



このレポートは米国で 2011 年 9 月 11 日に発行されたものです。

ソーシャル・メディア・レポート: 利用時間・買物が増化、 アクセスはモバイル経由

ソーシャル・メディアは消費者をつなぐだけではなく、消費者にとって「いつでもどこでも」利用可能で、視聴や買物が行なわれている。ニールセンの最新「ソーシャル・メディア・レポート」はアメリカを含む世界の主要市場におけるソーシャル・メディアのトレンドや消費パターンを明らかにし、消費者の行動に対するソーシャル・メディアの影響をまとめています。

ニールセン「State of the Media: The Social Media Report」: 主要ポイント

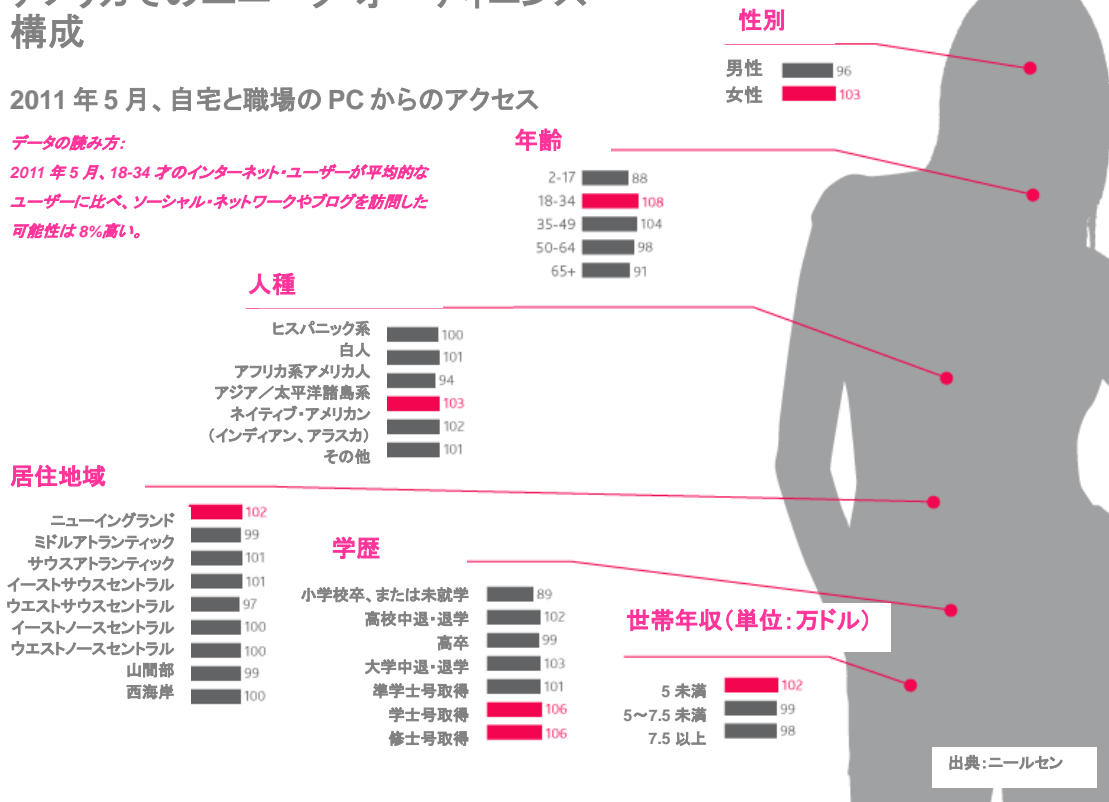
- アメリカでのオンライン利用時間を見ると、ソーシャル・ネットワークやブログの比率が高まり、インターネット合計利用時間の約 25%を占めている。
- 2011 年 5 月度、アメリカ人が最も多くの時間を費やしたウェブサイトはフェイスブックで、月間で 530 億分の合計利用時間を記録した。
- ソーシャル・メディアで最近躍進しているのは「Tumblr(タンブラー)」、オーディエンス数は対前年比約 3 倍となっている。
- ソーシャル・メディア・ユーザーのほぼ 40%が、携帯電話からソーシャル・メディア・コンテンツにアクセスしている。
- 55 才以上のインターネット・ユーザーはモバイル経由でソーシャル・ネットワーキングにアクセス、利用拡大を牽引している。
- 成人のアクティブ・オンライン・ネットワーカーの 70%はオンライン・ショッピングを行っており、平均的な成人インターネット・ユーザーと比べ、オンライン・ショッピングを行なっている可能性が 12%高くなっている。
- 全世界 10 市場のサンプルを見ると、全市場(国)で最も人気の高いデスティネーション・サイトのカテゴリーは「ソーシャル・ネットワークとブログ」。ソーシャル・ネットワークとブログはインターネット利用時間の大方を占め、最低でも 60%のアクティブ・インターネット・ユーザーにリーチしている。

ソーシャル・ネットワーク&ブログ： アメリカでのユニーク・オーディエンス 構成

2011年5月、自宅と職場のPCからのアクセス

データの読み方：

2011年5月、18-34歳のインターネット・ユーザーが平均的なユーザーに比べ、ソーシャル・ネットワークやブログを訪問した可能性は8%高い。



ソーシャル・メディア環境やオーディエンスに関する詳細は、「State of the Media: The Social Media Report」のフル・レポートをご覧ください。