

*このニュースリリースはニールセン株式会社より配信しております。

2013年6月28日

ニールセン株式会社

**ニールセン株式会社、株式会社サイバーエージェント
共同でコミュニケーション系サイトの利用目的・意識調査を実施**

- ネットユーザーは利用目的別にコミュニケーションサイトを使い分ける
- Facebook、Ameba が広告接触後の認知、興味、関心の向上に貢献

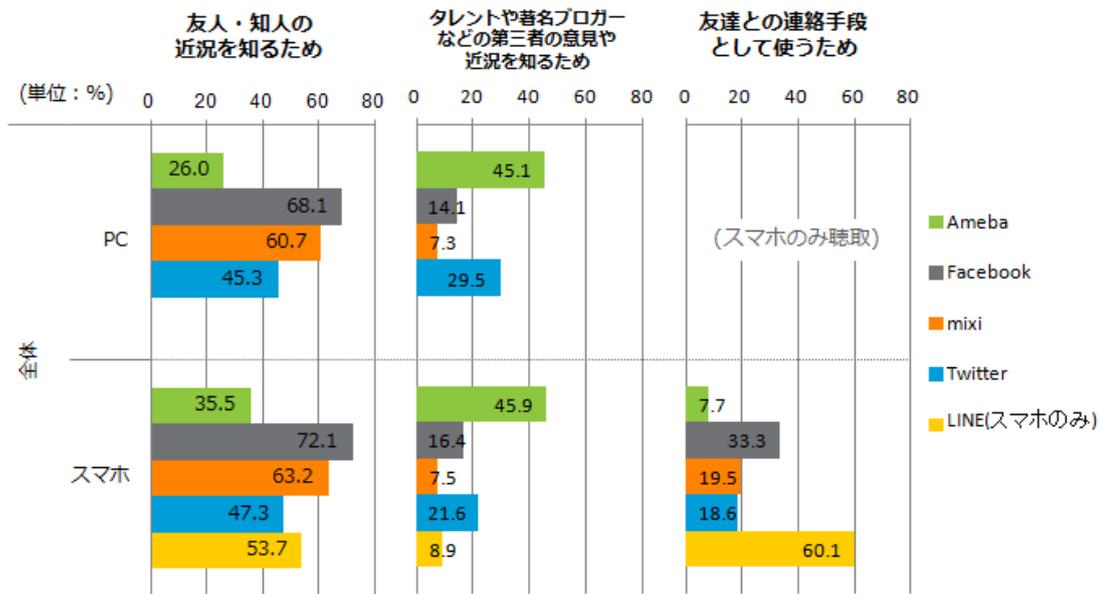
ニールセン株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO：武智 清訓）と株式会社サイバーエージェント（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：藤田 晋）は、コミュニケーション系サイトの利用目的や意識、広告・コンテンツ接触後の態度変容に関して、PC とスマートフォン の各サイトを 3 カ月以内に利用した人を対象に共同で調査を行いました。

それによると、PC とスマートフォン共に利用目的別にサイトを使い分けていることがわかりました。PC では友人の近況を知るために利用されるのは Facebook、mixi、Twitter で、スマートフォンでは LINE が知人との連絡手段として利用されていることがわかりました。著名人や第三者の意見や近況を知るためには、PC、スマートフォン共に Ameba、Twitter が利用されていることがわかりました。また、Facebook と Ameba はコンテンツや広告接触後の商品やサービスの認知、興味、関心の向上に貢献していることがわかりました。

まず、利用目的ごとにどのサイトを利用するかを尋ねたところ、PC での利用目的として、「友人・知人の近況を知るため」に利用すると回答したのは、Facebook (68.1%)、mixi (60.7%)、Twitter (45.3%) の順となっていました。また、「タレントや著名ブロガーなどの第三者の意見や近況を知るため」に利用されるのは、Ameba (45.1%)、Twitter (29.5%) であることがわかりました。スマートフォンでは「友達との連絡手段として使うため」に LINE が利用される割合 (60.1%) が高いことがわかりました。(図表 1)

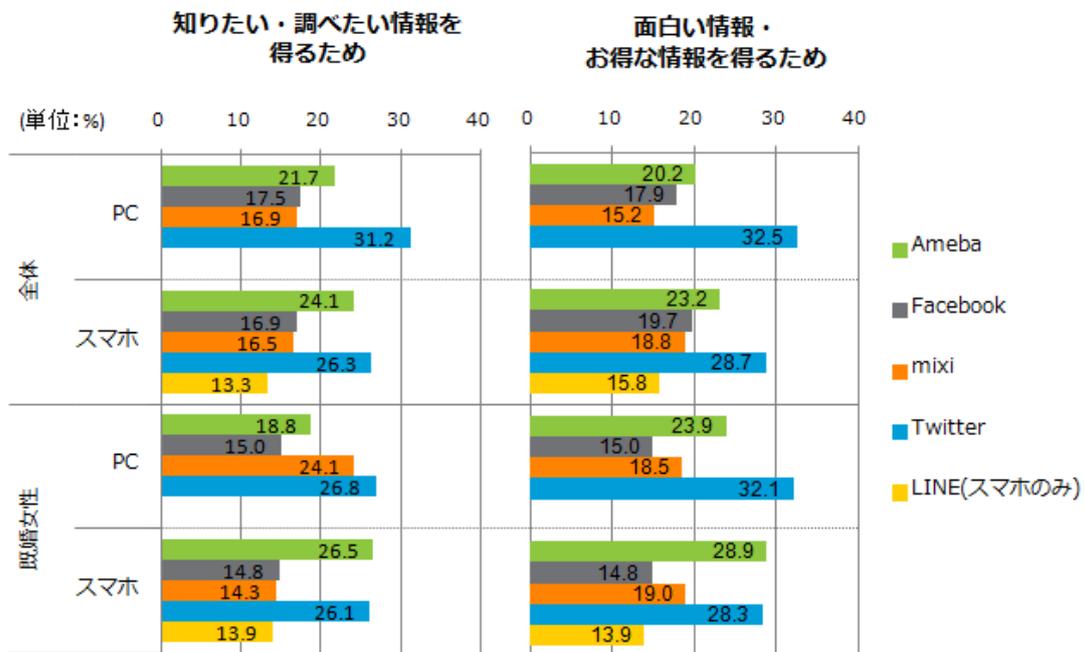
また、利用目的において「知りたい・調べたい情報を得るため」、「面白い情報・お得な情報を得るため」に利用されるサイトは、PC・スマートフォン共に、Twitter、Ameba の順となっていました。既婚女性がスマートフォンで利用する際に絞った場合は、Ameba、Twitter の順となっていました。(図表 2)

図表1 利用用途別の利用サイト



※グラフはアルファベット順。LINEはスマートフォンについてのみ聴取。(以下同じ順番で掲載)

図表2 利用目的別の利用サイト

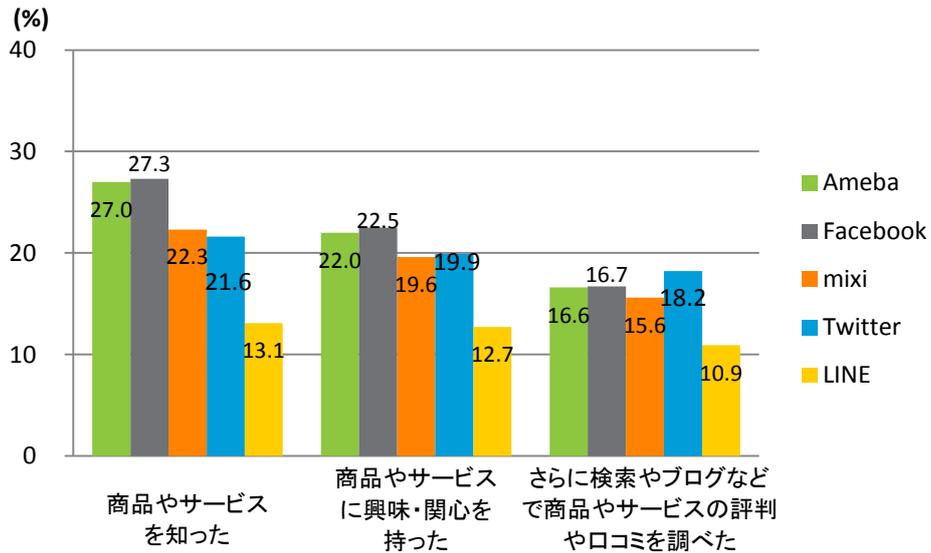


※グラフはアルファベット順。LINEはスマートフォンについてのみ聴取。

サイトに掲載されているコンテンツや広告を見た後、「商品やサービスを知った」、「商品やサービスに興味・関心を持った」ことがあるサイトは、Facebook、Ameba の順で、「さらに検索やブログなどで商品やサービスの評判や口コミを調べた」ことがあるサイトは、Twitter、Facebook、

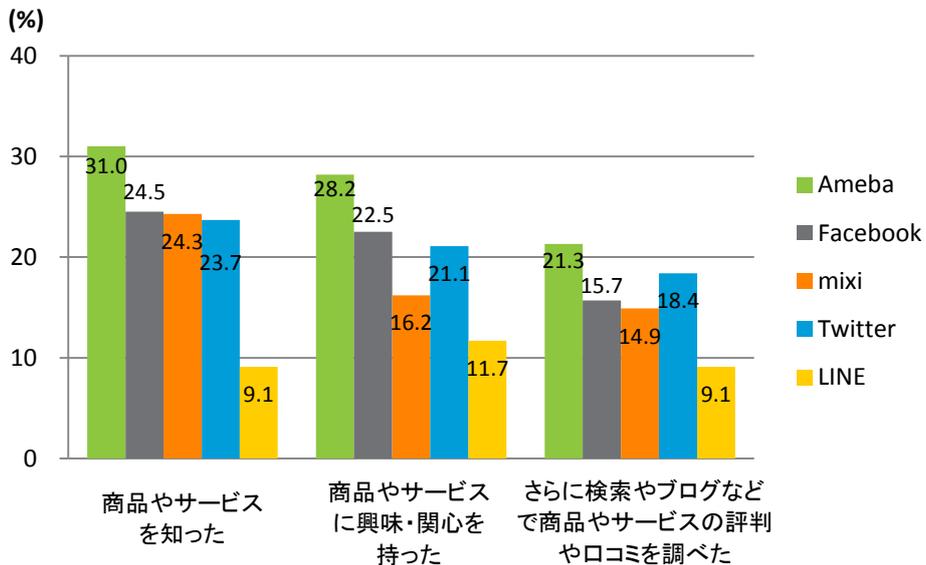
Ameba と続きました（図表 3）。また、既婚女性に対象を絞った場合は、「商品やサービスを知った」、「商品やサービスに興味・関心を持った」、「さらに検索やブログなどで商品やサービスの評判や口コミを調べた」サイトとして、いずれも Ameba がトップでした。（図表 4）

図表 3 コンテンツ、広告への接触後の意識、行動



(PC、スマートフォンを問わず)

図表 4 既婚女性のコンテンツ、広告への接触後の意識、行動

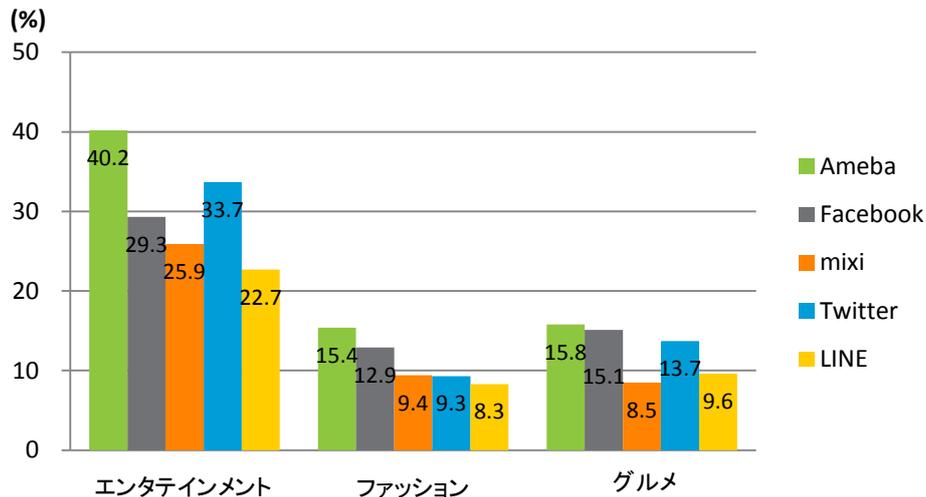


(PC、スマートフォンを問わず)

特定のコンテンツを目的として訪問するサイトとして、「エンタテインメントコンテンツを楽しむに来訪する」のは Ameba (40.2%)、Twitter (33.7%) で、「ファッションコンテンツを楽しむ

に来訪する」のは Ameba (15.4%)、Facebook (12.9%) となっていました。また、「グルメコンテンツを楽しみに来訪する」のは Ameba (15.8%)、Facebook (15.1%) となっており、特定のコンテンツに対する関心はいずれも Ameba が高くなっていることがわかりました。(図表 5)

図表 5 コンテンツ別楽しみに来訪するサイト



(PC、スマートフォンを問わず)

今回の調査により、インターネットユーザーは PC、スマートフォンに関わらず、目的によりサイトを使い分けていることがわかりました。友達への連絡手段としてスマートフォンでの LINE の台頭が目立つ一方、タレントや著名プロガーなどの第三者の意見や近況を知るために Ameba が利用され、PC、スマホを問わず、利用者の興味・関心を喚起していました。特に既婚女性にその傾向が強く、Ameba は Twitter と並んで利用者自らが知りたい情報や面白い情報を得る際に使われるメディアであることがわかりました。

###

ニールセン株式会社 会社概要

社名 ニールセン株式会社

所在地 東京都渋谷区渋谷三丁目 25 番 18 号

設立 1999 年 5 月 18 日

資本金 103 百万円 (2013 年 3 月末現在)

代表者 代表取締役社長 武智清訓

事業内容 インターネット利用動向を明らかにする視聴率データの提供、広告効果検証サービスなどによる広告最適化に向けたソリューションの提供、各種受託調査、マーケティングのコンサルティング

株式会社サイバーエージェント 会社概要

社名 株式会社サイバーエージェント

所在地 東京都渋谷区道玄坂一丁目 12 番 1 号

設立 1998 年 3 月 18 日

資本金 7,203 百万円 (2013 年 3 月末現在)

代表者 代表取締役社長 藤田晋

事業内容 Ameba 事業、インターネット広告事業、ソーシャルゲーム事業、投資育成事業

###

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