

旅行系「RETRIP」、女性向け「Marble」が急成長 今、注目すべきキュレーションメディアを分析

2016年3月9日

株式会社ヴァリュース

ネット行動分析サービスを提供する株式会社ヴァリュース（本社：東京都港区、代表取締役社長：辻本 秀幸）は、ネット行動ログとユーザー属性情報を用いたマーケティング分析サービス「VALUES eMark+」を使用し、キュレーションメディアの訪問者数を集計・分析しました。

【調査・分析概要】

全国のモニター会員の協力により、ネット行動ログとユーザー属性情報を用いたマーケティング分析サービス「VALUES eMark+」を使用し、2016年1月のネットユーザーの行動を分析しました。

※調査対象のキュレーションメディアは以下の条件で抽出

PC、スマートフォンともに2016年1月月間訪問者数が10万以上

PC：2015年2月～7月と2015年8月～2016年1月を比較して伸び率が高い上位10サイト

スマートフォン：2015年6月～9月と2015年10月～2016年1月を比較して伸び率が高い上位10サイト（但し、スマートフォンについてアプリは対象外）

※サイト訪問者数はPC、スマートフォンからの各WEBサイトへのアクセスを集計し、ヴァリュース保有モニタでの出現率を基に、国内ネット人口に則して統計的に推測

※集計対象月は2016年1月（但し、訪問者推移はPC：2015年1月～2016年1月、スマートフォン：2015年8月～2016年1月）

●対象サイト一覧

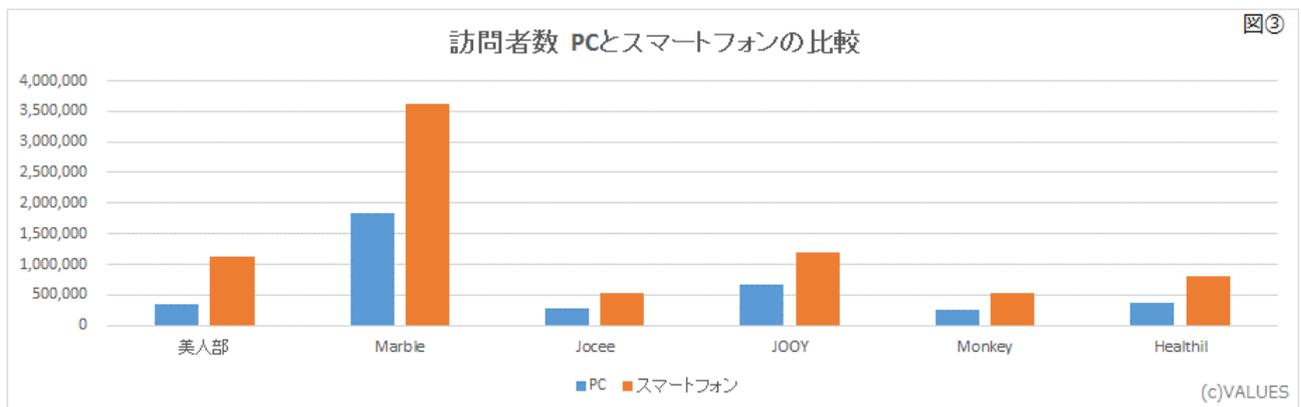
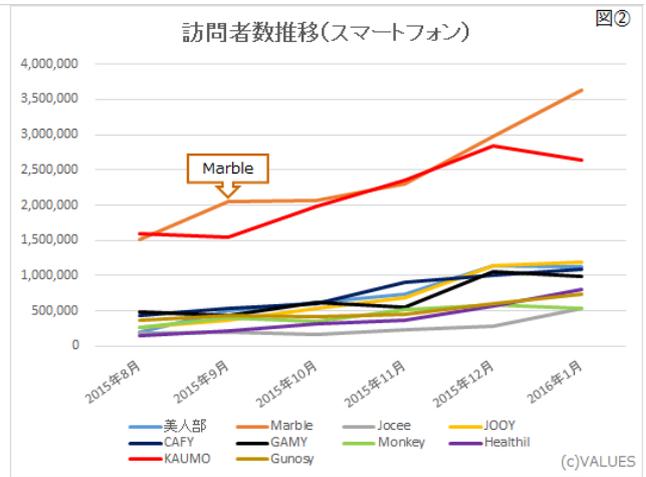
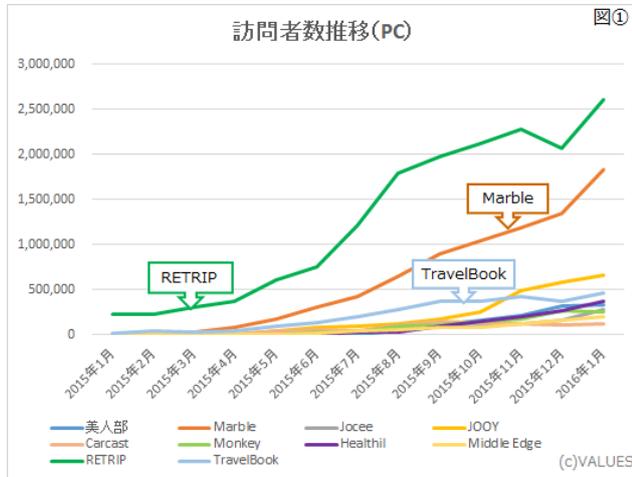
PC			スマートフォン		
サイト名	ドメイン	ジャンル	サイト名	ドメイン	ジャンル
美人部	bijinbu.me	女性	美人部	bijinbu.me	女性
Marble	topicks.jp	女性	Marble	topicks.jp	女性
Jocee	jocee.jp	女性	Jocee	jocee.jp	女性
JOOY	jooy.jp	男性	JOOY	jooy.jp	男性
Carcast	carcast.jp	エンタメ	CAFY	cafy.jp	グルメ
Monkey	mnky.jp	学び	GAMY	gamy.jp	エンタメ
Healthil	healthil.jp	健康と美容	Monkey	mnky.jp	学び
Middle Edge	middle-edge.jp	暮らし	Healthil	healthil.jp	健康と美容
RETRIP	retrip.jp	旅行	KAUMO	kaumo.jp	暮らし
TravelBook	www.travelbook.co.jp	旅行	Gunosy	gunosy.com	暮らし

●結果サマリー●

◆PC、スマートフォンともに「Marble」が躍進。

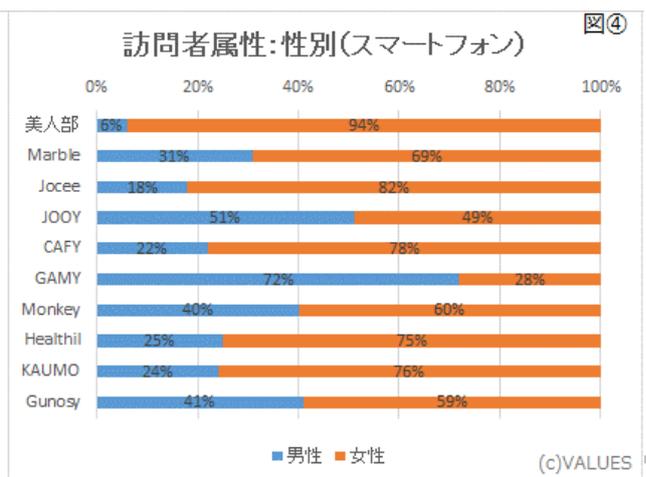
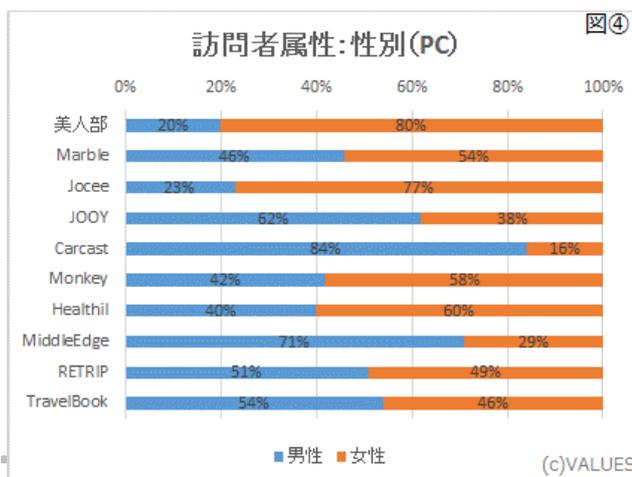
キュレーションメディアが続々と登場している中、どのサイトが注目を集めているのでしょうか。今回はここ数ヶ月で訪問者数が急伸びしているキュレーションメディアのサイト訪問者数について調査しました。まずPCで見ると、旅行キュレーションメディアの「RETRIP」が2015年1月時点の訪問者数と比較すると10倍、「TravelBook」は20倍にまで成長していることが分かります。台湾や金沢など国内外の人気スポットやランチ、スイーツといったグルメ情報などのコンテンツが人気のようです。また、2015年1月時点でアクセスがなかった女性向けまとめサイト「Marble」が2015年4月頃から少しずつアクセス数を伸ばして

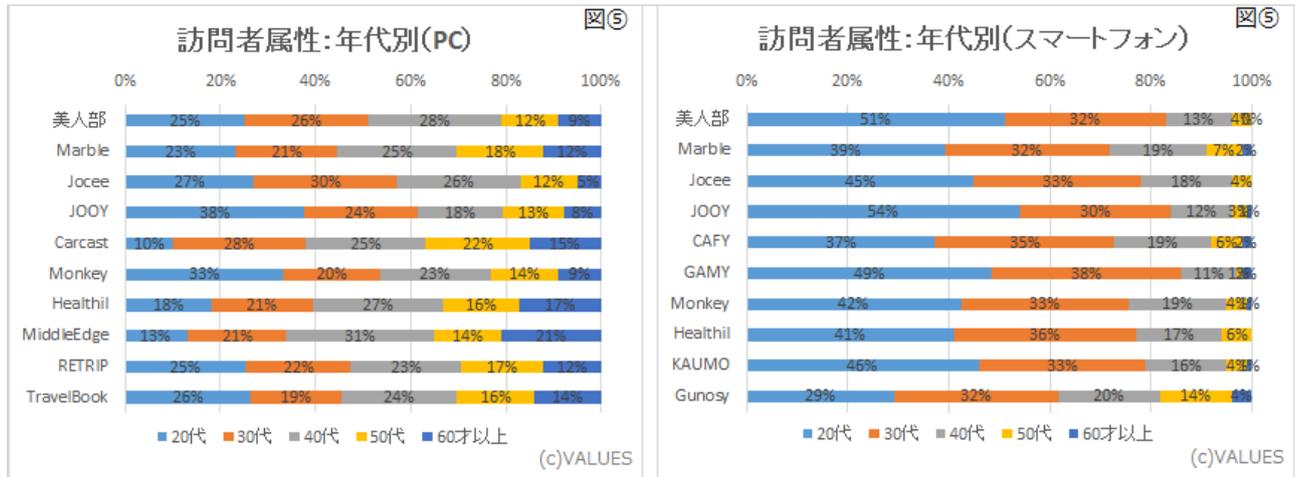
おり、2016年1月時点では「RETRIP」に迫る勢いにも急伸しています（図①）。スマートフォンでも同様に「Marble」が急伸しており（図②）、注目すべきキュレーションメディアになっているようです。そして、2016年1月のデータでPCとスマートフォンの訪問者数を比較すると、スマートフォンがPCの倍以上となっており、キュレーションメディアはスマートフォンでより閲覧されていることが分かります。（図③）。



◆スマートフォンは女性比率と20代比率が高い

次に、PCとスマートフォンで各サイトのユーザー属性を比較してみました。まずは性別で見ると、スマートフォンでは女性比率が高いことが分かりました。女性はキュレーションメディアを閲覧するのにスマートフォンをよく利用していることが考えられます。また、車に特化した「Carcast」（PC）や、ゲームに特化した「GAMY」（スマートフォン）は男性比率が非常に高いことから、男性の嗜好性が読み取れます（図④）。続いて年代別で見ると、PCはどの年代のシェアもほぼ均等なのに対してスマートフォンは20代のシェアが高く、若い世代ほどキュレーションメディアで情報収集をするデバイスはスマートフォンがメインと言えます（図⑤）。





◆他のサイトがない「MiddleEdge」の【あの頃ナウ】機能が滞在時間に影響

続いて平均滞在時間で見てみると、PC は記憶をくすぐる大人の Web メディア「MiddleEdge」が 2 番目の女性向け情報のまとめサイト「Jocee」と約 2 分の差をつけていました。「MiddleEdge」は他のサイトがない【あの頃ナウ】という機能（自分の年齢にあわせて、その年代の記事が検索できる）があり、この機能が滞在時間を増やしていると考えられます。また、スマートフォンはどのサイトも平均滞在時間が 1 分以上と PC と比較すると長めであることが特徴的でした。

●PC			●スマートフォン		
順位	サイト名	平均滞在時間	順位	サイト名	平均滞在時間
1	MiddleEdge	0:04:59	1	GAMY	0:04:54
2	Jocee	0:03:00	2	Jocee	0:04:10
3	RETRIP	0:02:57	3	Gunosy	0:02:58
4	TravelBook	0:02:50	4	Marble	0:02:53
5	Monkey	0:01:59	5	美人部	0:02:40
6	Marble	0:01:16	6	Monkey	0:02:18
7	美人部	0:01:12	7	KAUMO	0:02:03
8	JOOY	0:00:48	8	JOOY	0:01:16
9	Carcast	0:00:39	9	CAFY	0:01:10
10	Healthil	0:00:38	10	Healthil	0:01:06

◆「Marble」の併用率が人気を示す結果に

最後に、各サイトを閲覧しているユーザーが他のキュレーションメディアをどの程度閲覧しているかを示す【併用状況】を見てみました。（※軸となるサイトを 100%として、他のキュレーションメディアとの閲覧併用状況を集計。）PC での閲覧ユーザーは「RETRIP」を併用している割合が高いことがわかります。また、「Marble」も比較的併用されやすいサイトであることが伺えます。特にマネーやビジネス情報を扱う「Monkey」を閲覧しているユーザーは「RETRIP」の併用率が 47%と約半数いることから、親和性が高いことが考えられます。

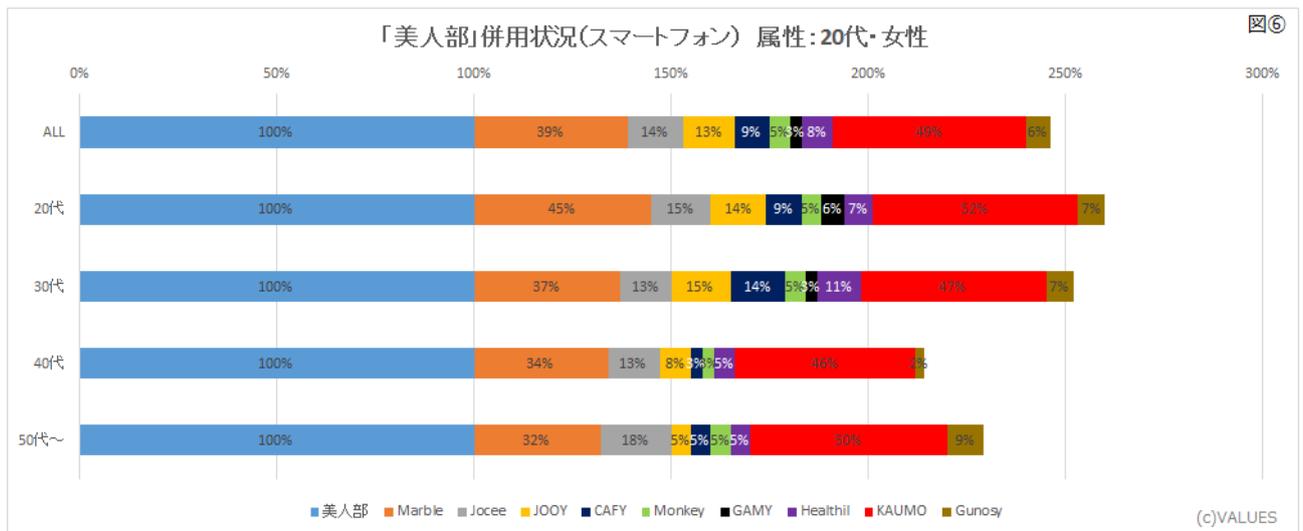
スマートフォンの閲覧ユーザーで見ると「Marble」と、欲しいモノや体験について調べるサイト「KAUMO」がよく併用して閲覧されており、「Marble」は PC と同様にスマートフォンでも人気があることが伺えます。また、美しくなりたい女子向けサイト「美人部」を閲覧しているユーザーは「Marble」（併用率 39%）以外にも「KAUMO」（併用率 48%）も併用して閲覧しており、特に【20 代女性】は他の年代と比較すると 3 つのサイトの併用率が高くなっており、特定のファンを取り込んでいることが読み取れます（図⑥）。

PC		併用しているサイト									
		美人部	Marble	Jocee	JOOY	Carcast	Monkey	Healthil	MiddleEdge	RETRIP	TravelBook
軸となる サイト	美人部	100%	28%	11%	11%	0%	3%	3%	2%	20%	3%
	Marble	5%	100%	3%	5%	1%	2%	3%	2%	16%	3%
	Jocee	14%	19%	100%	4%	0%	3%	3%	2%	18%	2%
	JOOY	7%	18%	2%	100%	1%	4%	4%	3%	25%	5%
	Carcast	1%	14%	1%	4%	100%	1%	2%	2%	9%	4%
	Monkey	5%	18%	4%	10%	1%	100%	3%	2%	47%	16%
	Healthil	3%	15%	2%	6%	1%	2%	100%	1%	19%	3%
	MiddleEdge	4%	22%	2%	8%	1%	2%	2%	100%	16%	3%
	RETRIP	2%	11%	2%	5%	0%	4%	3%	1%	100%	9%
	TravelBook	2%	12%	1%	5%	1%	8%	3%	1%	48%	100%

スマートフォン		併用しているサイト									
		美人部	Marble	Jocee	JOOY	CAFY	GAMY	Monkey	Healthil	KAUMO	Gunosy
軸となる サイト	美人部	100%	39%	14%	12%	9%	4%	5%	7%	48%	7%
	Marble	12%	100%	4%	7%	8%	2%	4%	6%	21%	5%
	Jocee	27%	29%	100%	9%	7%	3%	5%	6%	28%	8%
	JOOY	14%	24%	5%	100%	9%	4%	12%	6%	33%	4%
	CAFY	9%	27%	4%	8%	100%	3%	4%	8%	25%	6%
	GAMY	6%	12%	2%	5%	4%	100%	1%	3%	12%	4%
	Monkey	10%	27%	5%	22%	9%	2%	100%	6%	28%	4%
	Healthil	10%	30%	5%	7%	12%	3%	4%	100%	26%	8%
	KAUMO	21%	29%	6%	13%	11%	4%	6%	8%	100%	5%
	Gunosy	9%	20%	5%	5%	9%	3%	3%	7%	17%	100%

※黄色い塗りつぶし：15%以上

(c)VALUES



(c)VALUES

■ 【登録無料】 色々なサイトのユーザーがわかる！

「【VALUES eMark+】 Free」について

本リリースで用いたデータは、当社サービス「VALUES eMark+」を使用して集計・分析を行いました。本サービスには<無料トライアル版>である「【eMark+】 Free」もございます。「【eMark+】 Free」では、業界別にサイトの訪問者数ランキングや、見たいサイトを指定して、過去からの訪問者数の推移、ユーザー属性（性別、年代など）を確認できます。ご登録・ご利用は無料です。

- 「【eMark+】 Free」のお申込みはこちら

<http://www.valuesccg.com/free/>

■ 株式会社ヴァリユーズについて

株式会社ヴァリユーズは、マーケティングノウハウと IT 先端技術を活用して、新たな市場価値の創造をサ

ポートする、事業成長支援企業です。モニター会員の協力により、行動ログとデモグラフィック（属性）情報を活用した次世代マーケティング手法「VALUES eMark+」（ヴァリュース イーマークプラス）サービス提供のほか、経営課題のコンサルティングから、課題解決、販売促進の支援まで、独自のノウハウとソリューションで多くの企業を支援しています。

株式会社ヴァリュース ホームページ <http://www.valuesccg.com/>

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ヴァリュース 子安（こやす） TEL: 03-6277-6812 E-mail: press@valuesccg.com