

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 ソーシャルメディアの利用状況を発表

2025年3月19日

- ソーシャルメディアのトータルデジタルの月間利用者数は、「LINE」が最も多く8,183万人
- ソーシャルメディアのうち、「mixi2」は35-49歳の含有率が最も高く36%
- 35-49歳のうち、「Instagram」「TikTok」「Threads」は男性よりも女性のリーチが高い

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、ソーシャルメディアの利用状況を発表しました。

2024年12月の Monthly Total レポートによると、ソーシャルメディアにおいて、利用者数が最も多かったのは「LINE」で8,183万人、「Instagram」が6,062万人、「Twitter X」が5,677万人で続いていました。また、月平均利用回数は「LINE」が月754回で最も多く、「Twitter X」が月191回、「Instagram」が月178回で続いていました（図表1）。

図表1：2024年12月 Monthly Totalレポート ソーシャルメディア
トータルデジタル利用者数ランキング

順位	サービス名	利用者数 (万人)	リーチ (%)	月平均利用 回数 (回)	GRP (%)
1	LINE	8,183	76.5	754	57,661
2	Instagram	6,062	56.7	178	10,089
3	Twitter X	5,677	53.1	191	10,149
4	TikTok	3,884	36.3	56	2,048
5	Facebook	3,837	35.9	40	1,450
6	Note.com	2,077	19.4	6	117
7	Threads	1,735	16.2	46	749
8	Pinterest	1,208	11.3	11	120
9	pixiv SNS	1,133	10.6	41	433
10	LinkedIn	625	5.8	37	216
11	mixi2	257	2.4	9	20
12	mixi	218	2.0	20	42
13	Bluesky Social	202	1.9	57	108

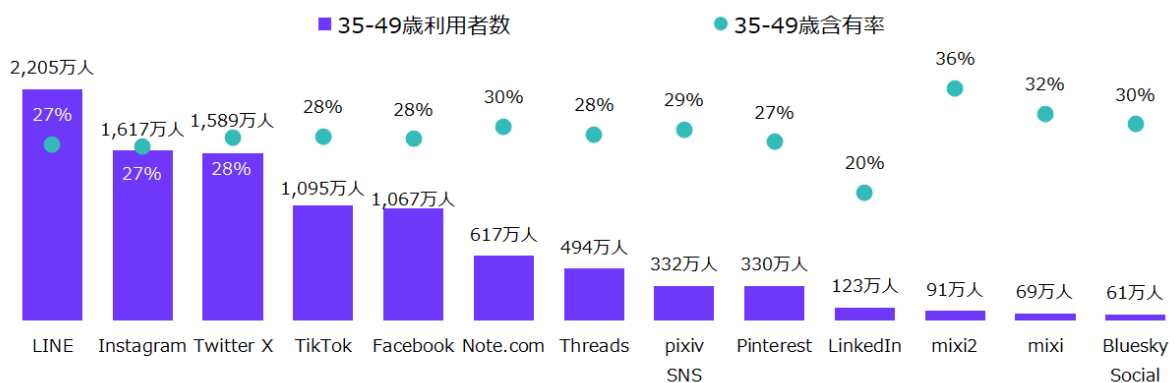
Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値

※18歳以上の男女、BrandおよびSub Brandレベルでの集計 ※利用とは、閲覧のみの利用も含みます

過去のリリースでは18-34歳の利用者数とその含有率に着目していましたが、今回はその上の年代である35-49歳の利用者について確認すると、利用者数では全年代と同じように「LINE」「Instagram」「Twitter X」が上位3位を占めていました。一方で同年代の含有率では、「mixi2」が36%で最も高く、「mixi」が32%で続いていました（図表2）。

図表2：2024年12月 Monthly Totalレポート ソーシャルメディア
35-49歳利用者数と含有率



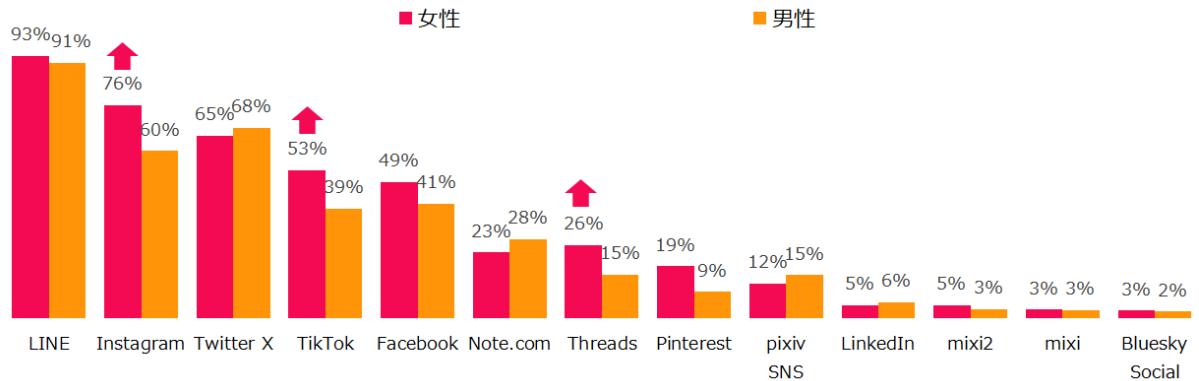
Source: デジタルコンテンツ視聴率 Monthly Totalレポート

※トータルデジタル=PCとモバイルの重複を除いた数値

※BrandおよびSub 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、35-49歳におけるリーチを性別に見ると、性別を問わず「LINE」が最も高くなっており、女性では「Instagram」、男性では「Twitter X」が続いていました。また男女でリーチを比較すると、女性は男性よりも「Instagram」「TikTok」「Threads」のリーチが高く、それぞれ女性が男性よりも10pt以上高くなっていました（図表3）。

図表3：2024年12月 Monthly Totalレポート ソーシャルメディア
35-49歳性別のリーチ



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
 ※BrandおよびSub Brandレベルでの集計 ※利用とは、閲覧のみの利用も含みます

2024年12月にサービスを開始した「mixi2」は、初月で257万人の利用者を集めました。これらの利用者が会員登録して定着していくかどうかは今後注目されます。また、「mixi2」は35-49歳の利用者の含有率が全ソーシャルメディアの中で最も高くなっており、特にこの年代における興味関心が高いことが推察されます。また同年代の性別のリーチを確認すると、「Instagram」「TikTok」「Threads」では特に男性よりも女性のリーチが高くなっていることをはじめとして、同じソーシャルメディアのサービスでも状況が異なっていました。マーケティング担当者は、ターゲットとする性年代に対して効果的かつ効率的にリーチしていくために、各サービスの最新の利用動向を把握した上で適切に運用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