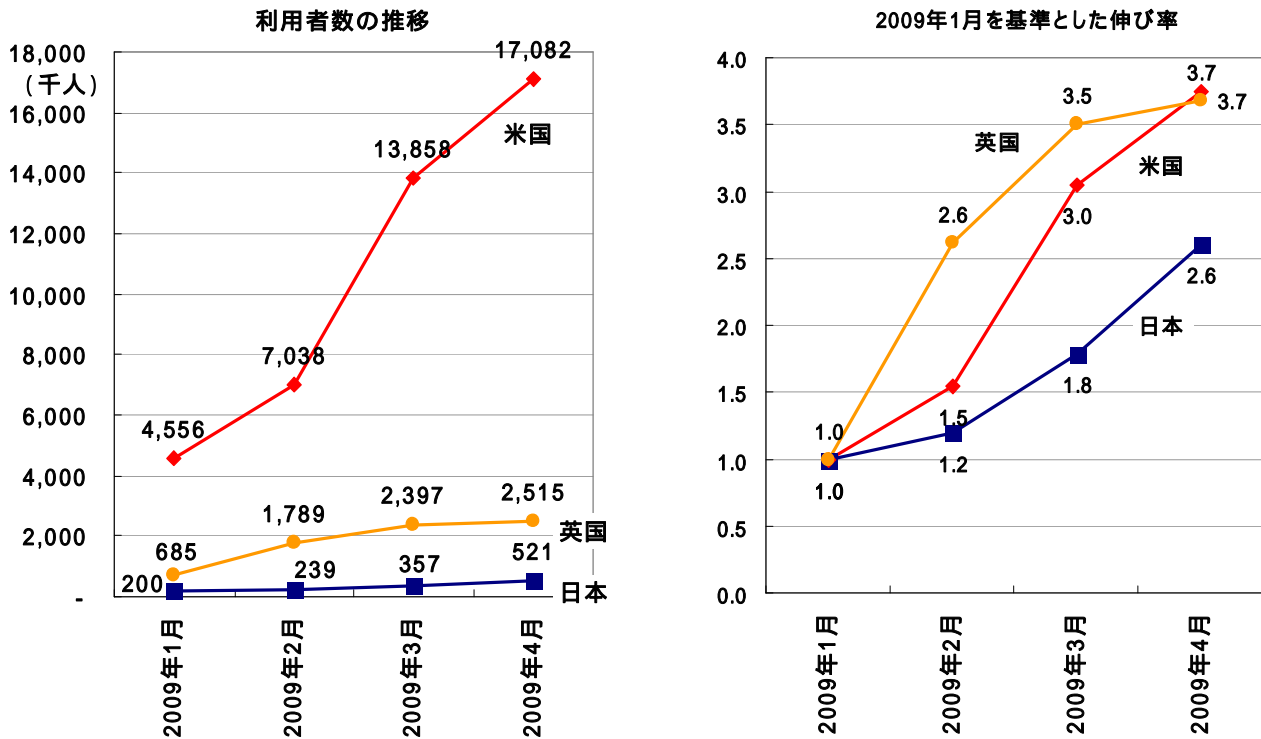


米国発のマイクロブログサービス「Twitter」の利用者が日本でも順調に増加
 ~ ニールセン・オンライン、2009年4月の月間インターネット利用動向調査結果を発表 ~

ネットレイティングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:千葉尚志)は、ニールセン・オンライン(Nielsen Online) が提供するインターネット利用動向調査「NetView」の2009年4月データをまとめました。

それによると、米国発のマイクロブログサービス「Twitter」の利用者が日本でも順調に増加していることがわかりました。Twitter は、ユーザーが短いテキストを投稿し、他のユーザーと共有することのできるコミュニケーションサービスです。米国や英国ではすでに多くの利用者を獲得していて、著名人の情報発信が盛んになっているほか、CNN や NASA などの企業、団体も積極的な活用を進めています。2009年1月以降における利用者数の推移を米国、英国と比較すると、日本は利用者数の規模では及ばないものの、伸び率では順調な上昇傾向を見せています。(図表1)

図表1 Twitter の利用者数推移と2009年1月の利用者数を基準とした伸び率
 (2009年1月~2009年4月、家庭と職場からのアクセス)



また、日本、米国、英国における Twitter の利用状況を比較すると、一人あたりの平均訪問頻度は英国がやや高いものの大きな違いは見られません。一人あたりの平均利用時間は米国の 17 分 33 秒、英国の

27分19秒に比べて、日本は4分57秒と短くなっています。利用者の男女構成比では、米国、英国ともに女性の占める割合がやや高くなっていますが、日本は男性75%、女性25%と、男性の利用が主となっています。(図表2)

図表2 日本、米国、英国の Twitter 利用者数、リーチ、平均訪問頻度、平均利用時間、男女構成比
(2009年4月、家庭と職場からのアクセス)

	日本	米国	英国
利用者数	52万人	1,708万人	252万人
リーチ(ネットユーザー全体における利用率)	0.9%	10.2%	6.8%
一人あたり平均訪問頻度	3.4回	3.5回	4.3回
一人あたり平均利用時間	4分57秒	17分33秒	27分19秒
男女構成比(男性:女性)	75:25	45:55	46:54

弊社シニアアナリストの鈴木成典は、「米国や英国では著名人による Twitter を活用した情報発信が盛んになったことで、利用者数を伸ばしてきています。日本においてはまだ認知度が低く、一部のユーザーがその利便性に気づき始めている段階だと推測されます。今後、米英同様に影響力のある著名人がコミュニケーションツールとして Twitter を選択し情報発信を行えば、利用者数の急増が予想されます。また、Twitter が広く浸透し、多くの利用者を獲得すれば、コミュニケーションツールとして活用を検討する企業も増えてくるでしょう」と述べています。

【ネットレイティングス株式会社 会社概要】

ネットレイティングスは世界100カ国以上でビジネスのためのマーケティング情報を提供している The Nielsen Company 傘下の Nielsen Online との合併会社として1999年5月に設立されました。[インターネット視聴率情報 Nielsen Online NetView](#) の他、[オンライン広告統計 AdRelevance](#) と [AdRelevance EXpenditure](#)、[アクセス解析サービス SiteCensus](#)、[携帯サイトのアクセス解析サービス SiteCensus@Mobile](#)、[全数インターネット視聴率 Market Intelligence](#) などの製品サービスと、それを基にしたカスタマイズデータ作成、各種リサーチと分析を通じ顧客のインターネットビジネスにおける重要な意思決定に貢献しています。その製品とサービスの信頼性と精度はインターネット・サイト運営企業、E コマース企業、広告代理店、広告主より高い評価を得ています。ネットレイティングスのサービス概要及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧になれます。

The Nielsen Company はオランダ(ハーレム)及び米国(ニューヨーク)に本拠を置く世界で最大のインフォメーションおよびメディア・カンパニーです。市場調査(エーシーニールセン)、メディア・インフォメーション(ニールセン・メディア・リサーチ)、業界紙(ビルボード、ハリウッド・リポーター、アドウィーク)、インターネット利用動向調査 Nielsen Online NetView 及び Buzz マーケティングの世界的リーダーである Nielsen BuzzMetrics(ニールセン・オンライン)、モバイル領域のマーケティング情報(ニールセン・モバイル)やトレードショーなどの各業界で認められたブランドを多数所有しています。詳しい情報は、<http://www.nielsen.com/> でご覧になれます。

Nielsen Online は The Nielsen Company の一部門としてインターネット利用動向調査(Nielsen Online NetView)とインターネットのCGM分析(Nielsen BuzzMetrics)を市場に提供しています。Nielsen Online はこの2つのサービスを通じてインターネットユーザーの実際の行動と思考・感性を分析し、インターネットビジネス及びマーケティング領域における意思決定に貢献しています。詳しい情報は、<http://www.nielsen-online.com/> でご覧になれます。

会社名: ネットレイティングス株式会社 英文社名: NetRatings Japan Inc.



本社所在地: 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント9階

資本金: 4億346万円

設立: 1999年5月

代表者: 代表取締役会長兼最高経営責任者 狩野 昌央(かのう まさひろ)

代表取締役社長兼最高執行責任者 千葉 尚志(ちば たかし)

主要株主 : The Nielsen Company (U.S.A)、トランス・コスモス株式会社、株式会社電通ドットコム

#

本件に関するお問い合わせ先:

ネットレイティングス株式会社 広報担当 西村 総一郎・塚越 美文

電話:(03)4363-4200

e-mail: press@netratings.co.jp