

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

TOPS OF 2024: DIGITAL IN JAPAN

ニールセン 2024 年日本のインターネットサービス利用者数/利用時間ランキングを発表

2024 年 12 月 24 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、ニールセン デジタルコンテンツ視聴率（Nielsen Digital Content Ratings）のデータをもとに、2024 年の日本におけるトータルデジタルでのインターネットサービス利用ランキング、「Tops of 2024: Digital in Japan」を発表しました。

日本のデジタルメディア利用動向として 2024 年は、既存の大手サービスの利用状況においては大きな変化は見られていないものの、消費者の時間価値を重視した新しいサービスやコンテンツの台頭が顕著になっている年となりました。特に、動画のレコメンド機能の強化、SNS での短編動画やショートドラマ、EC やモバイルオーダーでのユーザーエクスペリエンス向上など、各分野でトレンドの変化が見られています。

まず、2024 年のデジタルサービスの利用動向として PC とモバイルの重複を除いたトータルデジタルのリーチと利用者数に着目すると、上位 3 サービスは昨年同様に「Google」「Yahoo Japan」「LINE」となっていました。いずれも利用者数が 8,000 万人を超え、人口の 60%以上にリーチするサービスとなっていることがわかります。一方で、「Mercari」は 3,859 万人が利用し、新たに TOP10 に加わりました（図表 1）。

図表1:2024年 日本におけるトータルデジタル 利用者数、リーチ(%) TOP10

ランク	サービス名	タグの挿入状況	平均月間利用者数(万人)	平均月間リーチ
1	Google	Panel Only	8,460	68.8
2	Yahoo Japan	Panel Only	8,335	67.7
3	LINE	Panel Only	8,155	66.3
4	YouTube	Custom Census	7,493	60.9
5	Rakuten	Panel Only	7,347	59.7
6	Amazon	Panel Only	6,885	56.0
7	Instagram	Panel Only	6,237	50.7
8	Twitter X	Panel Only	6,138	49.9
9	PayPay	Panel Only	5,413	44.0
10	Mercari	Panel Only	3,859	31.3

Source: デジタルコンテンツ視聴率 PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値 ※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

※2024年1月から10月までのデータ：平均月間リーチ ※モバイルキャリア系サービスを除いて集計

トータルデジタルの GRP や利用時間シェアに着目すると、リーチでは 4 位だった「YouTube」が、GRP では 1 位、利用時間シェアでも 1 位で 37%を占め 2 位以降を大きく引き離していました（図表 2、3）。また、GRP では「SmartNews」が 9 位、利用時間シェアでは昨年ランキング外だった「TikTok」が 6 位にランクインするなど、リーチ TOP10 にはランクインしていなかったサービスが GRP や利用時間シェアでは上位サービスに加わっていることが分かりました。マーケティング担当者は、各サービスのリーチだけでなく GRP や利用時間も考慮に入れて、キャンペーンの目的に合わせてコミュニケーションの場を選定することが重要になります。

図表2:2024年 日本におけるトータルデジタルGRP TOP10

ランク	サービス名	タグの挿入状況	平均月間GRP
1	YouTube	Custom Census	70,858
2	LINE	Panel Only	55,346
3	Yahoo Japan	Panel Only	40,302
4	Google	Panel Only	29,630
5	Twitter X	Panel Only	10,378
6	Rakuten	Panel Only	10,177
7	Instagram	Panel Only	8,539
8	Amazon	Panel Only	7,001
9	SmartNews	Panel Only	4,918
10	Baidu	Panel Only	3,342

Source: デジタルコンテンツ視聴率

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値 ※Brand レベルを使用

※GRPはYouTubeはビデオのみ、他のサービスはテキストコンテンツのみを対象に算出

※2024年1月から10月までのデータ：平均月間GRP ※モバイルキャリア系サービスを除いて集計

図表3:2024年 日本におけるトータルデジタル利用時間シェア TOP10

ランク	サービス名	タグの挿入状況	平均月間 利用時間シェア
1	YouTube	Custom Census	37%
2	LINE	Panel Only	11%
3	Google	Panel Only	7%
4	Yahoo Japan	Panel Only	6%
5	Instagram	Panel Only	4%
6	TikTok	Panel Only	4%
7	Twitter X	Panel Only	4%
8	Rakuten	Panel Only	1%
9	Amazon	Panel Only	1%
10	SmartNews	Panel Only	1%

Source: デジタルコンテンツ視聴率 PCは2歳以上、スマートフォンは18歳以上の男女
 ※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値 ※Brand レベルを使用
 ※利用時間はYouTubeはビデオのみ、他のサービスはテキストコンテンツのみを対象に算出
 ※2024年1月から10月までのデータ：平均月間総利用時間シェア

当社シニアアナリストのコヴァリョヴァ・ソフィヤは、次のように述べています。「2024年のデジタルメディア利用動向として利用者数上位サービスでは昨年に続き顔ぶれは変わらなかったものの、GRPや利用時間シェアでは新たなサービスがランクインするなど変化の兆しを見せていました。各サービスの利用動向の変化は社会ニーズの変化を如実に反映しており、サービス提供者は消費者意識の深層を理解し、それに基づいたサービスの改善が求められています。また、効果的な消費者コミュニケーションを実現するためにもリーチだけでなく、GRPや利用時間の最新トレンドを的確に把握し、消費者の時間価値を重視したアプローチを展開することが、今後のデジタルマーケティング戦略の鍵となるでしょう」。

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