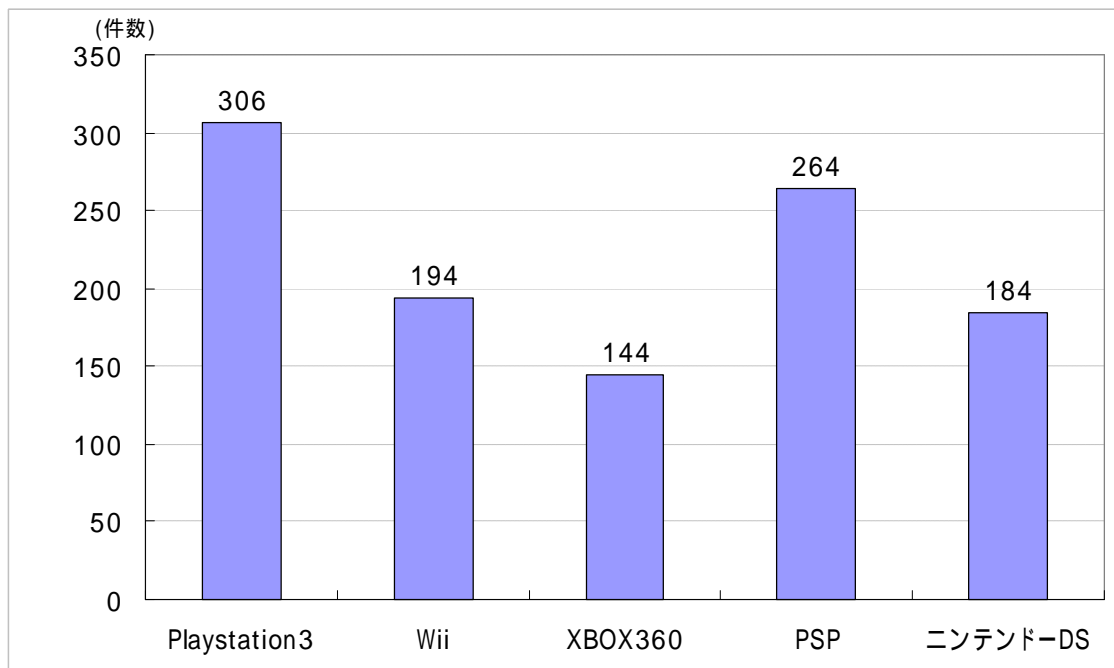


**東京ゲームショー 2009 の話題の中心は Playstation3  
～ニールセン、東京ゲームショー 2009 の CGM スナップショットを発表  
「BuzzMetrics(バズメトリクス)」によりイベント効果を可視化～**

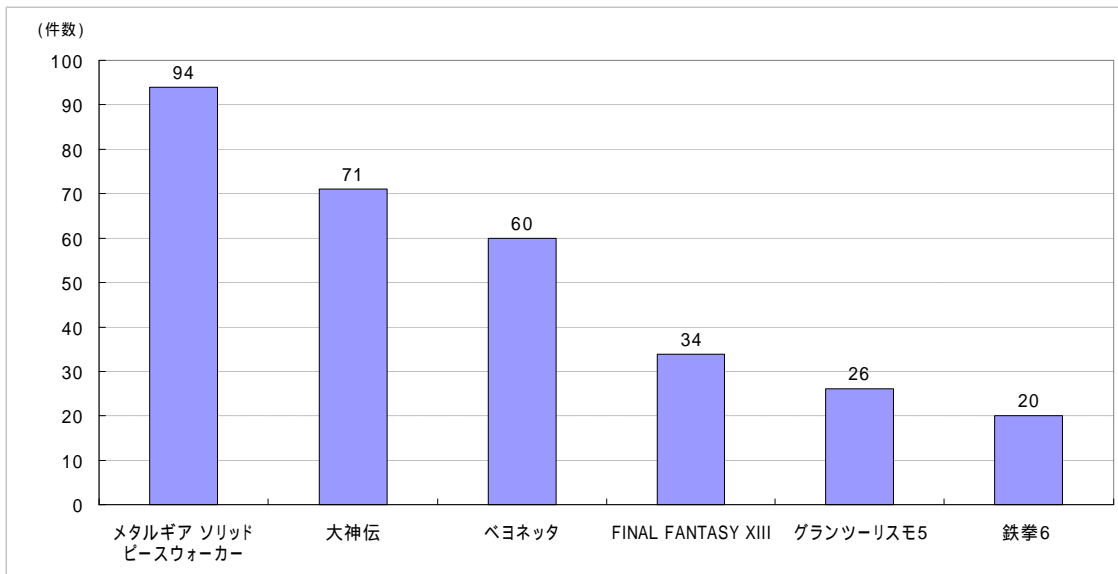
ネットレイティングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:千葉尚志)は、2009年9月24日(木)～9月27日(日)に幕張メッセで開催された「東京ゲームショー 2009」について、一般のインターネット利用者自らが書き込み/投稿を行うブログや SNS、電子掲示板、Q&A サイトなどに代表される CGM (Consumer Generated Media)における反応を、BuzzMetrics でスナップショット分析しました。

それによると、ゲーム機別のバズボリュームは「Playstation3」が最も多く、「PSP」がそれに次いでおり、ソニー・コンピュータエンターテインメントのゲーム機が今回のゲームショーの話題の中心だったことがわかりました。また、ゲームソフトタイトル別では「メタルギア ソリッド ピースウォーカー(コナミ)」のバズボリュームが最も多く、次いで「大神伝(カプコン)」が話題に上っていました。話題の中心であったメタルギア ソリッド ピースウォーカーを実際に操作したユーザーの書き込みには「思っていたより面白かった。ちょっとほしい」という肯定的な意見と共に、「右側のボタンによるカメラ操作は慣れないと違和感バリバリ」、「ムズいっすね」というような操作性に対する否定的な意見も見られました。また、メーカーブース別のバズボリュームはカプコンがトップで以下、コナミ、セガ、ソニー・コンピュータエンターテインメントの順となっていました。(図表1、2及び3)

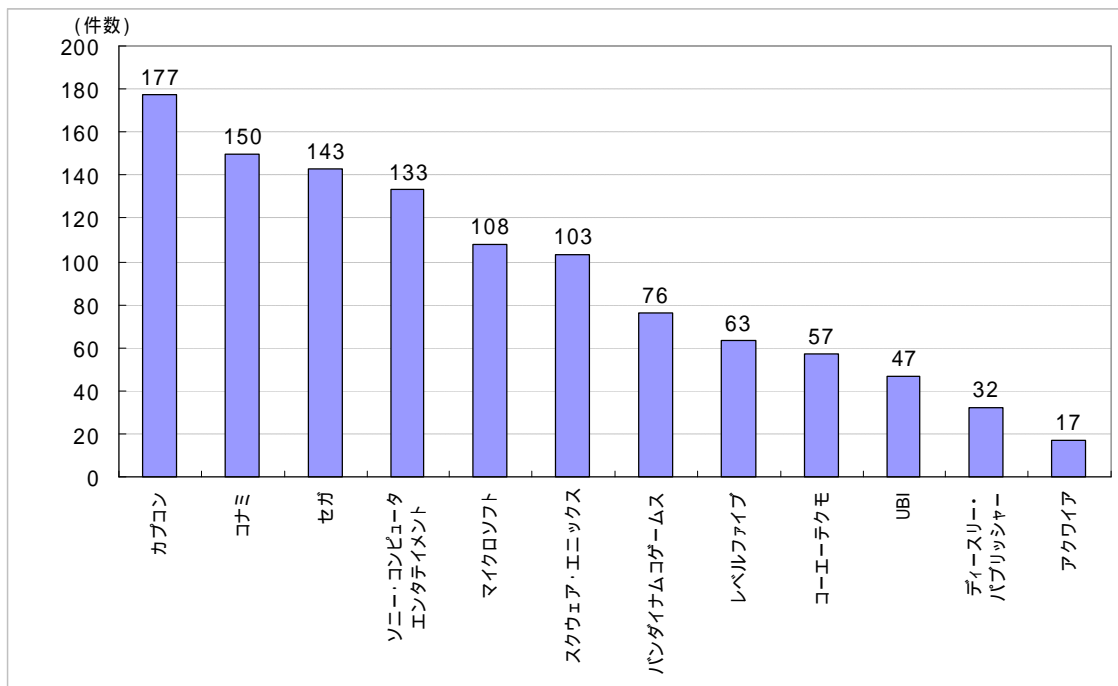
**図表1 東京ゲームショー 2009 のゲーム機別バズボリューム (2009年9月1日～30日)**



図表2 東京ゲームショウ 2009 のゲームタイトル別バズボリューム (2009年9月1日～30日)

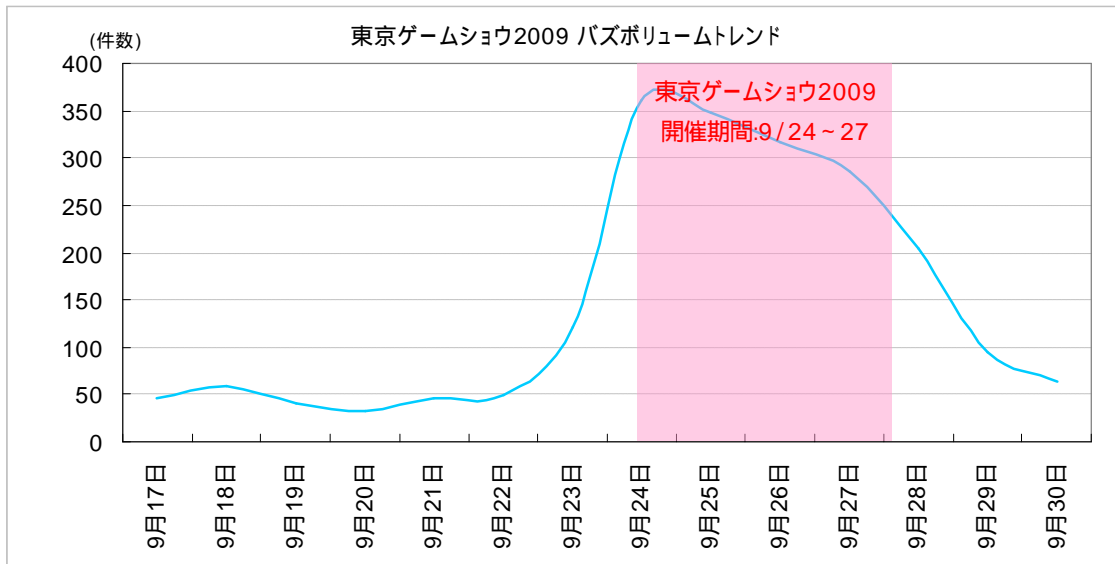


図表3 東京ゲームショウ 2009 のメーカー別バズボリューム (2009年9月1日～30日)



また、9月中の東京ゲームショウ 2009 に関する記事件数は 2,036 件で 9月 24 日(木)の開催日をピークに 1 日平均約 300 件語られており、閉会後の 9月 28 日以降、開催日から約 10 日間かけ緩やかに記事件数が減少していることがわかりました。(図表 4)

図表4 東京ゲームショウ 2009 全体のバズボリューム推移



このようなイベント・展示会には、アーリーアダプター(流行に敏感で、情報収集を自ら行い、判断する人、他の消費層への影響力が大きく、オピニオンリーダーとも呼ばれる)が多く集まっており、彼らの評価が市場普及に影響を及ぼすため、実際に自社/競合の製品・サービス・ブランドがどのように評価されているかがイベント効果を可視化するにあたり重要なテーマとなります。この課題に対して CGM 分析サービス「BuzzMetrics(バズメトリクス)」を用いることにより、プロモーション内容の評価、イベントにおけるコミュニケーション評価や市場流通前の体験評価を測ることができます。また、これにより製品・サービスそのものやコミュニケーションメッセージの改善を有効に実現することができます。

また、市場において自社・競合の製品・サービスが成熟して来た場合においても、消費者の体験を分析し、可視化することができるので、バリューチェーンの随所で CGM での反応を取りこむことにより価値活動の改善に活かすことができます。

#### 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 The Nielsen Company 傘下の合弁会社として 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 NetRatings 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](#)、 [モバイル利用動向調査 KeitaiView](#)、



[CGM分析サービス Nielsen BuzzMetrics](#)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** (ニールセン・カンパニー)は世界最大の情報・メディア企業で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報を提供しています。また、トレードショーの開催や業界紙(ビルボード、ハリウッド・リポーター、アドウィーク)を出版しており、各分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークの本社を拠点とし、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ <http://www.nielsen.com/> をご覧ください。

# # #

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](mailto:press@netratings.co.jp)