

現状分析1

ソーシャルメディアの利用実態をつかむ

ソーシャルメディアは急速に社会に浸透し、コミュニケーションのあり方を変えている。では実際に、誰が、どんなサービスを、どれくらい使っているのだろうか。ソーシャルメディアを大学のコミュニケーション戦略に組み込むために、まずはその利用実態を、具体的な数字で確認しておこう。

そもそも「ソーシャルメディア」とは

図表1 主要ソーシャルメディアの分類

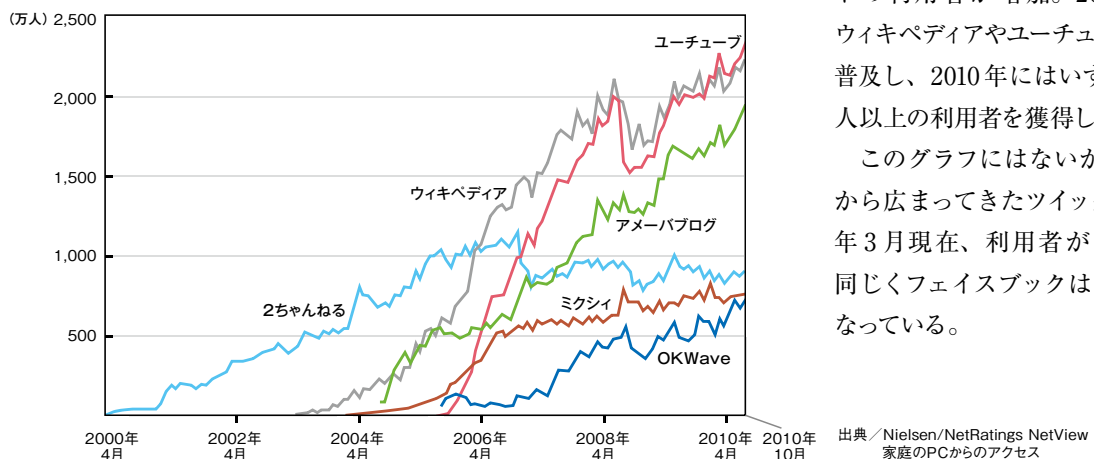
ソーシャルメディア	主要サイト
ブログ	アメーバブログ、FC2ブログ、Yahoo!ブログ など
SNS	ミクシィ、フェイスブック、ツイッター、myspace など
掲示板	2ちゃんねる、Yahoo!掲示板 など
Q&Aサイト	Yahoo!知恵袋、OKWave など
動画共有サイト	ユーチューブ、ニコニコ動画 など
ソーシャルブックマーク	はてなブックマーク、Yahoo!ブックマーク など
メタバース	セカンドライフ など
その他	ウィキペディア、価格.com、食べログ など

一般的に「ソーシャルメディア」と呼ばれているウェブサービスを、カテゴリ別に整理すると、図表1のようになる。いずれも、多数の利用者が互いに情報を発信し合うサービスで、利用形式や交わされる情報の種類は多種多様だ。

これらのサービスをひとくくりにして、ソーシャルメディアとは何か、明確に定義するのは難しい。実際、人によってさまざまな解釈があるが、ここで共通するのは、「ウェブ上」「つながり」「会話」「広がり」といったキーワードのようだ。

利用者は現在も増加中

図表2 主要ソーシャルメディアの利用者数推移

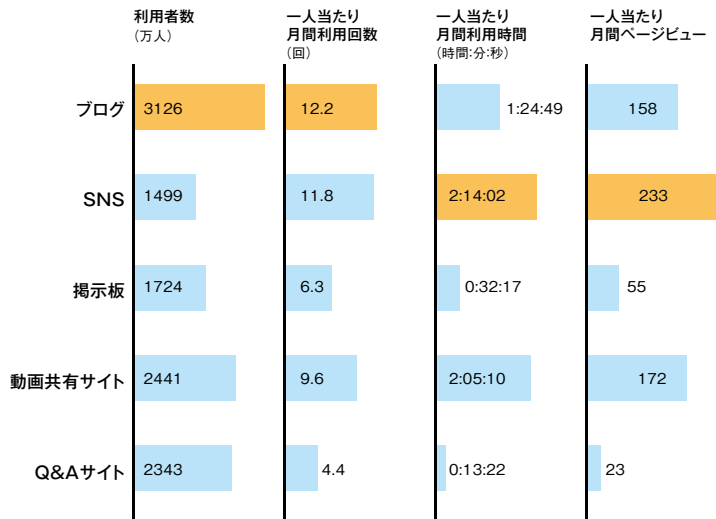


インターネット普及期の2002年頃、2ちゃんねるに代表される掲示板サイトの利用者が増加。2005年頃からウィキペディアやユーチューブが急速に普及し、2010年にはいずれも2000万人以上の利用者を獲得した。

このグラフにはないが、2009年頃から広まってきたツイッターは、2011年3月現在、利用者が1700万人超、同じくフェイスブックは700万人超となっている。

利用時間が長いのは SNS と動画サイト

図表3 ソーシャルメディアのカテゴリ別利用状況



家庭のパソコンによるインターネット利用者5066万人のうち、74%の3724万人が、月に1度何らかのソーシャルメディアに接触している。

図表3を見ると、利用者数、利用回数ともに最も多いのはブログサービスで、3126万人が月に平均12.2回利用していることがわかる。これは、週に2、3回という計算になる。一方、利用時間が長いのはSNSと動画共有サイト。ページビュー数と合わせて見ると、関心のあるページを次々に開いていく形の利用が多いと推察される。

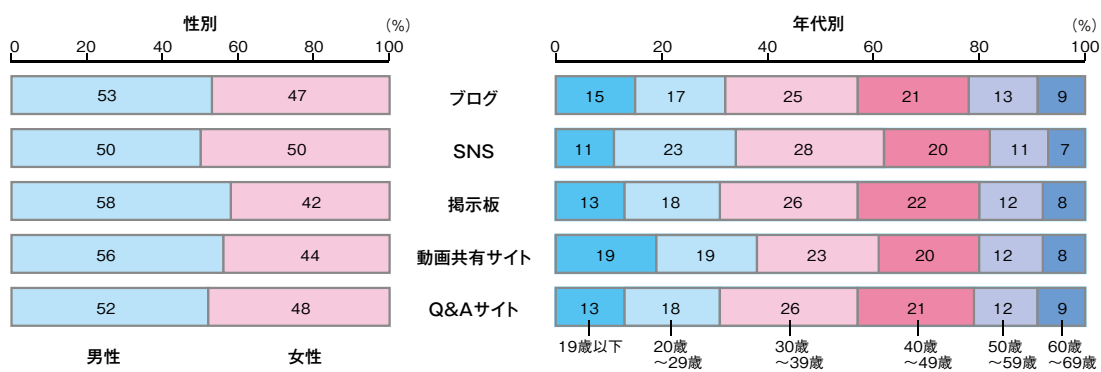
出典 / Nielsen/NetRatings NetView 家庭のPCからのアクセス(2010年7月)

動画は10代の利用が比較的多い

利用者を男女別に見ると、全体的には男性の比率が若干高い。ただその中でも、SNSは男女ほぼ同数となっている。年代別に見ると、中心的な利

用者層は20代から40代。10代は動画共有サイトの利用率が高く、50代以上はブログサービスやQ&Aサイトの利用がやや多くなっている。

図表4 ソーシャルメディアの性別・年代別利用状況



出典 / Nielsen/NetRatings NetView 家庭のPCからのアクセス(2010年7月)