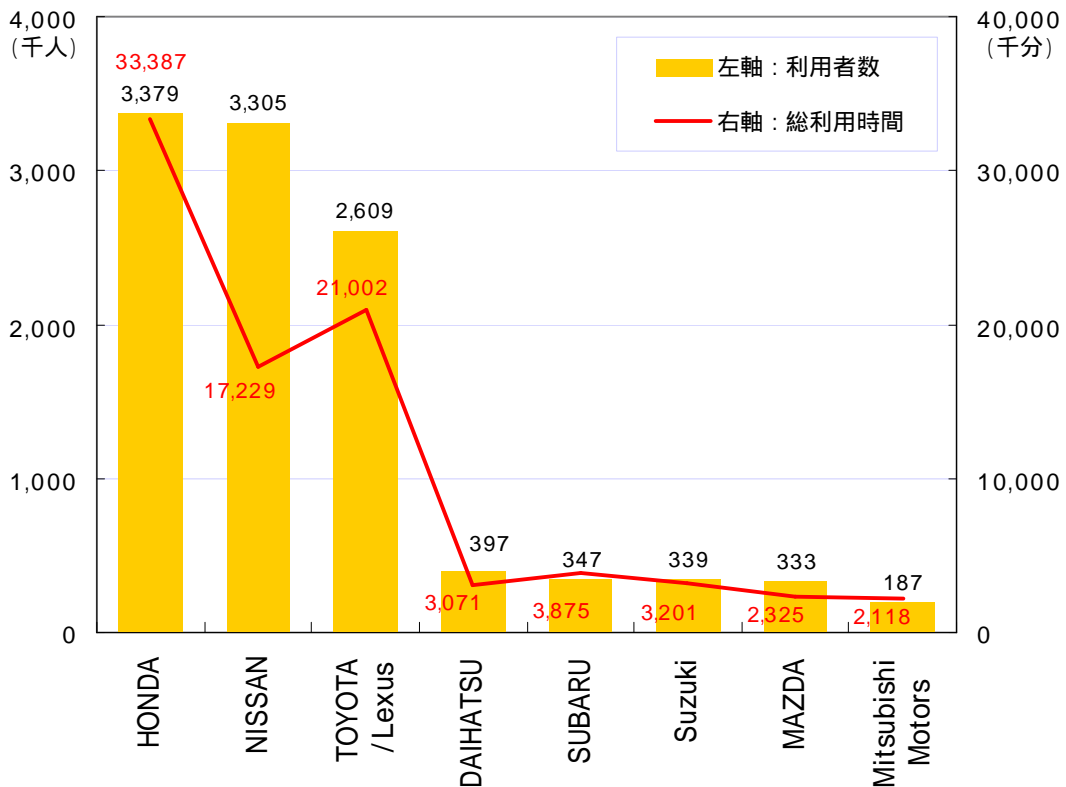


**販売好調なハイブリット車「インサイト」の貢献で、ホンダのウェブサイトが首位に  
 ~ ニールセン・オンライン、2009年2月の月間インターネット利用動向調査結果を発表 ~**

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2009年2月データをまとめました。

それによると、2月に低価格ハイブリット車の新型「インサイト」を発売したホンダのウェブサイトが337万人の訪問者を集め、2月の全自動車メーカーのウェブサイトの月間利用者数ランキングで首位に立ったことが分かりました。ホンダのウェブサイトは、ひとりあたりの滞在時間が長く、総利用時間でトヨタ、日産に大きく差をつけてのトップとなりました。(図表1)

**図表1 各自動車メーカーサイトの利用者数 (2009年2月、家庭と職場からのアクセス)**

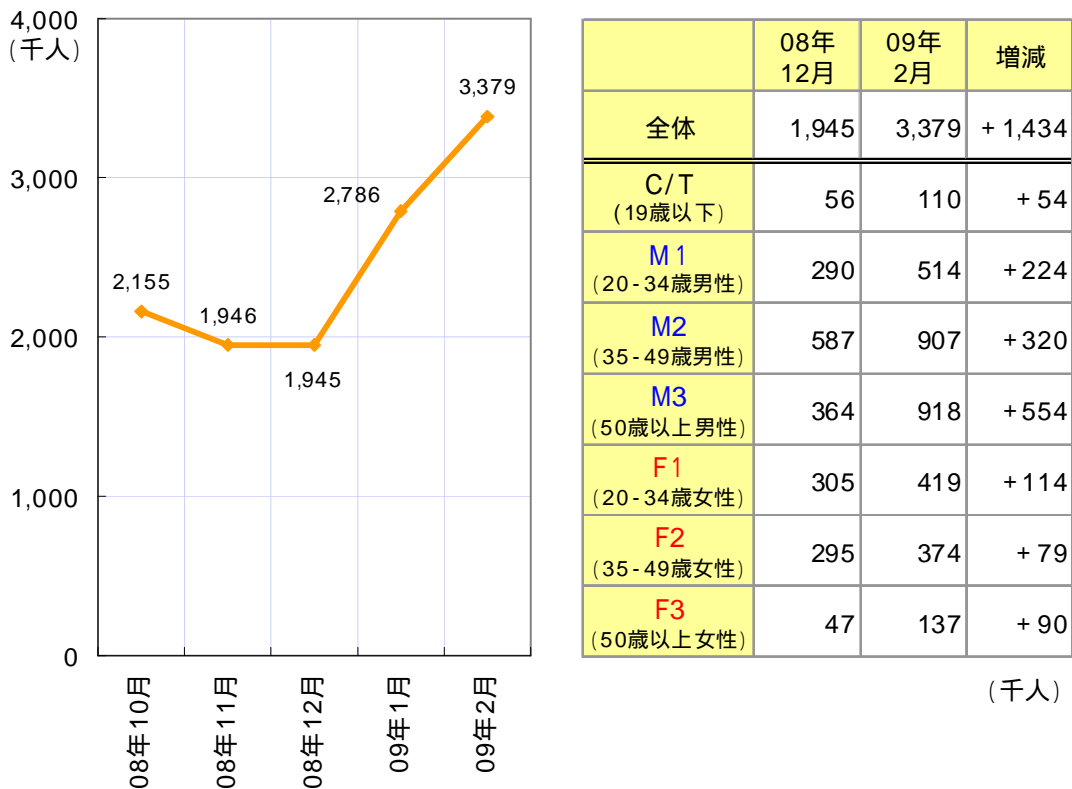


\* 各自動車メーカーサイト名は Nielsen Online の規定する Brand 名を使用して表記しています。

新型「インサイト」のブランドトップページ(honda.co.jp/INSIGHT)にはホンダのウェブサイト全訪問者の約4分の1にあたる約82万人が訪問していました。発売キャンペーン開始前の12月の利用者数は194万人でしたが、発売告知を開始した1月以降から利用者数が増加し、発売を開始した2月にかけて利用者数を7割以上

伸ばしています。また利用者構成を性年齢別にみると、新型「インサイト」発売前の12月と発売月である2月ではその構成が大きく変わりました。発売後は各セグメントとも利用者数は軒並み増加していますが、中でも特にM3層(男性50歳以上)の利用者増が目立ちました。一方、女性ではF1層(女性20-34歳)が伸びています。(図表2)

図表2 ホンダのウェブサイトの利用者数推移、および性年齢別利用者数の内訳  
(2008年10月～2009年2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「自動車メーカーのウェブサイトへの訪問者数は、各社ともキャンペーン実施時を除くと横ばい、もしくは微増の状況でした。そのような状況の下でホンダのウェブサイトの急激な伸びは、話題の新型モデルが牽引した久しぶりのケースといえます。購買力のある高年齢層の関心を強く引いたことも好調な売れ行きに結びついたようです。」と述べています。

**【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](mailto:press@netratings.co.jp)