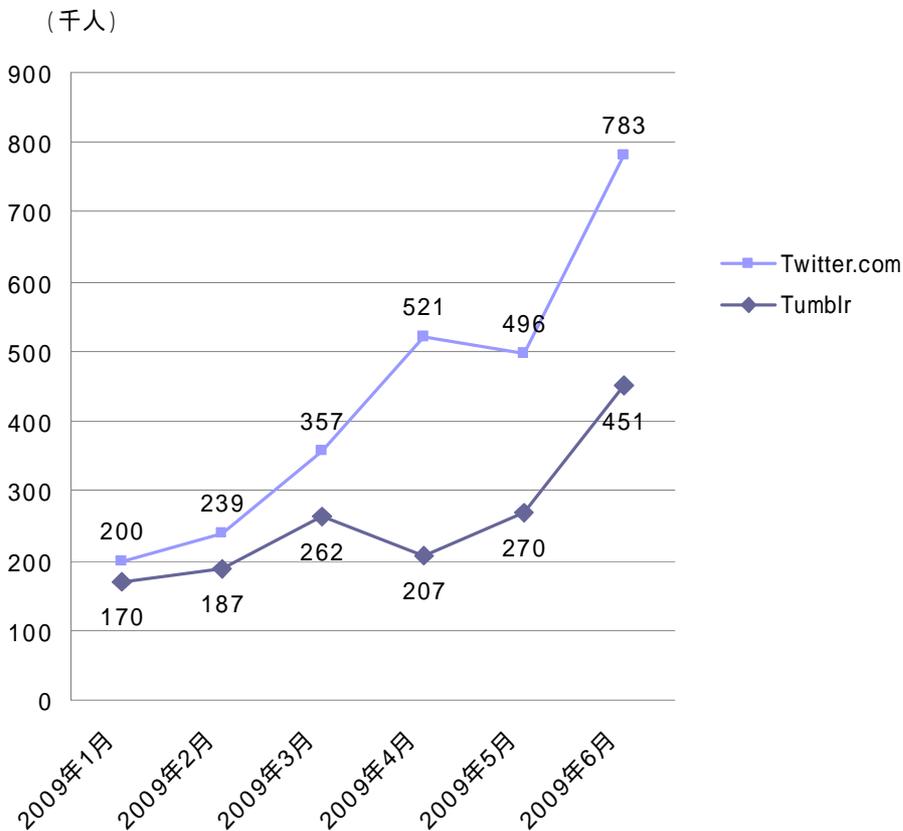


ブログサービス「Tumblr」のサイト訪問者が Twitter とともに増加中
 ~ ニールセン・オンライン、2009年6月の月間インターネット利用動向調査結果を発表 ~

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6月データをまとめました。

それによると、米国発のブログサービス「Tumblr(タンブラー)」のサイト訪問者が日本で増加していることがわかりました。Tumblr は、テキストや画像を投稿する一般的なブログの機能に加えて、他のユーザーの投稿を自らのブログにクリッピングできるソーシャルブックマークのような機能も持ったサービスです。Tumblr に先行してサイト訪問者を伸ばしている Twitter 同様、気になるユーザーを登録し、彼らの投稿をウォッチすることも可能です。Twitter は日本でも、影響力のある著名人や企業の情報発信での利用が盛んになり、サイト訪問者を伸ばしていますが、Tumblr も Twitter の認知率アップに伴って徐々にサイト訪問者が増加しています。(図表1)

図表1 Tumblr, Twitter のサイト訪問者数推移
 (2009年1月~2009年6月、家庭と職場からのアクセス)



Tumblr と Twitter の利用者構成を比較してみると、Tumblr は男女比が 65:35 で、Twitter に比べて男性の利用者の割合が多くなっています。また、年齢別に見ると 35-49 歳の利用者が多い Twitter に対して、Tumblr は 50 歳以上の利用者の比率が多くなっています。2 つのサイトの利用者の重なりを見ると、Tumblr 利用者の 12% が Twitter を併用し、Twitter 利用者の 7% が Tumblr を併用しているに過ぎないことがわかりました。(図表 2)

図表 2 Tumblr と Twitter の利用者構成
(2009 年 6 月 家庭と職場の PC からのアクセス)

カテゴリ	属性	Tumblr	Twitter
		利用者数構成(%)	利用者数構成(%)
性別	男性	65	58
	女性	35	42
年齢	2 - 19	6	5
	20 - 34	39	33
	35 - 49	30	45
	50 +	25	17

Tumblr と Twitter の重複利用状況(%)
(2009 年 6 月 家庭と職場の PC からのアクセス)

サイト名	Tumblr	Twitter.com
Tumblr	*	12
Twitter.com	7	*

弊社シニアアナリストの鈴木成典は、「Twitter ではユーザーが日常の考えや行動をテキストで投稿するのに対し、Tumblr では他のユーザーの投稿したテキストや画像を引用、転載するといった利用が盛んです。利用形態の違いから、両者はユーザーを奪い合うことがなく、ともに訪問者数を伸ばしています。Twitter は対前月比 57%増で訪問者数 100 万人の大台が見えて来ました。一方、Tumblr は対前月比 67%増と急成長しているように見えます。しかし、Twitter に比べると、インターフェースの日本語化が行われていない点、多機能であるがゆえに利用への敷居が高く感じられる点、著名人や企業の積極的な利用が想定されない点など、Twitter のような成長を持続させるための課題が残っています。」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 との合弁会社として 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](#)、[CGM 分析サービス BuzzMetrics](#)、[モバイル利用動向調査 KeitaiView](#) 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)やトレードショウ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
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

#

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 / 担当アナリスト 鈴木 成典
電話:(03)4363-4200
e-mail: press@netratings.co.jp