

ブログ・SNSの経済効果の推計

平成21年7月

総務省 情報通信政策研究所
調査研究部

1. 推計の概要

- ブログ・SNS市場の市場規模の現状や将来動向について、推計を実施。
- 具体的には、ブログ・SNS市場及び関連市場の定義を行い、それぞれについて、2008年度の市場規模を推計した。また、2010年度の市場規模予測も行った。(P3～4参照)
- 推計に当たり、利用者数や閲覧数といった、ブログ・SNSの活動量を表す指標を集計し、使用した。(P5～6参照)

ブログ市場(5市場)

市場の分類	ブログ市場…ブログ事業者や登録者が、ブログ活動から直接得る収益総額	関連市場…他の事業が間接的に得る収益の総額
(1) ブログEC ^{注1} 市場	アフィリエイト ^{注2} 経由で商品・サービスが購入されることによるブログ事業者/ブログ登録者の収益(成果報酬)	アフィリエイトによる商品・サービスの売上(左記のブログ市場分を除く。)
(2) ブログ広告市場	ブログを媒体とした純広告 ^{注3} 、コンテンツマッチ広告 ^{注4} 、ロコミ広告 ^{注5} によるブログ事業者の売上	—
(3) ブログサービス市場	有料版ブログサービス提供によるブログ事業者の売上	—
(4) ブログ出版市場	ブログコンテンツの出版によりブログ登録者が得る収益	ブログコンテンツの出版による書籍の売上(左記のブログ市場分を除く。)
(5) ブログソフトウェア市場	ブログソフトウェア/ASPの販売額	—

SNS市場(5市場)

市場の分類	SNS市場…SNS事業者や会員が、SNS活動から直接得る収益総額	関連市場…他の事業が間接的に得る収益の総額
(1) SNS-EC市場	アフィリエイト経由で商品・サービスが購入されることによるSNS事業者/会員の収益(成果報酬)	アフィリエイトによる商品・サービスの売上(左記のSNS市場分を除く。)
(2) SNS広告市場	SNSを媒体とした広告によるSNS事業者の売上	—
(3) SNSサービス市場	有料会員やアバター ^{注6} 、ゲーム内アイテム等の課金によるSNS事業者の売上	—
(4) SNS出版市場	SNSコンテンツの出版によりSNS会員が得る収益	SNSコンテンツの出版による書籍の売上(左記のSNS市場分を除く。)
(5) SNSソフトウェア市場	SNSソフトウェア/ASPの販売額	—

注1 EC…電子商取引(ElectronicCommerce)の略。

注2 アフィリエイト…ウェブサイト等に広告主サイトへのリンクを張り、利用者がそのリンクを経由して商品を購入等した場合に、商品の売上等の中から報酬が支払われる仕組み。

注3 純広告…広告主側が内容を作成して出稿する広告手法。

注4 コンテンツマッチ広告…ウェブサイトの記載内容に関連性の高い広告を、当該ウェブサイト内に自動的に表示する広告手法。

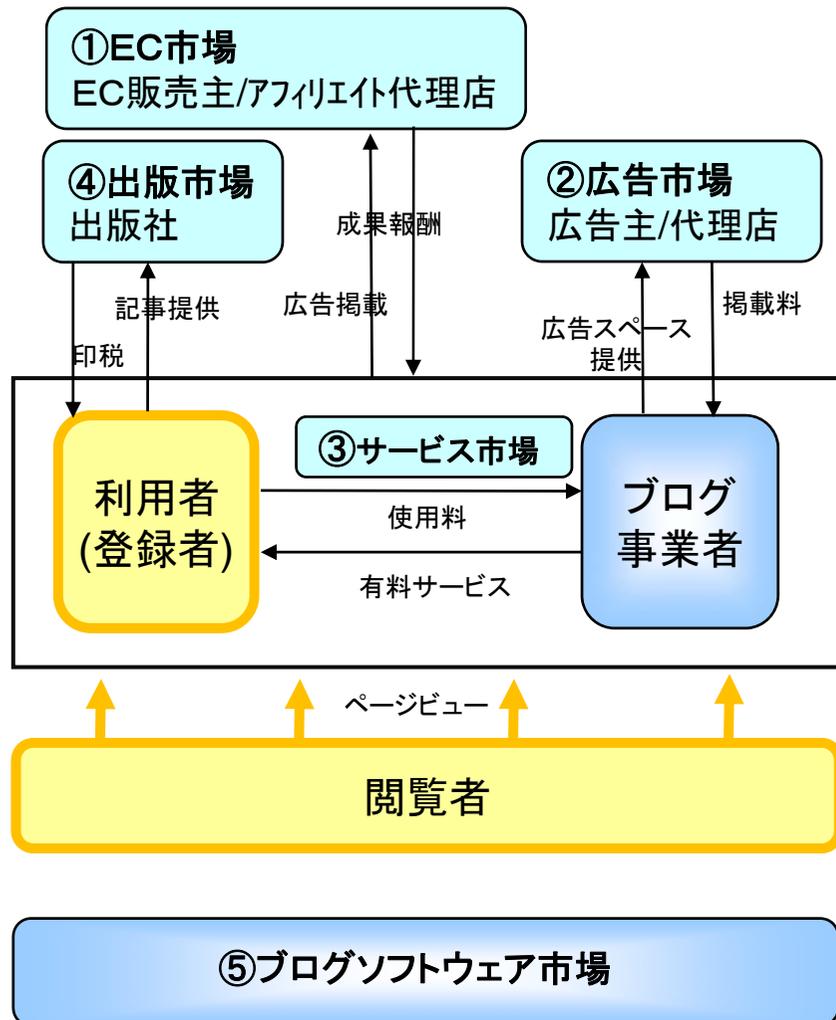
注5 ロコミ広告…利用者に企業の販促商品やサービスを紹介し、利用した感想等の記事を掲載してもらうことで広告のコンテンツとする広告手法。

注6 アバター…インターネットコミュニティで用いられる、自分の分身となるキャラクター。

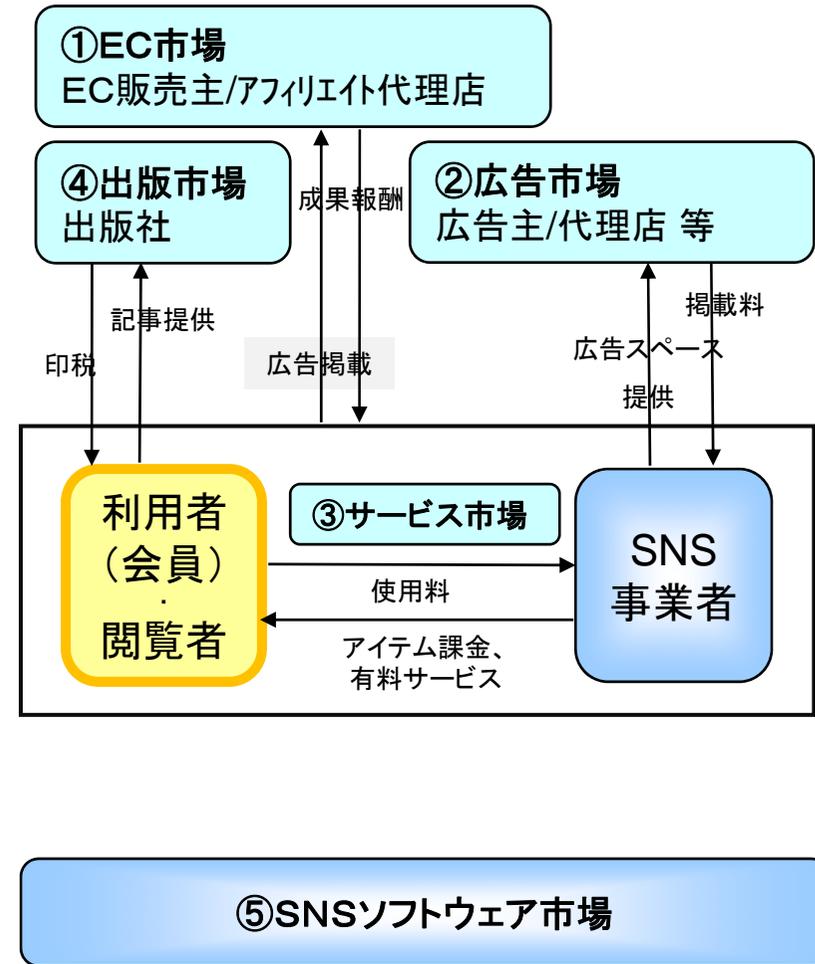
《参考1》 ブログ・SNS市場の収益構造

市場の5分類(①~⑤)それぞれの収益構造は、以下のとおり。

ブログ市場(5市場)



SNS市場(5市場)



2. ブログ市場規模

- 2008年度のブログ市場規模は、約160億円。関連市場も含めると、約1961億円と推計。
- 2008年度の市場規模を分類別に見ると、EC(約43%)及び広告(約42%)の割合が高い。ブログ利用者のアフィリエイト利用や、ブログの特性を生かした口コミ広告が主体となっている。
- 2010年度の市場規模は、約183億円と予測。

図2-1 市場規模の推移

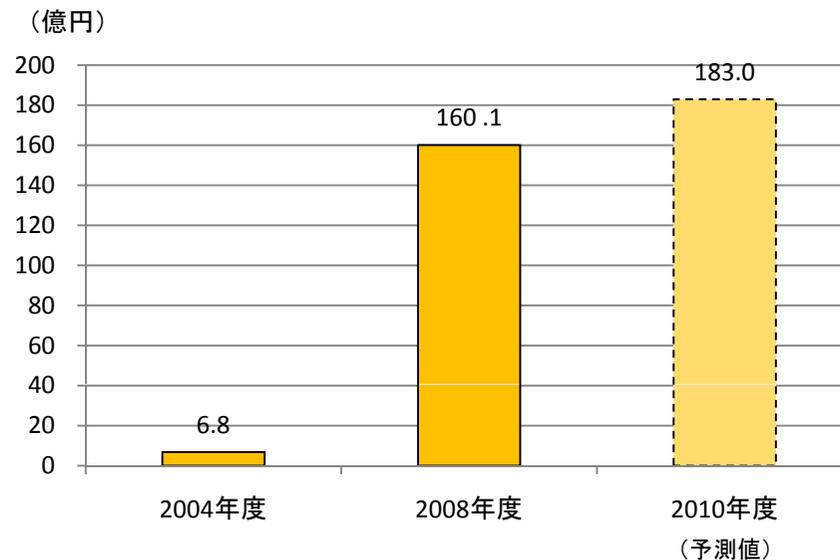
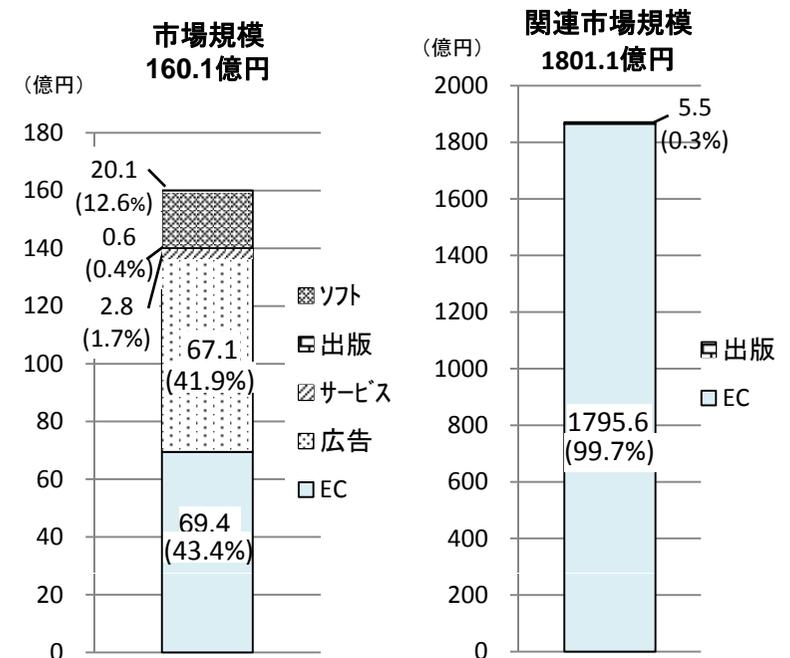


図2-2 2008年度市場規模(分類別)



※ (出典)
 2004年度: 総務省「ブログ・SNSの現状分析及び将来予測(平成17年5月)」
 2008年度及び2010年度: 本調査による推計値(推計方法は、P8参照)。予測値は、今後の利用に関する事業者アンケート等により推計。

3. SNS市場規模

- 2008年度のSNS市場規模は、約 499 億円。関連市場も含めると、約568億円と推計。
- 2008年度の市場規模を分類別に見ると、広告(約55%)及びサービス(約42%)の割合が高い。携帯電話を利用したSNS事業者の成長や、有料サービスの多様化が進んでいる。
- 2010年度の市場規模は、約 717 億円と予測。

図3-1 市場規模の推移

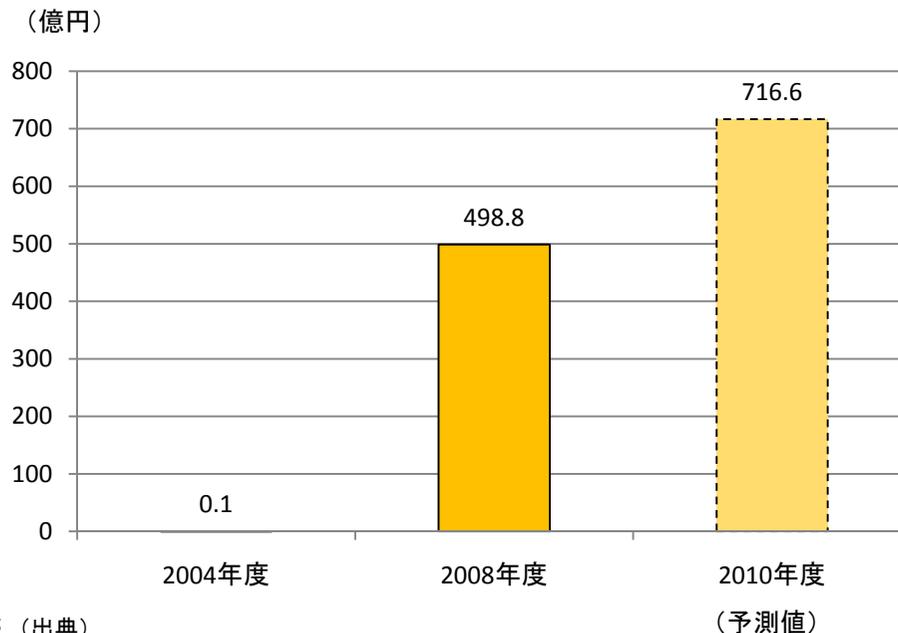
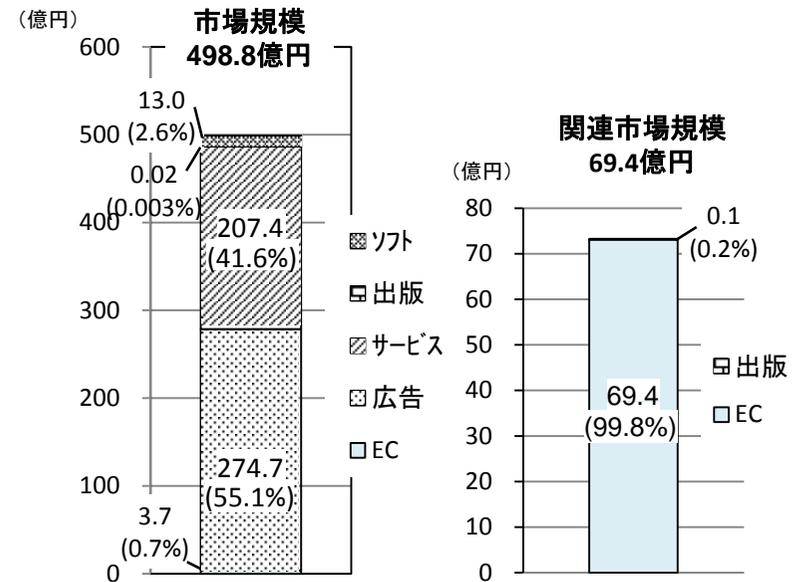


図3-2 2008年度市場規模(分類別)



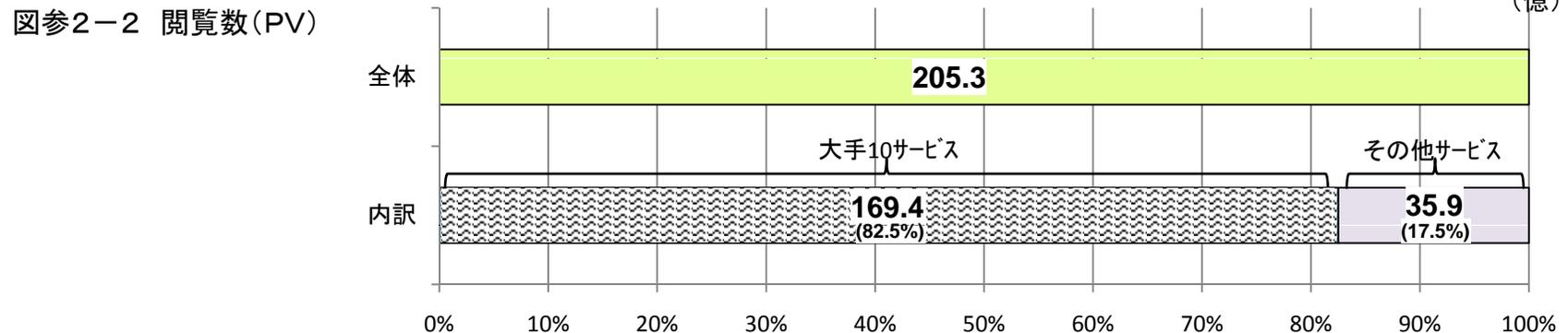
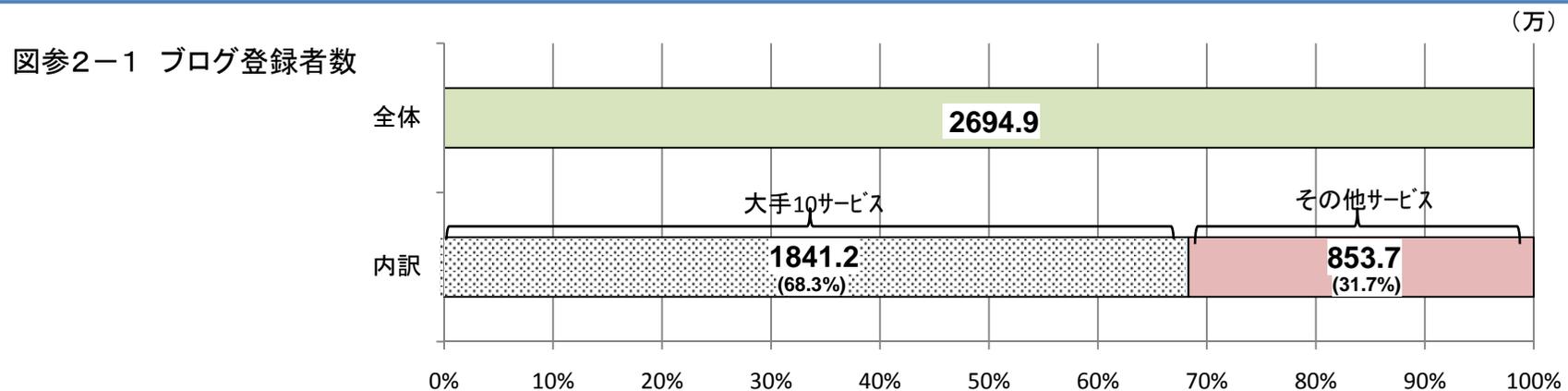
※ (出典)
 2004年度: 総務省情報フロンティア研究会「個人間流通の本格化に向けて(平成17年5月)」
 2008年度及び2010年度: 本調査による推計値(推計方法はP9参照)。予測値は、今後の利用に関する事業者アンケート回答等により推計。

《参考2》 ブログ登録者数、閲覧数

市場規模推計に用いる指標として、64ブログサービスを調査対象とし、登録者数及び閲覧数を集計。

- 2009年1月末時点のブログ登録者数は、約2,695万人。
- 2009年1月の月間閲覧数(ページビュー:PV)は、約205億。

※ ブログ登録者数は、重複分を含むのべ人数。



※ ブログ登録者数及び閲覧数の集計方法はP8参照。

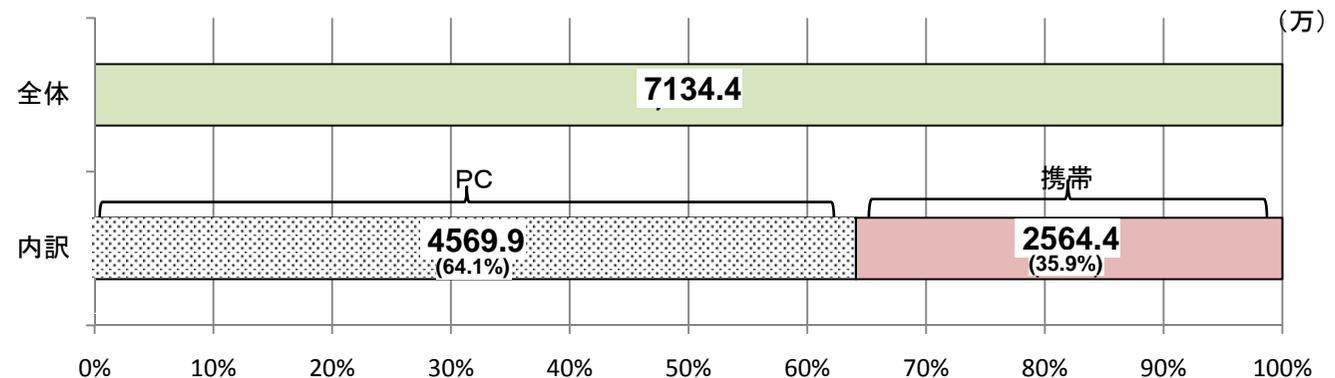
《参考3》 SNS会員数、閲覧数

市場規模推計に用いる指標として、153SNSサービスを調査対象とし、会員数及び閲覧数を集計。

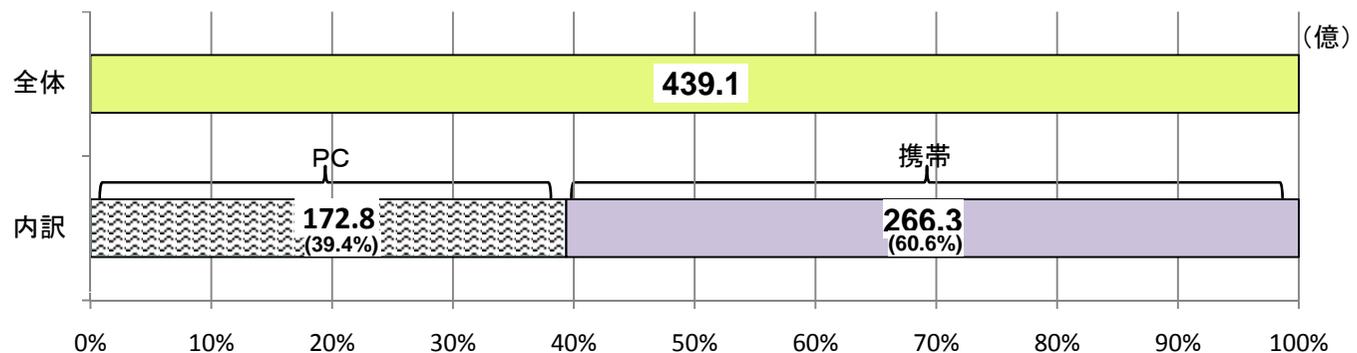
- 2009年1月末時点のSNS会員数は、約7,134万人。
- 2009年1月の月間閲覧数(ページビュー:PV)は、約439億。

※ SNS会員数は、重複分を含むのべ人数。

図参3-1 SNS会員数



図参3-2 閲覧数(PV)



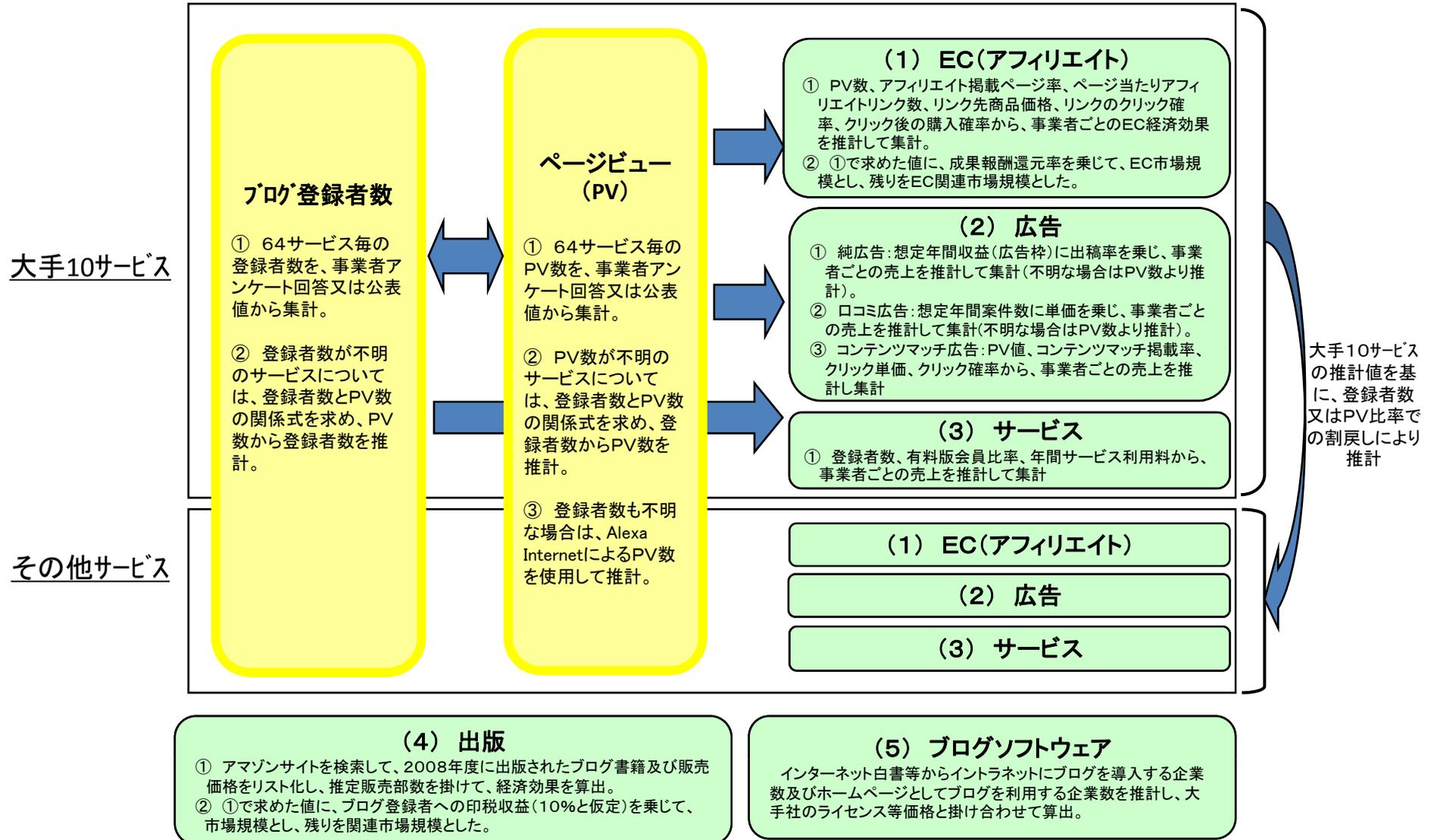
※ SNS会員数及び閲覧数の集計方法はP9参照。

※ 調査対象とするSNSは、民間企業が営利目的で運営するものに限定し、非営利団体等が運営するものを除く。

※ PC向けSNSサービスが主体の事業者を「PC」として、携帯向けSNSサービスが主体の事業者を「携帯」として、便宜的に区分している。

推計方法について

[1] ブログ市場規模の推計方法(概要)



[2] SNS市場規模の推計方法(概要)

