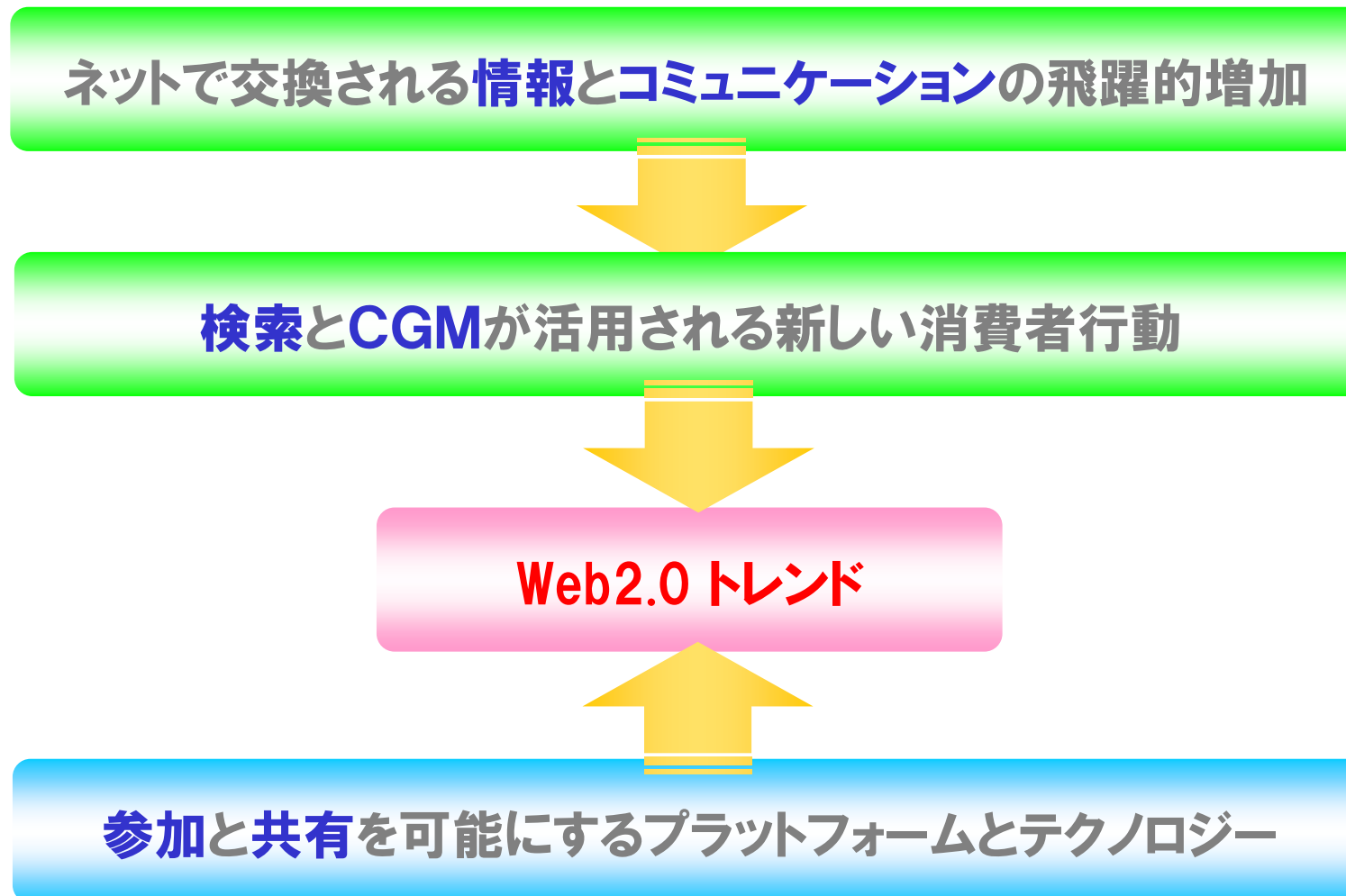
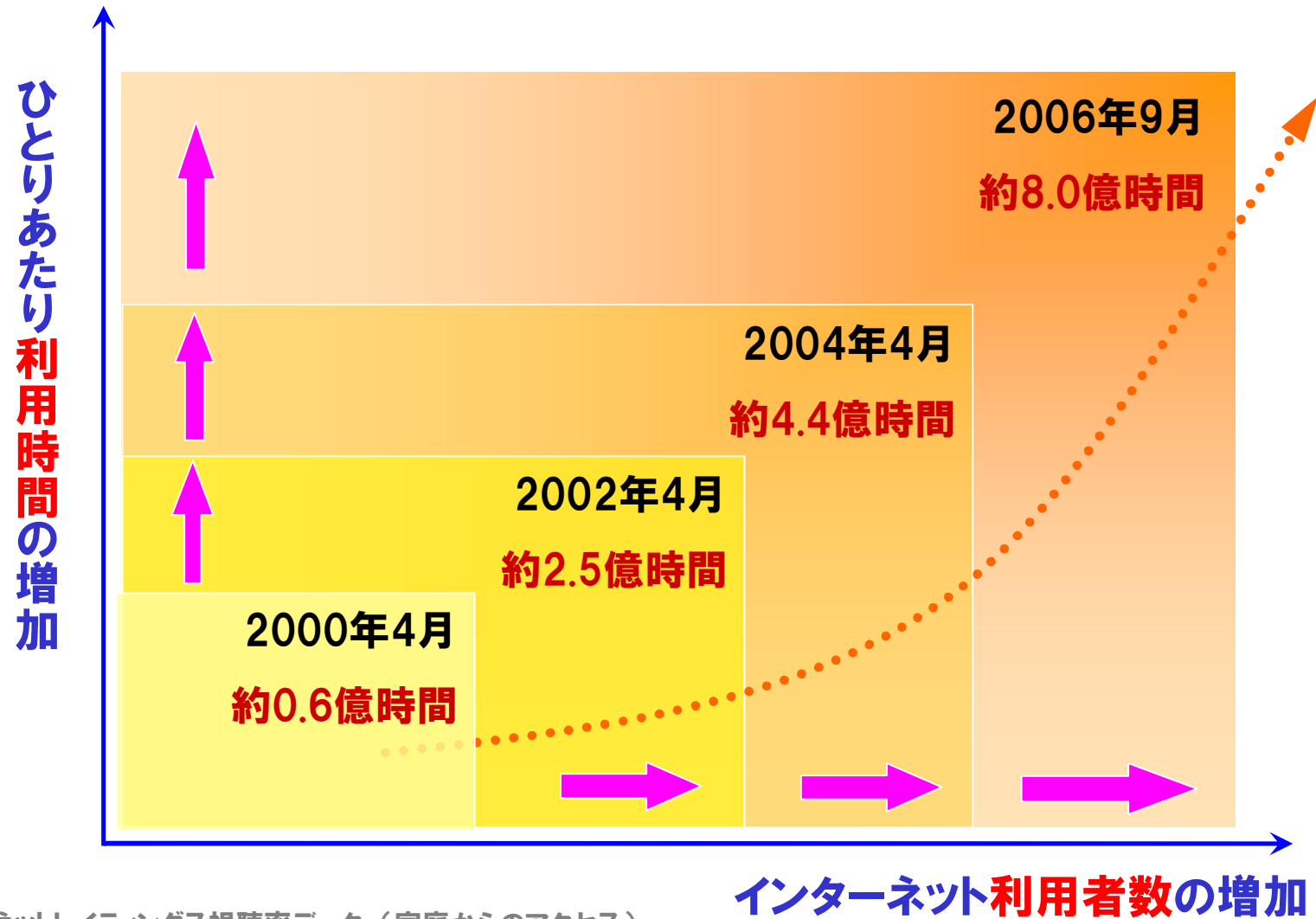


Web2.0で始まるビジネススタイルの変貌



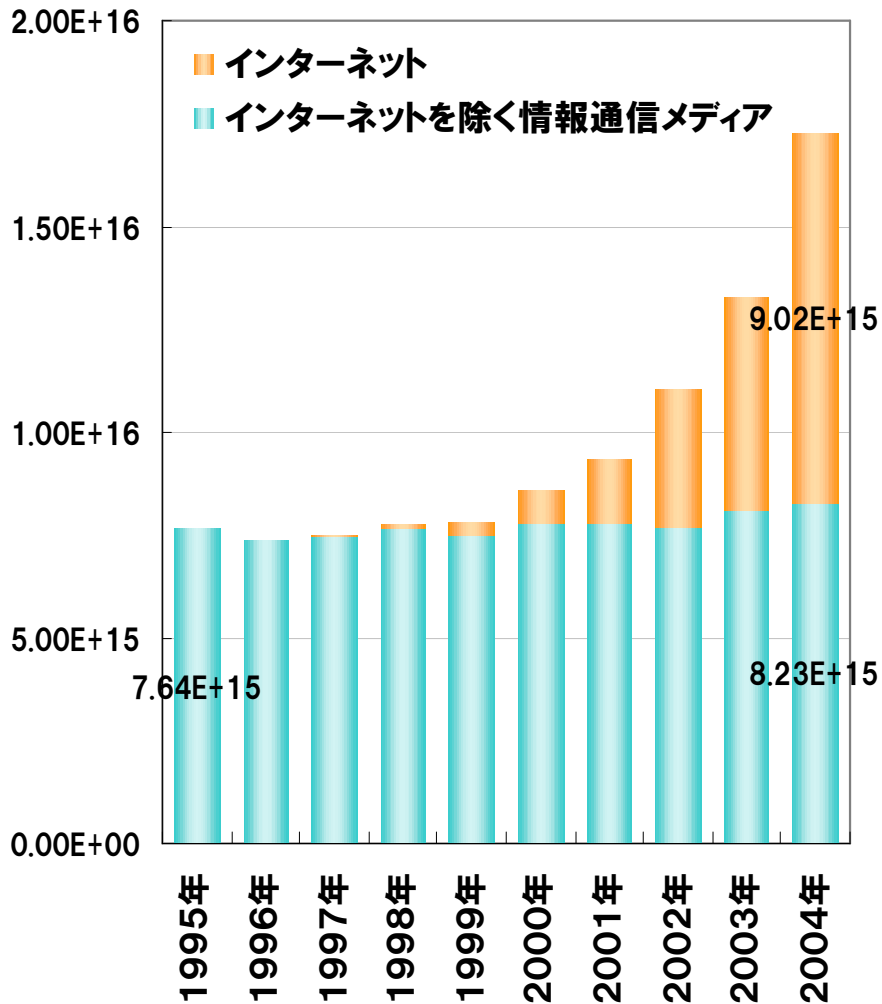
利用者数×利用時間＝ウェブビジネス市場のポテンシャル



出典： ネットレイティングス視聴率データ（家庭からのアクセス）

インターネットによる個人の情報消費量が急増している

情報量(ワード)

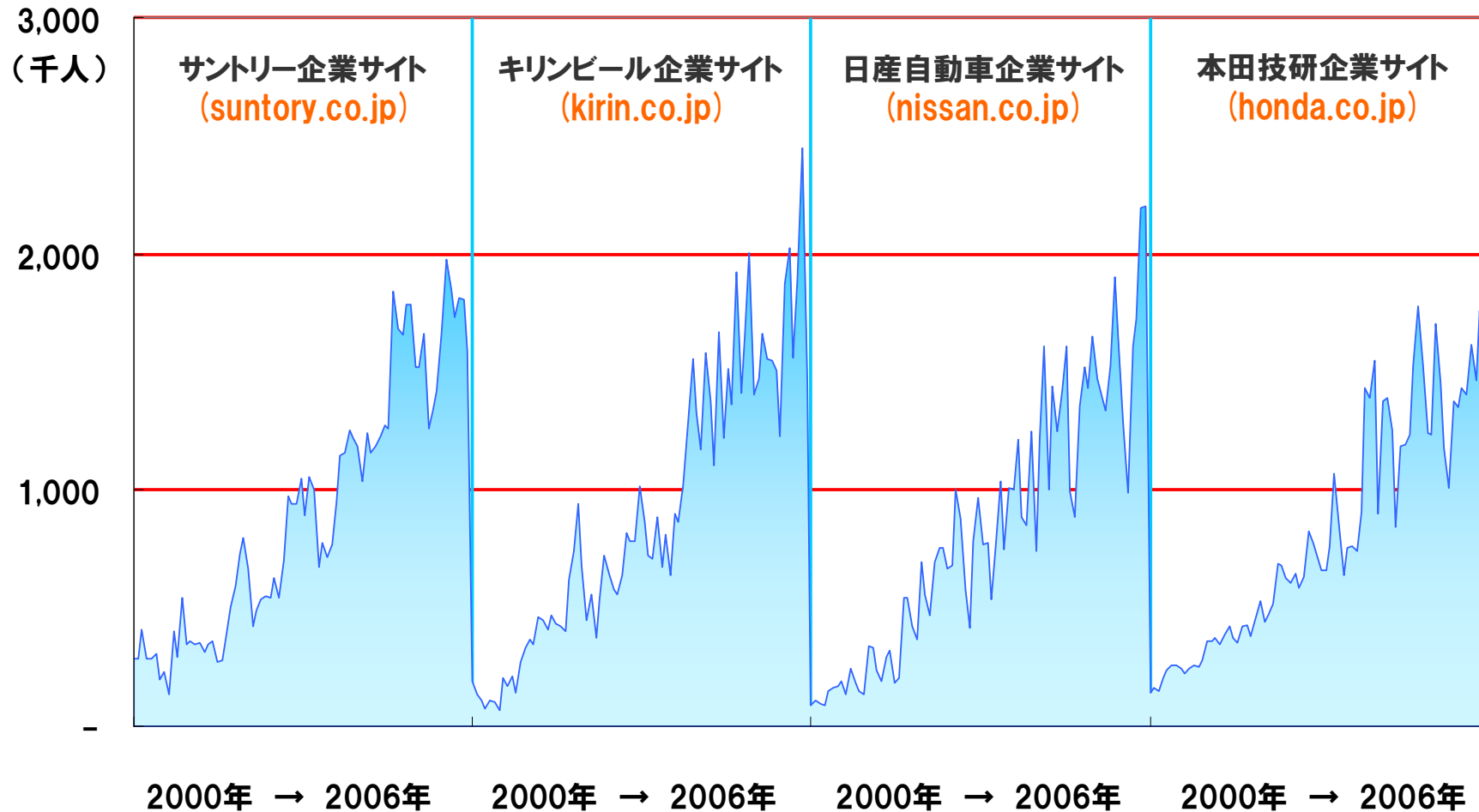


- 膨大な選択性情報
- パーソナルメディア勃興
- アテンションは有限
- 相対的な「権威」の低下

出典：総務省「情報流通センサス」(平成16年度)

企業サイトへの訪問は「消費者とのコミュニケーション総量」

■ 企業サイトの訪問者数推移（2000年4月～2006年9月）



資料： ネットレイティングス視聴率データ、家庭のPCによるアクセス

消費行動プロセスの変化

AIDMA (アイドマ) モデル



AISAS (アイサス) モデル[®]

AISAS[®] は株式会社電通の登録商標です



検索窓から、あらゆる企業発信情報・消費者発信情報へ

The image shows a screenshot of a Microsoft Internet Explorer browser window displaying a Google search for the keyword "マキアージュ" (Makeage). The search results page is annotated with several callouts:

- キーワード「マキアージュ」**: A blue box highlighting the search keyword in the search bar.
- 関連キーワード**: An orange box pointing to the "関連キーワード" (Related keywords) section below the search bar.
- ポータル内情報**: An orange box pointing to the "ポータル内情報" (Portal information) section, which includes a "マキアージュ" product listing.
- 広告（スポンサーリンク）**: An orange box pointing to the "広告（スポンサーリンク）" (Advertisement/Sponsored link) section, which includes a "マキアージュ" product listing.
- 公式サイト**: An orange box pointing to the "公式サイト" (Official website) section, which includes a "マキアージュ" product listing.
- 教えて！goo のやりとり**: A green box pointing to the "教えて！goo のやりとり" (Ask!goo exchange) section, which includes a "マキアージュ" product listing.
- ブログでの書き込み**: A green box pointing to the "ブログでの書き込み" (Blog posts) section, which includes a "マキアージュ" product listing.

情報共有は CGM (Consumer-Generated Media) が担う

(個人の情報発信を促すツール)

- 匿名掲示板 (2ちゃんねる)
- 個人メルマガ (まぐまぐ)
- 個人ホームページ (ISPの無料サービス)

90年代

日本は先行

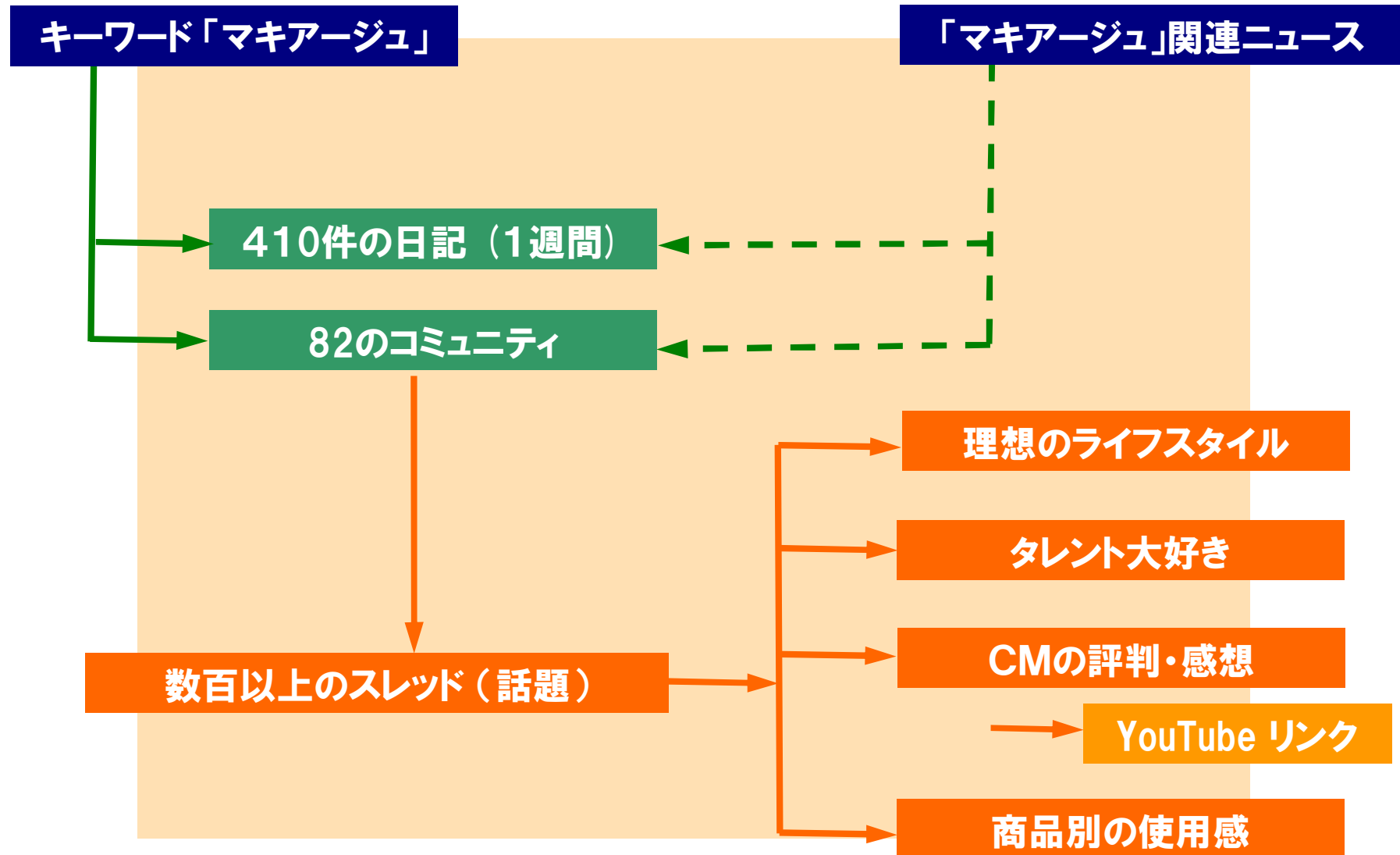
(個人の情報発信をデータベース化、メディア化)

- ユーザーレビュー/クチコミ (価格コム、アットコスメ)
- Q&Aコミュニティ (教えて! goo、Yahoo!知恵袋、はてな)
- ソーシャルネットワーク (mixi, GREE, Yahoo!DAYS)
- ブログ (ライブドアブログ、ココログ、gooブログ、楽天ブログ)
- COI (Community of Interest : 興味・関心に基づくコミュニティ)
(ベネッセ・ウィメンズパーク、みんなの就職活動日記)
- 知識・コンテンツの共有 (ウィキペディア, YouTube)

2000年
以降

Web2.0

ミクシィではあらゆる切り口で消費者が情報を共有している



家電メーカーでは価格コム経由のアクセスが Google を上回る

投稿によるクチコミ情報



企業サイトの公式情報

順位	直前参照サイト		比率
1	search.yahoo.co.jp	Yahoo!検索	21%
2	www.kakaku.com	価格コム	17%
3	www.panasonic.co.jp	(松下電器企業サイト)	8%
4	www.google.co.jp	Google	6%
5	dailynews.yahoo.co.jp	Yahoo!ニュース	5%



www.panasonic.jp
(松下電器)

順位	直前参照サイト		比率
1	search.yahoo.co.jp	Yahoo!検索	25%
2	www.kakaku.com	価格コム	19%
3	www.google.co.jp	Google	7%
4	search.msn.co.jp	MSNサーチ	4%
5	www.yodobashi.com	ヨドバシ・ドットコム	4%

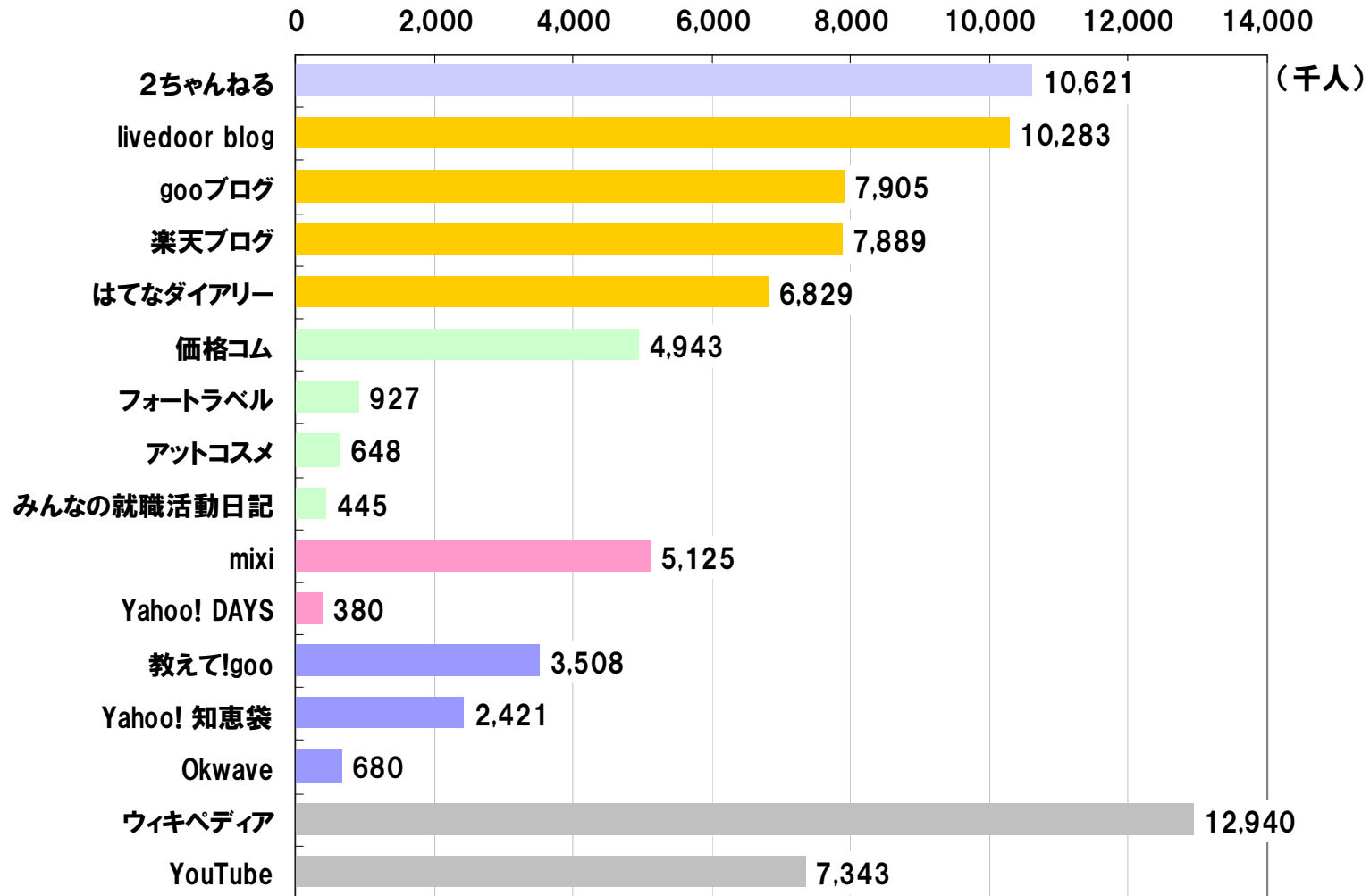


www.sharp.co.jp
(シャープ)

資料: ネットレイティングス視聴率データ、家庭のPCによるアクセス

主要なブログドメインには月間数百万人が訪問する

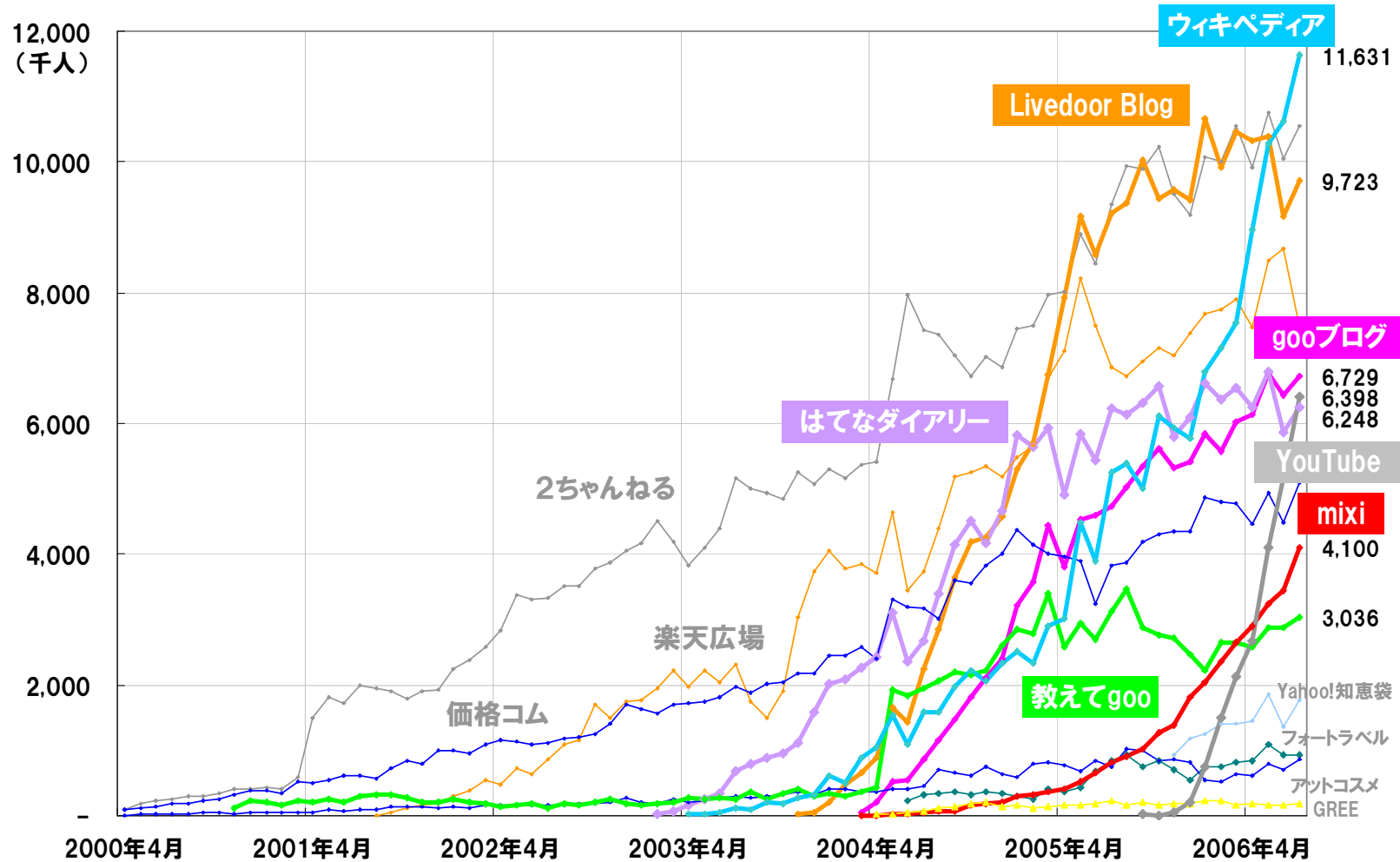
■ おもなCGMサイトの月間利用者数（2006年9月）



資料： ネットレイティングス視聴率データ、家庭のPCによるアクセス

CGMサイトは2004年以降、短期間で急成長

■ CGMサイトの月間利用者数推移（2000年4月～2006年7月）



資料： ネットレイティングス視聴率データ、家庭のPCによるアクセス

ICT (Information and Communication Technologies)

