

**Q&A サイトや「ウィキペディア」は職場でも重用、意外と高い「2ちゃんねる」の職場利用
 ~ニールセン・オンライン、2008年11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:萩原雅之)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2008年11月データをまとめました。

「NetView」は10月より集計方法や指標に関して全面的なリニューアルを行いました。新仕様では、従来の「家庭のみ」「職場のみ」の集計に加えて、「家庭・職場全体」でのユニークユーザー数や利用時間を推計し、標準指標として利用します。

それによると「Yahoo!知恵袋」や「教えて!goo」などのQ&A サイトやインターネット百科事典「ウィキペディア」に代表される知識共有系CGMサイトの利用者数は家庭のみの利用に比べて家庭・職場全体のユニークユーザー数が大幅に増加し、職場でも重用されるコンテンツであることが分かりました。

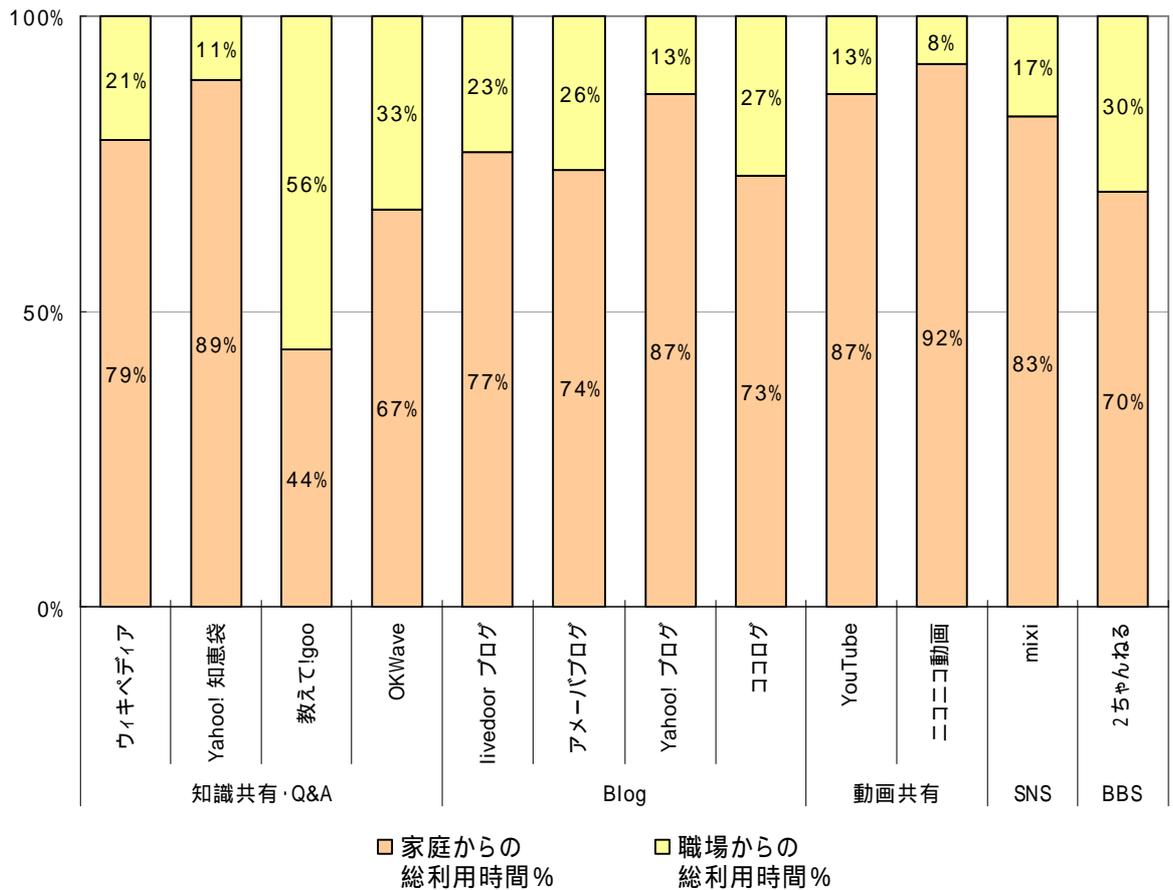
ウィキペディアは家庭のみの利用者数と家庭・職場全体のユニークユーザー数を比較すると518万人も利用者数が増加します。「Yahoo!知恵袋」、「教えて!goo」、「OKWave」などのQ&A サイトは増加率28%から44%と軒並み利用者数が増加しています。また、ネット掲示板「2ちゃんねる」や各ブログサイトも3割前後、利用者数が増加しています。一方、SNSの「mixi」や動画共有サイト「YouTube」、「ニコニコ動画」の利用者数の上積みは少なく、家庭からの利用が主であることがわかりました。

図表1 CGMの「家庭・職場全体」と「家庭のみ」の利用者数比較 (2008年11月)

| カテゴリ | サイト名 | 家庭からの利用者数 (千人) | 家庭と職場の利用者数 (千人) | 差分 (千人) | 増加率 |
|----------|--------------|----------------|-----------------|---------|-------|
| 知識共有・Q&A | ウィキペディア | 18,051 | 23,240 | 5,189 | 28.7% |
| | Yahoo! 知恵袋 | 13,112 | 16,885 | 3,773 | 28.8% |
| | 教えて!goo | 7,211 | 10,045 | 2,834 | 39.3% |
| | OKWave | 5,051 | 7,308 | 2,257 | 44.7% |
| Blog | livedoor ブログ | 13,608 | 17,168 | 3,560 | 26.2% |
| | アメーバブログ | 12,691 | 15,570 | 2,879 | 22.7% |
| | Yahoo! ブログ | 9,569 | 12,343 | 2,774 | 29.0% |
| | ココログ | 9,046 | 12,056 | 3,010 | 33.3% |
| 動画共有 | YouTube | 15,067 | 17,572 | 2,505 | 16.6% |
| | ニコニコ動画 | 6,292 | 7,669 | 1,377 | 21.9% |
| SNS | mixi | 7,020 | 8,110 | 1,090 | 15.5% |
| BBS | 2ちゃんねる | 8,994 | 11,701 | 2,707 | 30.1% |

総利用時間でみても知識共有系 CGM サイトの職場での利用率が高いことが分かりました。特に「教えて! goo」は職場での総利用時間が全体の 56%となっており、家庭からの利用時間よりも長くなっています。「2ちゃんねる」も職場での利用時間比率が全体の約 3 割を占めています。一方、ネット全体で総利用時間に大きな比率を占める動画共有系 CGM サイトですが、職場での利用時間比率は「YouTube」(13%)、「ニコニコ動画」(8%)と共に低くなっています。(図表2)

図表2 CGM の家庭と職場の総利用時間比率 (2008 年 11 月)



弊社代表取締役社長兼ニールセン・オンラインチーフアナリストの萩原雅之は「知識共有系 CGM はネットの特性を最大限に活かしたサイトであり、アクセス・ロケーションに依存しない支持を受けているようです。一方、同じ知識共有系 CGM であっても総利用時間指標で見るとサイト間に利用状況の違いが見られます。ウェブサイトの利用状況を正確に把握するためには、従来の家庭からのアクセスデータのみでの分析では不十分で、家庭・職場全体、あるいは家庭、職場それぞれの利用動向を分析することによりサイトの特徴が明らかになります。」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 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