

日本のブローガーブログコンテンツ量の推計とブログ開設者の開設要因等の分析—  
Blogs in Japan～Estimation of Blog Contents and Analysis of factors of Blogger’s motivation～

佐伯 千種

Saeki Chigusa

総務省情報通信政策研究所

Institute for Information and Communications Policy, Ministry of Internal Affairs and Communications

岩間 健宏

Iwama Takehiro

総務省情報通信政策研究所

Institute for Information and Communications Policy, Ministry of Internal Affairs and Communications

内田 斉

Uchida Hitoshi

アライドブレインズ株式会社

Allied Brains, Inc.

細川 裕樹

Hosokawa Hiroki

アライドブレインズ株式会社

Allied Brains, Inc.

**【要約】**

本研究は、日本のブログについて独自の推計モデルを設定し、2001年1月から2008年1月までに開設されたブログ数を推計する。また、ブログ開設経験者を対象としたアンケート調査を実施し、ブログの開設目的等の設問の回答傾向による因子分析・クラスター分析を行い、我が国のブロガーの多様性とその特徴を明らかにした。その結果、2008年1月現在のインターネット上で公開されているブログ数は約1690万と推計され、1箇月に1回以上更新されるアクティブブログは300万で推移していることが分かった。また、我が国のブロガーは「自己表現」、「コミュニティの形成」、「社会貢献」、「収益目的」、「アーカイブ型利用」の5つのグループに分類され、ブログの利用の様相が多様化していることが分かった。

This study aims to estimate the number of blogs in Japan that have been established (since January 2001) by employing unique method and to analyze the trends in blog usage among bloggers by extracting factors of bloggers from the results of online questionnaires completed by bloggers and clustering bloggers into five groups from the points of each factor. We show the results as below.

- As of January 2008, domestic blogs published on the Internet totaled 16.9 million.
- Out of these blogs, the number of active blogs, which refer to blogs updated at least once a month, is 3 millions.
- Five groups of bloggers: (1) self-expression (30.9%); (2) creating a community (25.7%); (3) social contribution (8.4%); (4) profit-making (10.1%); and (5) use as archives (25.0%).
- The reasons for establishing a blog and the styles of blogs vary widely in Japan.

**【キーワード】**

インターネット、ブログ、コンテンツ量推計、ブログ開設、因子分析、クラスター分析

## 1 研究の目的

近年、我が国のインターネット利用においては、ブロードバンドの普及に伴い、これまで非対称的に情報を受信してきた利用者が主体的に情報を作り出し発信する CGM (Consumer Generated Media : 消費者発信型メディア) が注目されている。中でもブログは、特別な知識を必要とせずに情報発信が可能であることや、無料のブログサービスが数多く提供されるようになったことから急速に普及し、UGC (User Generated Contents : ユーザ生成コンテンツ) を生み出す代表的なメディアとして成長してきた。総務省が 2006 年 3 月末に集計したブログの登録者数は 868 万人を超え<sup>[1]</sup>、2007 年 4 月にブログ検索エンジンの米国テクノラティ社が日本語によるブログ記事が世界のブログ全体の 37% を占め、英語 (36%) を押さえて世界第一位の情報発信量であるとする調査結果を公表したが<sup>[2]</sup>、我が国のブログの実態を示す包括的なデータが存在していなかった。そこで、本調査研究では、国内で開設・公開されているブログの総数と開設時期別ブログ数の推移を推計する調査と、ブログの開設者の目的・意識を分析する調査を行い、我が国のブログについて定量的かつ定性的な両面から実態を明らかにすることを目的としている。

## 2 ブログのコンテンツ量の推計

### (1) ブログ数の推計モデル

国内のブログ<sup>1</sup>の数については、日本語によるブログサービスを提供するブログサイトの新着記事情報を 1 箇月間観測してクローラー<sup>2</sup>で情報を取得すれば、1 箇月間に 1 回以上更新されるアクティブブログの数を把握することはできるが、更新されなくなったブログや既にネット上から削除されてしまったブログについて把握することができない。そこで、図表 1 のようなモデルを設定し、クローラーで収集可能な現在のアクティブブログの開設時期別分布数とブログ開設経験者へのウェブアンケート調査<sup>3</sup>により算出した更新継続率 (ある時期に開設されたブログが 12 ヶ月後にも更新されている割合) などの推定値 (図表 2 参照) を用いて、国内でこれまでに開設されたブログの総数を以下により推計した。

$$B = \sum_i B_i = \sum_i (A_i \cdot L_i \wedge M_i)$$

$i$  : ブログが開設された月

$B$  : 2008 年 1 月までに開設された累計ブログ総数

$B_i$  :  $i$  月に開設されたブログ総数

$A_i$  : 現在確認できる  $i$  月に開設されたアクティブブログの数

$M_i$  :  $i$  月から 2008 年 1 月までの月数

$L_i$  :  $i$  月開設ブログの一箇月更新継続率

なお、国内のすべてのブログサイトをクローラーで調査することは困難であり、実際の調査では公表登録者数の多いブログサイトのうち 20 を対象として情報を取得し、これらのブログが国内全体のブログに占める割合<sup>4</sup>を用いて国内のブログコンテンツの総量を推計している。

<sup>1</sup> 本稿では、サービスやコンテンツが主に日本語で提供されているブログを「国内のブログ」とみなして調査している

<sup>2</sup> クローラーとは、リンクを辿ってウェブコンテンツにアクセスし、各コンテンツの情報を自動収集するシステム

<sup>3</sup> 15 歳以上のブログ開設経験者を対象に、「平成 18 年通信利用動向調査」において「情報発信を行っている」と回答した男女比率・年代比率の割り付けに基づき、2, 351 件の回答を得た。本稿 3 (2) の調査と同時に実施した

<sup>4</sup> ブログの新着記事情報を公開している ping サーバのクローラー調査とブログ開設経験者アンケート調査により得られた利用するブログサイトのデータなどを用いて算出した。本調査では、主要 20 ブログサイトの割合を 77.5% で

## (2) ブログコンテンツ量の推計結果

図表1のモデルにより推計した結果<sup>5</sup>、2008年1月現在でインターネット上に公開されている国内のブログ総数は約1,690万、記事総数は約13億5,000万件、データ総量は約42テラバイトであった(図表3)。画像・動画ファイル等のデータ量を除いたテキスト情報のみのデータ量は、約12テラバイトであり、このデータ量は、書籍1冊の原稿の情報量の約2,700万冊分に相当する<sup>6</sup>。また、国内のブログのうち、1箇月に1回以上、記事が更新されているアクティブブログは、公開されているブログ総数の約2割に相当する約300万と推計された。

また、公開されているブログ数の推移について推計を行った結果、図表4のように2004年から2005年にかけてブログ数が急増し、2006年1月に1,000万に達した後も緩やかに増加していることが分かった。過去の各月に新規に開設されたブログ数の推移を見ると、図表5に示すとおり、主要なブログ事業者がサービスを開始した2003年から急速に増加し、さらにタレントやアルファブロガーによる有名ブログの登場による認知度の向上等も相まって、2005年には月間60万件を超えた。その後は、いったん月間40万件程度まで減少したものの、2007年からは40万から50万で推移している。他方、毎月1回以上の継続的な更新が行われているアクティブブログ数の推移をみると、2003年から2005年にかけて急増し、その後は約300万程度でほぼ横ばいで推移している(図表4参照)。ただし、これらのアクティブブログは常に同じものというわけではなく、新たに加わるブログがある一方、逆にアクティブブログから休眠状態へ移行するブログ等もあり、常に入れ替わっている。図表2の更新継続率をみると、ある時点でアクティブだったブログのうち、1年後にも継続的に更新され続ける更新継続率は、最近では4割から5割程度で、1年も続かないブログが約半分を占める。ブログを更新し続けることの難しさが伺える。今日のブログのメディアとしての高い評価は、地道に記事を更新し続けるブロガーの努力によるものといえよう。

## 3 ブログ開設者の利用要因の抽出とグループ分類

### (1) ブログ開設者の利用スタイルの仮説設定

川上・河浦ら(2005)<sup>[3]</sup>は、1997年にウェブ日記を更新するネットユーザに対して、①日々の生活の記録を自分のために覚え書きとして残す(備忘録)、②日々得た情報を他の人に提供できる(日誌)、③他の人に自分という人間を知ってもらえる(公開日記)、④自分で自分を理解することができる(狭義の日記)の4つのタイプを設定してアンケート調査を実施し、更新動機や効用などの関連要因との関係を分析(正準判別分析)して、ウェブ日記を「書き手の指向性」(書き手の意識が自分自身に向かっているか、読者ないし読者との関係に向かっているか)、「日記の内容」(心情・事実といった、書かれていることから)の二軸によって整理している。本稿では、この分類が現在のブログにおいても有効であると考え、1997年当時には考えられなかったブログ利用の多様性を踏まえて、2軸を以下のように拡張し調査仮説とした。

ブログの情報発信やコメント等のコミュニケーション機能が活用され、家族・友達から、地

---

推計

<sup>5</sup> 推計に用いるブログの更新継続率や20ブログサイトの利用割合については、前提となる仮説や推定値の設定によりいくつかのケースが想定される。そこで、各ケースの場合におけるコンテンツ量推計結果を算出し、本研究以外の調査データ等により検証を行い、最も現実に即したケースの結果を示している

<sup>6</sup> 書籍1冊当たりのデータ量を457キロバイトとして換算

域コミュニティ、さらには社会全体など想定読者が拡大・多様化していると想定されることから、関係指向のうち、読み手として特定の読者や集団を想定しているものを「特定関係指向」、特に具体的な読み手を置かず、世間一般を読み手と想定するものを「一般関係指向」と分類し、「自己指向」と合わせて指向性を3つに分類した。

ブログの内容についてみると、経済収益機能であるアフィリエイト<sup>7</sup>の広がりにより、ブログに自分の経験に基づく知識やノウハウを公開する動機も強まっていると考えられる。そこで「自分の体験に基づいて整理された知識・ノウハウ」を「事実」から独立させ、ブログの内容を「事実」、「知識・ノウハウ」、「心情」の3つに分類し、これらの指向性と内容により、ブログの利用スタイルを9つに分類した。

## (2) ブログ開設者の開設要因によるグループ分け

(1) の分類に基づく図表6の「ブログの想定読者と記述内容」と「ブログの開設・更新の動機」の対象設問に関する5件法（「非常に重要／まあ重要／どちらでもない／あまり重要でない／まったく重要でない」）によるウェブアンケートの回答結果（2,351件）に基づいて因子分析を行ったところ<sup>8</sup>、7つの因子を抽出した（図表7）。7つの因子はそれぞれ①メンタル効用指向（自分のことを知る・表現する、ストレスを発散するなど、心理的なメリットを重視）、②特定他者指向（友人など特定の読者を意識してブログを書く）、③社会一般指向（世間一般を読者として意識してブログを書く）、④コミュニティ効用指向（ブログを通じて多くの人や同じ関心の人と出会うことを重視）、⑤自己指向（自分自身を読者として意識してブログを書く）、⑥経済的収益効用指向（アフィリエイト等で収益を得ることを重視）、⑦知識・情報発信効用指向（自分の知識や情報を人に役にたててもらふことを重視）と分析した。これら7つの因子について算出された因子得点を元に、回答者のクラスター分析を行ったところ<sup>9</sup>、①自己表現（30.9%）、②コミュニティの形成（25.7%）、③社会貢献（8.4%）、④収益目的（10.1%）、⑤アーカイブ型利用（25.0%）の5つのグループがあることがわかった（図表8）

## (3) 各グループの特徴

グループごとに他の設問回答のクロス集計を行い、特徴を抽出した。5グループで最も大きな割合を占める「自己表現」は、自己表現やストレス解消など内面的な効用を重視し、女性、10代・20代の割合が高い傾向がある。「コミュニティ形成」は、性別、年代に明確な特徴はないが、ブログ利用のメリットを高く評価しており、ブログの更新時間が長いという点で、活発にブログを利用するグループであるといえる。テーマも「子育て」などの割合が高く、ブログがソーシャルキャピタルとして活用されている面が伺える。「社会貢献」は、40代以上の男性の割合が高い傾向があり、特定のテーマについて自分の知識を役立ててもらふことを重視するグループである。また、ブログ利用のメリットも高く評価しており、「コミュニティ形成」と同様、因子得点において「メンタル効用」、「コミュニティ効用」、「経済的収益効用」のいずれも相対的に高い傾向があり、様々な効用を総合的にブログから得ているグループとい

<sup>7</sup> ブログサイトが提携または許可しているアフィリエイト広告を載せることにより、クリック数や商品販売に結びついた実績に応じた成功報酬をブログ開設者が受け取ることができる。

<sup>8</sup> 最尤法・バリマックス回転

<sup>9</sup> 階層クラスター（Ward法）

えよう。「収益目的」は、男性、10代・40代の割合が高い傾向があり、専門性の高いテーマをもつ点の特徴である。「アーカイブ型利用」は、男性、30代以上の割合が高く、趣味関係のテーマの割合が高い点の特徴である。

#### (4) 指向性・ブログ内容によるブログ開設者分類仮説の検証

本調査の仮説である、指向性（自己指向／特定関係指向／一般関係指向）と、ブログ内容（事実／知識・ノウハウ／心情）の2軸によるブログ開設者の分類と、5グループの関係について考察する。分析の結果では、ブログの内容は重要な要因としては抽出されず、5グループの分類に対する説明力は弱い。また、指向性軸との関連についてみると、「自己指向」、「特定他者指向」、「社会一般指向」の3つの因子が抽出されたが、「コミュニティ形成」や「社会貢献」のように、これらのどの指向も強いグループもあり、ブログ開設者の分類において、「指向性軸」ではうまく分類できない状況になっている（図表9）。

5グループの分類においてもっとも強い因子は「メンタル効用指向」となっており、「メンタル効用指向」とその他の「非メンタル効用指向」で大きく分類することも考えられるが、例えば「コミュニティ形成」は、「メンタル効用指向」とともに、「コミュニティ効用指向」や「経済的収益効用指向」の因子得点も高い。また「社会貢献」は、「コミュニティ効用指向」と「知識・情報発信効用指向」の因子とともに、「メンタル効用指向」の因子も高いグループとなっている。

「指向性軸」や「効用軸」だけでは簡単に説明しきれないことが、現在の我が国のブログの多様性を示していると考えられ、今後の多様な観点からの分析の可能性を示唆しているとも言える。

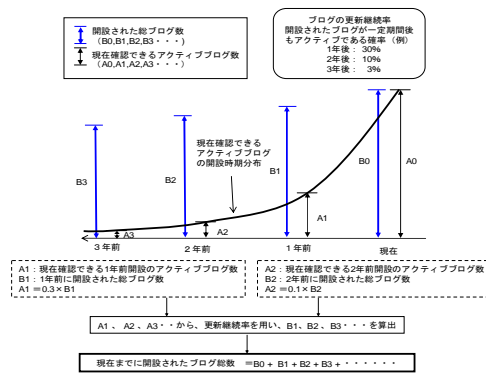
#### 4 終わりに

本稿において、国内のブログが2006年にかけて急拡大し、その後も大幅な規模縮小には至っておらず、アクティブブログ数はピーク時とほぼ同程度の300万規模を維持しており、活発な情報発信が続いていることが明らかになった。また、ブログが日記的な自己表現のみならず、コミュニティの形成や社会貢献、経済収益といった目的で利用され、ソーシャルキャピタル（社会資本）として、あるいは情報発信ツール、収益ツールとして多種多様な目的で活用されている実態が浮かび上がった。ブログが本格的に利用されるようになってからまだ5、6年ほどであるが、多くの閲覧者を集めるアルファブロガーも数多く登場し、ブログと他メディアとの連携の事例も多く見られる。本稿で明らかになったように、地道にブログコンテンツを更新し続けるブロガーの努力がメディアとしての評価を高めていくとともに、ブログの機能を活用した多様な利用形態を通じて、ブログの社会経済活動への影響力は今後も高まっていくと考えられる。

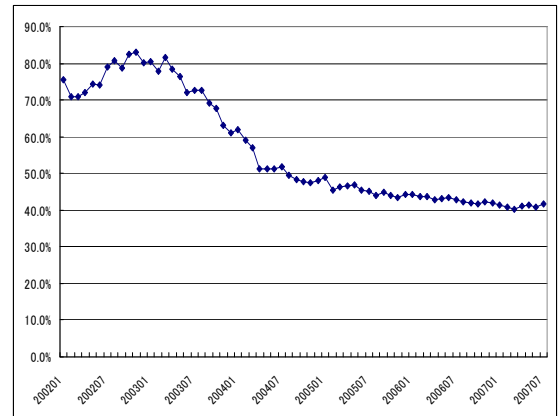
#### 5 参考文献

- 【1】総務省発表（2006年4月）[http://www.soumu.go.jp/s-news/2006/060413\\_2.html](http://www.soumu.go.jp/s-news/2006/060413_2.html)
- 【2】米国テクノラティ社発表（2007年4月）<http://technorati.com/weblog/2007/04/328.html>
- 【3】山下清美、川浦康至、川上善郎、三浦麻子 2005年 『ウェブログの心理学』 NTT出版

(図表 1) ブログコンテンツ量の推計モデル



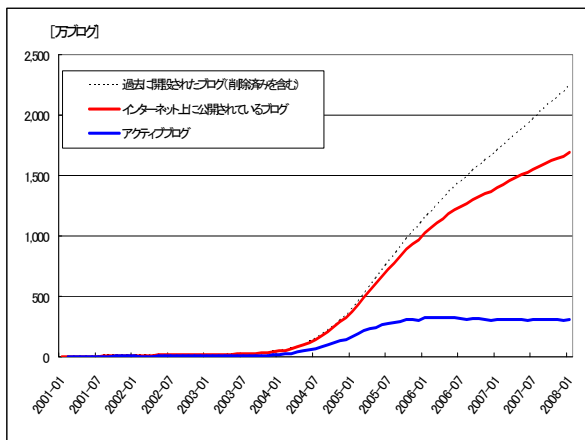
(図表 2) 12ヶ月更新継続率の推移



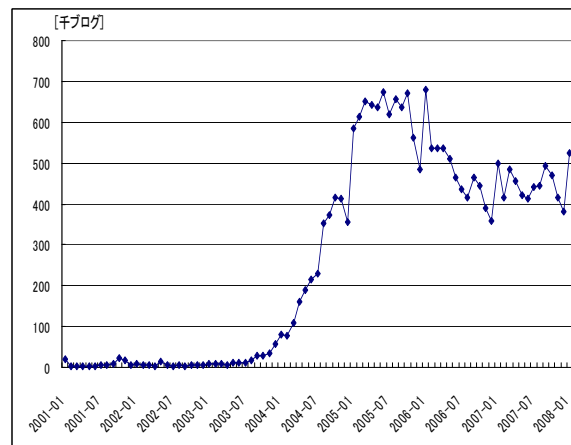
(図表 3) ブログ数、記事数、データ量の推計 (2008年1月現在)

	ブログ総数 [万ブログ]	記事総数 [百万件]	データ総量 [テラバイト]	テキストデータ総量 [テラバイト]
インターネット上に公開されているブログ	1,690	1,347	42	12
うちアクティブブログ	308	568	20	5
過去に開設されたブログ(削除済みを含む)	2,243	1,787	54	16

(図表 4) 国内のブログコンテンツ量推計値



(図表 5) 毎月の新規開設ブログ数の推移



(図表 6) 対象設問

【ブログの開設・更新の動機】

- 多くの人と知り合いになるため
- 同じ関心がある人と知り合うため
- アフィリエイトなどで金銭的な収益を得るため
- 自分と異なる意見・見方や、新たな情報を知るため
- 面白い内容を提供して楽しんでもらうため
- 自分の記憶や知識を整理するため
- 文章の練習をするため
- 自分のことをよく知るため
- 本当の自分を表現するため
- ストレスを発散させるため
- 不安や緊張をとりさり、安心するため
- 自分の持っている情報を役に立ててもらうため
- 自分の専門知識やノウハウを役に立ててもらうため
- ブログの流行におくれないため

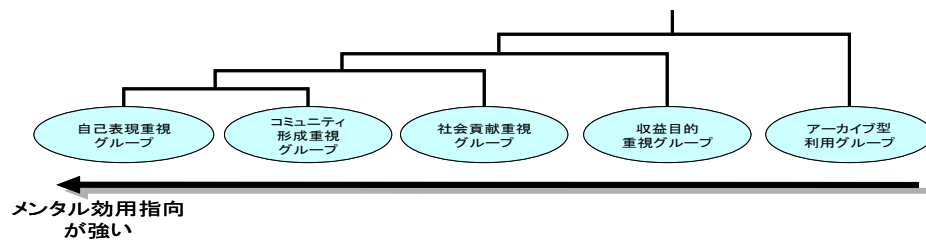
【ブログの想定読者と記述内容】

- 自分に向けて書き、事実・体験をそのまま書く
- 自分に向けて書き、自分の知識・ノウハウについて書く
- 自分に向けて書き、自分の心情・意見を書く
- 特定の他者に向けて書き、事実・体験をそのまま書く
- 特定の他者に向けて書き、自分の知識・ノウハウについて書く
- 特定の他者に向けて書き、自分の心情・意見を書く
- 世間一般に向けて書き、事実・体験をそのまま書く
- 世間一般に向けて書き、自分の知識・ノウハウについて書く
- 世間一般に向けて書き、自分の心情・意見を書く
- 効果的に集客し、アフィリエイト収入を得る

(図表7) 因子分析の結果 (7 因子)

因子名	項目	因子						
		1	2	3	4	5	6	7
メンタル効用指向	自分の心と向き合う	0.74	0.06	0.03	0.11	0.14	-0.04	0.02
	本物の自分を表現する	0.76	0.16	0.04	0.14	0.13	0.06	0.08
	不安や緊張をとり除く	0.69	0.12	0.07	0.08	0.14	0.00	0.00
	ストレスを減らす	0.65	0.09	0.07	0.06	0.13	0.09	0.11
特定価値観指向	特定の価値観に向けて生き、事実・体験をそのまゝ書く	0.16	0.79	0.11	0.16	0.11	0.09	0.10
	特定の価値観に向けて生き、自分の知識・ノウハウについて書く	0.38	0.77	0.16	0.16	0.06	0.12	0.09
社会貢献指向	世間一般に向けて生き、事実・体験をそのまゝ書く	0.12	0.12	0.79	0.17	0.16	0.09	0.10
	世間一般に向けて生き、自分の知識・ノウハウについて書く	0.19	0.16	0.79	0.16	0.08	0.09	0.09
コミュニティ・他者指向	仲間・関係がある人に向けて	0.06	0.60	0.21	0.13	0.07	0.19	0.14
	多くの人と知り合いになるため	0.10	0.17	0.11	0.94	0.05	-0.02	0.12
自己指向	自分に向けて生き、事実・体験をそのまゝ書く	0.14	0.17	0.16	0.76	0.09	0.10	0.09
	自分に向けて生き、自分の心許・意見を書く	0.80	0.12	0.17	0.48	0.04	0.13	0.16
国内の文化・価値観指向	自分に向けて生き、事実・体験をそのまゝ書く	0.21	0.05	0.05	0.05	0.81	-0.02	-0.03
	自分に向けて生き、自分の知識・ノウハウについて書く	0.80	0.12	0.10	0.05	0.09	0.05	0.05
知識・情報価値観指向	自分に向けて生き、自分の心許・意見を書く	0.36	0.07	0.08	0.05	0.24	-0.09	-0.05
	多角的な視点で見る	0.06	0.04	0.07	0.19	0.00	0.06	0.10
知識・情報価値観指向	体系的に整理し、アドバイス・情報を得る	0.02	0.11	0.13	0.09	-0.08	0.09	0.09
	自分の専門知識をまとめる	0.16	0.16	0.80	0.17	0.07	0.13	0.14
知識・情報価値観指向	自分の知識を伝える	0.17	0.16	0.22	0.90	0.04	0.09	0.14
	自分独自の考え・意見をまとめる							

(図表8) デンドログラムにおける5分類の位置づけ



(図表9) 5分類の場合の7因子に対する因子得点

