

リアルタイムウェブ・サービスの利用実態

まず、リアルタイムウェブ・サービスの利用者は、国内に一体どれくらいいるのだろうか。日本を代表するリアルタイムウェブ・サービス「ニコニコ動画(生放送)」では、2010年10月28日現在、ID登録者数は約1,890万人、プレミアム(有料)会員数は100万人を突破した。また、携帯電話向けサービスの登録者数は約566万人で、モバイル機器を介して利用する人も増えている。

また、ネット回線を通したIP通話サービスskypeも人気である。全世界におけるSkypeユーザー数は約2,300万人に達している(2010年11月時点)。この急増の主な理由の一つは、PCだけでなくスマートフォンでも手軽に利用できる点である。インターネットコム・gooリサーチによる「チャットサービス」に関する調査結果[図]では、skypeのサービスが

人気の上位を占め、MSN、Yahoo!のチャットサービスがそれを追う順位となった。当部のグループインタビュー調査においても、skypeにより大学の課題ファイルをやりとりしながら会議したり、英語のレッスンにも利用するユーザーも確認でき、すでに生活の一部として取り入れられていた。

ところで、skypeに代表されるIP通話サービスは、通信料が大事な収入源の一つである通信会社にとって天敵とされているが、KDDIが共同で専用アプリ「skype™ au」を開発・提供したほど、利用者を伸ばし続けている注目のサービスである。

リアルタイムウェブ・ユーザーの特徴

ここでは、リアルタイムウェブ・ユーザーの特徴を紹介しよう。リアルタイムウェブ・サービスの主要サイト「Ustream」と「ニコニコ生

放送」のユーザーを対象にインタビューし、以下のポイントが確認できた[表]。

彼らの多くは、音楽・アニメ・スポーツ・サブカルチャー・ゲームなど、強い興味を持つジャンルがあり、それらを深く掘り下げていくことが好きな傾向が強かった。彼らは気になった番組をきっかけにリアルタイムウェブの魅力を知り、徐々にファンになっていく傾向が見られた。その他、政治や社会問題に興味を示すユーザーも多く、討論番組の視聴者数も数万人規模に達している。出演者サイドも、尺に限りがあり編集される番組より、生放送で時間を気にせずすべてを流してくれるリアルタイムウェブを好むケースが出てきている。最近では、某政治家がニコニコ生放送限定でネット会見を開き、ユーザーの多くの質問に答えた結果、視聴者数が10万人以上に達した。

また、ユーザーのTVへの関わり方にも特徴が見られた。彼らの“TVに対する拒否感”といった冷たい雰囲気は意外にも感じられ

電通総研
メディア
インサイト
メモ

リアルタイムウェブ・サービスの 本質

メディアインサイト・メモVol.06(2010年9月号掲載)では、リアルタイムウェブ・サービスにより、消費者間や消費者-企業間で、「時間軸」と「空間軸」をラクに共有できるようになった背景を紹介した。今回は、リアルタイムウェブ・サービスの利用実態と、ユーザーの特徴に焦点を当てる。

文●長野晋也

Shinya Nagano

電通総研メディアイノベーション研究部 メディア・リサーチャー