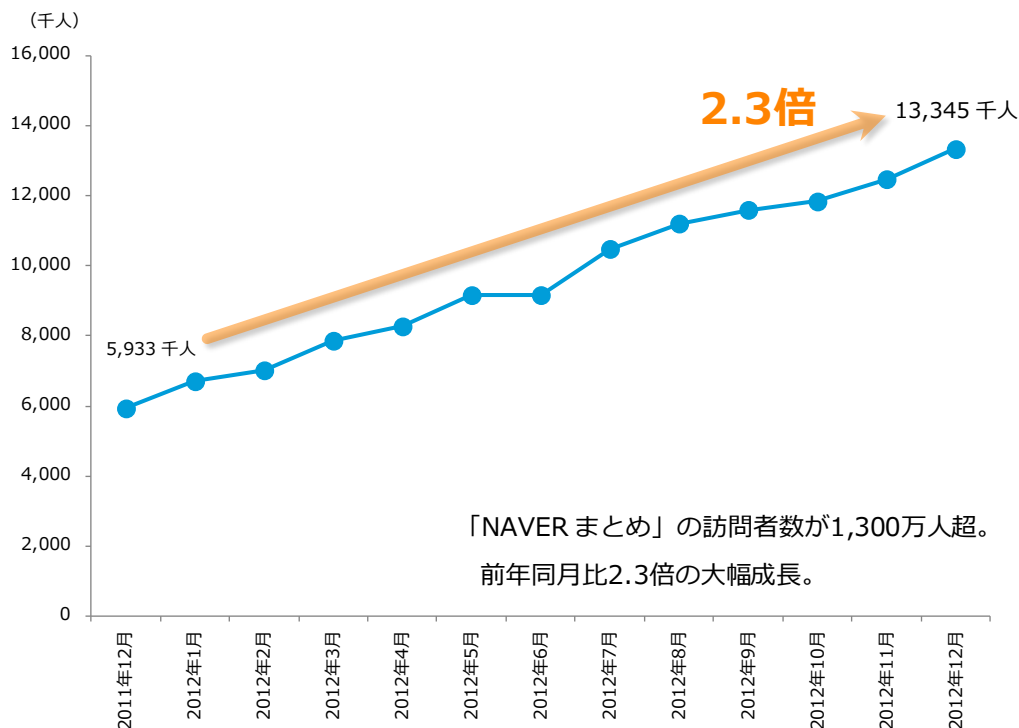


「NAVER まとめ」の月間訪問者数が1,300万人を突破 ～ 2012年の訪問者の増加数はFacebookを上回り、訪問者数がTwitterを凌ぐ規模に成長～

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、代表取締役社長兼COO：武智 清訓）は、インターネット視聴率データ Nielsen NetView の2012年12月データをまとめました。

それによると、インターネット上の様々な情報を自由に組み合わせ、ひとつのページにまとめて保存、公開できるサービスの「NAVER まとめ」の訪問者数が1,335万人に達したことがわかりました。これは前年同月の593万人と比較すると2.3倍の大幅な増加となります。リーチでは22%となり、PCでインターネットを利用する5人に1人が月に1回以上「NAVER まとめ」を閲覧している事になります。（図表1）

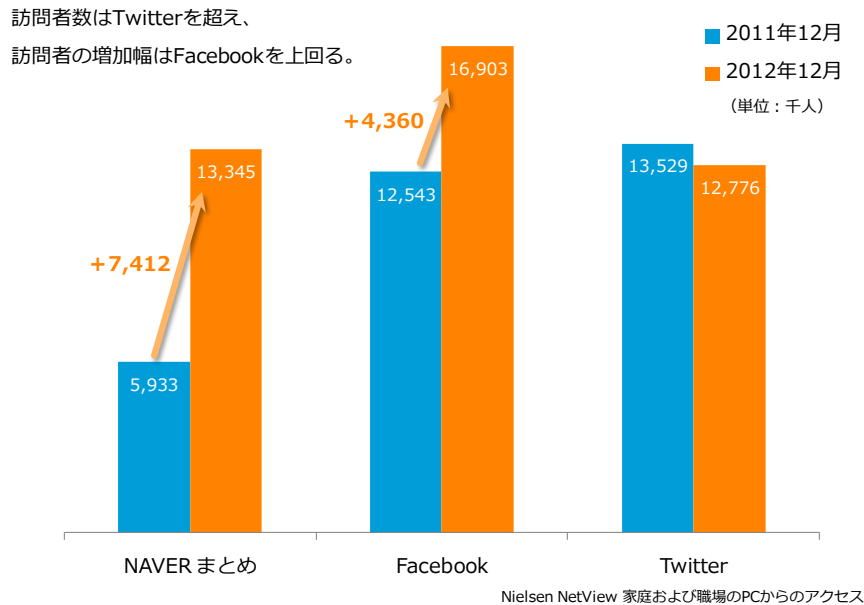
図表1. 「NAVER まとめ」の訪問者数推移



Nielsen NetView 家庭および職場のPCからのアクセス

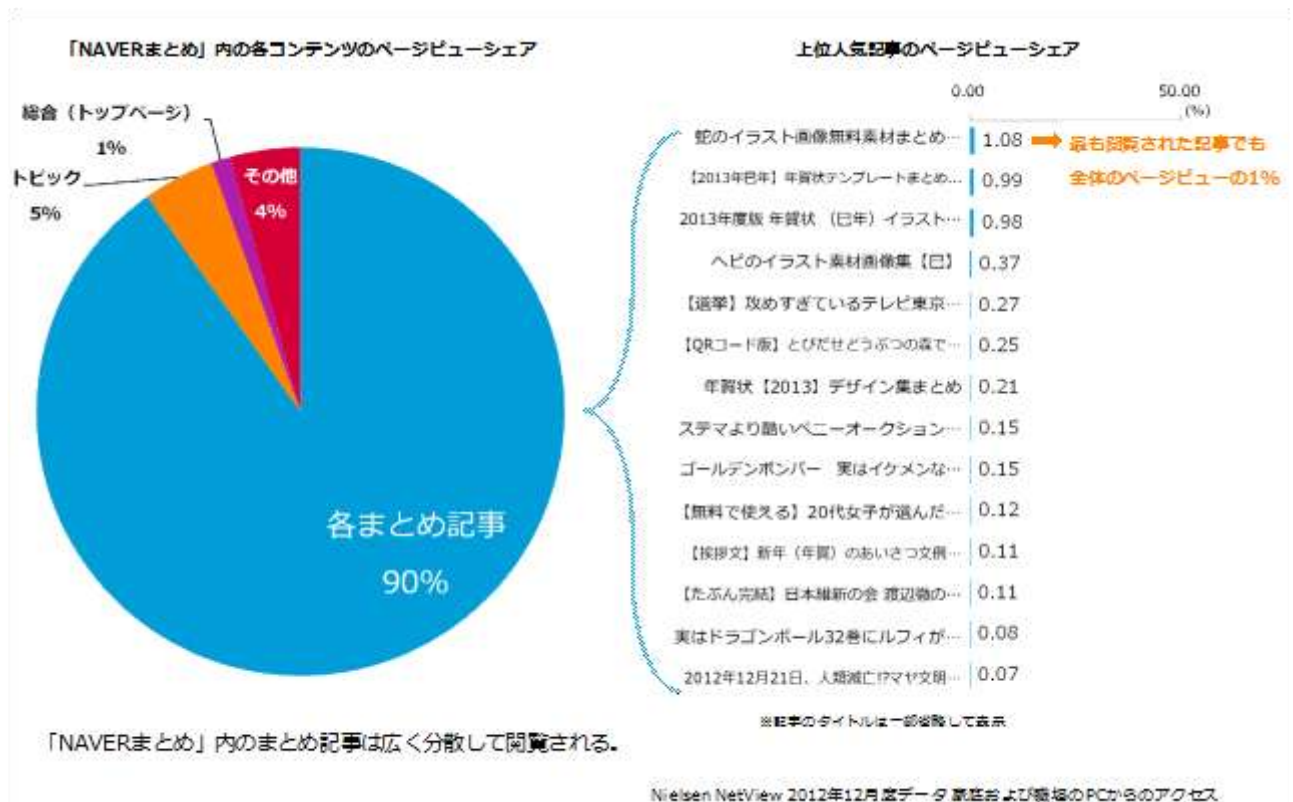
2011年12月から2012年12月にかけての訪問者数の増幅幅で見ると、「NAVER まとめ」は741万人増で昨今話題のFacebookを大きく上回り2012年に最も訪問者数を伸ばしたサイトとなりました。また、訪問者数自体もTwitterをわずかに上回る規模にまで拡大しています。（図表2）

図表 2. サイト別 月間訪問者数 (2011年12月、2012年12月)



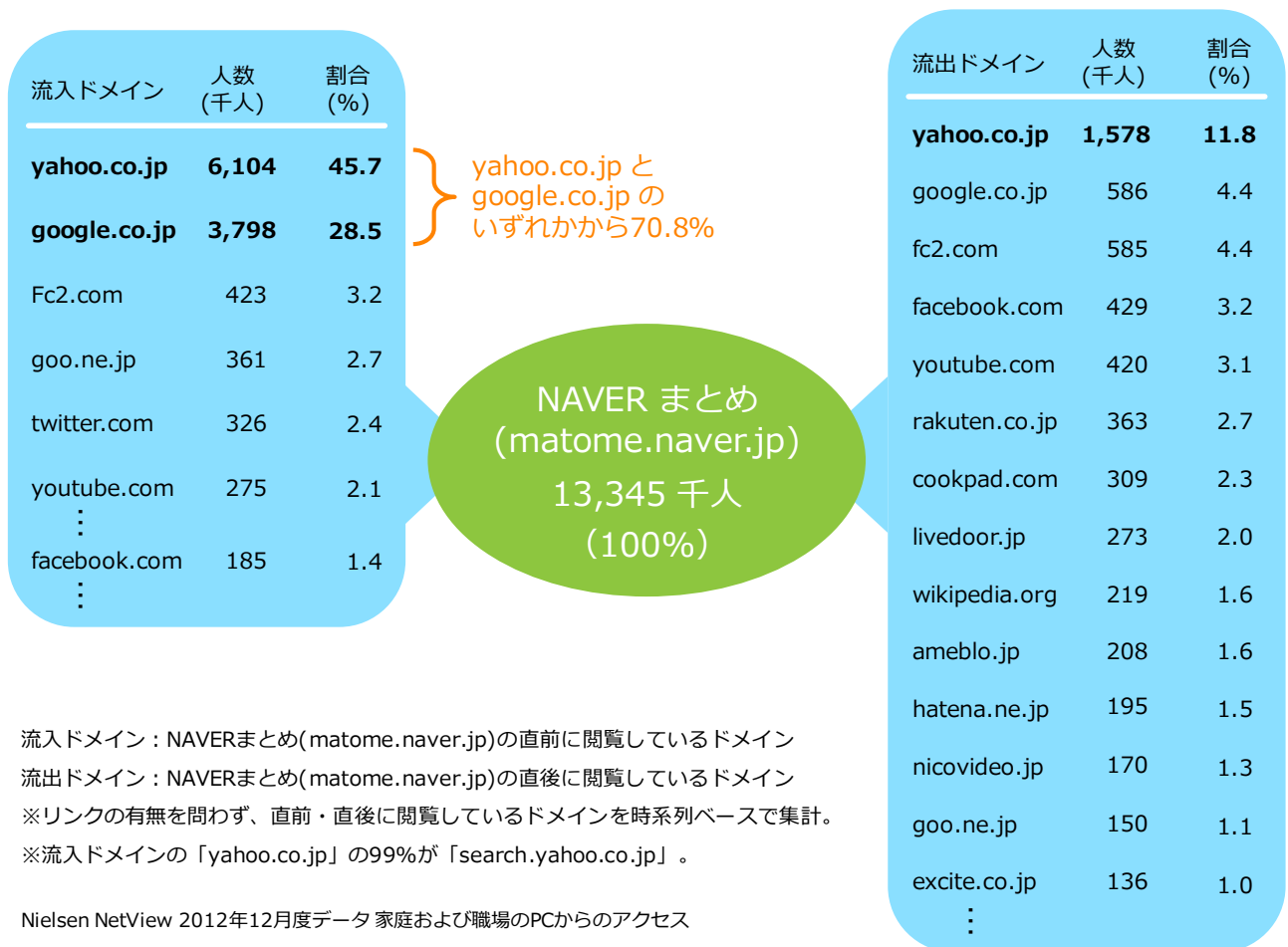
「NAVER まとめ」の訪問者の閲覧傾向をページビューのシェアで見ると、ほとんどがまとめられた記事そのものを閲覧していることがわかります。また、閲覧される記事については特定の人気記事が存在するというよりは、非常に広く分散した形で多くの記事が閲覧されている様子がうかがえます。(図表 3)

図表 3. 「NAVER まとめ」内の各コンテンツと人気ページのページビューシェア



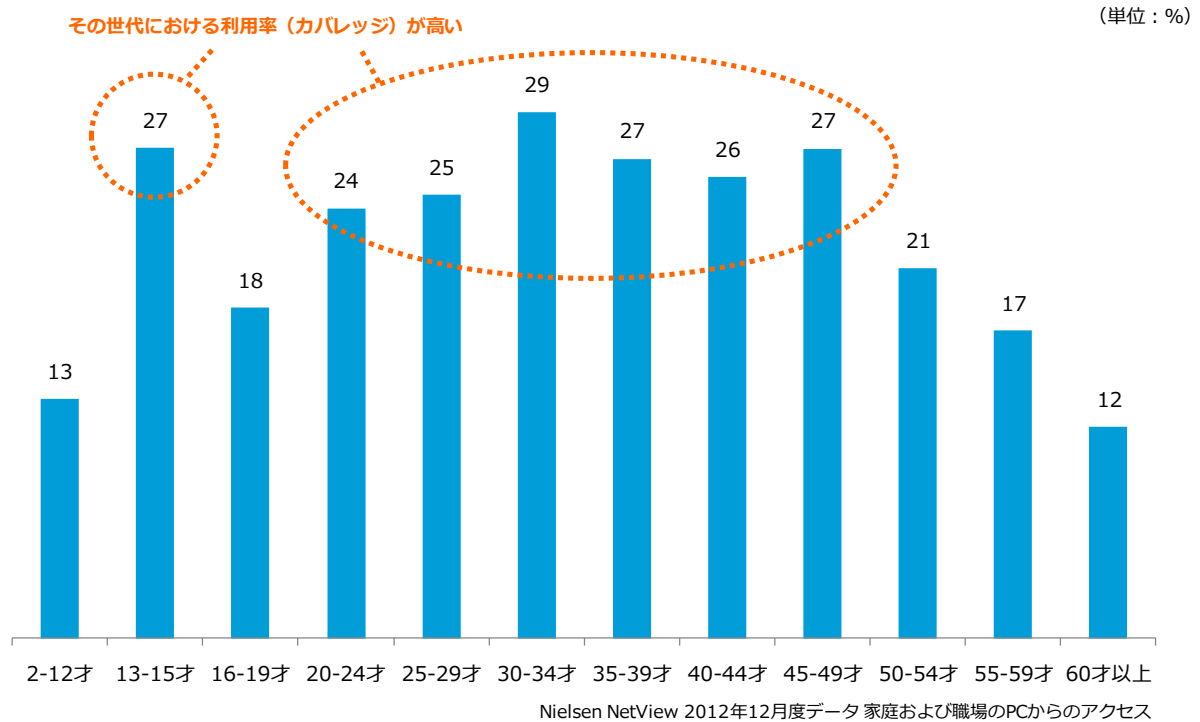
訪問者が「NAVER まとめ (matome.naver.com)」の直前と直後に閲覧しているページをドメイン単位で集計したものが図表4です。「NAVER まとめ (matome.naver.com)」の訪問者に対する割合で見ると、直前に閲覧していたドメインでは yahoo.co.jp が46%、google.co.jp が28%、yahoo.co.jp、google.co.jp の2ドメインを合わせると71%となっており、検索から「NAVER まとめ」に訪れる人が大半を占めていることが分かります（「yahoo.co.jp」の99%が「search.yahoo.co.jp」）。一方、「NAVER まとめ」を見た直後に閲覧しているドメインではブログやSNS、動画サイトなど様々なサイトが、割合こそ少なくなりますが比較的まんべんなく並びます。前述の閲覧されているコンテンツと合わせて考えると、ユーザーは検索により各まとめ記事に直接訪問し、その後、必要に応じて、まとめ記事からリンクされている外部のサイトに流出している様子がわかります。

図表4. 「NAVER まとめ」の直前・直後閲覧ドメイン



最後に「NAVER まとめ」の訪問者の特徴を見るために、年代別の利用率（カバレッジ）を集計したものが図表5です。20～40代、および13～15才で利用率が高い点が特徴的です。

図表 5.各年代の「NAVER まとめ」の利用率（カバレッジ）



弊社シニアアナリストの西村友博は、「2009年7月にサービスが開始された「NAVER まとめ」ですが、当初は収益を目的とせず先行投資的な位置付けで運用されていたようです。それが2012年2月に事業化され、以降は主に、クオリティの高いまとめ記事を作成するユーザーに対してより充実した収益還元がされるようなインセンティブシステムが段階的に導入されてきました。また、他サイトのコンテンツを束ねるだけでなく利用者がより自らの表現力を活かせるようにレイアウト機能の充実や画像やニュース提供サイトとの連携も強化されてきました。このような執筆者を支援する取り組みがまとめ記事の質と量を充実させ、最近の訪問者数の堅調な増加につながっているのだと考えられます。

「NAVER まとめ」は様々な話題をひとつのページにまとめられるという性質上、ソーシャルメディアとの相性が非常に良いサービスだと考えられますが、今回の分析結果で最も注目したいのは、訪問経路として検索経由の割合が非常に高いという点です。これは「NAVER まとめ」の「テーマ毎に編集された情報」が情報検索者に支持されている結果と言えるでしょう。「NAVER まとめ」は編集機能や独自のインセンティブシステムの充実で編集者を後方支援することに注力し、編集、つまり情報のデザインを個人に一任することにより、品質を保ちながら従来のメディアでは難しかった幅広いテーマに関する情報の集約を実現しています。今回の分析結果で閲覧されているコンテンツが非常に分散していることからこのサービスがすでに情報検索者の幅広い興味関心の受け皿として機能している様子がうかがえます。

「溢れる情報の中から必要な情報を読み解き、テーマにそって要約するスキルが個人レベルでも収益化できるようになったという点でも非常に興味深いサービスと言えます。」と述べています。

###

【ニールセン株式会社 会社概要】

会社名: ニールセン株式会社 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 清川
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併会社です。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、視聴者分析と広告分析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、ショッピング調査、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

###

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