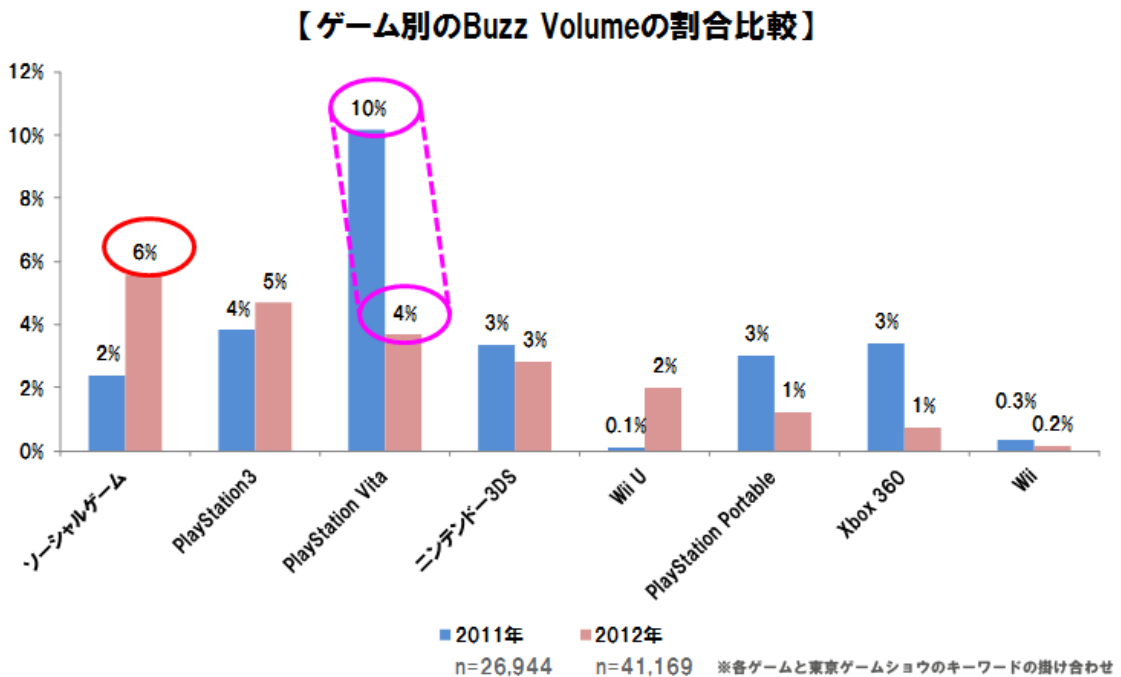


ニールセン株式会社
東京ゲームショウ 2012 を題材にソーシャルメディア分析 BuzzMetrics レポートを刊行
 ～ ソーシャルゲームのバズボリュームが昨年より増加。
 タイトル別では、「モンスターハンター4」に最も多くの書き込み ～

メディア視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役会長兼 CEO: 福德 俊弘)は、9月20日から23日まで開催された東京ゲームショウ 2012 を題材にソーシャルメディア分析を実施し、自主レポートとして刊行しました。

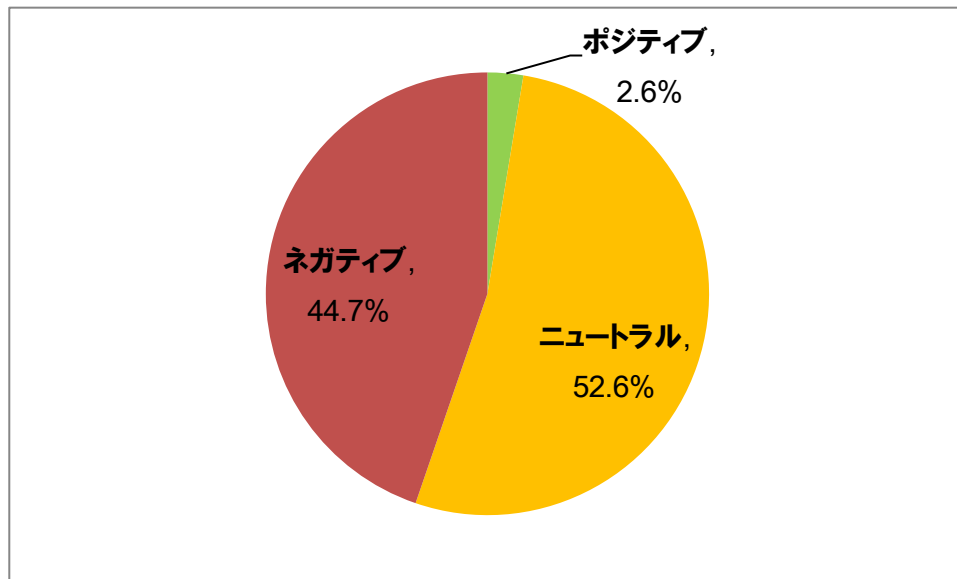
それによると、ソーシャルゲームのバズボリュームが昨年に比べて大幅に増加し、全書き込み数の 6% を占め、PlayStation 3 の 5% を上回りました。これは、昨年に比べてソーシャルゲームの出展社や出展タイトルの増加があり、ソーシャルゲーム躍進についてのニュース記事のリツイートやニュース記事の感想、会場を見ての感想が多く書き込まれていたためと思われます。一方、昨年度、話題の中心となっていた PlayStation Vita の書き込みは 10% から 4% に減少し、落ち着きを見せ始めた感があります。(図表 1)

図表 1: ゲーム別口コミボリュームの割合



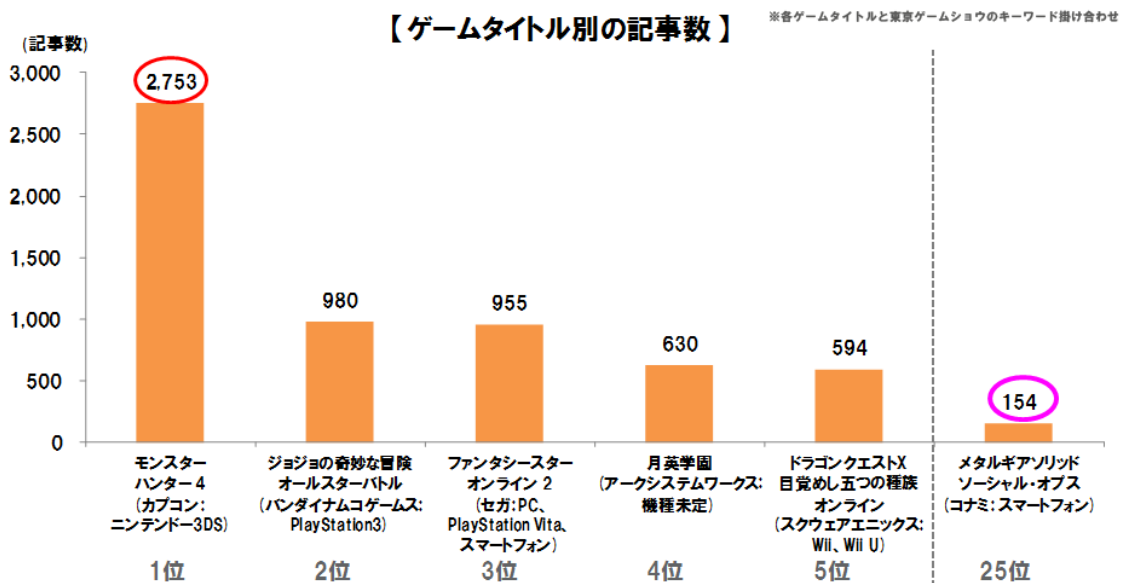
書き込み数では大幅な増加がみられたソーシャルゲームですが、書き込まれた感想についてその感情を分析するとポジティブ 3%、ネガティブ 45%で、ネガティブの割合が多数を占めました。これは、東京ゲームショウがもともと家庭用ゲームのイベントとして始まったものであり、家庭用ゲームと性質が異なるソーシャルゲームの出展に違和感を覚えたゲームユーザーが、ネガティブな反応を起こしていたようです。またポジティブな感想の割合の少なさから、ゲームユーザーから期待されるソーシャルゲームはまだ少ないとも考えられます。

図表 2:ソーシャルゲームに関する口コミのポジネガの割合



ゲームタイトル別の書き込みでは、最も書き込みが多かったのは、「モンスターハンター4」で 2 位に大きく差をつけていました。書き込まれた感想の約半数が過去の人気キャラクター「イャンクック」の再登場についてで、シリーズ物の強みが生かされていることが読み取れました。一方、ソーシャルゲームのタイトルでは、コンシューマーゲームでも人気の「メタルギアソリッド」ソーシャルゲーム版に最も多くの書き込みがありました。(図表 3)

図表 3:ゲームタイトル別記事数



ソーシャルメディア分析 BuzzMetrics レポート ～東京ゲームショウ 2012～に関して

メインキーワード	東京ゲームショウ2012、また東京ゲームショウ2012に出展されたゲーム(コンシューマーゲーム<PlayStation3、Wii U等>、ソーシャルゲーム)、ゲームタイトルに関する書き込みを取得するようなキーワードを作成。
分析対象期間	2012年9月20日- 2012年9月23日
対象メディア	Twitter、ブログ、Facebook(Facebookページのコメントのみ収集)、掲示板
分析手法	<p>東京ゲームショウについて以下の分析手法にて調査を実施。</p> <p>1. Buzz Volume Trend分析 9/13～9/30まで、上記4メディアごとに日ごとにBuzz Volume Trendをプロット。 スパイクを作っているポイントの内容を把握しつつどのような話題が盛り上がったのか把握。</p> <p>2. Buzz Volume分析 9/20-23のBuzz Volumeを4メディアごとに分類し、どのメディアでどのような書き込みがあるのかを把握。 割合が最も高いTwitterに関してはその内訳を分析。</p> <p>3. ゲーム※に関するTopics 分析 指定期間に書かれた全ての書き込みから、(東京ゲームショウ and (各ゲーム))のキーワードを作成し、各ゲーム毎の書き込みの割合を表示し、どのゲームが盛り上がったのか把握。 ※ゲーム:コンシューマーゲームとソーシャルゲーム。ただしコンシューマーゲームはPlayStation3,PlayStation Vita,PlayStation Portable,ニンテンドー3DS,Wii,Wii U,Xbox360に絞り込んだ。</p> <p>4. ゲームに関する詳細分析 (Topics, Sentiment) ソーシャルゲームおよびPlayStation3について、それぞれランダム・サンプリングを行いどのようなことが話題になっていのかを目視で分類。 また、特にソーシャルゲームについて感想が書かれた記事を目視で、Positive, Negative, Mixed, Neutralの4つに分類し、どのような印象であったかを把握。</p> <p>5. ゲームタイトルに関するTopics分析 指定期間に書かれた全ての書き込みから、(東京ゲームショウ and (各ゲームタイトル))のキーワードを作成し、各ゲームタイトル毎の書き込みの割合を表示し、どのゲームが盛り上がったのか把握。</p> <p>6. ゲームタイトルに関する詳細分析 モンスターハンター4について、ランダム・サンプリングを行いどのような内容が書かれていたのかを、目視で分類。</p>

「ソーシャルメディア分析 BuzzMetrics レポート ～東京ゲームショウ 2012～」はニールセン株式会社がソーシャルメディアの分析事例レポートとして自主刊行したものです。本レポートに関しては弊社セールス&アナリティクスまでお問い合わせください。

レポートに関する問い合わせ先

ニールセン株式会社 セールス&アナリティクス

電話 03-4363-4201

E-mail: jpw_ClientServices@nielsen.com

###

【ニールセン株式会社 会社概要】 *弊社は2012年7月1日、ニールセン株式会社に社名変更いたしました
会社名: ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社) 英文社名: Nielsen Co., Ltd.

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

ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社)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。ニールセン株式会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧いただけます。

ニールセンの消費者購買行動分析部門は、**ニールセン・カンパニー合同会社**です。

消費者調査、ショッパー調査、メディカルリサーチ、販売予測、マーケティング ROI 分析、コンシューマーニューロサイエンス分析、海外市場情報提供などを行っています。ニールセン・カンパニー合同会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://jp.nielsen.com/site/index.shtml> でご覧いただけます。

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・調査会社で、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、トレードショーやそれに関連した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・ディーメンに本社を持ち、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。

ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社)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、
スマートフォン・メディア利用実態調査レポート
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 My BuzzMetrics など

###

本件に関するお問い合わせ先:

ニールセン株式会社 広報担当 西村総一郎

電話:(03)4363-4200

e-mail: jpw_press@nielsen.com