

# 米国の SNS 概況

AUN Consulting Open Report

アウンコンサルティング株式会社

2006年10月10日



# AUN Consulting Open Report

AUN Consulting Open Report.....	1
米国の SNS 概況.....	2
本レポートについて.....	3
本レポートについて.....	3
SNS の概要 .....	4
定義 .....	4
背景 .....	5
収益モデル .....	6
米国における状況 .....	7
マクロ動向 - 広告市場規模 .....	7
プレーヤー .....	8
MySpace .....	10
YouTube .....	12



米国の SNS 概況

## 本レポートについて

---

### 本レポートについて

---

インターネット業界は日々加速度的な成長を見せており、革新的なアイデアや技術、ビジネスモデルの登場を告げるニュースが、絶えず我々に届いてきます。

このイノベーションに満ちた世界においては、従来のパラダイムを変革しうる程の重要な意味を持つトピックが、かつて考えられなかったスピードで生まれ、広がり、そして変性を遂げていきます。しかしその反面、それらトピックにアンテナを張り、市場の動向を見据えていくことは、溢れる情報の海にあっては多くの困難が伴います。

検索エンジンマーケティングを手がけるアウンコンサルティング株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役:信太明)では、独自の調査・分析ノウハウに基づき、インターネット業界におけるトピックを常に定点観測しています。本レポートは、その一部をとりまとめたものであり、無償レポートとして公開に付させて頂いております。

本レポートが、皆様のビジネス面での意思決定の一助となれば幸いです。

## 定義

---

SNS とは、Social Networking Service の略語。新たな知人・友人関係を拡大することを目的とした、コミュニティ型のサイトを言う。参加者は自分のプロフィールを作成した上で、写真のアップロードや日記を特定の参加者だけに公開できる等、様々な機能が用意されている。

既登録者からの招待があって初めて新規登録できる形式が一般的で、近年の SNS 登録者の爆発的増加は、こうした安心感・信頼感も一因と考えられる。

なお、一般ユーザーを対象とする SNS だけでなく、最近では企業内のコミュニケーションツールとして SNS が利用されたり、法人が顧客のロイヤリティ確保のツールとして用意される場合もある。

## 背景

---

SNS が発達した背景には、ネットワーク理論と呼ばれる考え方が存在する。ネットワーク理論とは、複数の頂点とそれらを結ぶ線からなるモデルを元に、頂点間の情報伝達のあり方や、モデル自身の持つ内在的な性質を分析する手法であり、情報工学のみならず社会科学の分野でも、一定の成果が見られている手法である。

有名なのは、トラバースとミルグラムの実験。アメリカの西海岸に住むある人が東海岸に住む全くランダムに選んだ人まで手紙を届けようとしたとする。ここで、ファーストネームで呼び合える程度の仲の人間にしか手紙を渡せない、という条件のもとで手紙のリレーを行ったところ、億単位のアメリカの人口にも関わらず、六回のリレーで目的の相手に手紙が到達したのである。「『友達の友達』の関係を6回繰り返して広げていけば、会いたい人間に会える」というアイデアは、このネットワーク理論で実証された考えであり、実際 SNS における人間関係の拡がりを支えている仕組みである。

歴史的には、2002年に設立された Jonathan Abrams 氏率いる Friendster がサービス提供したのが世界初の SNS と言われ、その後 2003年頃から米国内のティーンエイジャーを中心に人気広がっていった。

## 収益モデル

---

現在、ほとんどの SNS は、登録自体には料金のかからないシステムをとっている。多様なユーザーの存在が前提となって初めて趣味・嗜好に裏打ちされた SNS 的コミュニティの拡がり成立することから、登録時点での課金が行われていないと考えられる。

そこで、一般的にはユーザー登録数とアクティブユーザー数の獲得を第一義的な目的としつつ、そこから生じるページビューを経済価値に転換する方式、すなわち広告収入が中心的な収益モデルとなる。広告の種類としては、バナーによるクラシカルなものを初め、SNS のコミュニティ性に着目した、検索連動型広告・コンテンツ連動型広告を導入するタイプも出現している。

。

しかし、音楽配信やアバターの設定、あるいはツールの利用など、広告以外の課金も一定の成果を収めている場合もある。韓国のサイワールドでは、2005 年時点で売上の 80% がツール・アイテムの使用料・20% が広告収入という内訳と、広告収入をツール利用料が上回るモデルとなっている (SK コミュニケーションズ)。

## 米国における状況

### マクロ動向 - 広告市場規模

米調査会社 eMarketer によれば、SNS に出稿される全米の広告費は、2006 年に 2 億 8000 万ドルに達し、米国外の SNS における 7 千万ドルのおよそ 4 倍に達するという。MySpace や Youtube などといったマンモスサイトの影響を初め、多様な種類の SNS の存在が、ビジネスへの利用を促していることも要因の一つと考えられる。

今後、広告モデルの洗練に従い、広告予算の更なる拡大が予想される。eMarketer によれば、SNS に対する米国の広告費は、2010 年に 18 億 6000 万ドルに達するという。

#### US Online Social Network Ad Spending, 2006 & 2010 (millions)

2006	\$280
2010	\$1,860

*Note: Definition includes general social network sites where social networking is the primary activity; social network offerings from portals and other sites such as Orkut (Google), Yahoo! 360 (Yahoo) and MSN Spaces (MSN); vertical social networks devoted to a specific hobby or interest and social networks created by a marketer that are either stand-alone sites or part of a larger marketer site. In all cases, figures include online advertising spending as well as fees paid to social network ventures for site or profile page development*

Source: eMarketer, July 2006

074885

www.eMarketer.com

## プレーヤー

---

SNS 誕生の地でもある米国では、サイト自体の数も 1,000 を超えるといわれているが、主たるプレーヤーとしては、下記のサイトが有名。

[My Space](#) 英語圏で最大規模を誇る SNS。音楽ファイルのアップロードが盛ん。

[You Tube](#) 個人主導で動画をアップロードするタイプの SNS。

[Friendster](#) 2002 年設立の古参 SNS。現在ではベンチマークキャピタル等が出資。

[Multiply](#) 独特のインターフェースを誇る SNS。2006 年には日本語版もローンチ。

[Face book](#) 高校・大学・職場を基本属性とする SNS。用意された一覧に無い場合は登録できない。

[Flicker](#) 個人がアップロードした写真を介してユーザーのネットワークが作られる。

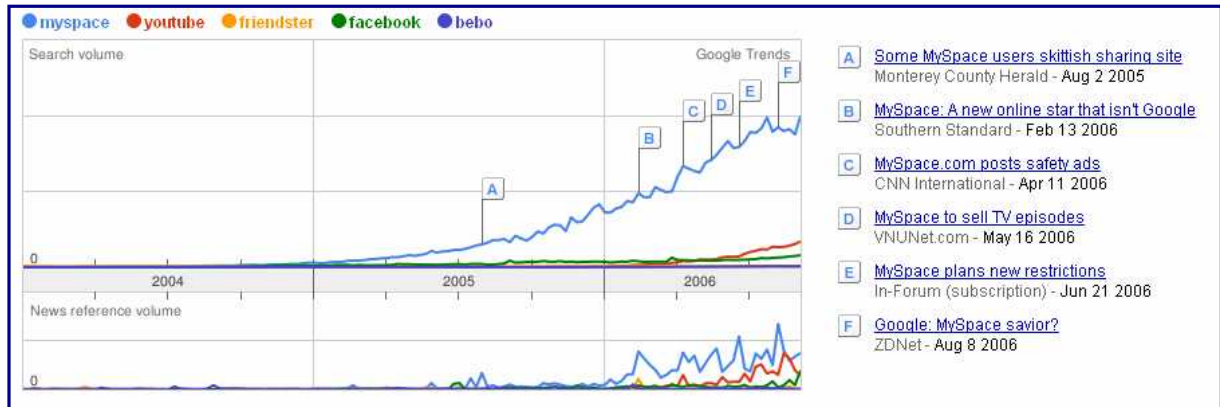
2005 年 3 月、加 Ludicorp 社から米 Yahoo! が買収。

[Orkut](#) - Google のエンジニアが開発した SNS。現在では、登録者の 60% がブラジル人。

[Bebo](#) - MySpace のように、動画の共有もできる SNS。

SNS 名	2006 年 8 月の 検索数
MySpace	18,940,714
YouTube	2,502,449
Friendster	882,297
Multiply	17,803
Facebook	955,994
Flicker	7,892
Orkut	257,267
Bebo	717,541

米国 Yahoo! Search Marketing「Keyword Selector Tool」を利用



Google Trends で調べると、MySpace の独走は、2005 年の初頭頃から始まったことが分かる。一方、YouTube や Facebook などは MySpace に続く検索ボリュームとなりながらも、相当の水をあげられた形だ。

なおここでは、上記「キーワードアドバイスツール」で検索数の多かったキーワードのうち、上位5者について Google Trends を利用している。また、地域指定として、米国からのサーチのみを対象に絞り込んである。

次に、MySpace と YouTube を除いた上で、他の SNS サイトについて Google Trends をかけた結果が以下。



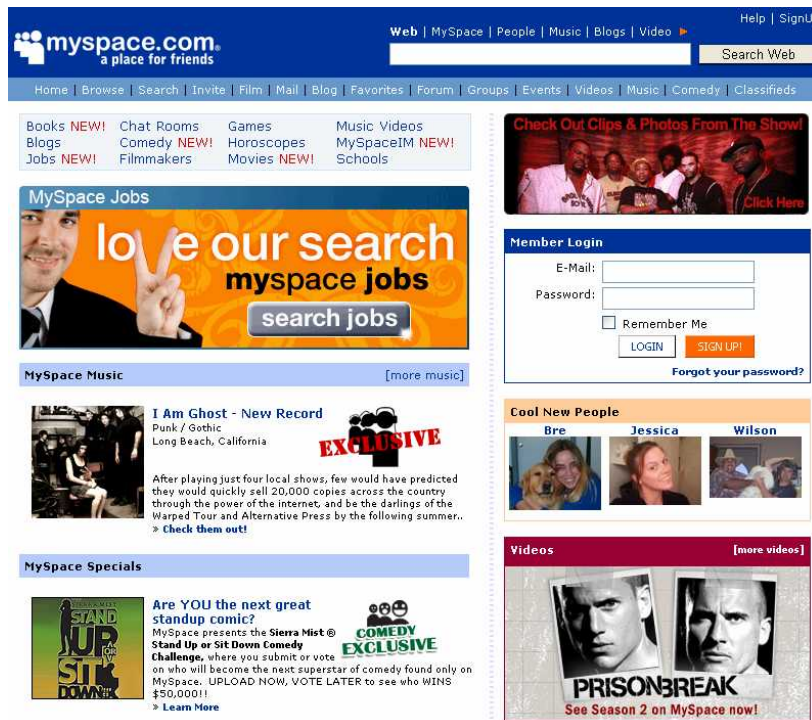
これによると Facebook が先行し、これに続いて Friendster と Bebo が横一線で並ぶ形となっている。

## MySpace

MySpace は、2004 年に米国で誕生した公開制の SNS サイト。日本の mixi などと異なり、ユーザーは招待状を受け取ることなく参加可能で、ティーンエイジャーを中心に爆発的に人気を得ている。また、ブログ形式の日記や、趣味・嗜好を基点にしたコミュニティを形成することができるなど、SNS 一般の機能を備える。しかし最大の特徴は、“MUSICIANS”として登録することで、MP3 形式の音源を公開できる点(最大 4 曲まで)。インディーズ系のミュージシャンはもちろん、Billy Corgan や Eminem など、今や大物ミュージシャンもプロモーションに利用している。

身近なところでは、元 X-Japan の Yoshiki がファイルをアップロードしたところ米国のユーザーを中心に望外の口コミを呼び、MySpace 内でアクセスランキング 4 位まで上昇し、話題を呼んだ。

なお現在の事業主体は、メディア王として有名なマードック氏の News Corporations。2005 年に、5 億 8,000 万ドルで買収された。



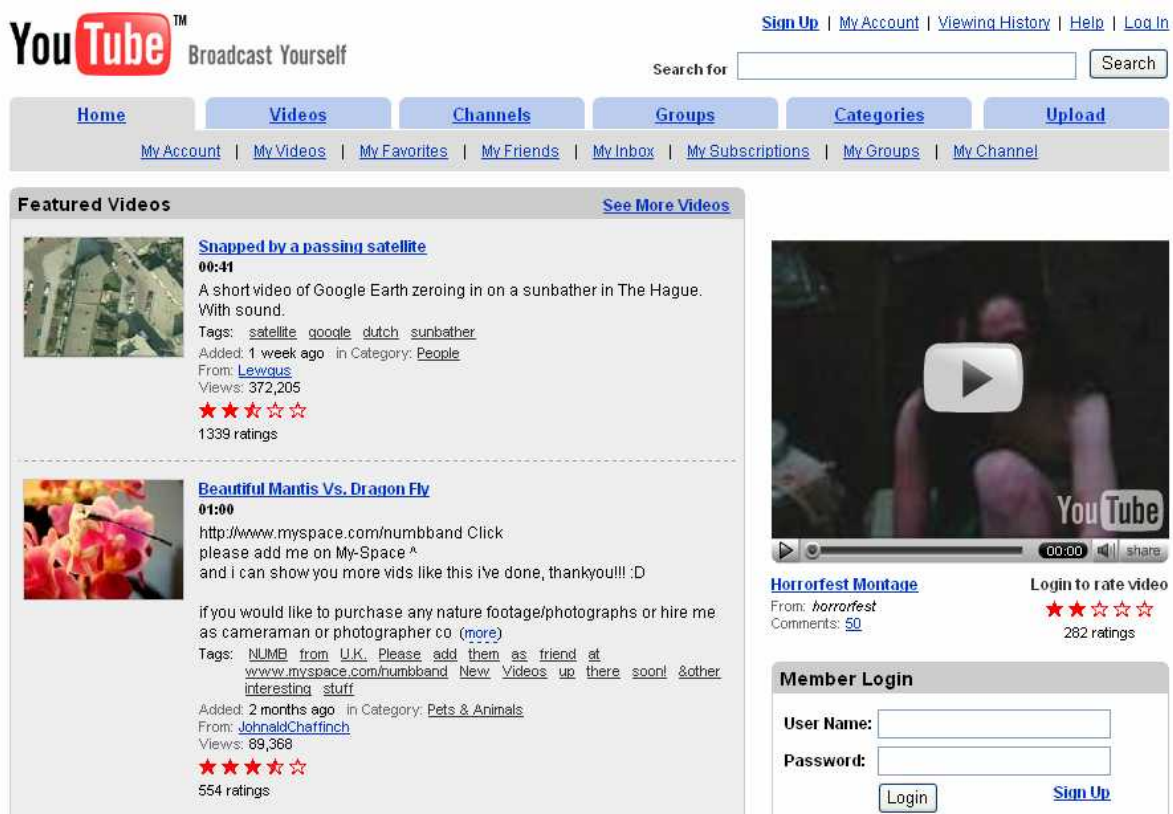
<http://www.myspace.com/>

MySpace は、2006 年 6 月時点で 8,500 万人のユーザーを抱え、サイト内検索におけるクエリー数は、強豪ひしめく全米の検索サイトの中でも、6 位にまで達している(米調査会社 ComScore 調べ)。膨大なコンテンツをもつ MySpace では、サイト内における検索のニーズは非常に高く、上記のようなデータが出てくるわけだ。このポテンシャルから、Google、Yahoo!、MSN のうちどの検索システムを導入するかに以前は注目が集まっていたが、2006 年 8 月、MySpace は Google との間に、検索システムと広告配信に関する契約を締結した。これにより MySpace は、3 年間で 9 億ドルの支払いを Google から受ける形となり、話題となった。

YouTube

米国の YouTube 社が運営する、動画専用のポータルサイト。Steve Chen と Chad Hurly によって 2005 年 2 月に設立された(二人は、ショッピングサイト eBay の決済システム会社である、PayPal で出会ったとされる)。設立のきっかけは、個人同士が動画を転送するのが、物凄く面倒だったこと。一般ユーザーがアップロードした動画が、Flash Video 形式(FLV)に変換され、そして公開に付されるというシステムを作り上げた。一日 3500 万件を超える動画が閲覧されている。財務面では、2006 年 4 月、米国のベンチャーキャピタルである、Sequoia Capital から 800 万の増資を受けている状況。

同社のプレスリリースによれば、YouTube では一日に 1 億の PV と 600 万人のユニークユーザーが集結するという。また、英語サイトにも関わらず、日本からのユーザーはゆうに月間 400 万人を突破している。



<http://www.youtube.com/>

AUN Consulting Open Report.

---

1. 取り扱い

本レポート内容の無断掲載を禁じます。

2. 著作権

本レポートの著作権は、アウンコンサルティング株式会社に帰属します。

3. 免責

本レポート作成には細心の努力を払っておりますが、当社は内容の正確性を保証するものではなく、本レポートの内容に拠って生じた損害については一切の責任を負うものではありません。

2006年10月作成



編集/発行

東京都千代田区三崎町 2-9-18 TDC ビル 6F

アウンコンサルティング株式会社

<http://www.auncon.co.jp/>

© AUN CONSULTING, Inc. All Rights Reserved.