

オンラインショップ購入経験者はネットで書籍の7割を購入

～ トラッキングデータとウェブアンケートを組み合わせたNetRatingsの新調査手法で解明 ～

ネットレイティングス株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:萩原雅之)(*1)はこの度、トラッキングデータとウェブアンケートを組み合わせた新しい調査手法を開発し、ECサイトやポータルサイトなどを対象とした消費行動の分析サービスを提供いたします。最初の適用事例として、ウェブアンケートサービス「gooリサーチ(*2)」を共同提供する株式会社NTT-X(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:中嶋 孝夫)と株式会社三菱総合研究所(本社:東京都千代田区、取締役社長:谷野 剛)の協力を得て、ネットユーザーの書籍購入に関する調査を実施しました。

この調査は、大手ECサイトの委託により、ネットレイティングスの提供するオーダーメイドのウェブ行動ログ収集システム「カスタム・メジャーメントサービス(以下CMS)(*3)」を「goo リサーチ」のモニターに適用することで実現したものです。具体的には、「goo リサーチ」の登録モニターからオンラインショップ購入経験者 240名を対象に、ウェブ利用行動のログデータを収集するための登録を依頼し、2002年 8月～10月の3ヵ月にわたって同一人物のウェブ行動データと、書籍購入に関するアンケート回答データの両方を収集しました。この仕組みによって、ネットユーザーの意識とウェブ利用行動との因果関係や、オンラインとオフラインの消費行動の関連性を分析することが可能となります。

アンケートでは、具体的な購入品目や購入金額なども確認することで、ショッピングサイトごとの購入率(コンバージョンレート)や売れ筋の違い、さらに、LOOKER/BOOKER 分析(訪問者と購入者の違い)や商品分野ごとのオンラインへの依存率などを算出します。

今回の調査では、期間中におけるモニター対象者の書籍購入総額のうち、オンラインでの書籍購入金額は、下記の通りと判明しました。

- 平均で3割程度
- トップクラスの書籍販売サイトの訪問者では4割程度
- そのサイトで書籍を購入した実績のある人では7割以上

CMSは、このようなウェブアンケートモニターとの組み合わせに限らず、自社の顧客リストやターゲットとなる特定層のネット利用者など、トラッキングデータを収集する調査対象者を任意に設定することができます。このCMSを活用した新しい分析サービスを利用することにより、ECサイトの運用者は、正確なデータに基づくマーケティングデータと、行動の要因分析を複合的に組み合わせることにより、より適切なマーケティングプランを計画し、キャンペーン実施やイベントとの連動企画などをより良いタイミングで実施することができます。その結果、顧客の囲い込み、再訪問率の向上、売上の向上をインターネット以外の媒体や調査手法を採用した場合と比較して廉価にスピーディに実施することができます。

ネットレイティングスでは今後とも、ECサイトやポータルサイトなどを対象としたさまざまな消費行動分析においてこの新サービスを積極的に提供していく予定です。

付)

(*1)Nielsen//NetRatingsの統計調査は、エーシーニールセンの世界規模の市場調査サービス網、統計的に代表性の確保された調査パネル(調査対象者)の開発・管理における実績と、ネットレイティングスが開発した最新のインターネット利用者動向測定技術・分析技術が融合されたものです。Nielsen//NetRatingsはネットレイティングス社、ニールセン・メディア・リサーチ社、エーシーニールセン社の戦略パートナーシップにより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す。

米国ネットレイティングス社(<http://www.netratings.com/>)は、1997年に創立されました。独自のトラッキング技術の開発により、従来不可能であったバナー広告のトラッキングを実現し、インターネット利用動向情報の提供を開始しました。その信頼性と精度の高いインターネット利用動向情報はインターネット・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弁会社として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株式会社の会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でみるすることができます。

エーシーニールセンはVNU社のグループ企業として、100カ国以上で一般消費財や小売り・サービス産業、メディア・娯楽産業、またインターネット関連産業向けに市場調査、従来のメディアに加えニューメディアの情報および分析サービスを提供している世界で最大の市場調査会社です。エーシーニールセンに関する情報は、<http://www.acnielsen.co.jp/> で入手できます。

(*2)【gooリサーチ】<http://research.goo.ne.jp/>

ポータルサイト「goo」を運営するNTT-Xと、日本のリーディングシンクタンクである三菱総研の調査企画力、コンサルティング力が融合した、高品質で付加価値の高いeリサーチ・サービスです。携帯電話でアンケートに答える「gooリサーチ・モバイル」モニター(3.2万人)、キーパーソンのビジネスマンを中心とする「gooリサーチ・ビジネス」モニター(1.2万人)を含め、16.8万人の登録モニターを擁し、消費者向け調査から、法人向け調査、グループインタビューまで、様々な市場調査ニーズに対応しています。(モニターの人数はいずれもH15年1月現在)

(*3)【カスタム・メジャーメントサービス概要】

カスタム・メジャーメントサービス(以下CMS)は、オーディエンス・メジャーメント・サービス(以下AMS)、イーコマース・ストラテジイズ(以下ECS)等と同様のインターネット視聴データ収集の仕組みを、お客様ごとに提供するサービスです。お客様が指定する専用パネルのインターネット視聴行動データを収集、レポートします。AMS、ECSのように、他サイトとの客観的比較、評価とは違い、よりターゲットユーザにフォーカスした情報を得ることが可能となります。CMSはお客様ごとに提供するサービスであるため、

- パネル設定が自由
- パネルの属性情報の設定が自由
- レポートの自由度(全視聴データの提供)
- 定性、定量調査等との自由な組み合わせが可能

になっています。

このため、特定層の行動パターン分析や、「行動」と「意識」をあわせた分析、またオフラインとインターネット視聴行動の関連等、今まで見えなかった情報を提供することができます。

また、サーバログ、購入履歴等の既所有データとあわせて利用する事で、マーケティングデータとしての価値を更に高めることを可能にするサービスです。

#

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 金井 道子

電話: (03)5575-5011

ウェーバー・シャンドウィック・ワールドワイド株式会社 大崎 高弘

電話: (03)5427-7396