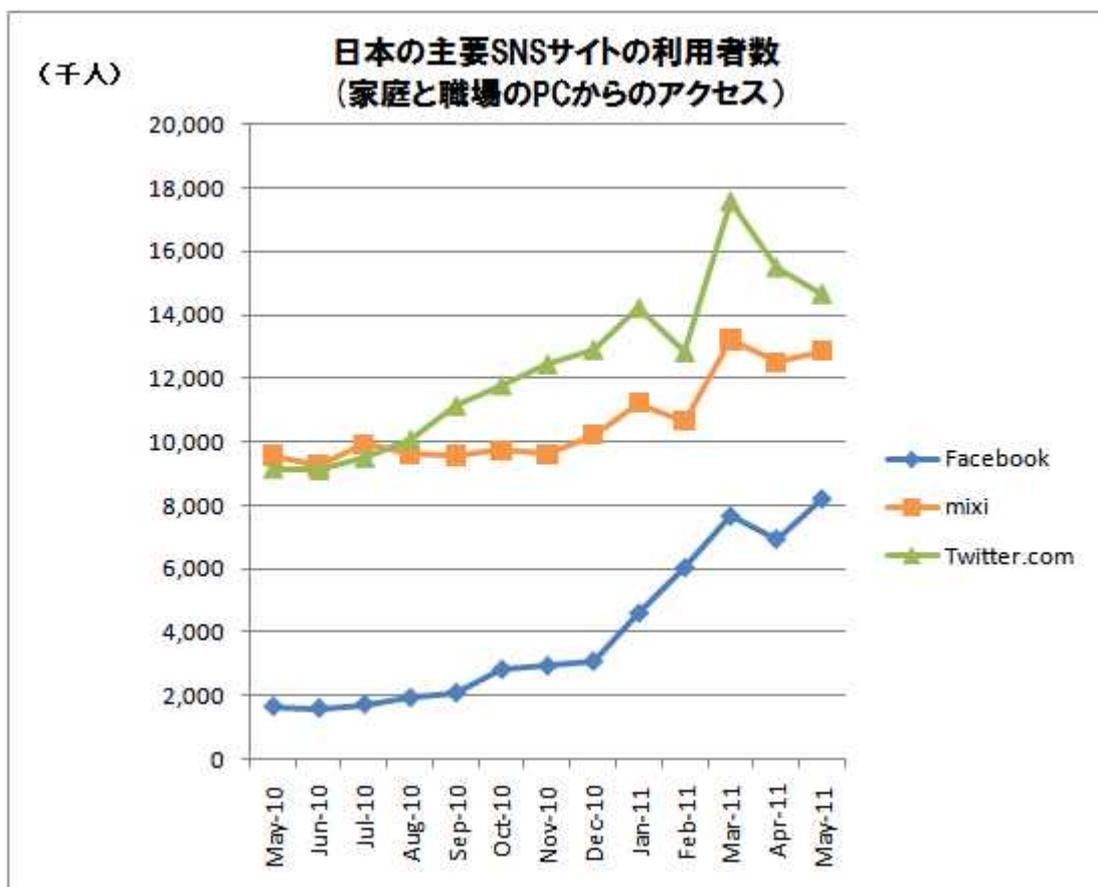


2011年5月の主要SNSサイトの動向

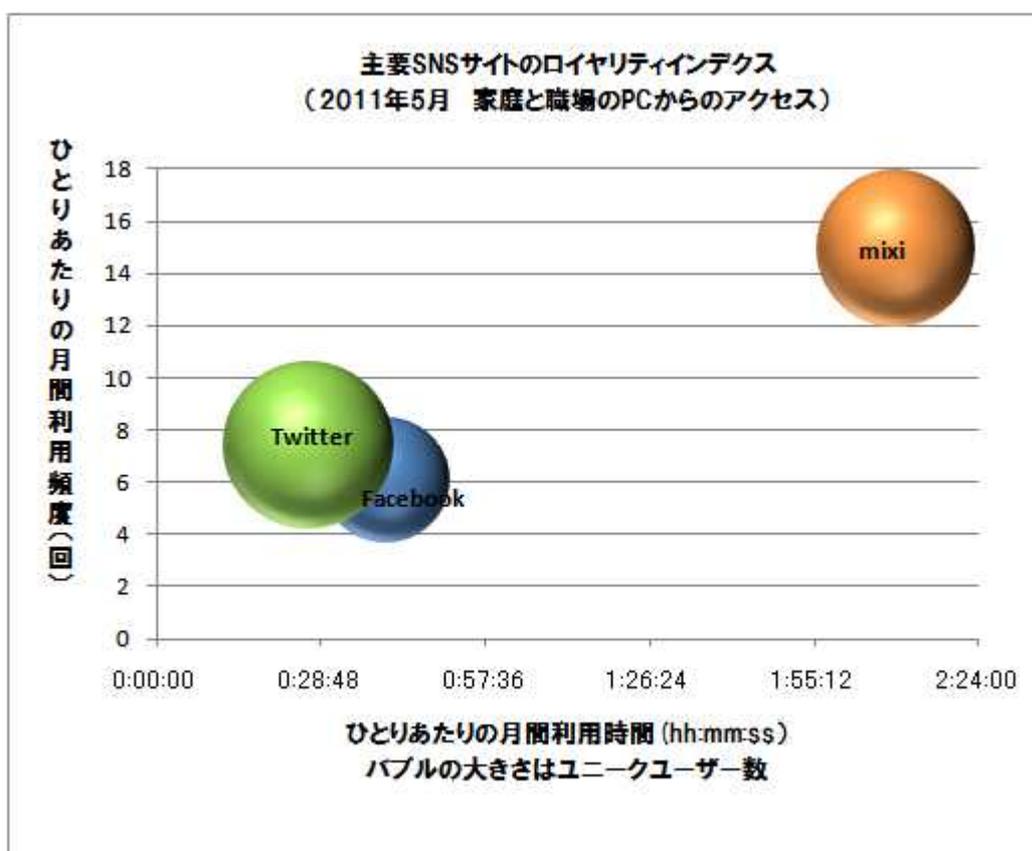
ニールセン・ネットレイティングスのインターネット視聴率 NetView の2011年5月データによる日本の主要SNSサイトの利用動向では、Facebookの引き続き堅調な利用者数の増加が見れる。震災時のピーク値を今月は更新しており、まだまだ成長余力を残していることが見て取れる。一方、Twitterは震災直後の3月をピークに利用者数は減少傾向にある。mixiは震災直後のピークからの落ち込みから若干回復傾向にある。



2011年5月月間 日本の主要 SNS サイトの利用状況
(家庭と職場の PC からのアクセス)

サイト名	利用者数 [単位:千人]	リーチ%	総セッション数 [000]	一人あたり セッション数	総利用時間 (千分)	一人あたり 利用時間 (hh:mm:ss)	ページビュー [千ページ]	一人あたり ページ ビュー
Twitter.com	14,666	23.94	108,399	7.39	391,044	0:26:40	505,900	34
mixi	12,864	21	191,753	14.91	1,668,322	2:09:41	3,038,154	236
Facebook	8,204	13.39	49,572	6.04	330,701	0:40:19	606,506	74

上記の SNS サイトの利用状況を主要な3つのインデックスで比較したのが下記チャートである。3つのインデックスとは利用者数、ひとりあたりの利用頻度、ひとりあたりの利用時間である。この3つの指標によりそれぞれのサイトに対するロイヤリティ度を把握することができる。この図で見ると利用者数では twitter に抜かれた mixi であるが、その健在ぶりが窺われる。

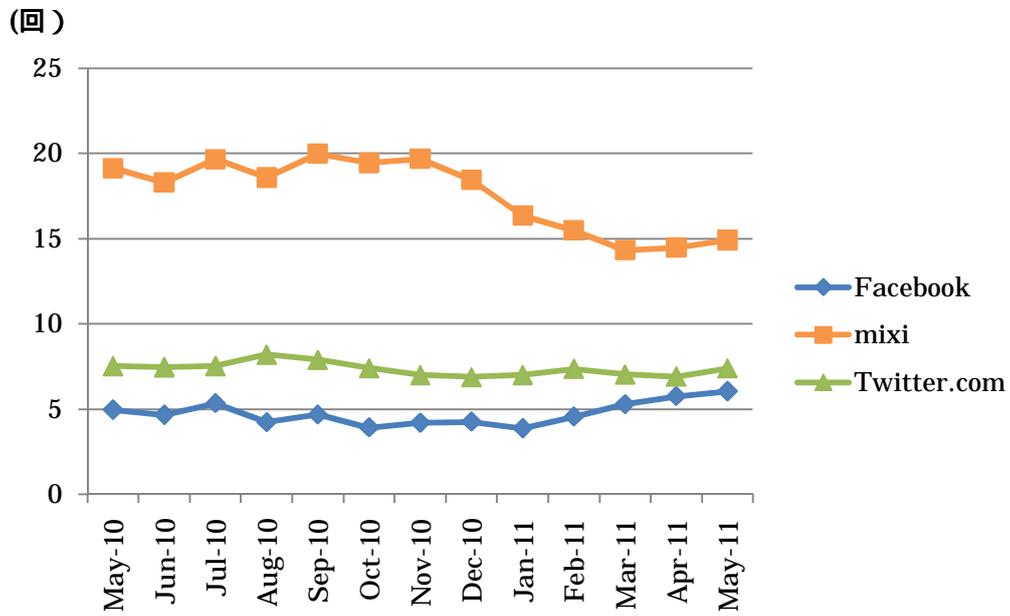


次に各指標の時系列推移を見ていく。

ひとりあたりの月間利用頻度でも Facebook は利用者数の伸びと同様に順調な成長を遂げている。mixi はダウントレンドが持ち直した兆候が見える。また、Twitter はここ1年間ほぼ同じ水準で推移しているのが分かる。

次に、ひとりあたりの月間利用時間をみると、利用頻度と同様に mixi の減少傾向に歯止めがかかった感がある。Facebook と Twitter はここ1年間ほぼ同水準を維持している。

日本の主要SNSサイトのひとりあたりの利用頻度
(家庭と職場のPCからのアクセス)

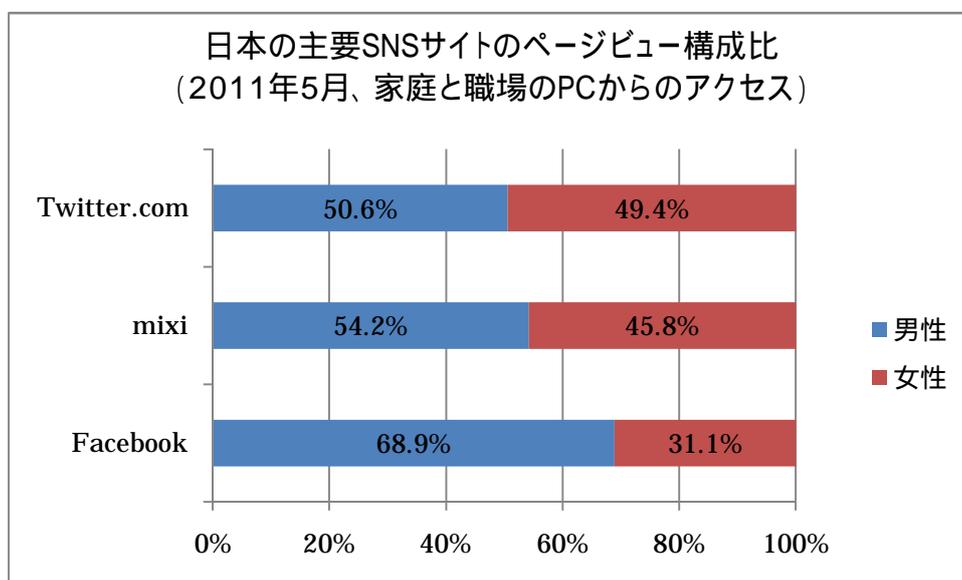
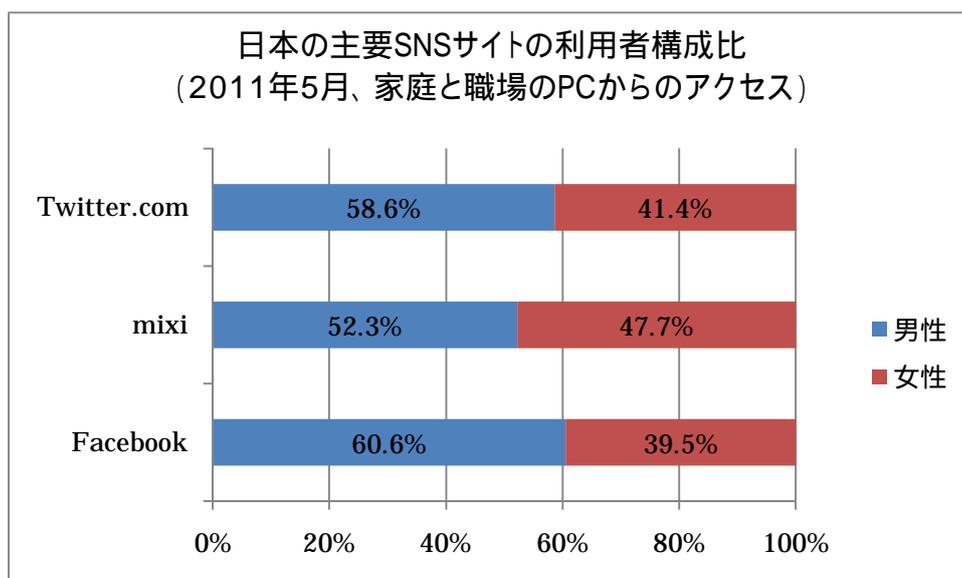


日本の主要SNSサイトのひとりあたりの利用時間
(家庭と職場のPCからのアクセス)

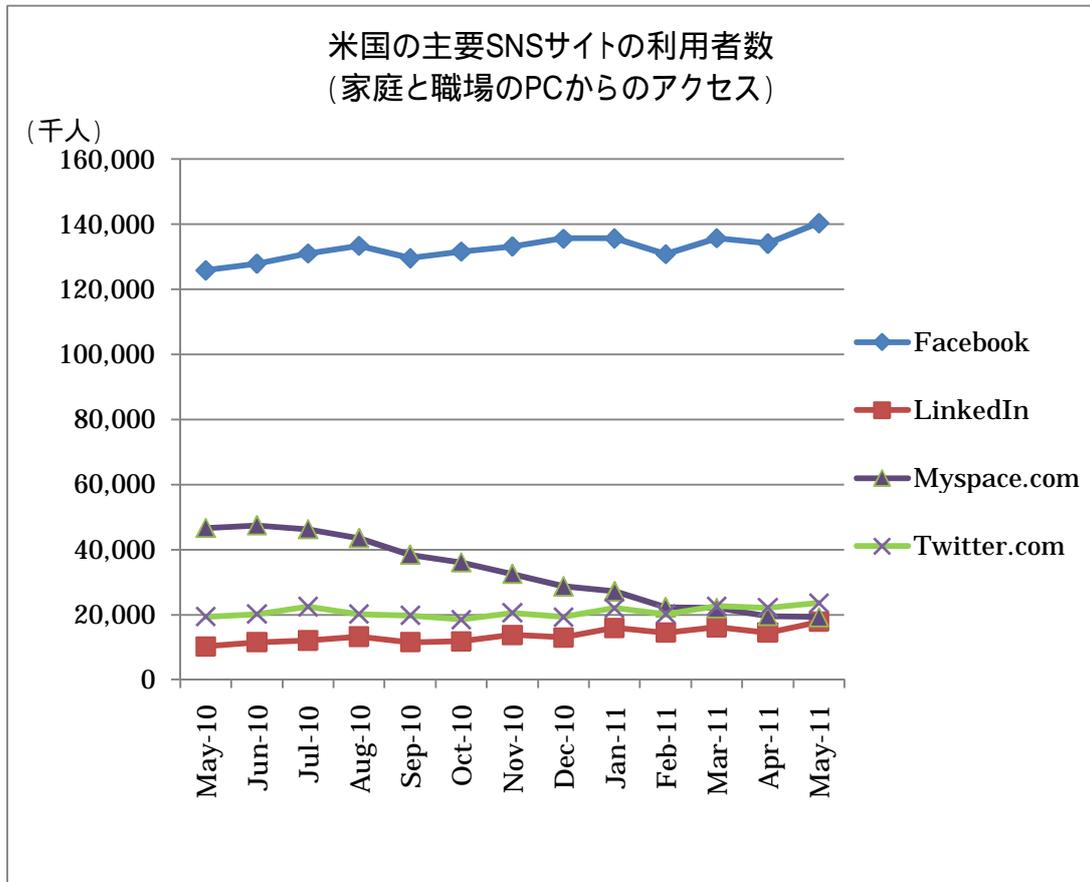


各 SNS サイトの利用状況の構成を見ていくと、利用者構成比では mixi が男女ほぼ半数ずつのユーザー構成であるのに対して、Facebook, Twitter は男性が約 6 割を占め、圧倒的な男性優位にあることが分かる。インターネットの成長過程では往々にして男性ユーザーが先行するケースが多いので、これは両サイトの今後の女性ユーザー数の増加の余地を示していると考えてよいだろう。

一方、各 SNS サイトのページビューにおける男女構成比をみると、全く違った傾向が見える。mixi は利用者構成比とほとんど変わらないページビュー構成比であるのに対し、Twitter では利用者構成比に反して、ページビュー構成比では女性がほぼ半数を占めていることが分かる。女性は男性よりも「つぶやく」回数やそれを閲読する回数が多いのだろう。Facebook では利用者構成比以上に、ページビュー構成比での男性優位が見て取れる。全ページビューの 7 割近くを男性が占めている。



最後に米国における主要 SNS の利用動向をみると、相変わらず Facebook の堅調ぶりがわかる。5月の月間利用者数は米国のみでも1億4千万人に達した。Myspace は凋落傾向であるが、Twitter、LinkedIn は順調な成長を遂げている。



本 Nielsen Wire に記載されている内容・データの著作権はニールセン・ネットレイティングスに帰属します。無断での転載を固くお断り申し上げます。