

Nielsen//NetRatings

2005年4月25日

ネットレイティングス株式会社

「愛・地球博」公式サイトに約200万人、東京ディズニーリゾート公式サイトのおよそ2倍に パビリオンのオンライン予約やナビゲーション利用も伸びる

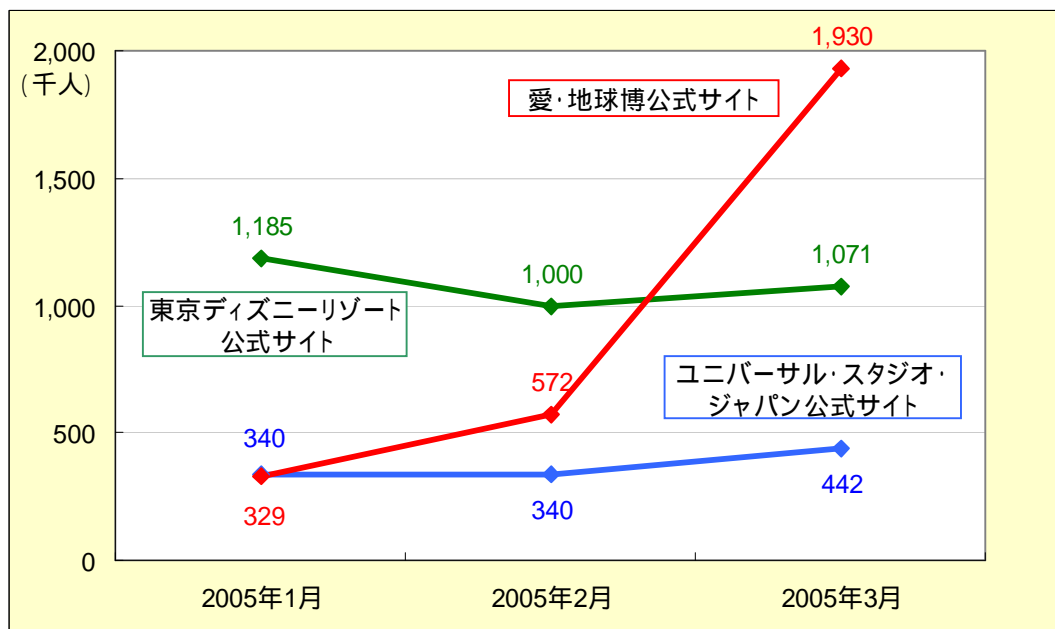
～「Nielsen//NetRatings」2005年3月の月間インターネット利用動向調査結果を発表～

ネットレイティングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長兼最高執行責任者:萩原雅之)は、2005年3月度のインターネット利用動向情報サービスの調査結果をまとめました。

それによると、3月25日に開幕した2005年国際博覧会「愛・地球博」の公式サイト(expo2005.or.jp)への一般家庭からの訪問者数が、前月比3倍以上となる193万人に達していることがわかりました。これは「東京ディズニーリゾート」公式サイト(tokyodisneyresort.co.jp)や「ユニバーサルスタジオ・ジャパン」(usj.co.jp)などの月間訪問者数を大きく上回る水準です。(図表1)

図表1 「愛・地球博」および主要テーマパーク公式サイトの利用者数推移

(家庭のPCからのアクセス)



同サイト内のコンテンツ別の推計利用者数を算出してみると、パビリオン関連情報(81万人)が最も多く、各パビリオンの事前入場予約サービスへも約42万人が訪問しました。さらに、新しいインタラクティブ機能として注目されている、希望のパビリオンや日程を入力すると自動的に最適プランが作成できる「サポートナビ」も約30万人が利用していました。(図表2)

図表2 「愛・地球博」および関連サイトのコンテンツ別利用者数（家庭からのアクセス）

コンテンツ	URL	利用者数
「愛・地球博公式サイト」ドメイン全体	expo2005.or.jp	193.0 万人
パビリオン	www.expo2005.or.jp/jp/C0/	81.8 万人
会場マップ	www.expo2005.or.jp/jp/B0/	68.7 万人
EXPO ガイド	www.expo2005.or.jp/jp/A0/	66.2 万人
万博ウォッチ	www.expo2005.or.jp/jp/E0/	61.3 万人
イベント	www.expo2005.or.jp/jp/D0/	50.7 万人
観覧予約 (https)	reserve.expo2005.or.jp	41.7 万人
サポートナビ (https)	snavi.expo2005.or.jp	32.3 万人
(関連サイト) モリゾー & キッコロの休日	morizo-kiccoro.jp	21.7 万人
(関連サイト) ポケパーク	pokepark.jp	30.3 万人

弊社代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は、「愛・地球博は期間中 1,500 万人（1日あたり約 8 万人）の来場が見込まれています。ほぼ同程度の来場者がある東京ディズニーリゾート（年間入場者数約 2,500 万人、1 日あたり約 7 万人）に比べても、公式サイトによる情報収集が活発なことがわかります。週間利用状況集計データでみると、3 月 21 日～27 日の週に訪問者数がピークとなった後、やや低下傾向にありますが、博覧会への実際の入場者数が 4 月中旬から増加に転じており、ゴールデンウィークに向けてサイトの利用も再び伸びることも予想されます。」と話しています。

インターネット利用動向調査は、Nielsen//NetRatings が契約顧客に対して提供しているインターネット利用動向情報サービス (NetView AMS) のデータを基にしており、毎週、毎月ウェブサイト/バナー広告のユニーク・オーディエンス (PC による自宅からのアクセスで、当該期間に 1 回以上、そのプロパティやドメインのサイトやバナー広告を訪問/視聴したとされる、同一人物の重複を除いた推計利用個人数) などをレポートしています。日本における Nielsen//NetRatings の調査パネルは、株式会社ビデオリサーチインタラクティブ社との共同運営パネル事務局である「ビデオリサーチインタラクティブ・ネットレイティングス事務局」にて募集・運営されており、日本全国の一般家庭を対象に RDD 方式 (電話による無作為抽出方式) で選出した統計的的代表性のある調査パネルです。NetView AMS は、この調査パネルからリアルタイムで収集したインターネットの利用データと利用者の属性データを集計しています。

Nielsen//NetRatings の統計調査は、全世界にてリアルタイムのインターネット利用動向情報および広告出稿状況情報の収集と提供を行っているインターネット・オーディエンス・メジャメントの世界標準で、世界のインターネット・ユースの 70 パーセントをカバーしています。米国ネットレイティングス社 (NASDAQ: NTRT <http://www.netratings.com/>) は、1997 年に創立されました。現在、米国ネットレイティングス社ではインターネット利用動向情報 NetView Audience Measurement の他、オンライン広告出稿

状況調査 AdRelevance 及び LemonAd、インターネットユーザーのライフスタイル・属性別ブランド嗜好調査@Plan、インターネットリーチ & フリケンシー・プランニングツール WebRF、大規模マーケティング情報収集パネルである MegaPanel、ウェブサイト利用状況全数調査 SiteCensus、オンライン広告全数調査 AdIntelligence 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株式会社は米国ネットレイティングス社との合併会社として 1999 年 5 月に設立されました。Nielsen//NetRatings のサービス概要及びネットレイティングス株式会社の会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧になれます。

【ネットレイティングス株式会社 会社概要】

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10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	NetRatings Inc. (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
電話:(03)4363-4200