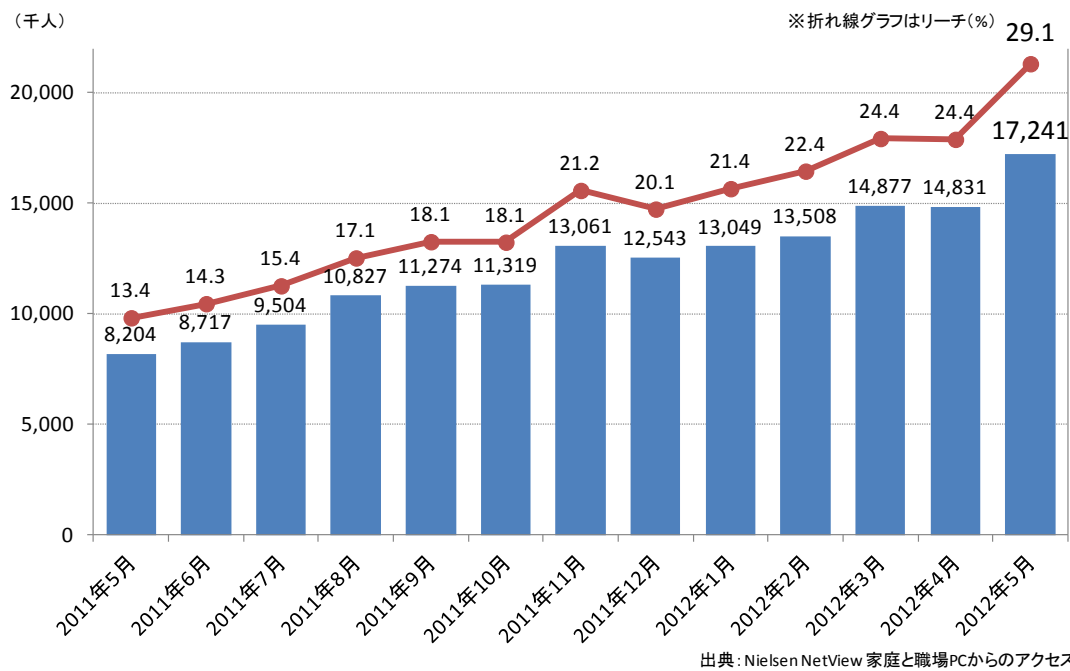


上場した Facebook の国内訪問者数が 1,700 万人を突破、ネットユーザーの約 3 割が利用
～ニールセン・ネットレイティングス、2012 年 5 月のインターネット利用動向調査結果を発表～

ネットレイティングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役会長:福徳俊弘)は、ニールセン・ネットレイティングス (Nielsen/NetRatings) が提供するインターネット利用動向調査「NetView」の 2012 年 5 月データをまとめました。

それによると、5 月 18 日に米ナスダック市場に株式を上場したソーシャルネットワーキングサービス(以下、SNS)の Facebook の日本国内のサイト訪問者数が 1,724 万人に達したことが分かりました。これは前月の 1,483 万人と比較すると 241 万人増と大幅な増加となっています。また前年同月の 820 万人に対しては 2.1 倍となっており、年間を通して訪問者の増加傾向に衰えは見えません。またリーチ※においては 29.1%となりインターネット利用者の約 3 割が訪問しているという状況です。(図表 1)

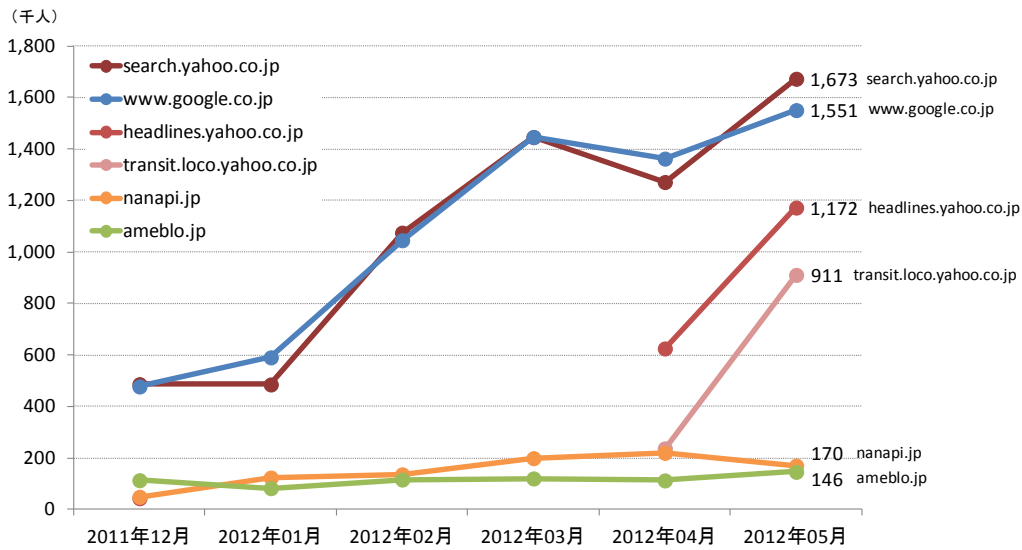
図表 1 Facebook の日本国内のウェブサイト訪問者数の推移



※リーチ…インターネット利用人口を母数とした利用者の割合

Facebook の主要な流入元ドメインと、その流入者数の推移を時系列で示したのが図表 2 です。

図表 2 Facebook の主要流入元ドメインと流入者数推移



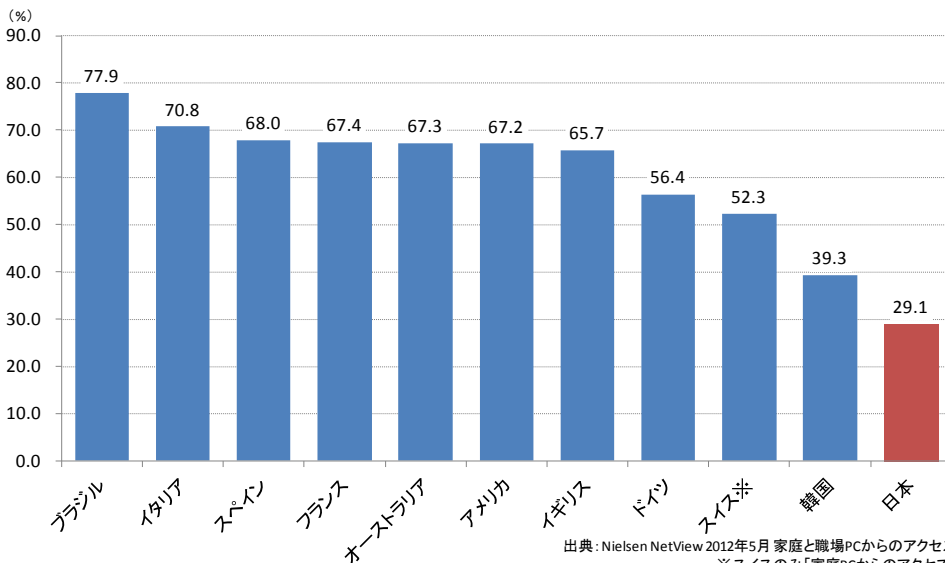
※比較対象のドメインは、ドメイン「www.facebook.com」に対する流入の割合が高いものから一部抜粋。
 ※ドメイン「www.facebook.com」に対する流入の割合が0.3%以下になる場合はプロットしていない。

出典：Nielsen NetView 家庭と職場PCからのアクセス

こちらのグラフを見ると4月から5月にかけて「search.yahoo.co.jp」や「www.google.co.jp」といった検索経由での流入者数が増加していることがわかります。また、4月と5月で「headlines.yahoo.co.jp」や「transit.loco.yahoo.co.jp」といったYahoo! JAPANのコンテンツからの流入が急増している点が特徴的です。これらはFacebookが株式市場上場で大きな話題になったことで検索経由の流入が増えたことや、ヤフーが4月中旬からYahoo! JAPANの主要サービスとFacebookとの本格的な連携を開始したことなどが要因と考えられます。

国内で堅調に訪問者数を伸ばすFacebookですが、各国のFacebookのリーチと比較すると、日本のFacebookのリーチは低いことがわかります。(図表3)

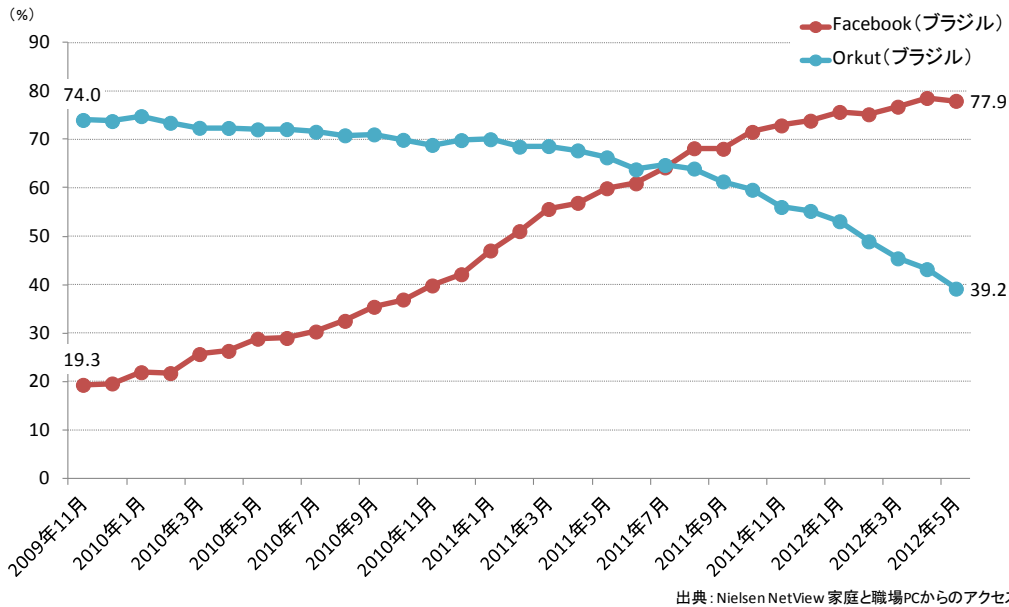
図表 3 各国のFacebookのウェブサイトに対するリーチ



出典：Nielsen NetView 2012年5月 家庭と職場PCからのアクセス
 ※スイスのみ「家庭PCからのアクセス」

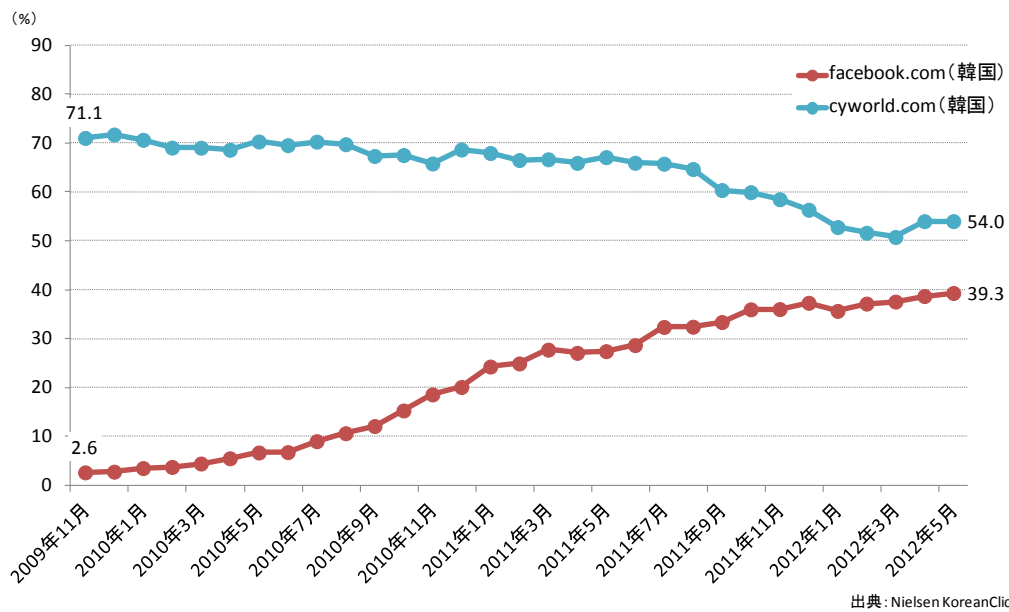
各国のデータのうち、以前から Facebook を上回る利用規模の SNS が存在し、かつ非英語圏という点で、Facebook に対する利用動向が比較的日本に近いと考えられるブラジルと韓国のリーチ推移を示したのが次のグラフです。(図表 4、図表 5)

図表 4 ブラジルにおける Facebook のリーチの推移



比較対象の中では最もリーチが高いブラジルですが、2011年8月にそれまで最大手であった Orkut を逆転し、ブラジルで最も訪問者数が多い SNS となったことがわかります。

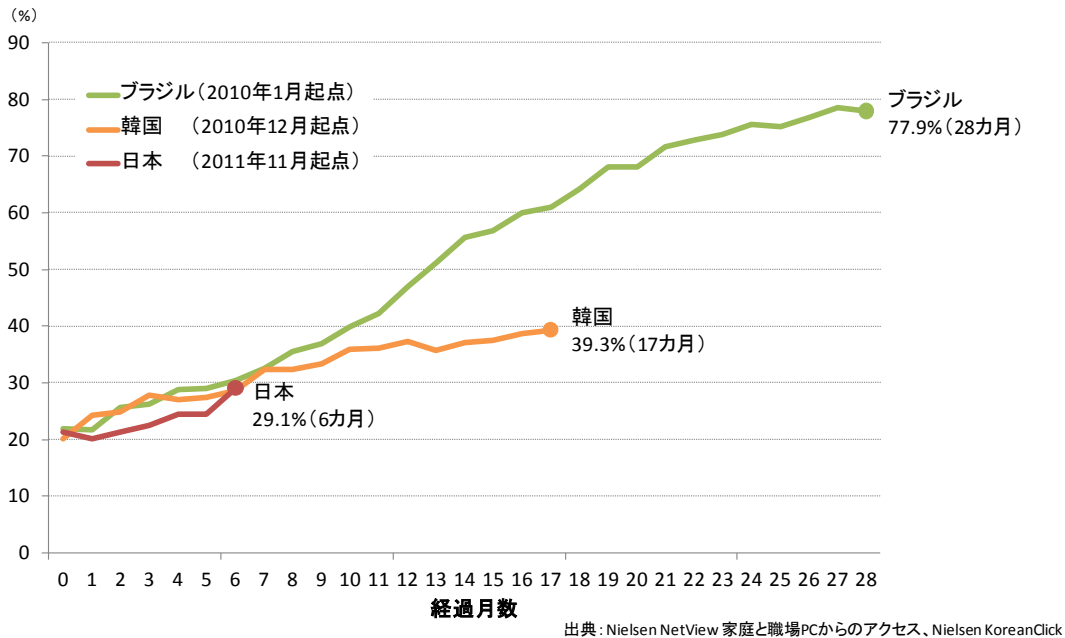
図表 5 韓国における Facebook のリーチの推移



韓国においても Facebook のリーチは着実に増加しており、韓国で最大の訪問者数を誇る Cyworld に迫る勢いです。どちらの国においても、Facebook は過去 2 年以上にわたり堅調に利用規模を拡大してきたこ

とがわかります。ブラジル、韓国、日本のリーチ推移を、リーチが20%を超えた時点を中心として同一のグラフにプロットしたものが図表6です。

図表6 リーチが20%を超えた時点を中心とした各国のFacebookのリーチ推移



ブラジル、韓国、日本のいずれの国においても、20%を超えてから6カ月後には、ほぼ30%までリーチが上昇しています。

弊社シニアアナリストの西村友博は「国内のウェブサイトにおいて特に成長が目立つFacebookですが各国と比較するとそのリーチは低く、まだ十分に成長余地を残しているという見方ができそうです。最近国内では、広告主企業だけでなく大手メディアサイトやポータルサイトでもFacebookを活用してサービスの活性化を図る動きが目立つようになってきました。特に今年の4月中旬から開始されたYahoo! JAPANの主力サービスのFacebook連携は、流入元のデータからもFacebookにとって大きな集客力となっていると言えそうです。訪問者数の増加はFacebookのメディアとしての価値の向上にもつながり、このことがFacebookと他のメディアサイトとの連携にさらに拍車をかける可能性も考えられます。コミュニケーションとウェブサービスのプラットフォームとしての存在感を増しながら、Facebookは日本においてもブラジルや韓国のように今後しばらくは利用規模を拡大し続けるのではないのでしょうか。」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】

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: 1 億円
設立: 1999 年 5 月
代表者: 代表取締役会長兼CEO 福德 俊弘
代表取締役社長兼COO 武智 清訓
主要株主 : ニールセン、トランスコスモス株式会社 など

ネットレイティングスはニールセン、トランスコスモス株式会社などの出資による合弁会社です。ニールセンの消費者視聴行動分析部門の日本法人として、視聴者分析、広告分析、ソーシャルメディア分析の3つのソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、及び分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、E コマース企業、広告会社より高い信頼性の評価をいただいております。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/> でご覧いただけます。

ニールセン・ネットレイティングスが提供しているソリューションと主な製品サービス

視聴者分析ソリューション

インターネット視聴率データ Nielsen NetView、
モバイルインターネット利用動向データ Nielsen KeitaiView、
インターネット基礎調査レポート Nielsen BasicReport など

広告分析ソリューション

オンライン広告統計データ Nielsen AdRelevance、Nielsen AdRelevance Expenditure
広告効果分析サービス Ad Effectiveness など

ソーシャルメディア分析ソリューション

ソーシャルメディア分析サービス Nielsen BuzzMetrics
ソーシャルメディア分析ツール Nielsen MyBuizzMetrics など

ニールセンについて

ニールセン・ホールディングス N.V. (NYSE:NLSN) は世界的な情報・調査企業で、マーケティング及び消費者情報、テレビなどのメディア視聴率、オンラインおよびモバイルのインターネット視聴率を提供しています。また、トレードショーも開催しており、各分野でリーダー的地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークとオランダ・ディーンに本社があり、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(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 小宮山 聖花

電話:(03)4363-4200

e-mail: jpw_press@nielsen.com