

ニールセン・オンライン、CGM 分析サービス「BuzzMetrics(バズメトリクス)」の提供を開始 ～インターネット上のクチコミをお客様に役立つ情報としてレポート～

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、インターネット上の消費者の意見を分析するサービス「BuzzMetrics(バズメトリクス)」を 7 月 30 日から日本での提供を開始します。

インターネット人口は、2009 年 3 月時点で家庭から実際にインターネットを利用した人口が 4900 万人に達しています。また、ひとりあたりの月平均利用時間も拡大を続けており、直近では 23 時間 30 分に達しています。今やインターネットはテレビに次ぐ第 2 の巨大メディアに成長しようとしています。

インターネットの量的利用の拡大と並行し、一般のインターネット利用者自らが書き込み/投稿を行うブログや SNS、電子掲示板、Q&A サイトなどに代表される CGM (Consumer Generated Media)が隆盛を極めていきます。

また、消費行動プロセスの中に CGM のユーザー・エクスペリエンスが大きな位置を占めるようになってきております。Nielsen が今年 4 月に世界 50 カ国で一斉に実施した「信頼できる情報源/宣伝媒体」調査によれば、「インターネット上の消費者の意見」は 70%の人が信頼できると回答し、90%の人が信頼できると回答した「知人による直接の推奨」に次ぐ信頼できる情報源であるとの結果が出ています。このようなインターネット上での消費者の発言や意見が企業マーケティング全般に及ぼす影響を無視できない状況になってきています。

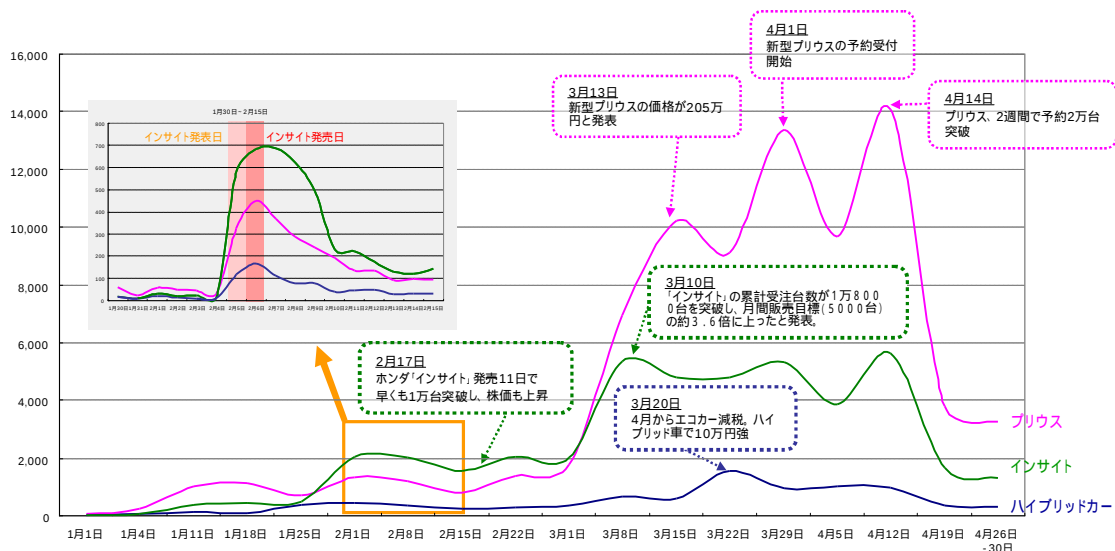
BuzzMetrics の高度なデータマイニングプラットフォームは多くのインターネット上の消費者の声を収集し、それを精査したうえで、お客様のニーズに最適な分析と深いインサイトを提供します。また、BuzzMetrics サービスは米国、英国、ドイツ、スペイン、イタリア、オーストラリア、ニュージーランドで各国語に対応して提供しています。また、日本と同時に中国でのサービスも開始しますので、欧米アジア圏の CGM 上の消費者の声を、横断的に同一手法、同一定義によるワンストップ・サービスとして分析をご提供できます。BuzzMetrics サービスは Nielsen Online の CGM 分析専門アナリストがクライアントと共に課題に対する十分な話し合いをおこなった上で調査を設計し、分析を提供します。また、クライアント自身が日々変化する消費者の声をリアルタイムでモニターするためのダッシュボード「My BuzzMetrics」サービスも提供いたします。

ネットレイティングス株式会社代表取締役社長の千葉尚志は「Nielsen Online はインターネットエリアの消費者の声を分析するという手法を 1999 年から開始しています。消費者自身が発言し、情報を発信する媒体である CGM という言葉自体も、実は Nielsen が創り出した言葉です。私たちは 10 年に及ぶ CGM 分析の経験で得た知見を通して、世界規模の CGM を対象とする、より良い分析をお客様に提供していきたいと考えています。また、Nielsen Online はネット視聴率、オンライン広告統計などのインターネット上の Buzz の動静に密接に関連するデータを計測していますので、それらと Buzz ボリュームとの相関分析をご提供できます。」と述べています。

Nielsen Online は日本市場での BuzzMetrics サービスの開始に先立ち、自主調査として「エコロジー製品・ハイブリッドカー Buzz 分析」を実施しました。それによると、トヨタのハイブリッドカー新型プリウス発売前の Buzz (2009 年 1 月～4 月) を対象とした結果から、以下のようなことがわかりました。

- 1) ホンダのハイブリッドカーのインサイトとプリウスの Buzz ボリューム・トレンドには高い相関関係が見られた。2 車種を常に比較しながら語られていた状況が伺えた。
- 2) インサイト、プリウスともよく語られている内容は「価格と燃費」。インサイトの価格については好意的なコメントが多く、価格の高いハイブリッドカーのイメージを変えた。
- 3) CGM にプリウス、インサイトに関する意見を述べた消費者が接触した情報源の中では、ブログとニュースの割合が高かった。次いでテレビ広告、ウェブサイト。プリウスの予約受付が 4 月 1 日 (発売は 5 月 18 日) 開始のため、プリウスは「ブログ」の接触割合がインサイトに比べて多くなっている。

図表1 Buzz 記事件数(ボリューム)の週間トレンド(2009 年 1 月～4 月)



日別記事件数の相関係数

	プリウス	インサイト	ハイブリッド
プリウス	1.00	0.90	0.73
インサイト	0.90	1.00	0.76
ハイブリッド	0.73	0.76	1.00

CGM(Buzz)分析とは

お客様のブランド、プロダクト、およびサービスについて消費者がどう感じているかをモニターします。

- お客様のブランド、企業について、具体的に何が語られているか
- オンラインで話される内容が、どのようなブランドイメージとなっているか
- ブランド評価に影響すると思われるイベントや流行、課題は
- 他社ブランドとの競合関係を踏まえつつ、自社ブランドが健全であるか

さまざまな分析軸で消費者の声を可視化します。

- 情報のボリューム(多寡)やトレンド(時系列変化)をみる

- 書き込みやコメントについて、好意/非好意別の割合をみる
- ブランド/カテゴリー/商品毎に評価割合をみる
- お客様のブランドと競合ブランドを比較 / 差別化要因を探る

オンライン・バズの分析手法の特徴

- アンケート調査などの構造的な調査手法に対して、「非構造的な調査手法」である
- アンケート調査のように事前にフレーム(質問項目)を決定する必要がない
- 調査バイアスのない多様なデータソースから意味のあるインサイト情報が収集できる
- タイムリー又は継続して、特定テーマについての意見・意識情報を収集できる
- 分析視点に「時系列」(日、週、月)を加えられる
- ブランド(特定テーマ)に関連するマーケティング情報を収集できる
- 特定商品やサービスの使用感・利用感は、消費者の評価として特に重要である
- 制約のない自由な意見、構えのない本質に迫る意見を収集できる
- 何が役立つ意見・情報が、書き込む人の言いたいポイント(本質)を見極める

CGM 分析サービス「BuzzMetrics(バズメトリクス)」に関して

サービス概要

- 調査対象 CGM(日本): ブログ、及び、掲示板など 約 200 サイト以上
- レポート形式: アナリストによるインサイトレポート(オフライン)
- レポートご提供までの期間: 1 ヶ月 ~ 1.5 ヶ月 (レポート内容により変動)
- 標準分析レポート提供価格: 250 万円(税別) ~ (レポート内容、対象国により変動)
- ダッシュボード機能「My BuzzMetrics」ご利用料金 30 万円/月額・税別

【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](#)、[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

電話:(03)4363-4200

e-mail: press@netratings.co.jp