

ロコミ分析シリーズ『ミラーレス市場編(第1回)』 ネット上のロコミから、ミラーレス市場の伸びとメーカー別ロコミシェアを調査

【リリースサマリー】

株式会社ホットリンク(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:内山幸樹)は、ソーシャルメディア上におけるミラーレス一眼カメラ(以下、ミラーレス)についてのロコミを独自に調査分析しました。

その結果、ミラーレスは新しい分野の製品としてロコミ数は増加傾向にあり、新製品発売やメーカーの参入などの影響が大きくロコミに反映されている事が分かりました。特に、ニコンとペンタックスはロコミされる割合が大きくなっている事が分かりました。

ミラーレス市場は次々にメーカーが参入してきており、2015年に一眼レフの市場規模を上回ると言われています。(※1) ホットリンクでは、今後も継続的にミラーレス市場の動向を分析していく予定です。

【調査概要】

調査対象期間: 2011年04月01日~2011年09月30日(6ヶ月間)、2010年04月01日~2010年09月30日(6ヶ月間)

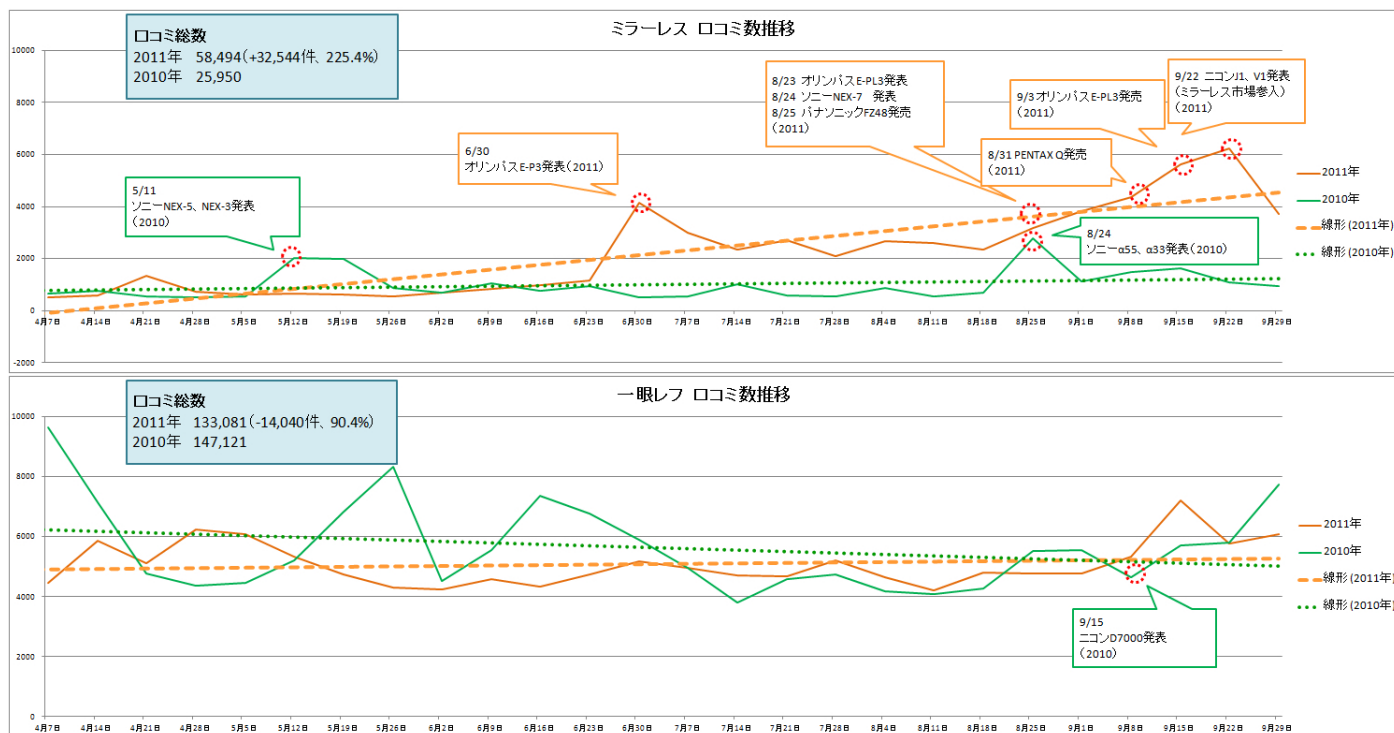
調査対象媒体: ブログ(5億3994万6352記事)、2ちゃんねる(8億8016万5910記事)、掲示板(4779万5975記事)

結果はホットリンクのサイトでも公開しています。<http://www.hottolink.co.jp/entry412.html>

Powered by
ロコミ@カカリチ
kuchikomi@kakariichi

【調査結果】

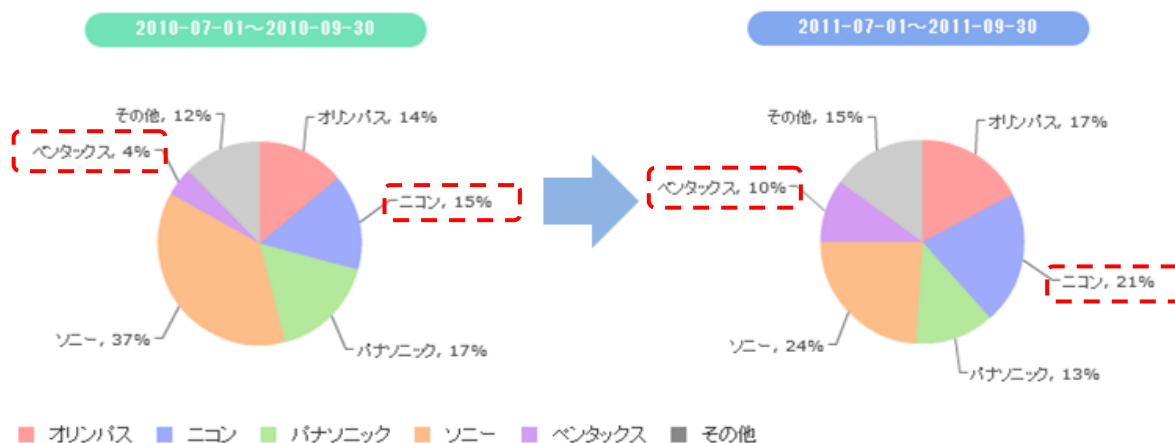
【図1】ミラーレス VS デジタル一眼レフ ネットロコミ出現率の週別推移(2010年同時期と比較)



- 2011年4月~9月と、2010年同時期のロコミ推移を比較すると、ミラーレスのロコミ数は前年対比で225.4%と大きく増加しており、ミラーレスへの注目度は勢いを増している事が分かります。
- 一眼レフのロコミ数は前年対比で減少していますが、2010年は下向きであった近似曲線が2011年には上向きに変化しており、一眼レフへの注目度は再び高まってきている事が分かります。

次に、新商品の発表・発売が多かった7～9月時期における、主要ブランド毎のロコミシェアを見ていきます。

【図2】ミラーレスに関するロコミの、主要ブランド別シェア(※2)



※重複カウントを許しています。

- 2010年同時期とのロコミシェアの変化を比較すると、ニコンとペンタックス2社のロコミシェアはそれぞれ15%→21%、4%→10%と大きく伸びています。
実際のロコミ記事を読むと、ニコンは新たにミラーレス市場に参入した点、ペンタックスは世界最小のミラーレスを発表した点についてよく語られています。
- ソニーは2010年に相次いで新製品を投入したためロコミシェアは高かったのですが、2011年は自社の新製品投入が少なく他社の新製品情報が多かったため、ロコミシェアが37%→24%と13%下がっています。

※1: 富士キメラ総研調べ <http://release.nikkei.co.jp/detail.cfm?relID=295065&liindID=4>
※2: それぞれ、以下のキーワードで調査

■ 図1の調査条件
調査キーワード1「ミラーレス」、調査キーワード2「一眼レフ」

■ 図2の調査条件
調査キーワード「ミラーレス」
「オリンパス」 : AND条件「オリンパス OR OLYMPUS OR PEN」
「ニコン」 : AND条件「ニコン OR Nikon OR V1 OR J1」
「パナソニック」 : AND条件「パナソニック OR Panasonic OR Lumix OR ルミックス」
「ソニー」 : AND条件「ソニー OR SONY OR NEX OR α」
「ペンタックス」 : AND条件「ペンタックス OR PENTAX」

【次回調査】

2012年1月に、2011年10月～12月の調査結果を発表予定です。他にもご希望の調査テーマがございましたらお気軽にお問い合わせ下さい。

【ソーシャルメディア分析ツール「クチコミ@係長」とは】

国内のブログ・掲示板などから投稿される 1 日 400 万件にも及ぶ、膨大な口コミ情報(67 億 6935 万 6569 記事+Twitter、Facebook データ ※2011 年 11 月 15 日現在)をリアルタイムに収集・分析することができるソーシャルメディア分析ツールです。ブログ、Twitter、掲示板等の分析、及びテレビやネットニュースの露出回数との相関をみるクロスメディア分析が可能です。



現在、ホットリンクが構築した国内 Twitter ユーザ数およびブログユーザ数を公開中です。

<http://www.hottolink.co.jp/kakaricho/data/index.html>

【株式会社ホットリンクについて】

ホットリンク(<http://www.hottolink.co.jp/>)は、ブログや Twitter をはじめとするソーシャルメディアのモニタリング及びデータ分析を得意とするエージェントテクノロジー企業です。クライアントのインターネットマーケティング活動を先端技術で支援いたします。



主力製品は、国内のブログ・掲示板・Twitter などから投稿される口コミ情報をリアルタイムに収集・分析することができる「クチコミ@係長」シリーズです。

会社名	株式会社ホットリンク
所在地	東京都千代田区神田錦町 3-26 一ツ橋 SI ビル 4 階 (〒101-0054)
代表者	代表取締役社長 内山 幸樹
資本金	2 億 5199 万 6 千円
設立日	2000 年 6 月 26 日

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社ホットリンク 広報担当: 武藤(ムトウ)、出(イデ) TEL : 03-5745-3902