

第2部報告

Media Spiral

～「フロー・ストック・サーチ・ソーシャル」のメディアデザイン～

博報堂DYメディアパートナーズ
メディア環境研究所 加藤薫



INSTITUTE OF MEDIA ENVIRONMENT
メディア環境研究所

大きなファクター



スマートフォン



ソーシャル
メディア

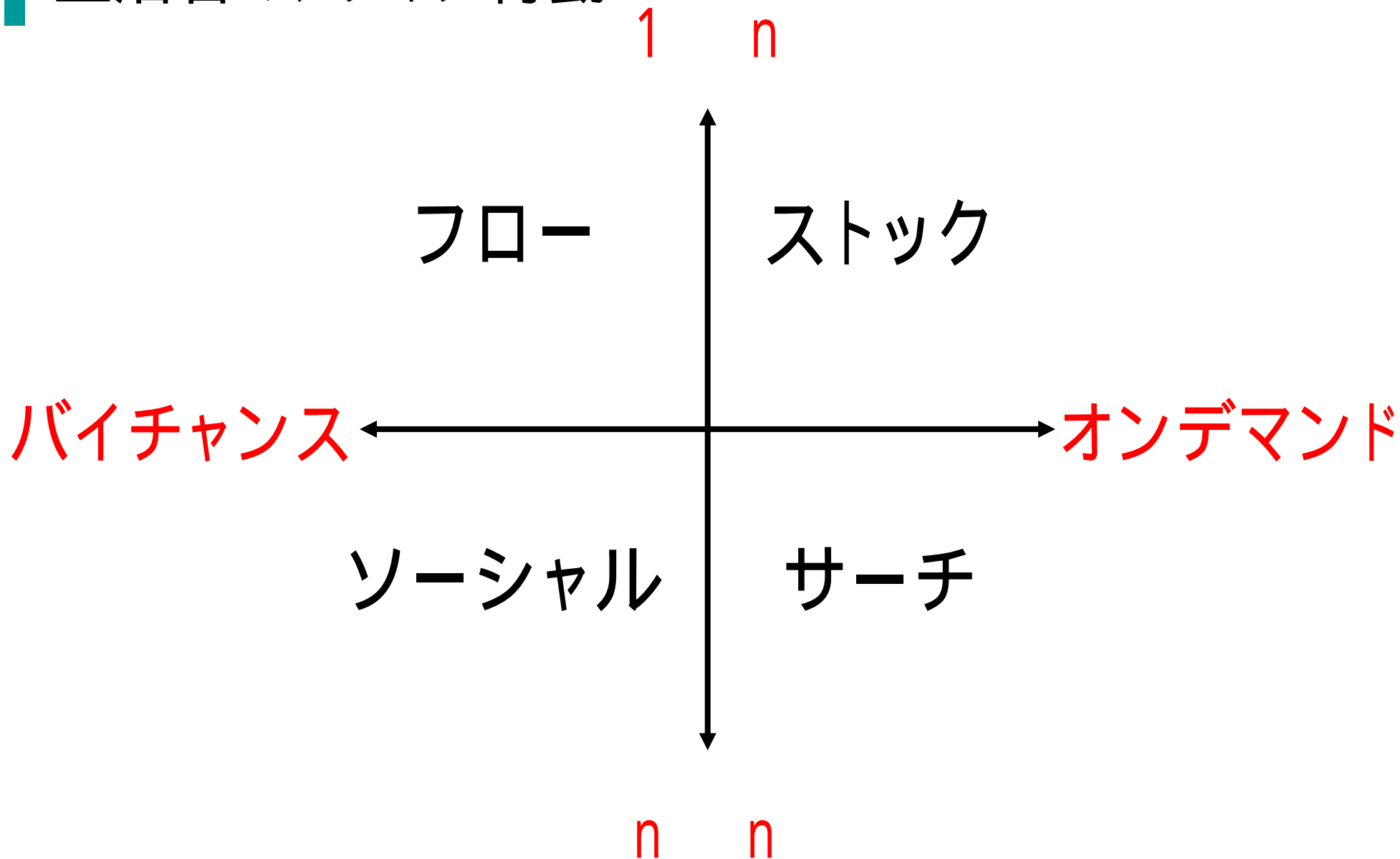


Step. 1

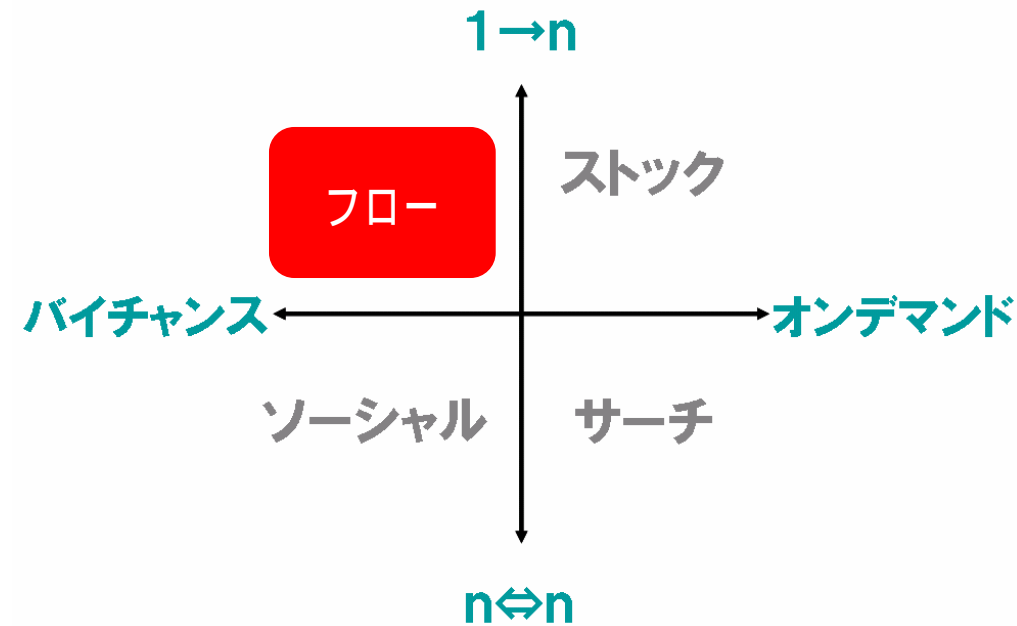
生活者の現状の メディア行動の分類

～ 4つの象限で捉える **F + 3S** ～

生活者のメディア行動



A. フロー型のメディア行動

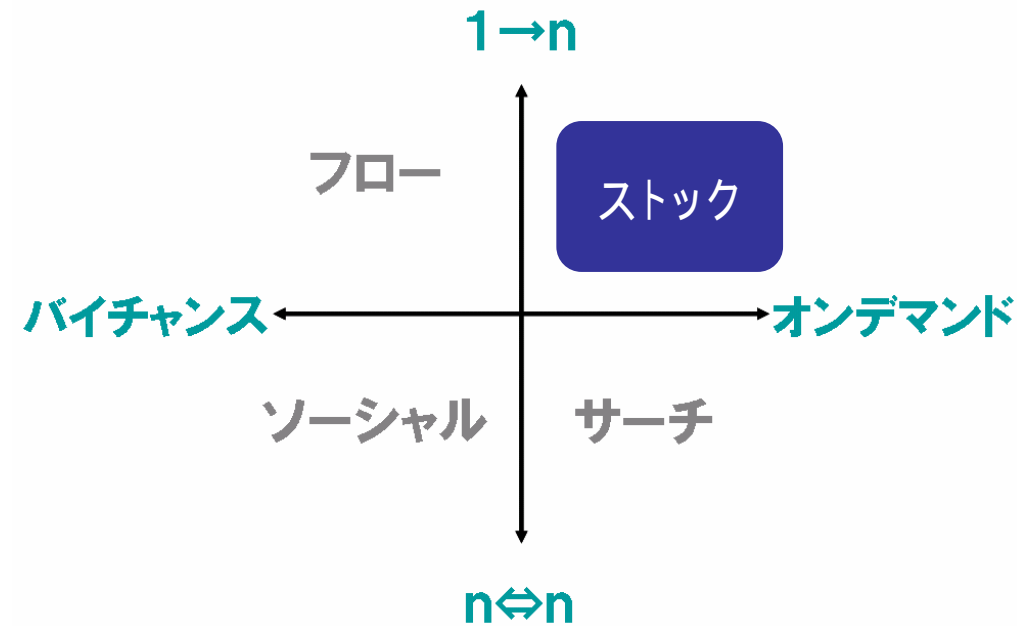


1からnへプッシュ、偶然接触

- テレビ、ラジオ
(リアルタイム視聴)
- 新聞(当日)
- 雑誌(最新号)
- 交通広告・チラシ
- イベント

最新、リアルタイム、ニュース

B. ストック型のメディア行動



1からnへ、要求に応じて供給

- テレビ、ラジオ
(録画などタイムシフト視聴)
- 新聞(過去のデータベース)
- 雑誌(バックナンバー)
- パッケージメディア
(BD/DVD/CD・書籍など)

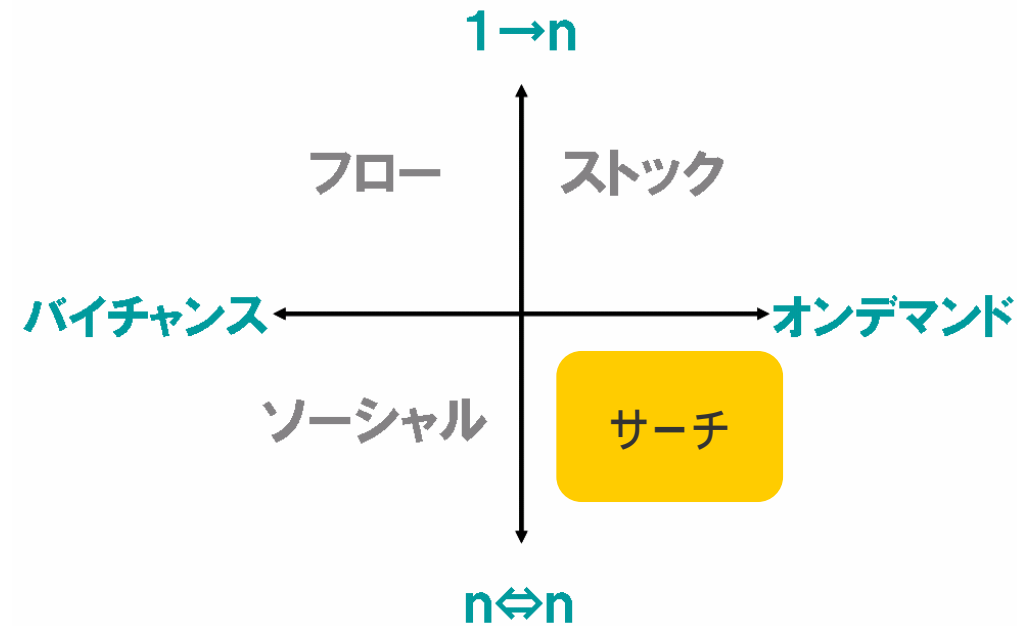
過去、データベース、作品

C. サーチ型のメディア行動

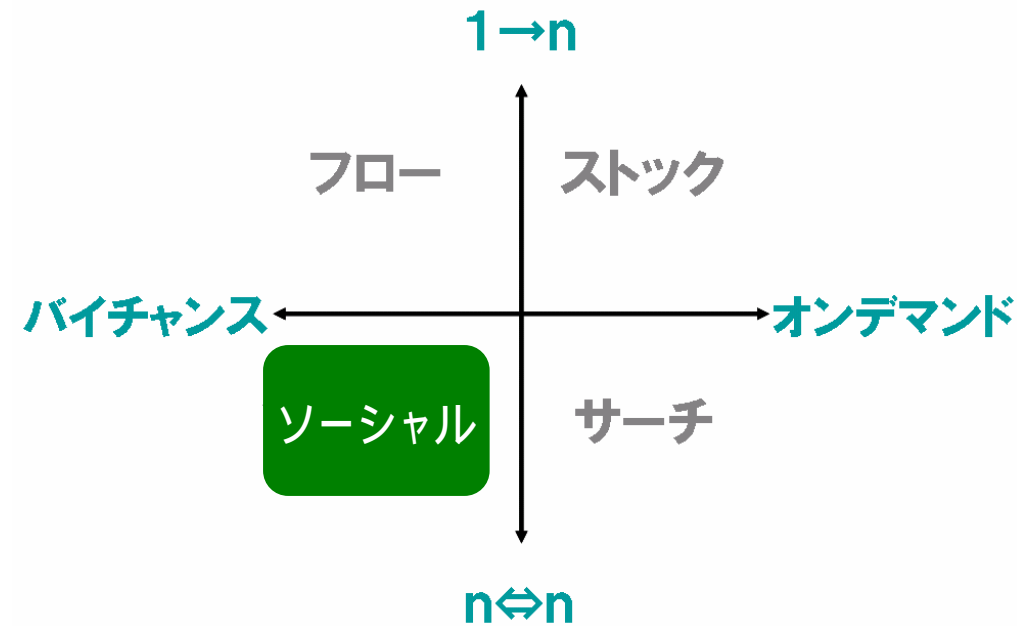
n対nで供給、要求に応じて

- 検索エンジン
+
WEBサイト

検索して探すWEB



D. ソーシャル型のメディア行動

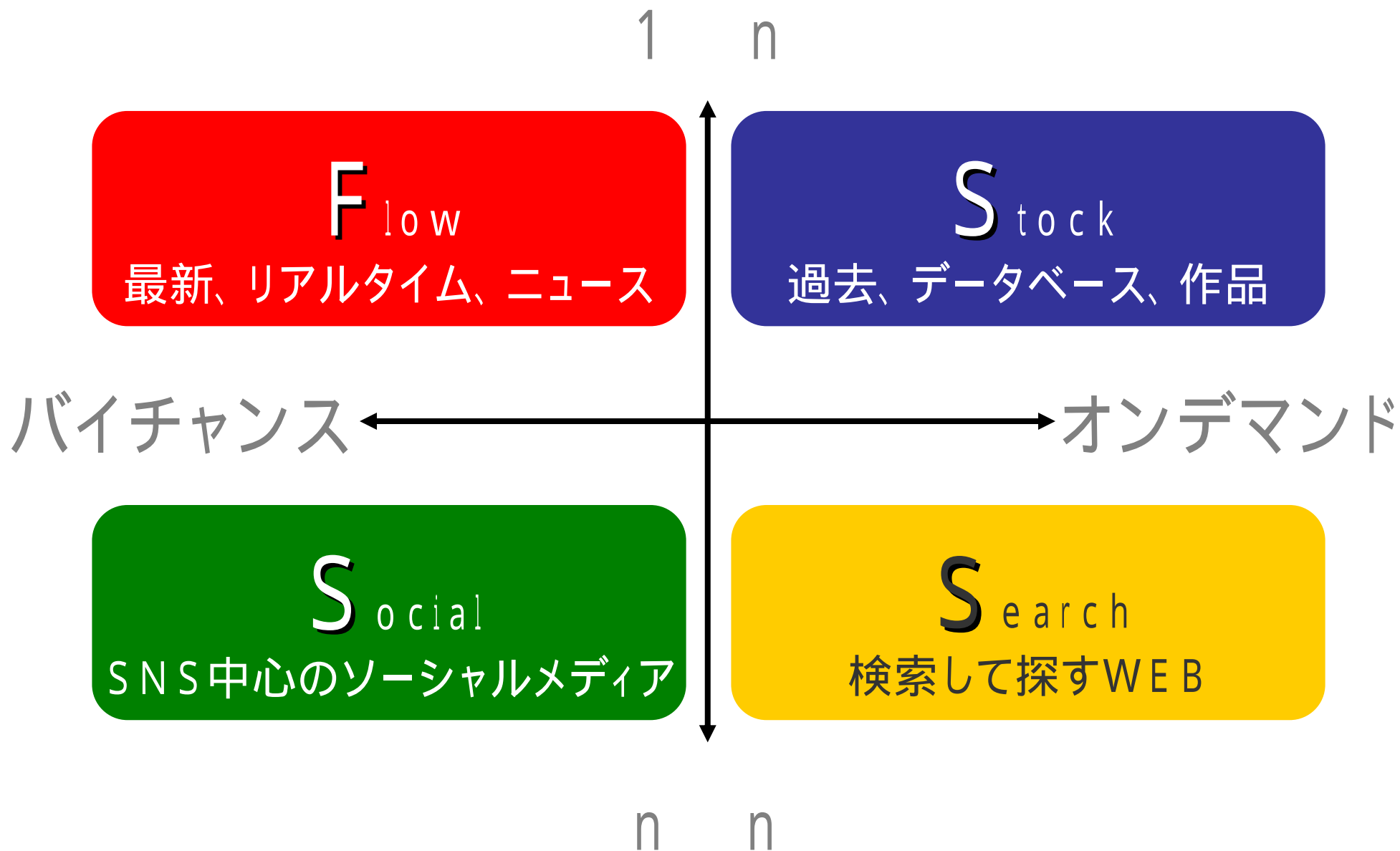


n対nで供給、偶然接触

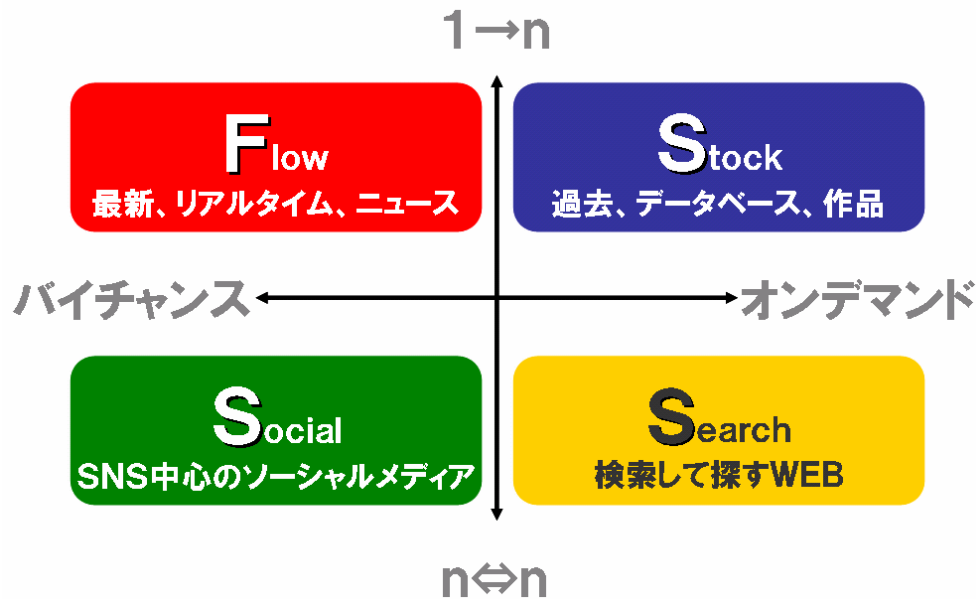
- Twitter
- Facebook
- mixi
- Google+ 他

SNS中心のソーシャルメディア

「F + 3S」のメディア行動



「F」より、「3S」のコンテンツ量が 相対的に増えている



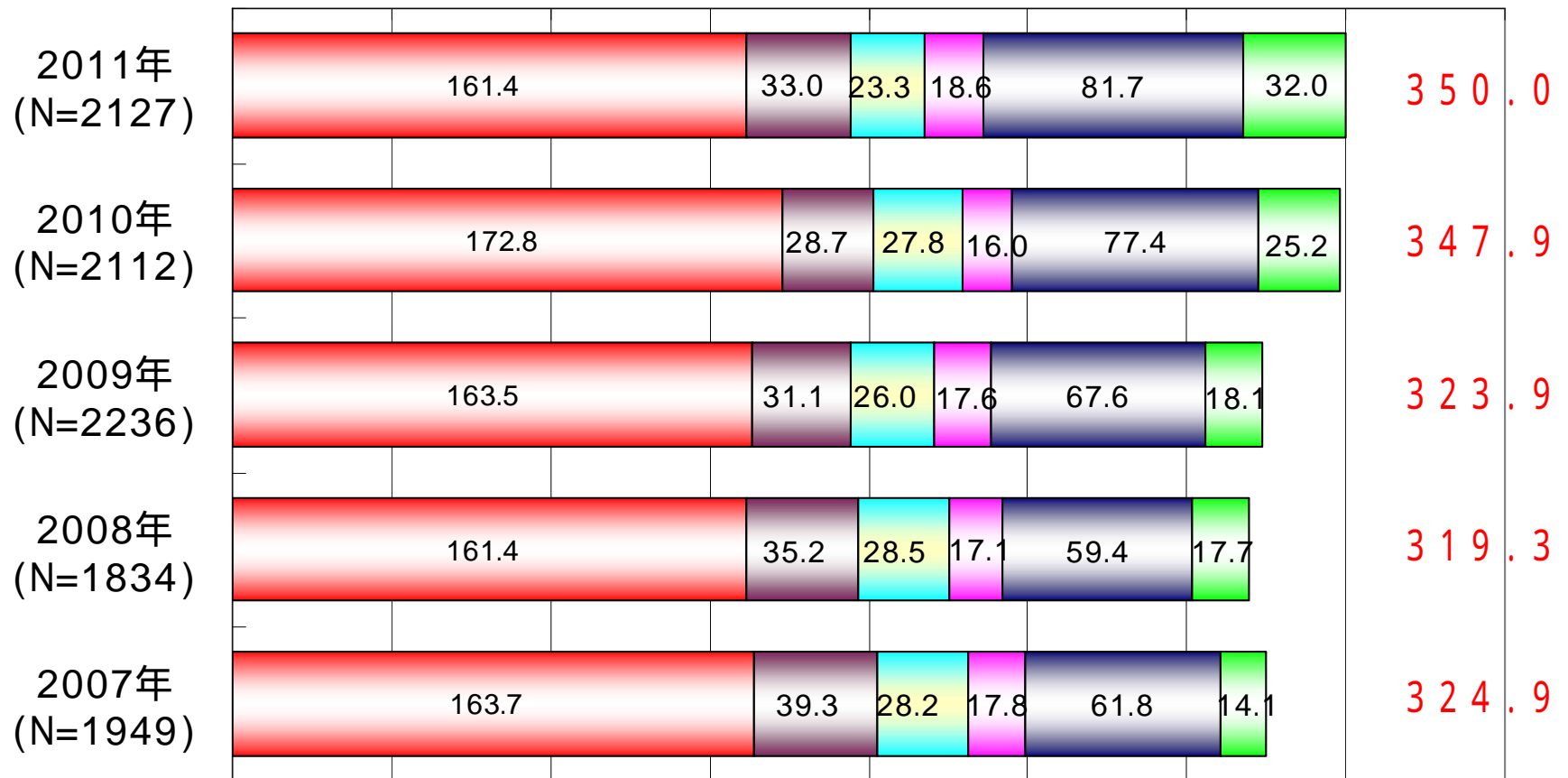
最近、増加傾向にあるもの

- **ストック**
ビデオオンデマンドや
電子出版などの
クラウド系コンテンツ
- **サーチ**
検索対象のサイト
- **ソーシャル**
様々なSNSサービスの増加
参加ユーザー数も拡大

メディア接触時間は飽和傾向に

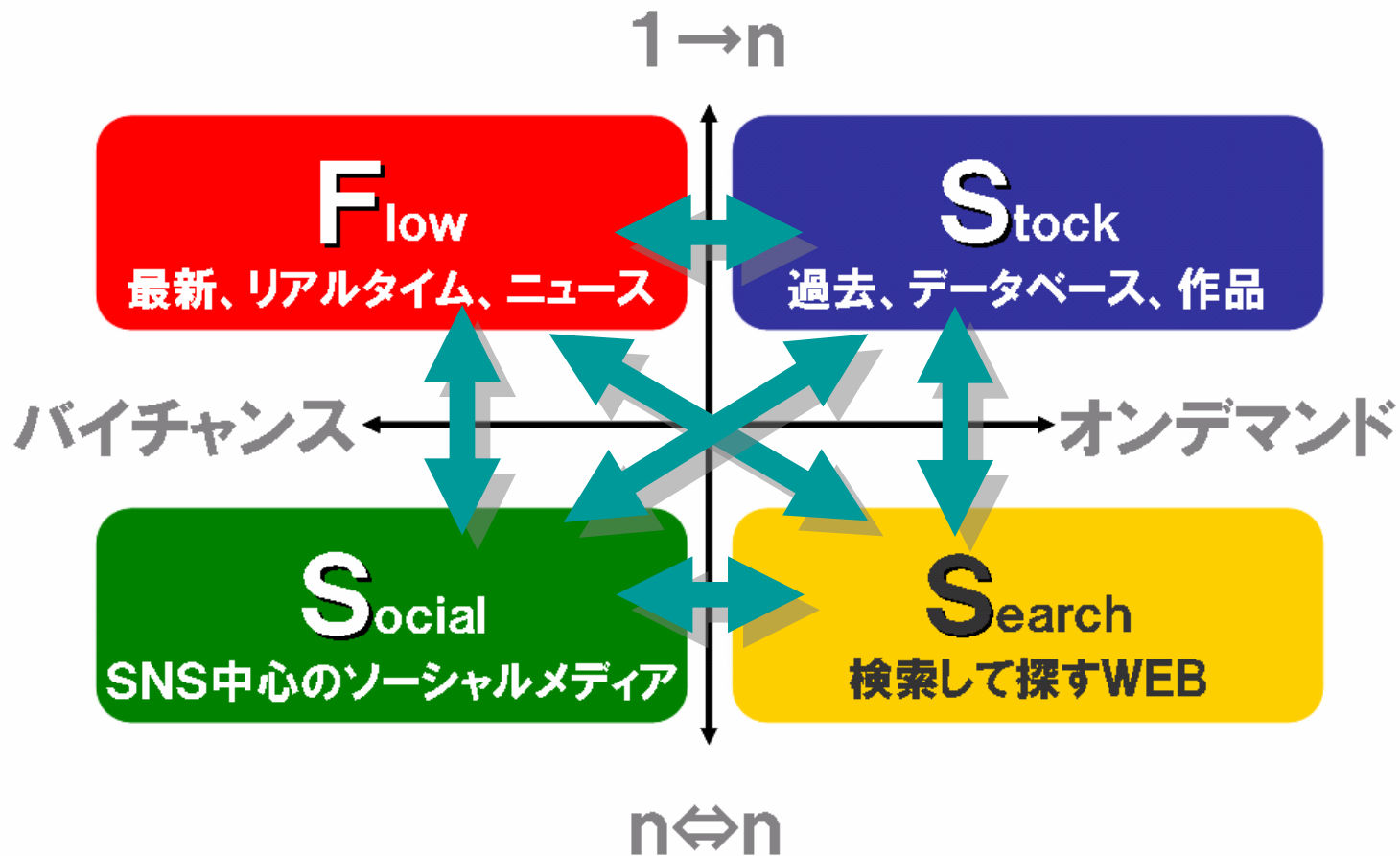
メディア定点調査2011
 <東京地区>

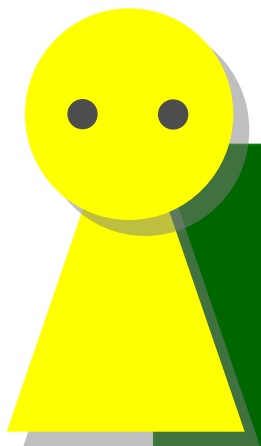
0分 50分 100分 150分 200分 250分 300分 350分 400分



■ テレビ
 ■ ラジオ
 ■ 新聞
 ■ 雑誌
 ■ パソコンからのインターネット接続
 ■ 携帯電話からのインターネット接続

組合せのメディア行動





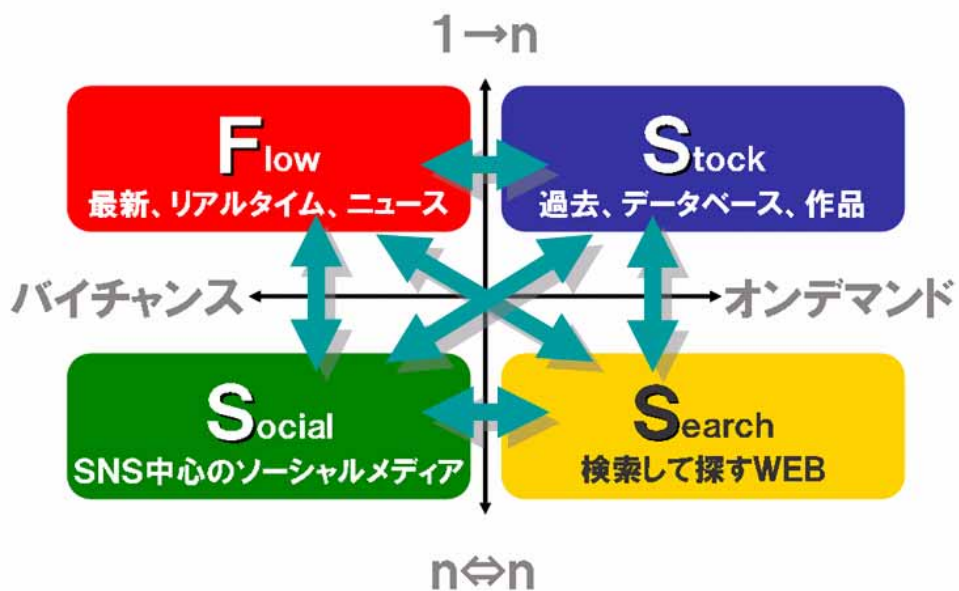
スマートフォンを所有、かつ、
ソーシャルメディアを使っている
20代の男女に聞きました

メディア環境研究所 2011.10
「20代スマートフォン・ソーシャルメディアユーザー調査」
首都圏/インターネット調査

Step.2

スマホ&ソーシャルユーザーの メディアの組合せ行動

どんな組合せがあるのか

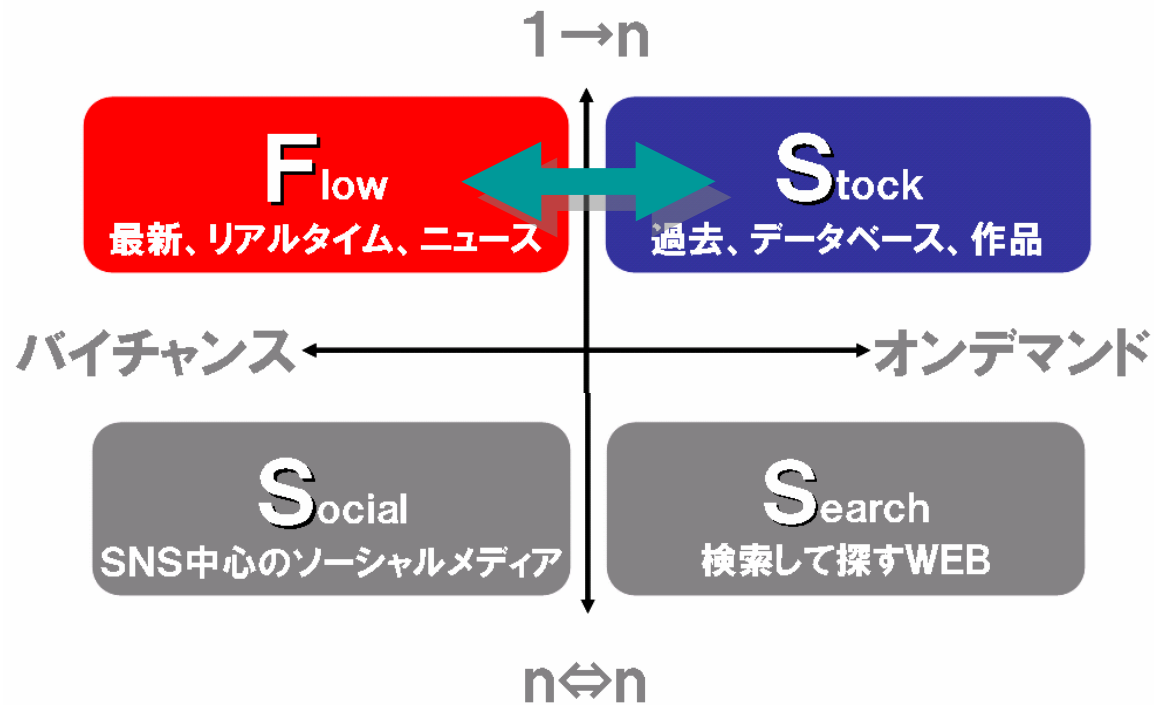


フロー × ストック
フロー × サーチ
フロー × ソーシャル

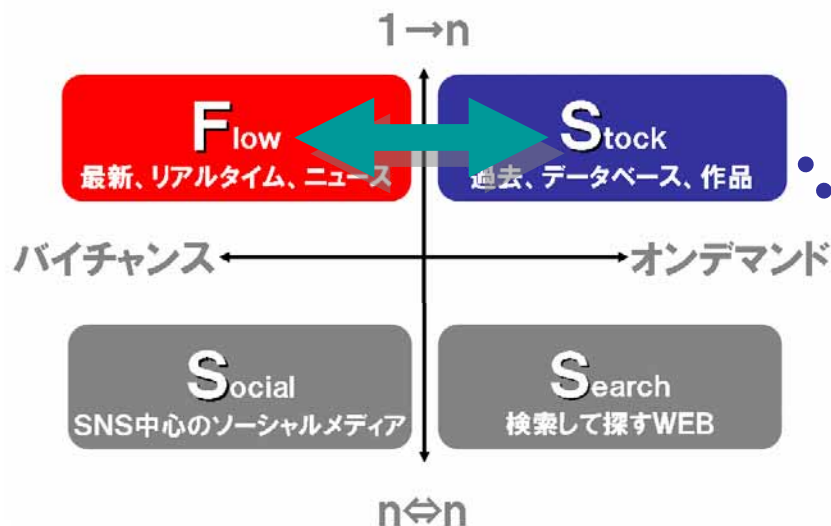
ストック × サーチ
ストック × ソーシャル

ソーシャル × サーチ

組合せ 「フロー×ストック」



組合せ 「フロー×ストック」



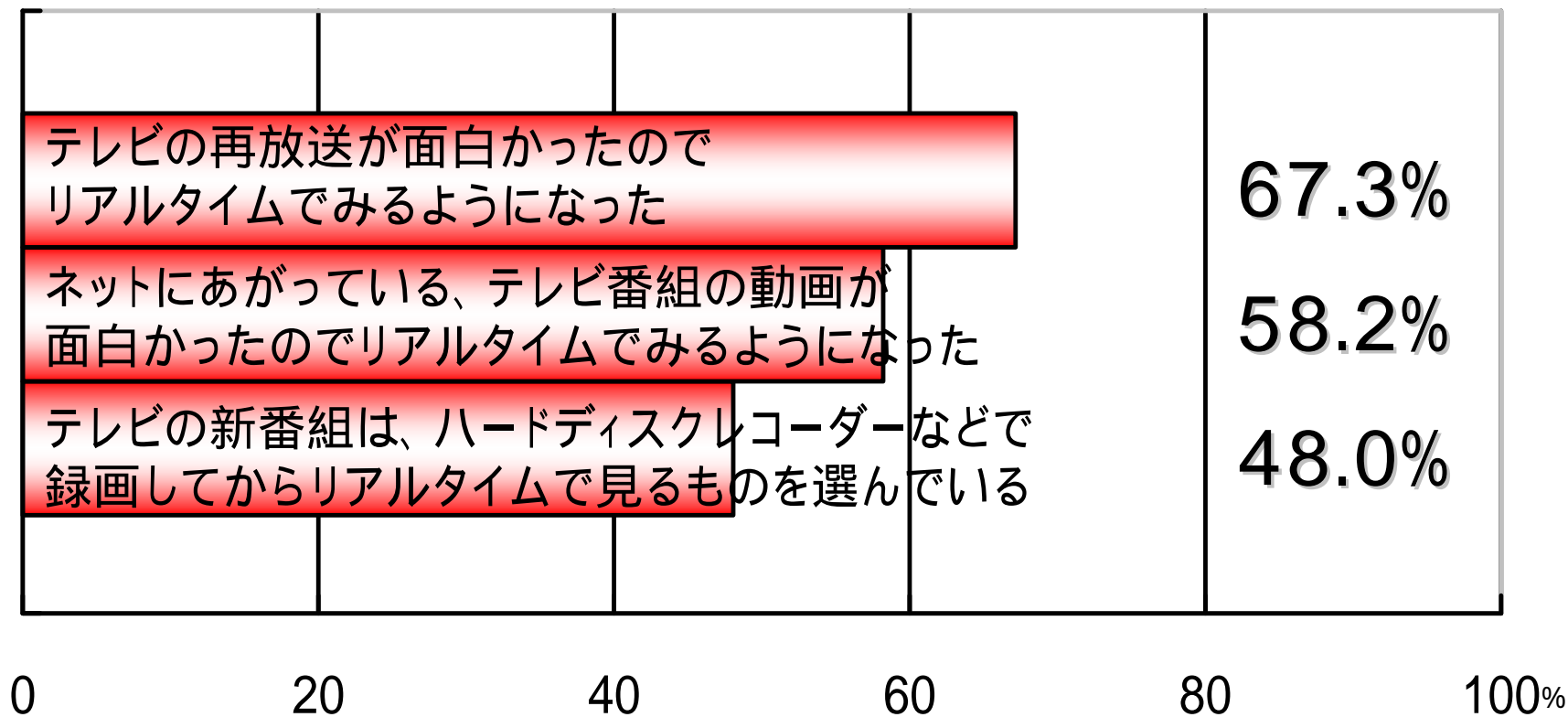
新しいストックの形も



ネットにあがっている、
テレビ番組の動画が面白かったので
リアルタイムでみるようになった

テレビの新番組は、ハードディスクレコーダーなどで
録画してからリアルタイムで見るものを選んでいる

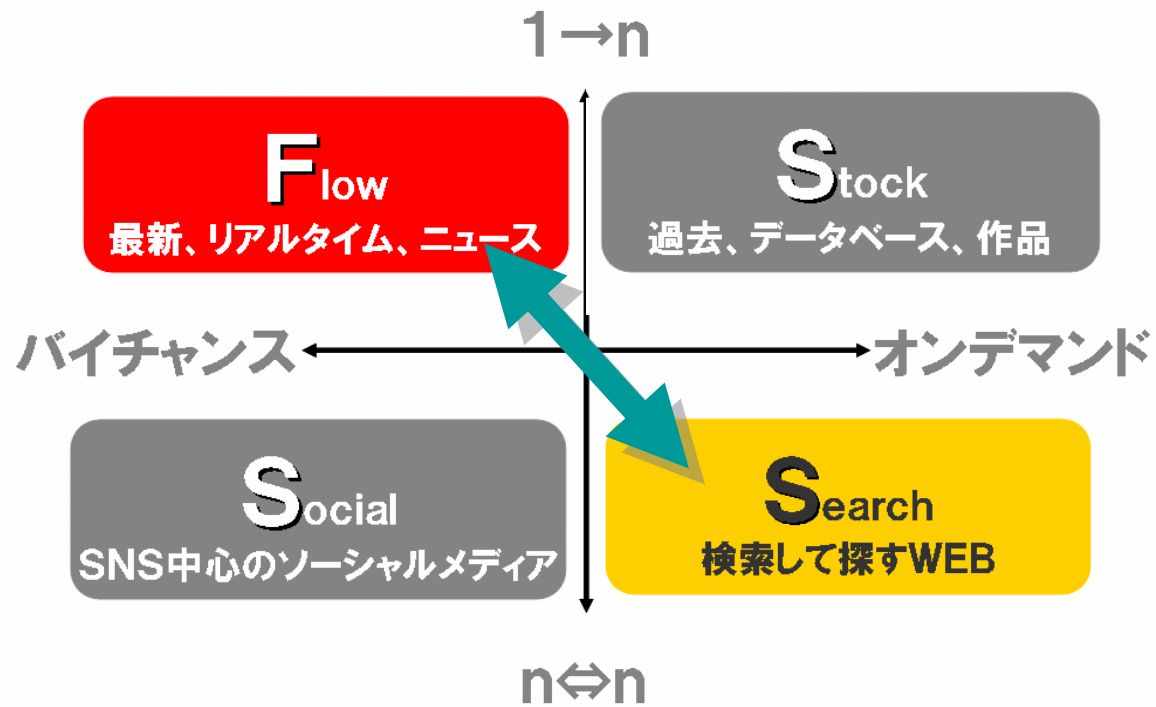
組合せ 「フロー×ストック」



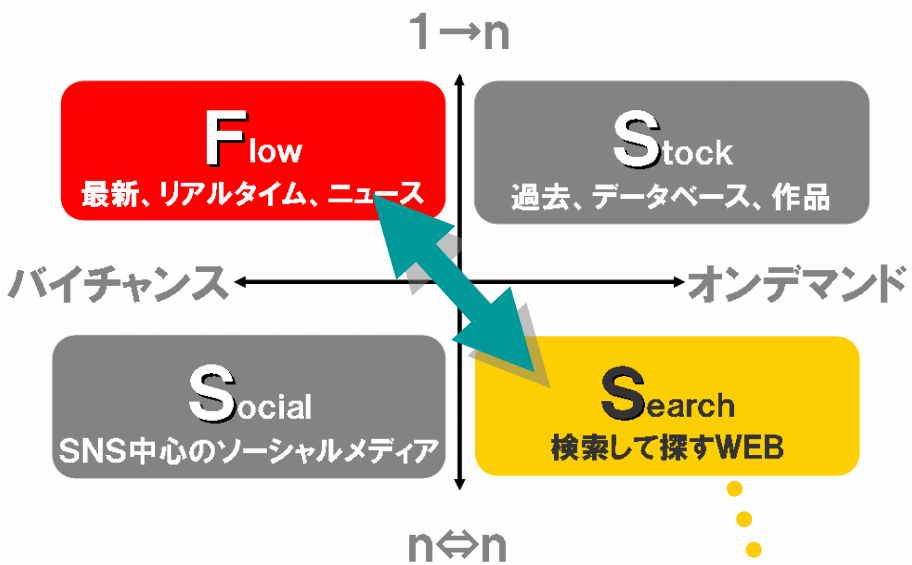
「大変あてはまる／よくある」
「まああてはまる／時々ある」の
Top2boxをグラフ化

様々な「ストック」から、リアルタイム視聴へ

組合せ 「フロー×サーチ」



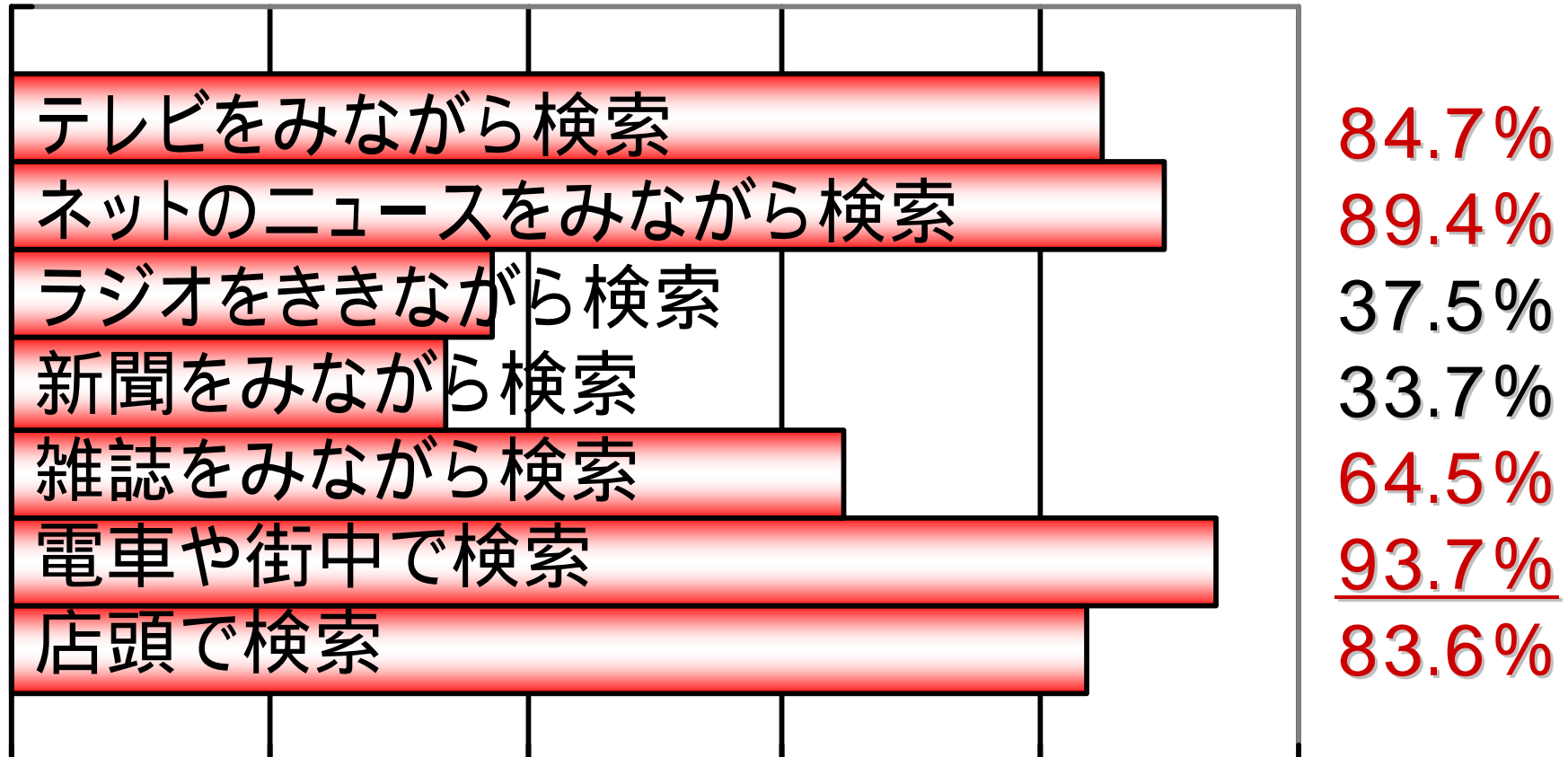
組合せ 「フロー×サーチ」



サーチ行動の拡大



組合せ 「フロー×サーチ」



スマートフォンユーザーの
「ながらサーチ」は常態化

サーチの集積から、フローも

急上昇ワードランキング

2011年11月1週目

前日に比べて検索数が急増したキーワードをご紹介します。世間の関心度も急上昇中

- 1** [「お前さん」](#) PICK UP!
「お前さん」が急上昇ワード。11月1週目には「お前さん」が急上昇ワード。
- 2** [「お前さん」](#)
「お前さん」が急上昇ワード。11月1週目には「お前さん」が急上昇ワード。
- 3** [「お前さん」](#)
「お前さん」が急上昇ワード。11月1週目には「お前さん」が急上昇ワード。
- 4** [「お前さん」](#) PICK UP!
「お前さん」が急上昇ワード。11月1週目には「お前さん」が急上昇ワード。

今日の急上昇ワード (日本)

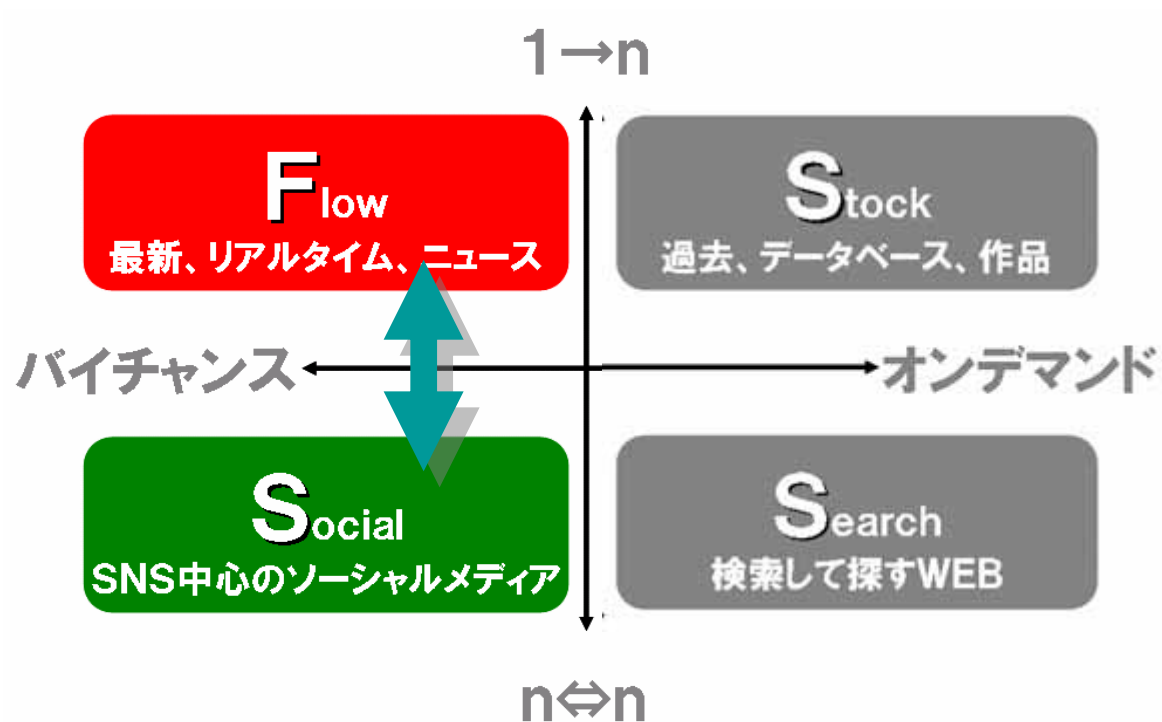
1. お前さん	6. お前さん
2. お前さん	7. お前さん
3. お前さん	8. お前さん
4. お前さん	9. お前さん
5. お前さん	10. お前さん

[急上昇ワード一覧 >](#)

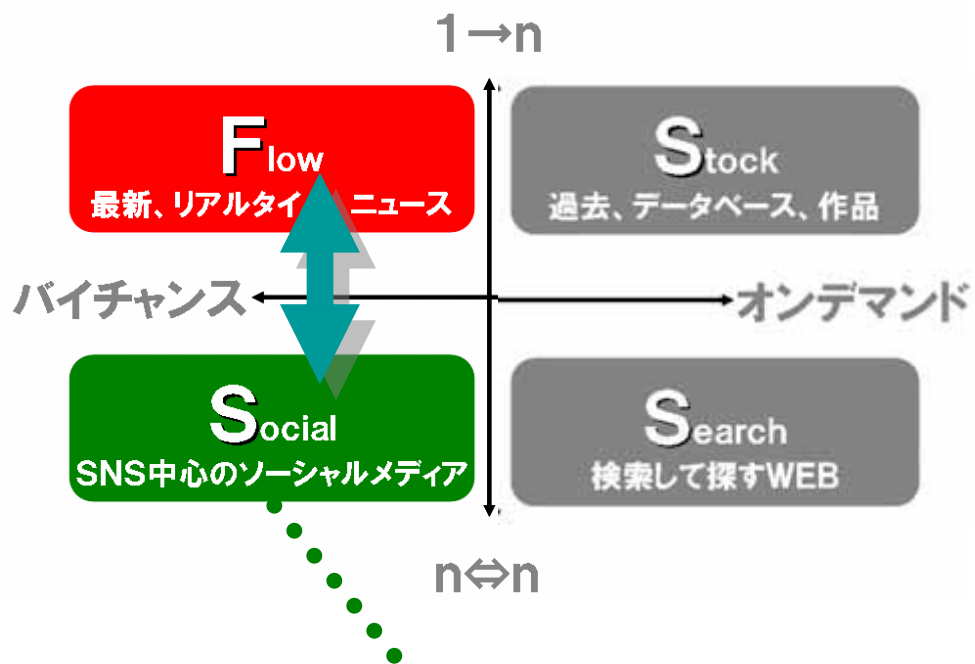
検索ワード急上昇ランキングをきっかけにして
自分が知らなかった情報に出会うことがある

80.7%

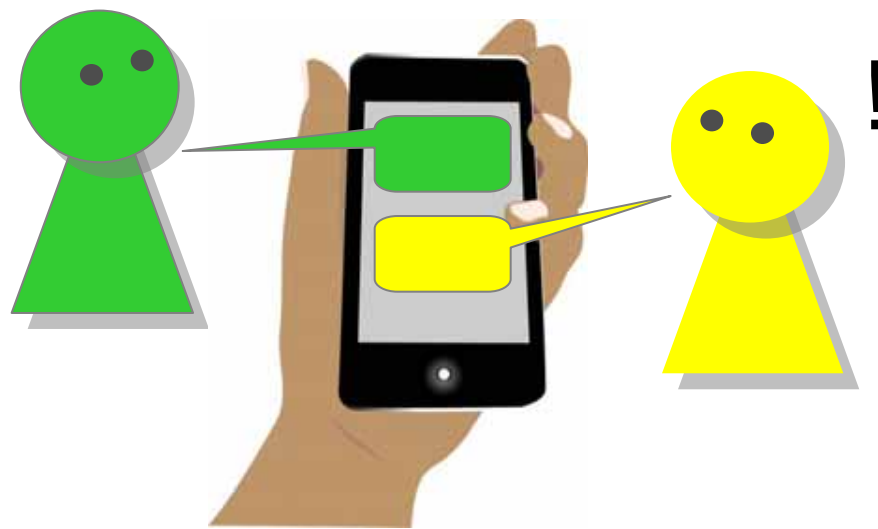
組合せ 「フロー×ソーシャル」



組合せ 「フロー×ソーシャル」



ソーシャルと偶然接触



組合せ 「フロー×ソーシャル」

			テレビ/ラジオなどリアルタイムの番組についての知人のつぶやきを読んで、自分も視聴	82.7%
			最新のニュースは、紙やポータルサイトよりも、SNSでの知人の発言や公式アカウント経由で	78.4%
			Twitterのハッシュタグランキングをきっかけに自分が知らなかったコンテンツに出会う	71.1%

「ソーシャル」がきっかけで
最新の「フロー」を見る、知る

知るだけでなく、 自ら知らせる「シェア」行動も

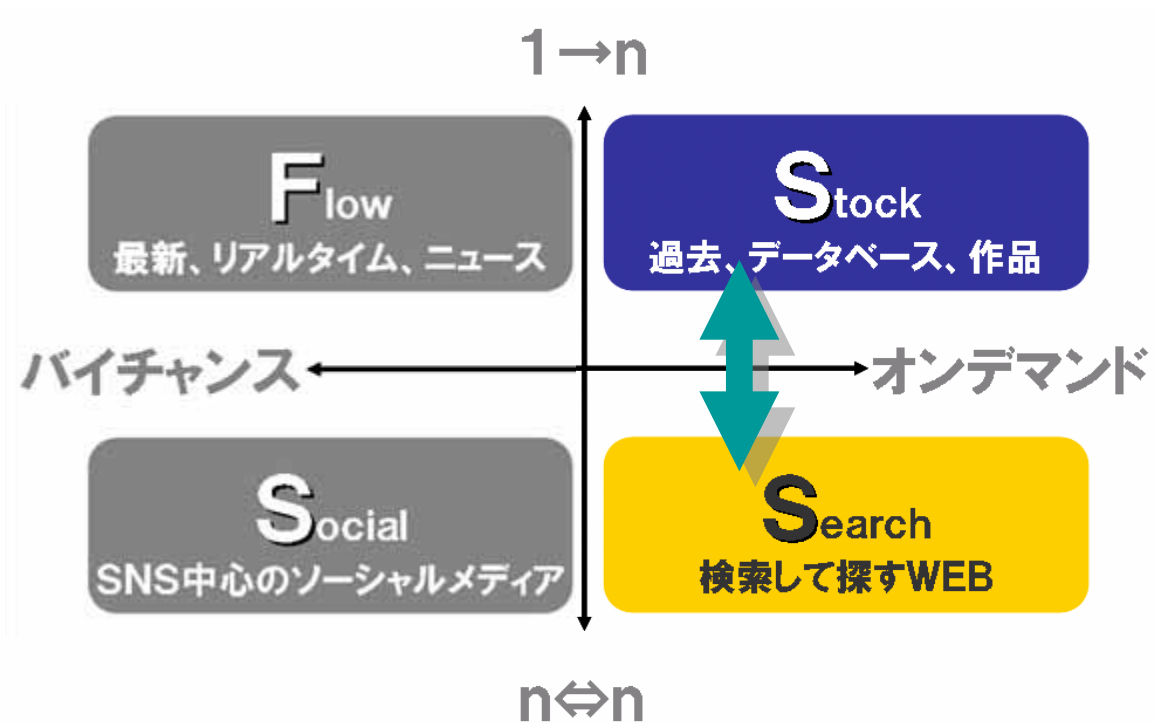
自分が、今、見ているコンテンツ
(番組、ニュース、動画、本など)の感想は
SNS経由で友人にシェアしている

72.6%

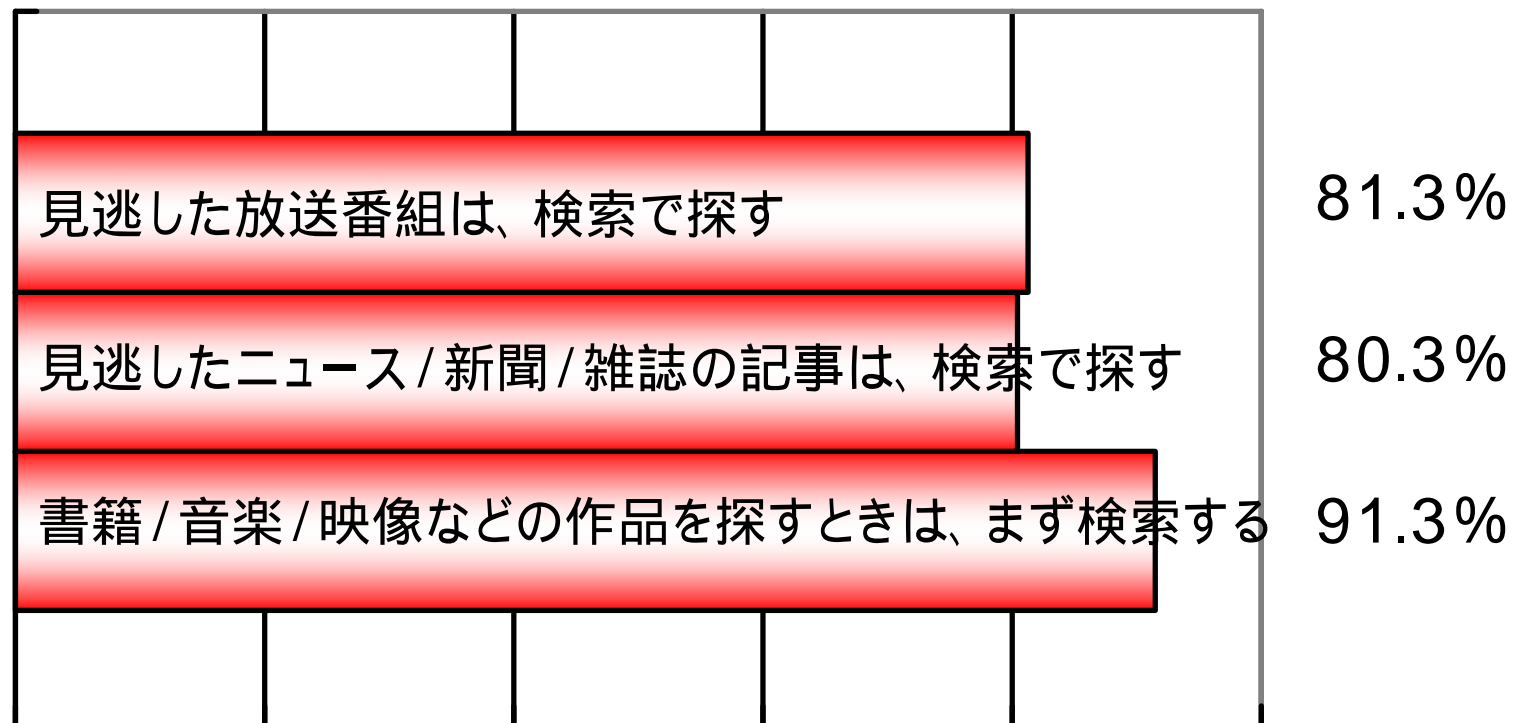
自分が、今、いる場所や参加しているイベントの情報は
SNS経由で友人にシェアしている

75.0%

組合せ 「ストック×サーチ」



組合せ 「ストック×サーチ」



見たい、欲しい「ストック」に対して
「サーチ」が橋渡しをする

「ストック×サーチ」の先…
「検索行動をサポートする」
レコメンデーションサービスの需要も

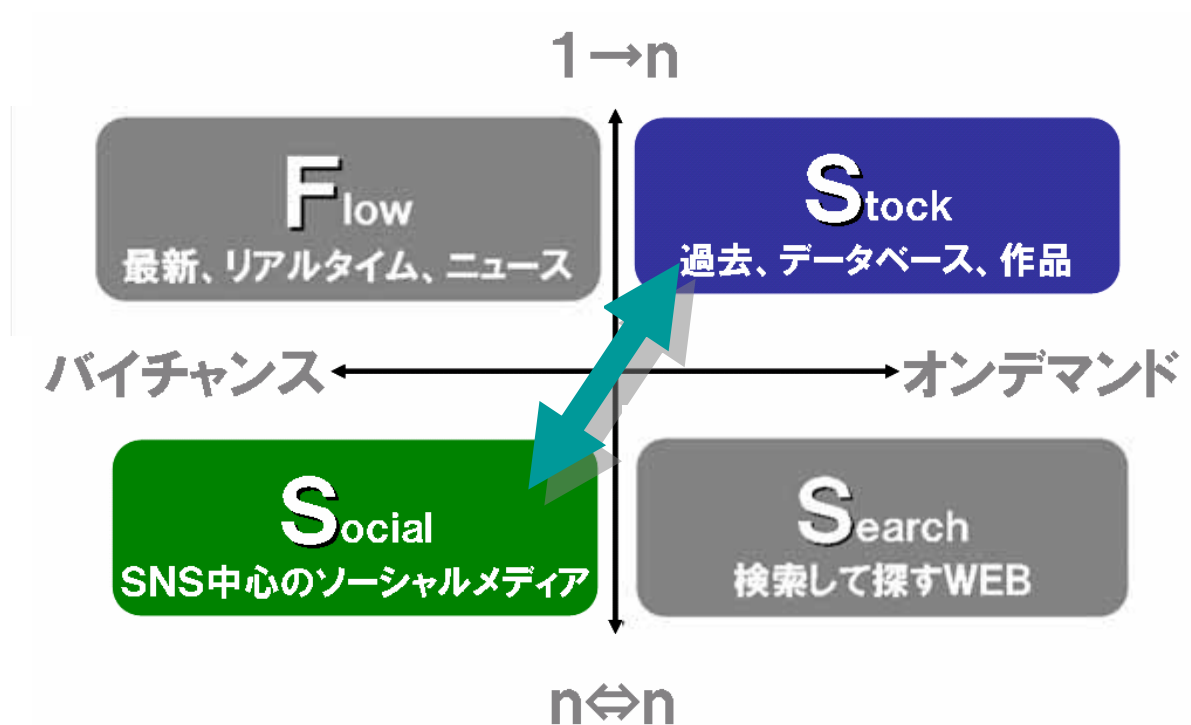
書籍 / 音楽 / 映像などを提供しているサイトで
「自分へのオススメ情報」を参考にしている

54.3%

「自分へのオススメ情報」を参考に
書籍 / 音楽 / 映像などを購入している

44.3%

組合せ 「ストック×ソーシャル」



組合せ 「ストック×ソーシャル」

書籍 / 音楽 / DVD / 動画について レビューやコメントをきっかけに、見たり聞いたりする	91.3%
ネットのニュースで、「最も読まれている 記事」などのランキングを参考にする	72.6%
「2ちゃんねる」や「NAVER」などの まとめサイトを利用している	66.8%
「はてな」などのソーシャル ブックマークの数を参考にしている	49.0%

見るべき「ストック」を
レビューや、キュレーションサービスが
指し示す

レビューより気軽な いいね、ツイートするなどのアクション

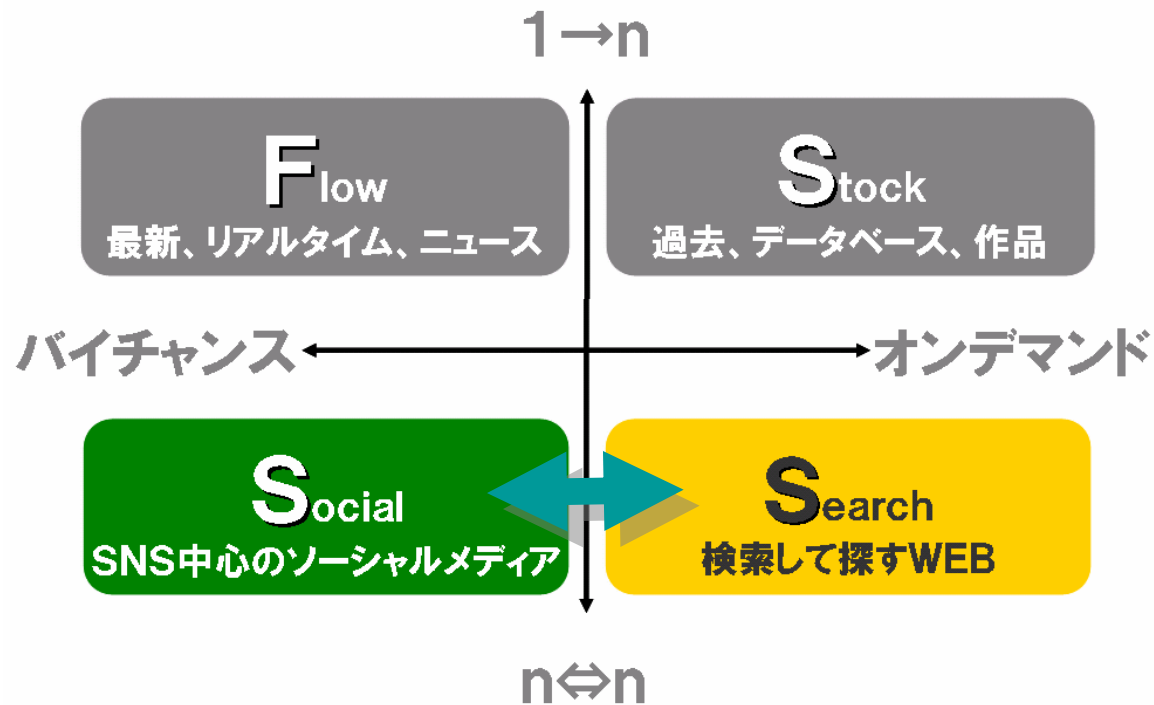
書籍 / 音楽 / DVD / 動画などの提供サイトに、
自分の感想を書いたことがある

58.2%

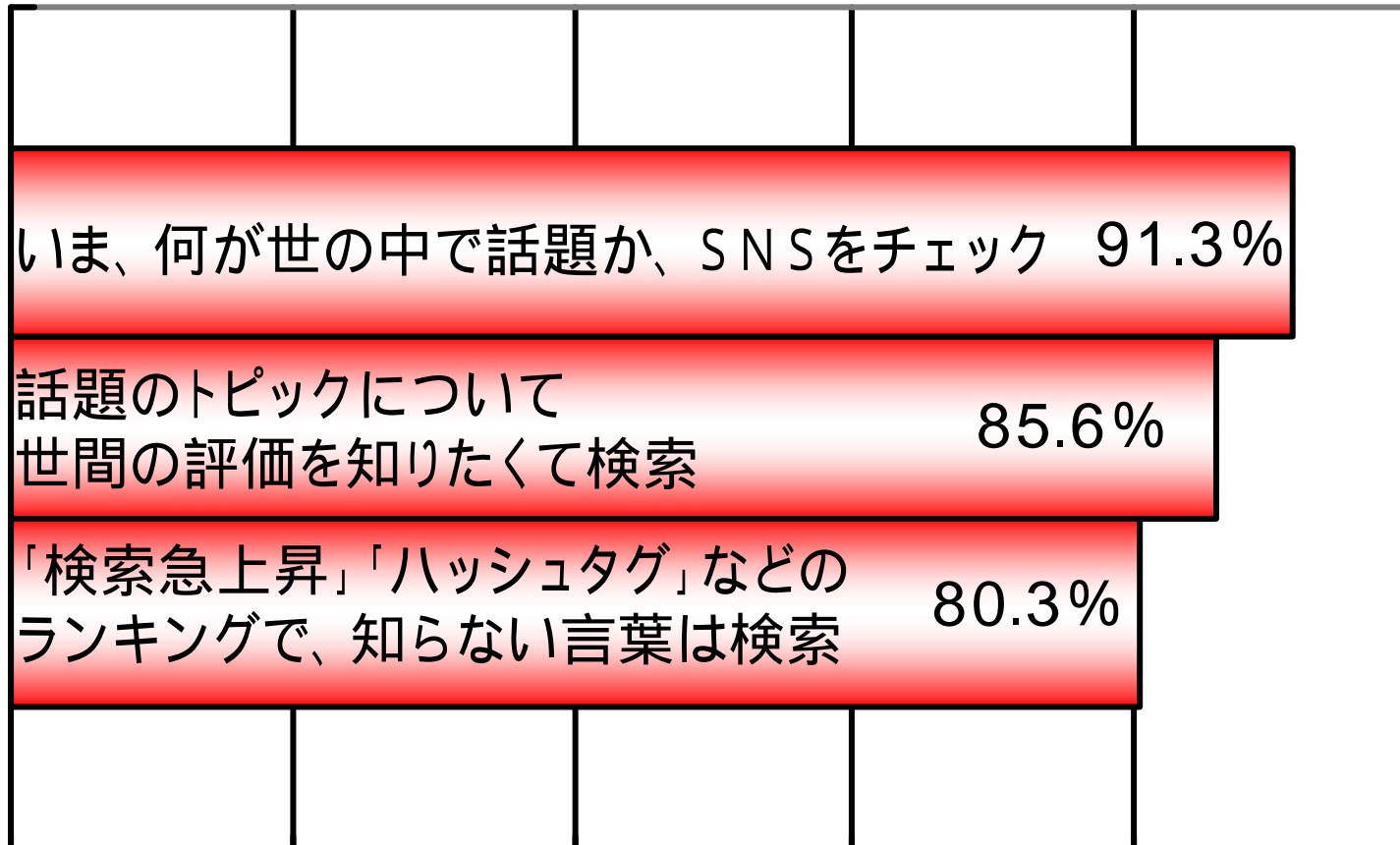
ネットのニュース記事を見たときに、
SNSの「いいねボタン」「ツイートする」
などのアクションをすることがある

^
82.7%

組合せ 「ソーシャル×サーチ」



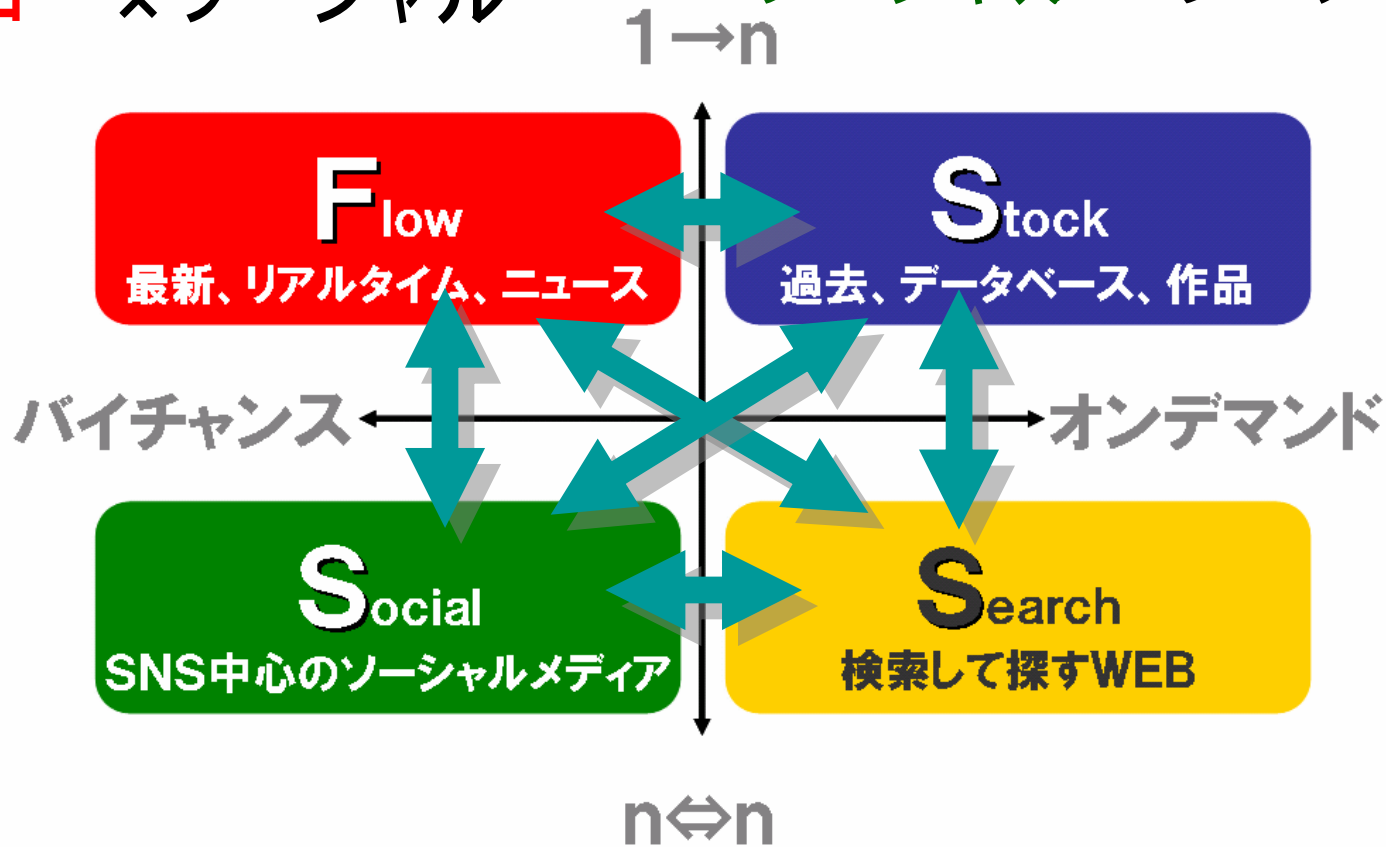
組合せ 「ソーシャル×サーチ」



ソーシャル検索で
話題そのものの評価を探る
「センシング」行動

フロー × ストック
フロー × サーチ
フロー × ソーシャル

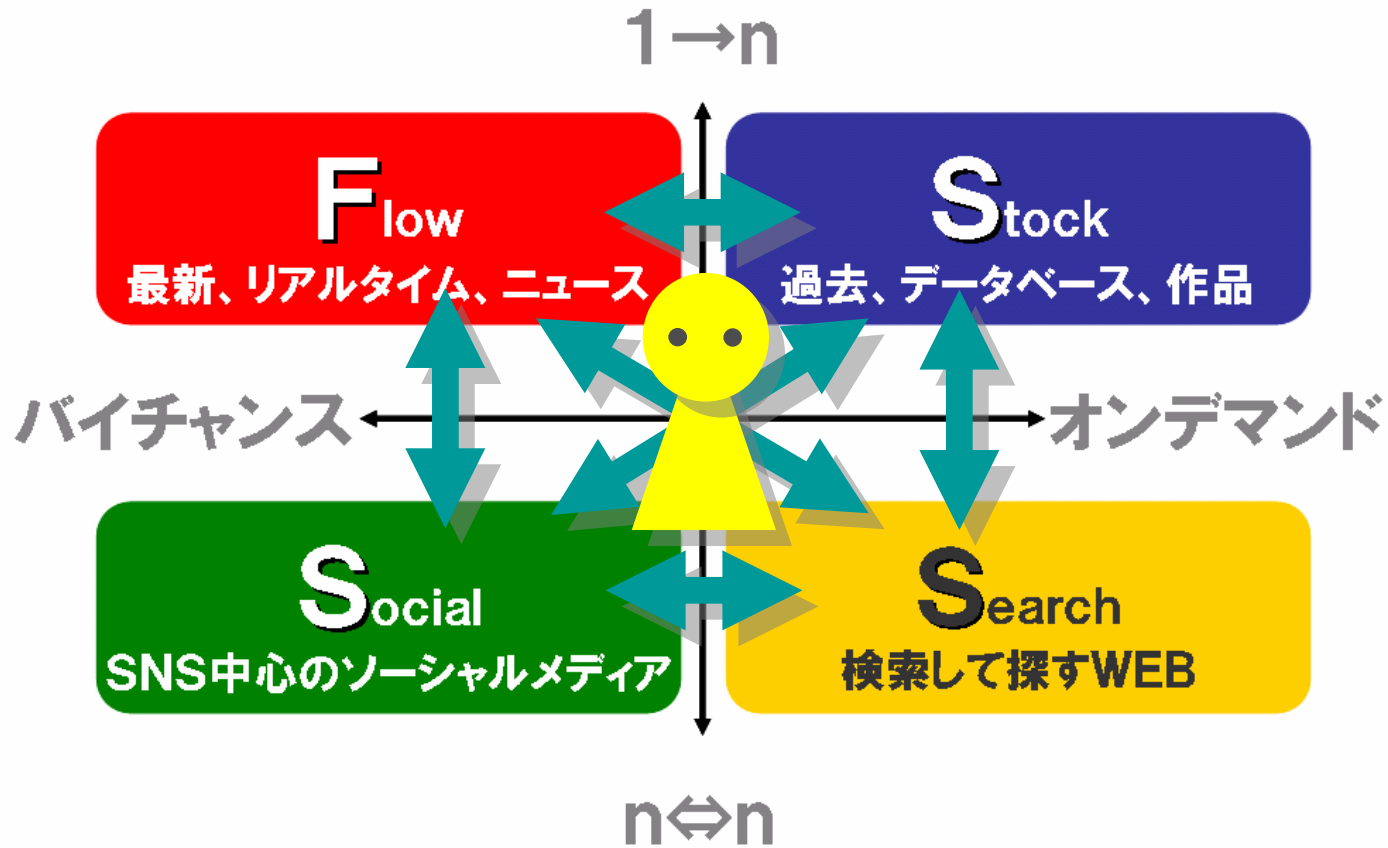
ストック × サーチ
ストック × ソーシャル
ソーシャル × サーチ



今後、生活者による
組合せ行動は、より顕著に

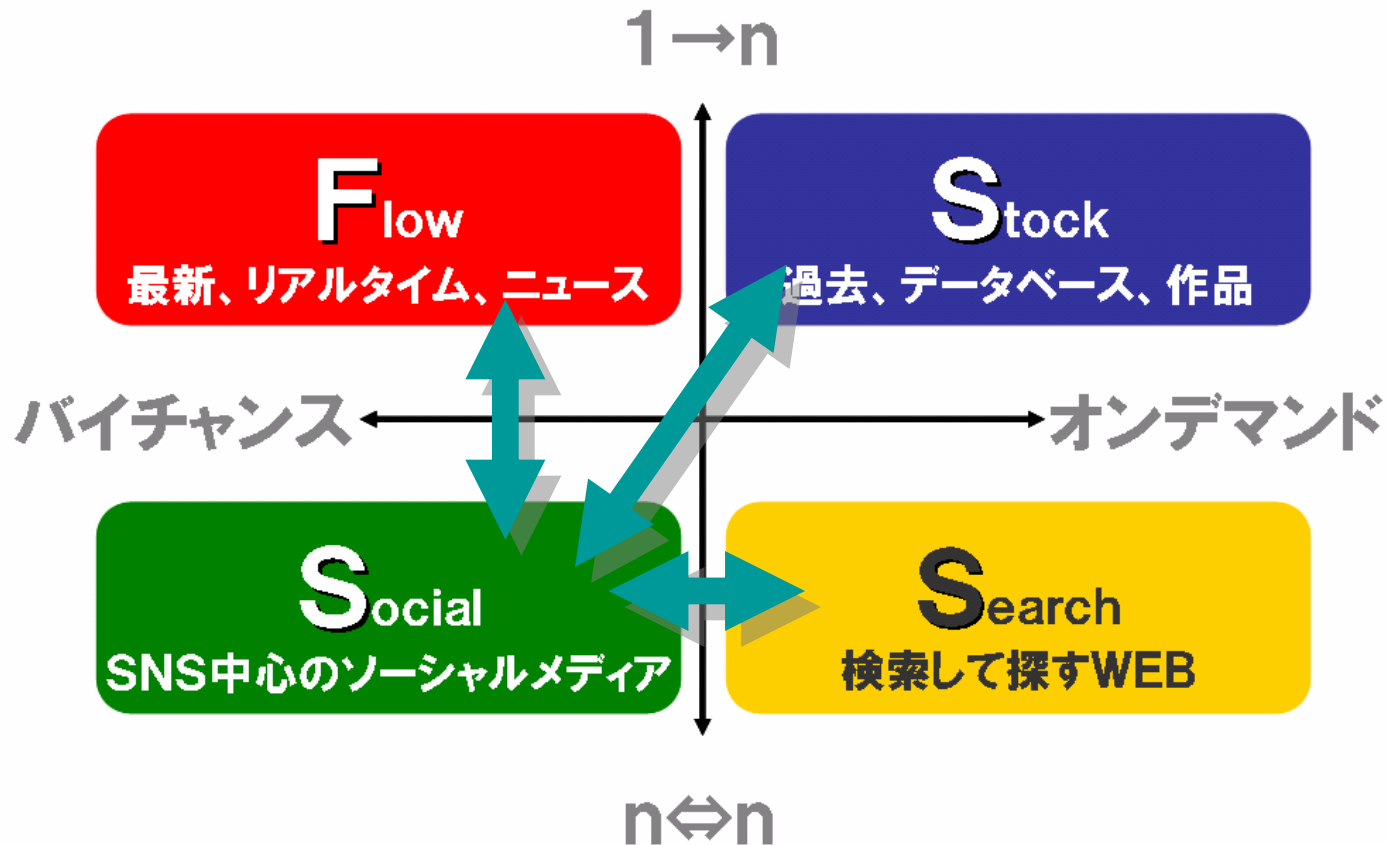
ポイント

生活者自身がメディア行動を組合せ、
ひとつのメディア内にとどまらない

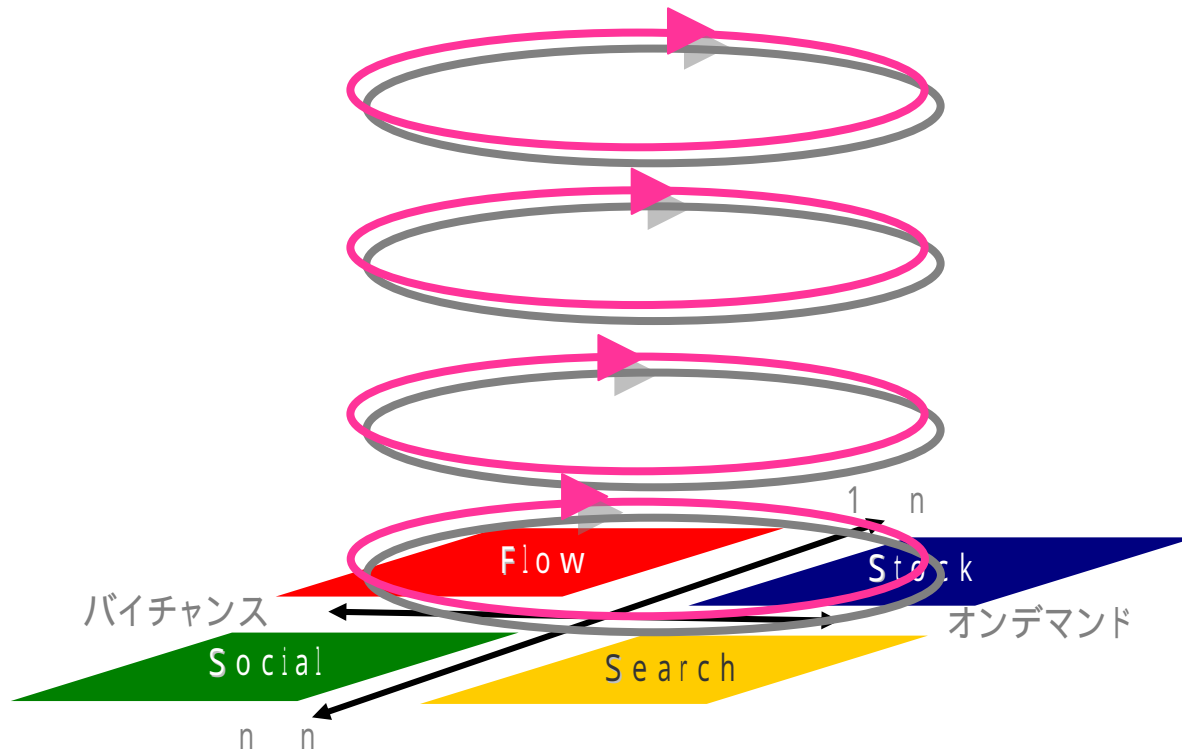


ポイント

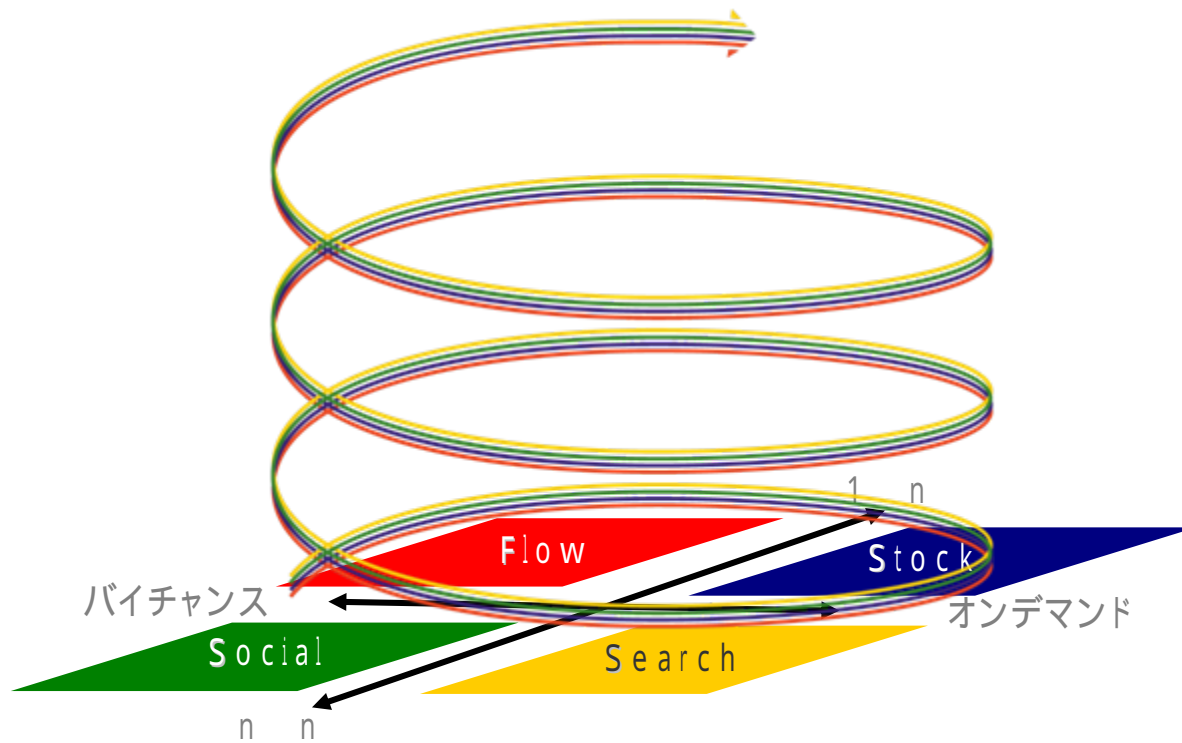
組合せによって、メディアの価値そのものも変わる
特に、ソーシャルとの組合せ時の価値に着目



メディアデザインを通じたビジネスのヒント



多面的、多層的な
メディアビジネスの設計が
チャンスにつながる



Media Spiral

～「フロー・ストック・サーチ・ソーシャル」のメディアデザイン～