

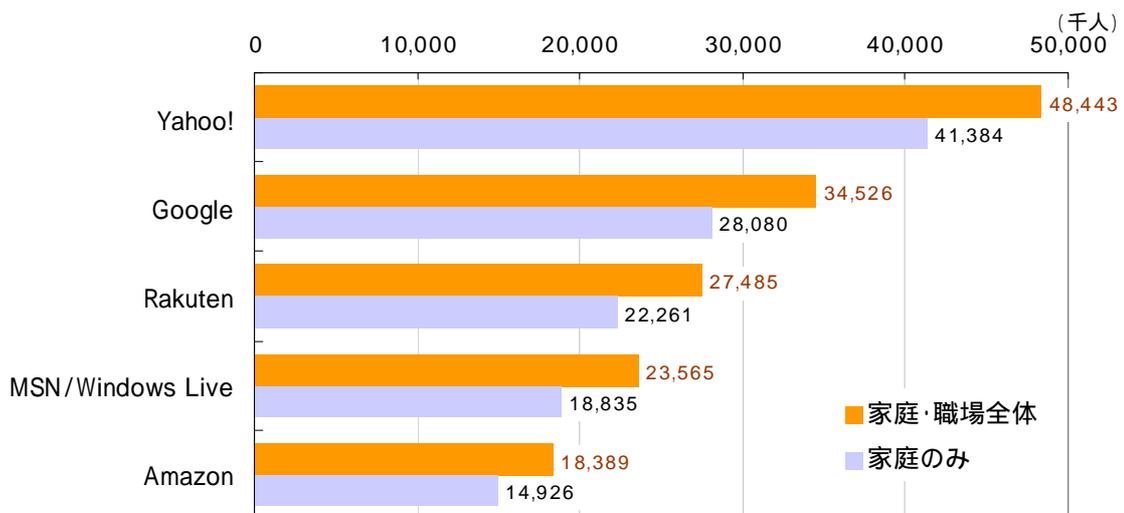
ニールセン・オンライン、家庭と職場を総合した視聴率データの提供を開始
「NIKKEI NET」、「ITmedia」などビジネス系ニュースサイトのランキングが大幅に上昇
～新仕様による初の月間データ、2008年10月の月間インターネット利用動向調査結果より～

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10月データをまとめました。「NetView」は10月より集計方法や指標に関して全面的なリニューアルを行い、新仕様による月次データの提供は今回が初めてとなります。

新仕様では、ブラウザによるウェブサイト利用だけではなく「Windows Media Player」(Microsoft)、「iTunes」(Apple)、「Google Earth」(Google)などインターネット・アプリケーション¹によるコンテンツ利用も集計対象に加える「Digital Media Universe (DMU)」を導入しました。また、従来の「家庭のみ」「職場のみ」の集計に加えて、「家庭・職場全体」でのユニークユーザー数や利用時間を推計し、標準指標として利用します。従来利用されてきた「ウェブのみ、家庭のみ」に比べ、ネット利用の実態をより反映したデータとなります。

それによると、「Yahoo!」には、家庭から4138万人、職場から1203万人が利用していましたが、家庭でも職場でも利用するユーザーの重複を考慮した家庭・職場全体のユニークユーザーは4844万人となりました。同様に「Google」のユニークユーザーは3453万人、「Rakuten」は2749万人で、家庭のみで集計した場合に比べていずれも20%前後高い推計値となっています。

図表1 主要ブランドの「家庭・職場全体」と「家庭のみ」の利用者数比較 (2008年10月)



¹ インターネット・アプリケーションとはインターネットを介して利用されるアプリケーションを指します。PC上で利用される表計算ソフトやワープロソフト、メールソフトなどのデスクトップアプリケーションは含まれません。

家庭と職場では視聴されるサイトが異なるため、家庭のみでのランキングと家庭・職場全体のランキングには違いがみられます。職場利用の多いビジネス系ニュースサイトは軒並み順位をあげ、特に日本経済新聞社の「NIKKEI NET」の利用者数は家庭のみ 372 万人に対して、家庭・職場全体 617 万人(66%増)でランキングは 78 位から 53 位に上昇、また「ITmedia」や「Impress Watch」など IT 関連ニュースサイトも大きく順位を上げました。一方、エンターテインメント系サイトや主婦向けサイトについても利用者数は増えるものの、ランキングは相対的に下がる傾向にあります。

図表2 職場を加えることで利用者数ランキングが変動するブランドの例 (2008 年 10 月)

		家庭のみ (4686.6万人)	家庭・職場全体 (5424.0万人)	順位 変動
順位 上昇	nikkei BPnet (日経BPネット)	51位 (469.7万人)	39位 (757.3万人)	12
	ITmedia	60位 (417.3万人)	49位 (665.1万人)	11
	NIKKEI NET (日経ネット)	78位 (371.6万人)	53位 (617.0万人)	25
	Impress Watch	81位 (367.4万人)	63位 (550.4万人)	18
順位 下降	mixi (ミクシィ)	29位 (783.8万人)	33位 (914.1万人)	4
	GyaO (ギャオ)	39位 (574.3万人)	45位 (703.5万人)	6
	Fuji TV (フジテレビ)	50位 (471.0万人)	58位 (580.3万人)	8
	COOKPAD (クックパッド)	64位 (407.6万人)	84位 (445.9万人)	20

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 NetView リニューアルは、2000 年の視聴率サービス開始以来、最も大規模で革新的なもので、調査協力パネルの大幅拡充やトラッキングソフト技術の向上もあわせたものです。特にブラウザ以外の利用も測定対象とする考え方 (DMU) と、家庭と職場を一体化した集計データは、広告、マーケティング業界から強い要望として上がっており、これによって、より正確でフェアなデータの提供が可能となりました。今後、視聴率測定のデファクトスタンダードとして多くの皆様に活用いただけることを期待しています。」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 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