

2013年7月11日

『週刊ファミ通』発表。ゲームユーザーの ネットサービス接触率 & 接触頻度ランキング ～ 接触率1位は YouTube、接触頻度1位は Twitter ～

毎週木曜日発行のゲーム総合情報誌『週刊ファミ通』（エンターブレイン、本社：東京都千代田区、社長：浜村弘一、編集長：林克彦）は、本日7月11日発売の『週刊ファミ通』7月25日増刊号「ファミ通トレンドウォッチ」にて、ゲームユーザーのネットサービス接触率ランキングを発表しました。（調査期間：2013年6月24日～6月25日）

●ゲームユーザーのネットサービス接触率ランキングTOP10

設問：あなたがよく利用しているネットサービスを教えてください。（複数回答可）

サンプルサイズ=2655(4673)※

順位※	ネットサービス	主な内容	接触率※
1(1)	YouTube	無料動画配信	56.2% (45.9%)
2(4)	Twitter(ツイッター)	SNS・ブログ	35.6% (24.1%)
3(2)	楽天	ショッピング	32.1% (30.7%)
4(7)	ニコニコ動画	無料動画配信	31.5% (16.5%)
5(6)	Amazon(アマゾン)	ショッピング	29.3% (18.7%)
6(3)	Facebook(フェイスブック)	SNS・ブログ	24.3% (24.2%)
7(5)	LINE(ライン)	無料通話	21.7% (20.4%)
8(8)	mixi(ミクシィ)	SNS・ブログ	17.2% (13.6%)
9(11)	Mobage(モバゲー)	SNS・ブログ	10.8% (3.9%)
10(9)	Ameba(アメーバ)	SNS・ブログ	8.6% (10.5%)

※順位、接触率、サンプルサイズの()内の数字は非ゲームユーザーの調査結果

●ゲームユーザーによるネットサービス接触頻度ランキングTOP5

設問：ネットサービスについて、それぞれどれくらいの頻度で利用していますか？

選択肢：A. 週に1回位、B. 週に2～3回位、C. 毎日1回位、D. 毎日2～9回位、E. 毎日10回以上

サンプルサイズ=2655(4673)※

順位※	ネットサービス	主な内容	接触頻度※
1(2)	Twitter(ツイッター)	SNS・ブログ	26.7% (17.6%)
2(1)	YouTube	無料動画配信	21.7% (18.1%)
3(6)	ニコニコ動画	無料動画配信	17.1% (8.2%)
4(3)	Facebook(フェイスブック)	SNS・ブログ	15.7% (16.4%)
5(4)	LINE(ライン)	無料通話	14.2% (13.1%)

※順位、接触頻度、サンプルサイズの()内の数字は非ゲームユーザーの調査結果

ネットサービス接触頻度は、「毎日1回位」以上利用していると回答した（選択肢C～Eを選んだ）ユーザーの割合が多い順のランキングとなります。

【「ファミ通トレンドウォッチ」今回の調査結果について】

ゲームユーザーのネットサービス接触率では、YouTube、Twitter、楽天といった知名度の高いサービスが上位を占めています。注目すべき点は、ほぼすべてのサービスにおいて、ゲームユーザーの接触率が非ゲームユーザーの接触率を上回っていることです(非ゲームユーザーの接触率が上回っているのは Ameba のみ)。このことから、ゲームユーザーとネットサービスが相互関係にあることが伺えます。

特にニコニコ動画については、ゲーム実況プレイの投稿動画や音楽制作ソフトによる動画鑑賞など、ゲームユーザーに親和性の高いコンテンツが多数存在することもあり、ゲームユーザーと非ゲームユーザーによる接触率の差が約2倍と顕著に現れる結果となりました。

一方、接触頻度のランキングでは Twitter が1位となりました。Twitter の接触頻度が“毎日2～9回くらい”の回答が多いのに対し、YouTube では“週に2～3回くらい”の割合が高くなっています。また世代別では、ニコニコ動画が25～29歳、Twitter は30～34歳、Amazon は35～39歳の割合がそれぞれ最も高くなっています。ネットサービスをPR等で効果的に活用するには、こういったユーザー傾向を見極める必要があると言えます。

【ファミ通トレンドウォッチとは】

エンターテインメント分野の消費動向調査から、ゲームファンの生活スタイルと嗜好を分析する、『週刊ファミ通』のコーナーです。7月25日増刊号の誌面では、ゲームユーザーのネットサービス接触率ランキングをTOP20まで掲載しています。

【調査概要】

調査対象 : 自社で運営する eb-i の20万人のパネルから、継続的に家庭用ゲーム機で遊んでいる15歳から49歳までのユーザー2655人(男性1656人、女性999人)と、同年齢層のゲームを遊んでいないユーザー4673人(男性2232人、女性2441人)を抽出。

調査手法 : インターネットリサーチ。編集部が独自に選定した33サービスより複数回答。

調査期間 : 2013年6月24日～6月25日

【eb-iとは】

『eb-i(enterbrain insight)』は、ファミ通(エンターブレイン)が2013年1月より週単位で継続して行っている、エンターテインメント分野の消費動向調査です。保有している全国20万パネルから週次で1万超を回収し、エンターテインメント分野の実態を調査・分析しています。

【「ファミ通」について】

ファミ通グループでは、ゲーム総合情報誌「週刊ファミ通」をはじめとするファミ通各誌、「ファミ通.com」や「ファミ通 App」といったゲーム情報サイト、ゲームバラエティ番組「ファミ通 LIVE」など、様々なゲーム情報サービスを展開しています。また、電子出版事業にも積極的に取り組み、「週刊ファミ通」電子版や、ゲーム攻略本・設定資料集の電子書籍を多数配信しています。さらに、全国約3600店舗のファミ通協力店からゲームの売上データを集計し、5月31日に「ファミ通ゲーム白書 2013」を発刊するなど、ゲームマーケティングサービスも行なっています。