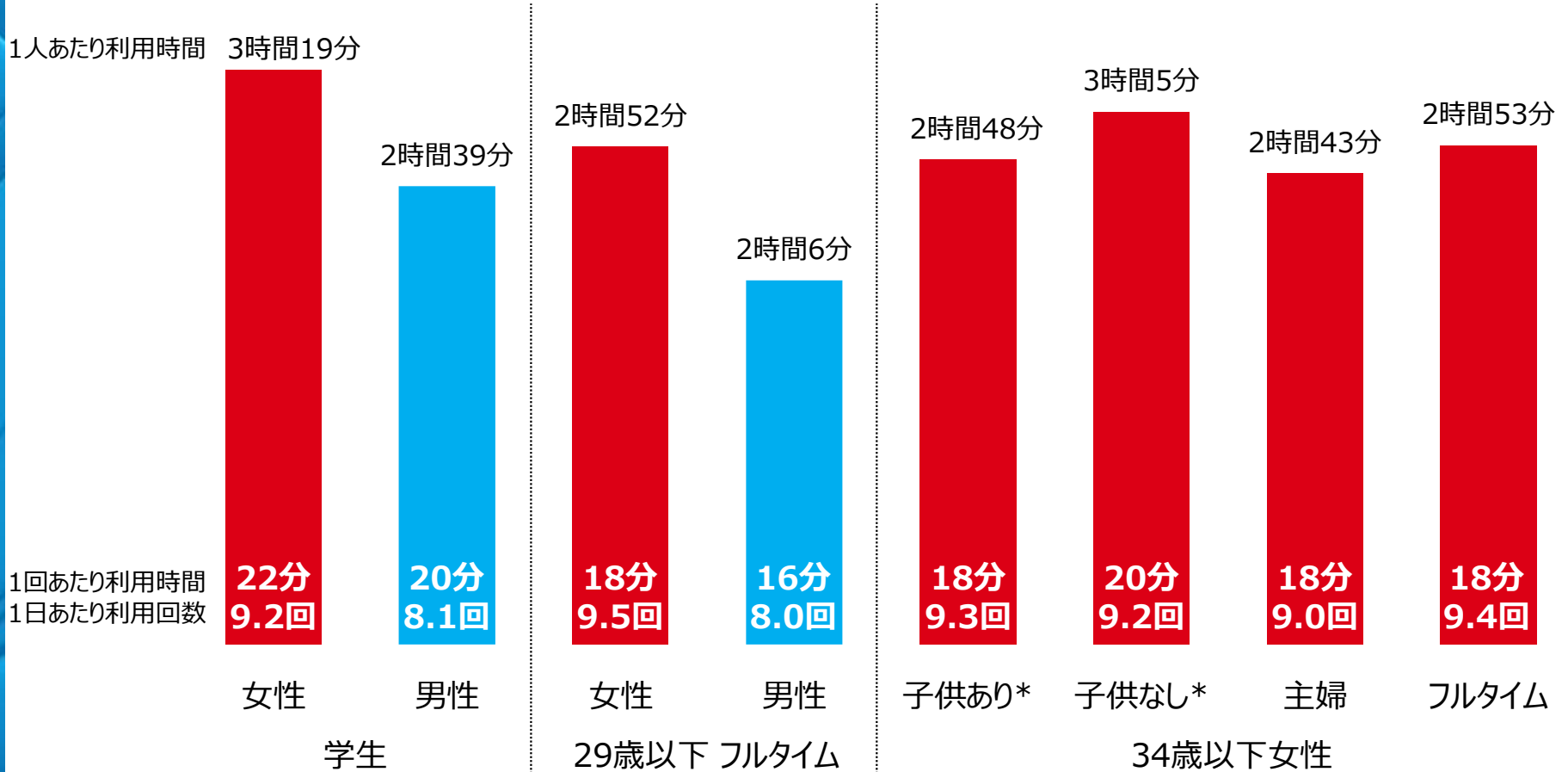


\*学生は含まない

Source 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

# 学生は1回あたりの利用時間がフルタイムにくらべ長く 34歳以下女性は子供の有無で利用時間に差がでる

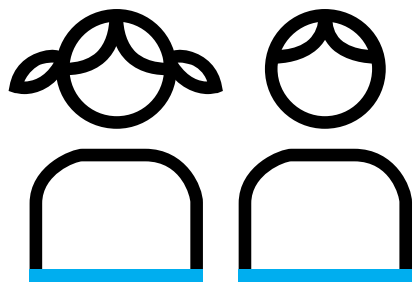
属性別スマートフォン利用状況



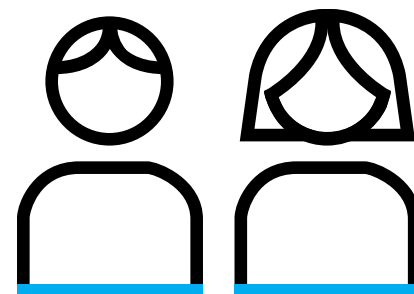
\*学生は含まない

Source 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





# 学生 VS. 29歳以下フルタイム勤務

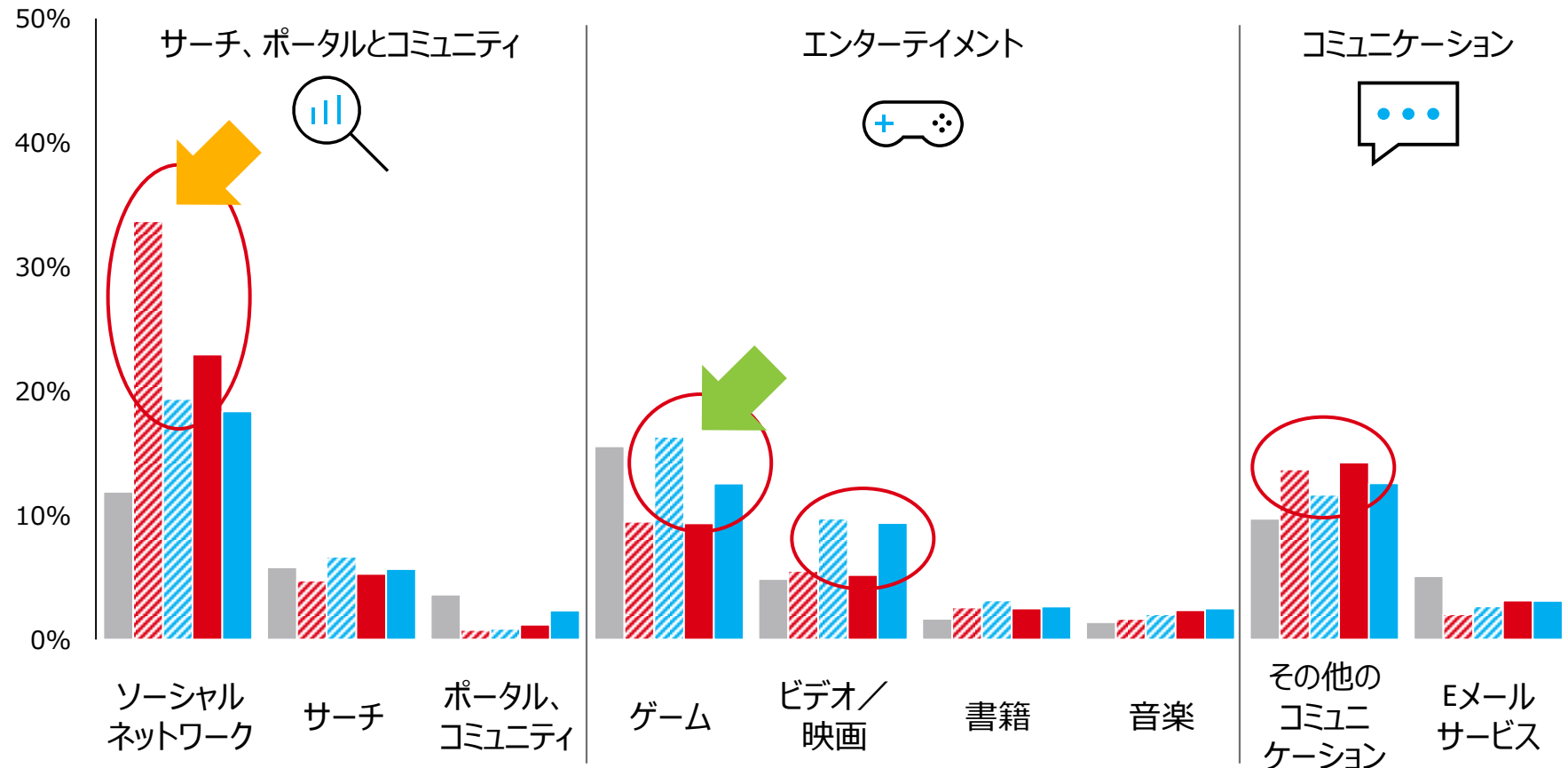


# 女性はコミュニケーション、特に学生はSNS 男性はエンターテイメント、特に学生はゲーム

サービスカテゴリごとの利用時間シェア

利用時間シェア

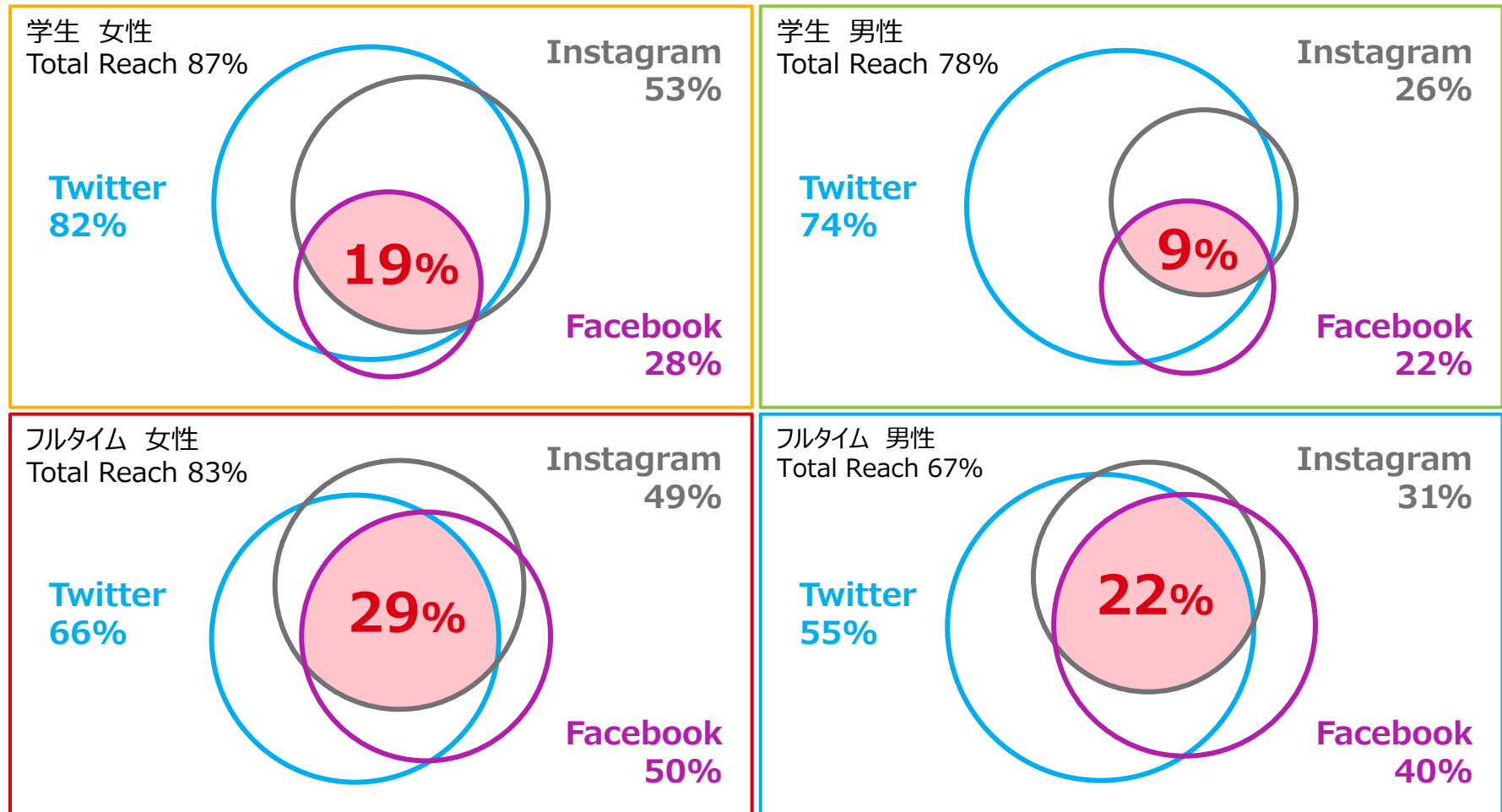
■ 全体   ■ 学生 女性   ■ 学生 男性   ■ フルタイム 女性   ■ フルタイム 男性

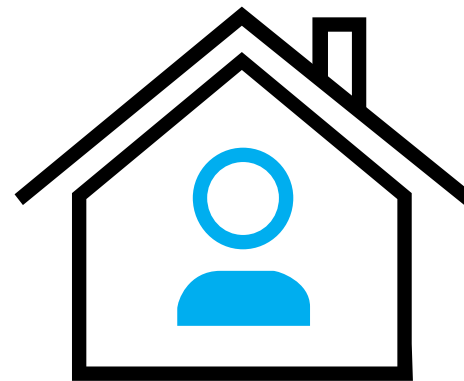
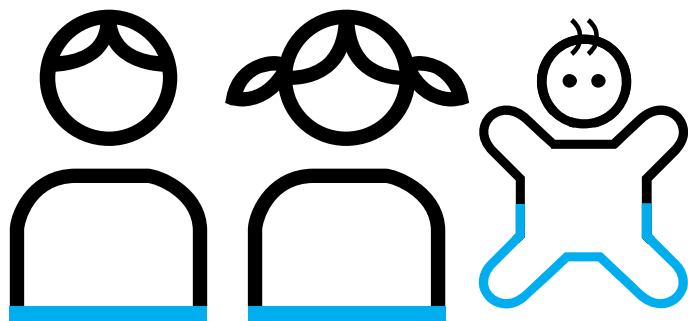


Source スマートフォン : Nielsen Mobile NetView ブラウザおよびアプリからの利用 ※Mobile NetViewは18歳以上の男女

# 学生女性はTwitterとInstagramの併用が多い フルタイムは3アプリすべて利用している人の割合が高い

SNSアプリの利用率（アクティブリーチ）

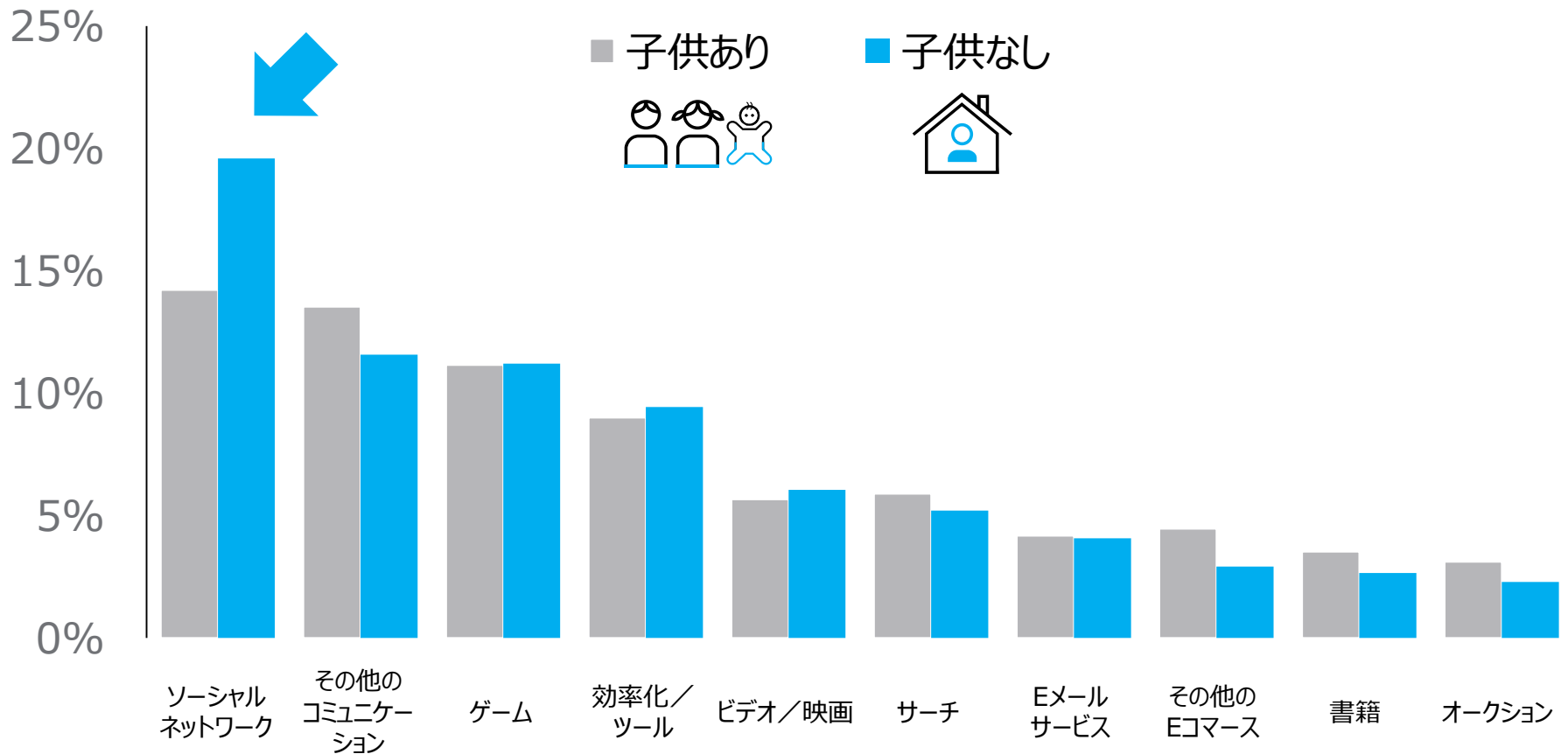


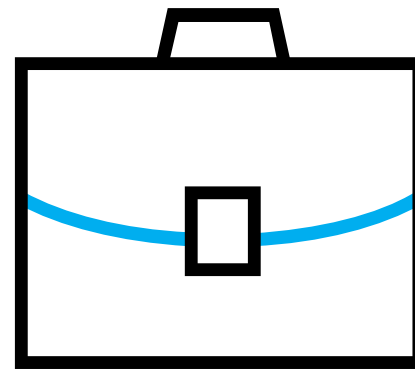
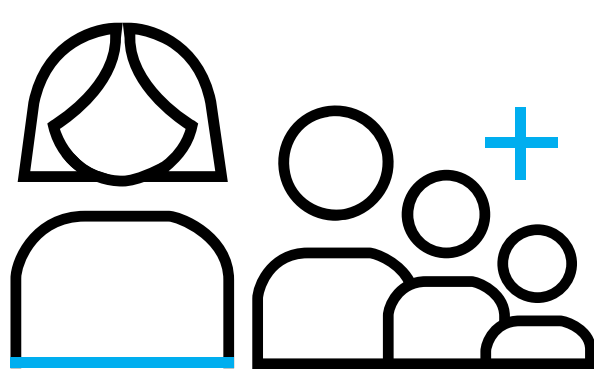


**34歳以下女性（学生を除く）  
子供あり VS. 子供なし**

# 子供なし女性は子供あり女性より、SNSで時間を消費

サービスカテゴリごとの利用時間シェア TOP10  
34歳以下女性

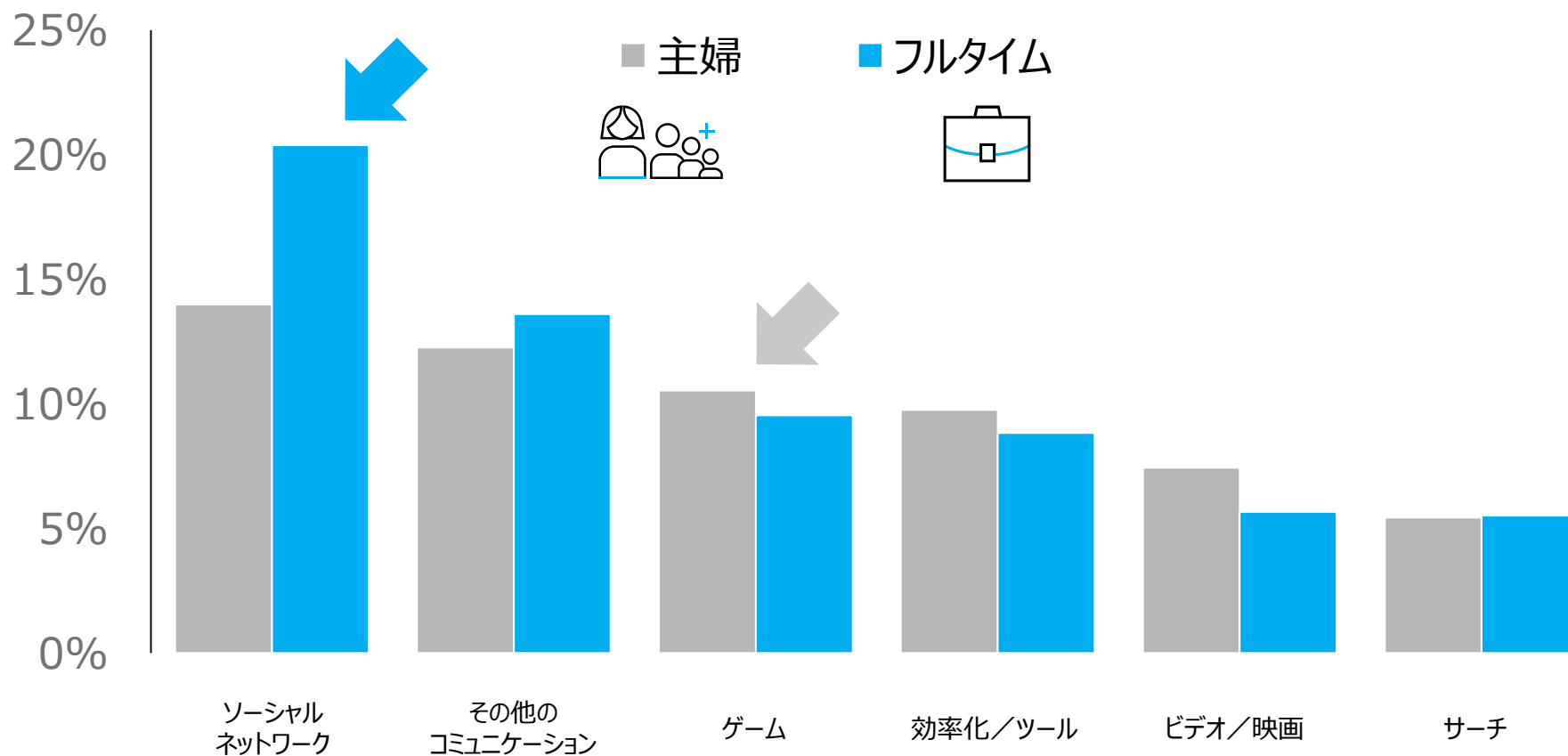




# 34歳以下女性 主婦 VS. フルタイム

# フルタイムで働く女性は、主婦よりSNSを利用 動画は主婦

サービスカテゴリごとの利用時間シェア  
アクティブリーチ5%以上 34歳以下女性



スマホ利用者は6,000万人を突破し、2011年のパソコンのピーク時に並んだ  
しかし、利用者数の多いサービス数は増加しておらず、成熟期を迎えつつある

新興サービスの隆盛はみられない反面、  
利用者の属性や、ライフステージごとに利用されるサービスは異なっている

同じ性別・年代でも、利用されるサービスは異なり、  
特にソーシャルネットワークや、動画などのエンタメサービスでは  
利用しているサービスや利用時間に違いが見られた

例えば“若者”とひとくくりせず、  
ライフステージなどの属性を意識し、メディア利用状況を把握したうえで、  
適切な手段で、ターゲットとコミュニケーションをとる必要がある

