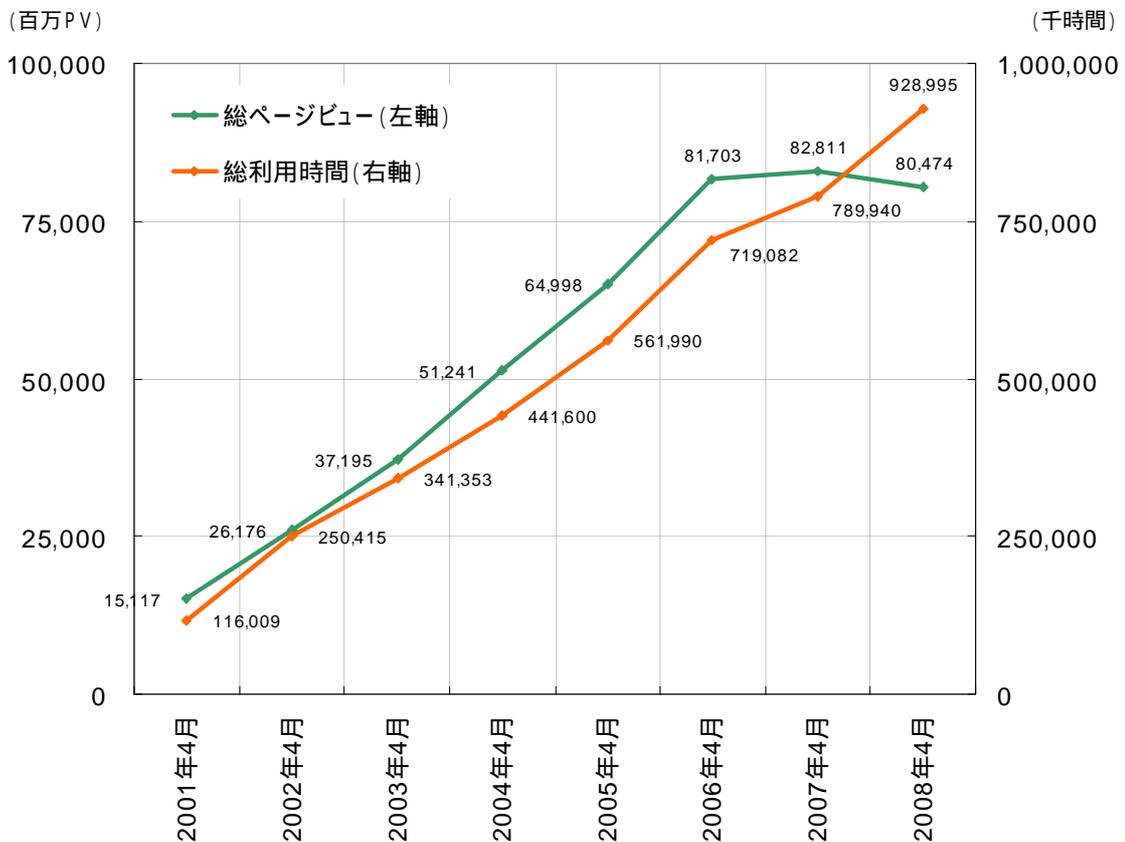


**ウェブ総利用時間が前年同月比で18%増、一方で総ページビュー数は3%減に
 リッチコンテンツの普及により、1ページビューあたり滞在時間が増加
 ~ニールセン・オンライン、2008年4月の月間インターネット利用動向調査結果を発表~**

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4月データをまとめました。

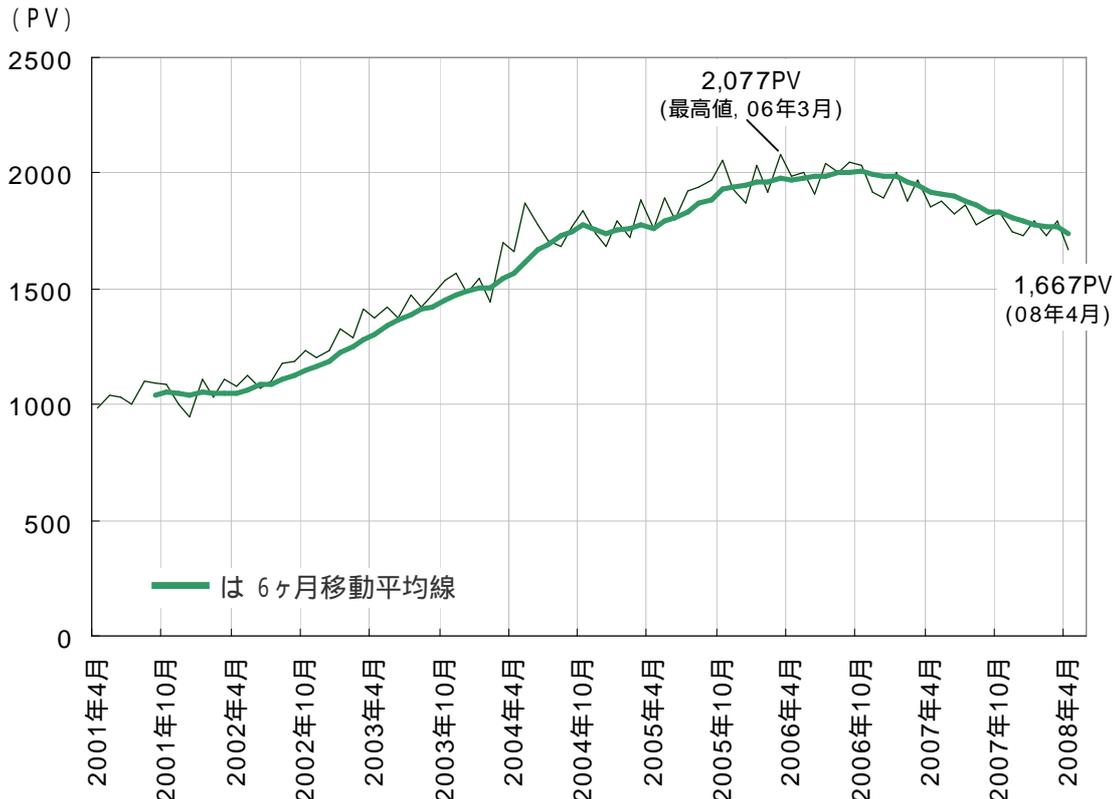
それによると、4月における家庭でのウェブ総利用時間は9億2900万時間で、前年同月の7億8994万時間からこの1年間で約18%増加していることがわかりました。一方、総ページビュー数は前年同月比で3%減の804億PVにとどまっています。2006年までは総利用時間、総ページビュー数は連動して増加していましたが、この1年で従来になかった対照的な動きを見せています。(図表1)

**図表1 日本におけるウェブ総利用時間、総ページビュー数の推移
 (2001年4月~2008年4月、家庭のPCによるアクセス)**



これはストリーミング、フラッシュなどのリッチコンテンツや、AJAXなどクリックを減らす技術の普及が一段と進み、1 ページに滞在する時間(利用時間)が長くなっていることを反映した結果といえます。実際、ひとりあたり月間平均ページビュー数は2006年3月の2077ページビューをピークに減少傾向を続けており、2008年4月には1667ページビューまで低下、これはほぼ4年前の水準です。(図表2)

図表2 日本におけるひとりあたり月間平均ページビュー数の推移
(2001年4月～2008年4月、家庭のPCによるアクセス)



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「今回のニールセン・オンラインの長期トレンドデータで明らかになったように、インターネットの利用動向に新たな変化が起きています。ウェブサイト価値のベンチマークとして、ページビュー指標だけでなく利用時間指標もあわせて利用することはますます重要になると言えます。ネット広告媒体にとって総ページビュー数の減少は収益機会の低下にもなりかねず、露出時間に連動した料金体系やインプレッション単価の引き上げが差し迫った課題になりそうです。」と述べています。

【インターネット利用動向調査Nielsen Online NetViewに関して】

インターネット利用動向調査 Nielsen Online NetView は、日本のウェブサイトの利用状況を毎週、毎月ウェブサイトごとにユニーク・オーディエンス(当該期間に1回以上、ウェブサイトを訪問/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)などのデータとして契約顧客向けにネットレイティングス株式会社がレポートを提供しています。日本における Nielsen Online NetView の調査パネルは、ネットレイティングス株式会社と株式会社ビデオリサーチインタラク



タイプ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及び職場を対象に RDD 方式(電話による無作為抽出方式)で選出した統計的代
表性のある調査パネルです。Nielsen Online 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。

【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)やトレードショウ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