

* 本プレスリリースは 2008 年 8 月 12 日に米国 The Nielsen Company が配信したニュースリリースの翻訳を掲載したものです。

BRIC 諸国のモバイル・インターネットの成長原動力はエンターテインメント 欧米市場では情報・ニュース利用が主力

2008 年 8 月 12 日 米国カリフォルニア州サンフランシスコ市 - ニールセン・カンパニーの調査によると、モバイル市場が成長している BRIC 諸国のブラジル、ロシア、インド、中国で、モバイル・ユーザが最も利用しているウェブサイトは、エンターテインメントをテーマにしたサイトであることがわかりました。これは BRIC 各国に先んじている欧米のモバイル・インターネット市場と比べると対照的で、欧米では、モバイル・ユーザは情報・ニュースコンテンツを最も多く利用しています。

ニールセン・カンパニーが本日発表したレポートによれば、BRIC 諸国では利用者数の多い上位 5 位のウェブサイト・カテゴリに、エンターテインメント、ゲーム、音楽サイトがランクインしています。一方で、これらのエンターテインメント系のカテゴリは、欧米市場では上位ランキングには入っていません。

モバイル・インターネット・ウェブサイトの上位 5 カテゴリ ()内は利用率%

順位 / 国・地域	ブラジル	ロシア	インド	中国	米国	欧州
1	Eメール (57%)	エンターテインメント (34%)	ゲーム (38%)	エンターテインメント (55%)	Eメール (65%)	Eメール (46%)
2	音楽 (27%)	検索 (29%)	Eメール (33%)	ゲーム (36%)	天気 (41%)	検索 (25%)
3	エンターテインメント (25%)	Eメール (24%)	エンターテインメント (21%)	音楽 (31%)	検索 (29%)	ニュース・政治 (24%)
4	ゲーム (18%)	音楽 (24%)	音楽 (18%)	ニュース・政治 (26%)	ニュース・政治 (26%)	天気 (24%)
5	ニュース・政治 / 映画 (同率5位: 12%)	ゲーム (24%)	スポーツ (15%)	ビジネス・ファイナンス (18%)	都市ガイド・地図 (24%)	スポーツ (22%)

出典：モバイル・メディア市場レポート、ニールセン - BRIC 諸国、米国、欧州 2008 年 Q1

欧米のモバイル・インターネット・ユーザは、Eメール、天気予報、ニュース、検索の各カテゴリのコンテンツを最も多く利用しています。また、米国ではエンターテインメントが 8 位、音楽が 9 位、ゲームが 10 位にランクインしているのに留まっています。この調査結果は、BRIC 諸国のモバイル・インターネット・ユーザがエンターテインメント・コンテンツの提供をモバイル・インターネットにより多く依存しているのに対し、米国と欧州のユーザはモバイル・インターネットを情報源として見ていることを示唆しています。

ニールセン・モバイルのメディア担当副社長 ジェフ・ハーマンは、「欧米市場では PC によるインターネットのブロードバンド環境のインフラ整備により 10 年以上も前からインターネット・ユーザのエンターテインメントに対するニーズを満たしてきました。また、最近では iPods 等のデバイスを通じてこのニーズを満たしています。一方、ブラジル、ロシア、インド、中国のユーザは、PC 版のブロードバンド・インフラを基にしたコンテンツ配信を十分に利用できません。その代替手段としてモバイル・インターネットを利用することにより、PC によるサービスの補完をしています。」と述べています。

国別モバイル・インターネット普及率

国	モバイル・インターネット普及率
米国	15.6%
英国	12.9%
イタリア	11.9%
ロシア	11.2%
スペイン	10.8%
フランス	9.6%
ドイツ	7.4%
中国	6.8%
ブラジル	2.6%
インド	1.8%

出典：モバイル・メディア市場レポート、ニールセン 2008年 Q1

注：モバイル・インターネット普及率にはウェブ・ベースのEメールとIMは含まれません

上記のデータは、ニールセンが発売する「モバイル・メディア市場レポート(Mobile Media Marketplace report)」から引用されたものです。ニールセンは現在、モバイル市場の発展とモバイル・メディアの消費拡大に対する世界レベルの統一的視点による見解を提供するため、BRIC 諸国でのモバイル利用行動を測定しています。

また、同レポートではモバイル・インターネットが世界的に勢いを増し続けていることも明らかにしています。ロシアでは11%以上のモバイル・ユーザが、モバイルからインターネットへアクセスし、米国、英国、イタリアの後を追っています。

中国のモバイル・インターネット普及率は6.8%で、ドイツと肩を並べつつあり、ブラジルとインドがこれを追っています。現状のブラジルとインドの普及状況は、より幅広いモバイル・インターネットの普及に向けた重要な第一歩です。

同副社長は、「モバイル・インターネットが、家庭や学校で常にインターネットにアクセスすることができない国での格差を埋めています。またモバイル・データ・サービスの発展は、ブラジル、ロシア、インド、中国等に驚異的な経済効果をもたらすでしょう。」と述べています。

現在、ニールセンの「BRIC 諸国のモバイル・メディア市場レポート」と「モバイル・デバイス・レポート」がご利用頂けます。これらレポートはマーケティングに消費時点(Point of Consumption)での消費者との関係を構築する際に非常に大きな機会創出を提供します。本レポートに対するお問い合わせは下記まで。

本レポートのお問合せ先

ネットレイティングス株式会社 セールス&アナリティクス

電話 03-4363-4201 e-mail sales@netratings.co.jp



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。

【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。

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 萩原 雅之(はぎはら まさし)

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