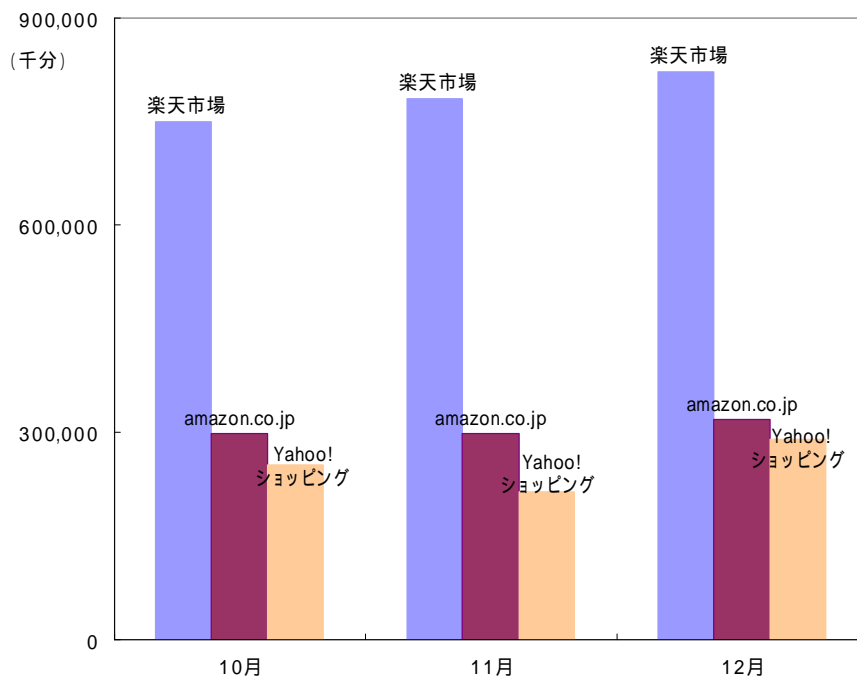


主要ショッピングサイトの総利用時間は大きく増加
 ~ ニールセン・オンライン、2008年12月の月間インターネット利用動向調査結果を発表 ~

ネットレイティングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:萩原雅之)は、ニールセン・オンライン(Nielsen Online) が提供するインターネット利用動向調査「NetView」の2008年12月データをまとめました。

それによると楽天が運営する日本最大のショッピングサイト楽天市場の総利用時間は3ヵ月連続で増加していることがわかりました。また、楽天市場を追走するショッピングサイトである amazon.co.jp、Yahoo!ショッピングの総利用時間も楽天と同様に増加しています。特に Yahoo!ショッピングは対前月比で36%も増加しています。(図表1)

図表1 主要ショッピングサイトの総利用時間の推移
 (2008年10-12月、家庭と職場からのアクセス)



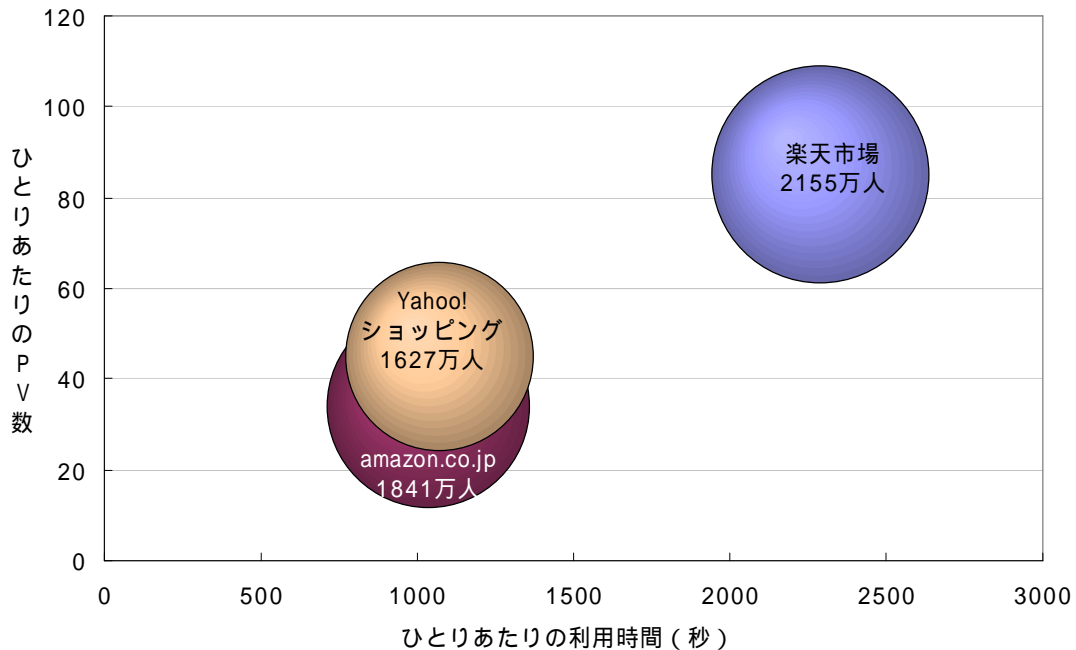
(単位: 千分)

サイト名/期間	10月	11月	12月
楽天市場	750,699	782,359 (4%)	821,772 (5%)
amazon.co.jp	298,143	297,468 (0%)	318,656 (7%)
Yahoo! ショッピング	251,753	213,754 (-15%)	289,927 (36%)

* ()内は対前月増減率(%)

主要ショッピングサイトの12月における利用状況を見ると、楽天市場は利用者数だけではなく、サイト利用者のロイヤリティを表す指標である「ひとりあたりの利用時間」、「ひとりあたりの利用ページ数」でも後続のamazon.co.jpとYahoo!ショッピングを頭ひとつリードしています。また、利用者数ではamazon.co.jpの後を追うYahoo!ショッピングはロイヤリティ指標では逆転しています。(図表2)

図表2 主要ショッピングサイトの利用者数、ひとりあたりの利用時間、ひとりあたりの利用ページ数
(2008年12月、家庭と職場からのアクセス)



弊社代表取締役社長兼ニールセン・オンラインチーフアナリストの萩原雅之は「昨今、インターネット利用者人口の伸びは微増に留まっており、それに伴い主要サイトの利用者数の伸びも鈍化しています。今回取り上げたショッピングサイトの利用状況においても同様で利用者数の大きな伸びはないものの、年末需要に応じて総利用時間は3ヵ月間で各主要ショッピングサイトとも7-15%も増加しています。これはひとりあたりの利用時間の増加によるもので、オンラインショッピングが生活者にとってより重要度を増してきている表れだと思えます。」と述べています。

注 = 今回分析対象にした「楽天市場」の各数値は楽天全体のものではなく、楽天が運営するオンラインモールの「楽天市場」の利用状況を表す弊社の区分「Rakuten Ichiba Shopping (Channel)」のデータを基に分析しています。

【ネットレイティングス株式会社 会社概要】

ネットレイティングスは世界100カ国以上でビジネスのためのマーケティング情報を提供しているThe Nielsen Company傘下のNielsen Onlineとの合併会社として1999年5月に設立されました。[インターネット視聴率情報 Nielsen Online NetView](#)の他、[オンライン広告統計 AdRelevance](#)と[AdRelevance EXpenditure](#)、[アクセス解析サービス SiteCensus](#)、[携帯サイトのアクセス解析サービス SiteCensus@Mobile](#)、[全数インターネット視聴率 Market Intelligence](#)などの製品サービスと、それを基にしたカスタマイズデータ作成、各種リサーチと分析を通じ顧客のインターネットビジネスにおける重要な意思決定に貢献しています。その製品とサービスの信頼性と精度はインターネット・サイト運営企業、Eコマース企業、広告代理店、広告主より高い評価を得て



います。ネットレイティングスのサービス概要及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧になれます。

The Nielsen Company はオランダ(ハーレム)及び米国(ニューヨーク)に本拠を置く世界で最大のインフォメーションおよびメディア・カンパニーです。市場調査(エーシーニールセン)、メディア・インフォメーション(ニールセン・メディア・リサーチ)、業界紙(ビルボード、ハリウッド・リポーター、アドウィーク)、インターネット利用動向調査 Nielsen Online NetView 及び Buzz マーケティングの世界的リーダーである Nielsen BuzzMetrics(ニールセン・オンライン)、モバイル領域のマーケティング情報(ニールセン・モバイル)やトレードショーなどの各業界で認められたブランドを多数所有しています。詳しい情報は、<http://www.nielsen.com/> でご覧になれます。

Nielsen Online は The Nielsen Company の一部門としてインターネット利用動向調査(Nielsen Online NetView)とインターネットのCGM分析(Nielsen BuzzMetrics)を市場に提供しています。Nielsen Online はこの2つのサービスを通じてインターネットユーザーの実際の行動と思考・感性を分析し、インターネットビジネス及びマーケティング領域における意思決定に貢献しています。詳しい情報は、<http://www.nielsen-online.com/> でご覧になれます。

会社名: ネットレイティングス株式会社 英文社名: NetRatings Japan Inc.

本社所在地: 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント9階

資本金: 4億346万円

設立: 1999年5月

代表者: 代表取締役会長兼最高経営責任者 狩野 昌央(かのう まさひろ)

代表取締役社長兼最高執行責任者 萩原 雅之(はぎはら まさし)

主要株主 : The Nielsen Company (U.S.A)、トランス・コスモス株式会社、株式会社電通ドットコム

#

本件に関するお問い合わせ先:

ネットレイティングス株式会社 広報担当 西村 総一郎・塚越 美文

電話:(03)4363-4200

e-mail: press@netratings.co.jp