

## 大型キャンペーンが相次ぎ、ビールメーカーサイトが賑わう

～ 「Nielsen//NetRatings」 2003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:東京都港区、代表取締役社長:萩原雅之)は、2003年2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、新商品の発売にあわせたウェブでの本格的な大型キャンペーンの効果で、ビール・飲料大手4社の運営するサイトへの訪問者数が軒並み上昇したことが明らかになりました。

サッポロビールは先月、レポートランキング外でしたが、今月は「生搾りはもっとおいしくなるキャンペーン」によって33万人と急増しました。アサヒビールも発泡酒の新製品「スパークス」のモニター募集や、「アサヒスーパードライウマさが続くキャンペーン」などによって前月比でほぼ2倍となったほか、サントリーが22%増、キリンビールが14%増となっています(表1)。

表1 ビール・飲料会社プロパティへの訪問者数 (家庭からのアクセス、単位千人)

	2003年2月	2003年1月	前月比
サントリー (suntory.co.jp)	816	670	122%
キリンビール (kirin.co.jp)	642	562	114%
アサヒビール (asahibeer.co.jp, asahi-fun.com など)	571	296	193%
サッポロビール (sapporobeer.jp, namashibori.com など)	331	ランク外	-

(注)プロパティは、その企業が運営する複数のドメインを合計したもの

(注)サッポロビールの1月データは、十分なサンプルが得られなかったためランク外となっている

なおウェブ上でのキャンペーン応募には、暗号化通信と認証機能のあるセキュリティサイト(https)が使用されるのが一般的ですが、キリンビール、アサヒビール、サッポロビールに関しては、全訪問者の7割前後がキャンペーン応募や登録のためのセキュリティサイトにアクセスしていました(表2)。

これら応募・登録のためのページへの訪問者は各社とも女性が4割以上を占め、また年齢層では30歳代から40歳代の利用が多い点が共通しています(表3)。

表2 キャンペーン応募で主に用いられるセキュリティサイトへの訪問者  
(2003年2月、家庭からのアクセス)

	訪問者数(千人)	全訪問者における比率
サントリー (https://ssl.suntory.co.jp)	370	45%
キリンビール (https://www.kirin.co.jp)	445	69%
アサヒビール (https://www.asahi-fun.com)	390	68%
サッポロビール (https://www.sapporobeer.jp)	248	75%

(注)十分なサンプルの得られる主要なセキュリティサイトを対象とした

(注)アサヒビールは www2.asahi-fun.com も含む

表3 キャンペーン応募で主に用いられるセキュリティサイトへの訪問者属性  
(2003年2月、家庭からのアクセス)

	サントリー	麒麟ビール	アサヒビール	サッポロビール
男性	55%	57%	52%	52%
女性	45%	43%	48%	48%
10代	3%	2%	2%	5%
20代	13%	12%	6%	5%
30代	43%	43%	52%	49%
40代	26%	27%	24%	22%
50代	16%	16%	16%	19%

(注)集計対象は表2に同じ

代表取締役社長・エグゼクティブアナリスト 萩原雅之は、「ビール・飲料会社は、インターネットを使ったキャンペーンに最も積極的な業界のひとつです。特に最近では、新商品の発売前プレゼントなども増えており、店頭での試飲キャンペーンと共に重要な販売促進手法として定着しているようです。このようなナショナルブランドの大手企業の取り組みは伝統的なマーケティング手法にも新しい可能性を拓くものとして注目されます。インタラクティブ性と速報性を有効に拡販施策に活用できる可能性から、他の業界にもこのような販売促進手法が波及するでしょう。」とコメントしています。

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、2003年2月1日～2月28日までのウェブサイト/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)のランキングを示したものです。NetView AMSでは、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30,000名以上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。

2003年2月度のプロパティ別、ドメイン別のウェブ利用者動向上位10と、広告主別、ドメイン別バナー広告視聴状況上位10、インターネット全体の利用動向(月間平均)は次の通りです。

1) Nielsen//NetRatings: 2003年2月度 プロパティ別ウェブ利用者動向トップ10

順位	プロパティ名 <sup>注</sup>	ユニーク・オーディエンス (単位:千人)	リーチ(%) <sup>注</sup>	ページビュー <sup>注</sup> (単位:千頁)	ひとりあたりの 平均利用時間
1	Yahoo!	20,640	78.22	8,347,607	2:17:30
2	Rakuten	14,404	54.58	1,573,678	0:42:24
3	Nifty	13,178	49.94	677,571	0:27:18
4	MSN	12,930	49.00	885,875	0:31:32
5	NEC	11,212	42.49	495,359	0:19:57
6	Microsoft	10,767	40.80	114,236	0:07:17
7	Sony	8,947	33.91	264,717	0:12:38
8	NTT Communications	8,742	33.13	208,659	0:12:13
9	KDDI	7,332	27.78	155,016	0:10:29
10	Asahi Net	6,678	25.31	104,253	0:06:38

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

2) Nielsen//NetRatings: 2003年2月度 ドメイン別ウェブ利用者動向トップ10

順位	ドメイン名	ユニーク・オーディエンス (単位:千人)	リーチ (%)	ページビュー (単位:千頁)	ひとりあたりの 平均利用時間
1	yahoo.co.jp	19,592	74.25	7,819,659	2:13:08
2	nifty.com	11,807	44.74	538,539	0:24:40
3	microsoft.com	10,732	40.67	112,691	0:07:13
4	biglobe.ne.jp	10,696	40.53	449,166	0:18:03
5	geocities.co.jp	9,810	37.18	434,113	0:18:38
6	infoseek.co.jp	9,593	36.35	374,757	0:14:15
7	ocn.ne.jp	8,612	32.64	202,320	0:11:42
8	msn.co.jp	8,352	31.65	297,870	0:16:18
9	msn.com	7,935	30.07	418,181	0:22:38
10	rakuten.co.jp	7,127	27.01	500,142	0:30:30

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

注 プロパティ: サイトを提供する企業やグループのドメインをまとめた集合体

注 リーチ: 当該期間の全インターネット利用者の中、対象のプロパティやドメインのサイトを利用したユニーク・オーディエンスの割合

注 ページビュー: 当該期間に全インターネット利用者のスクリーン上に表示されたと推定されるページ数

3) Nielsen//NetRatings: 2003年2月度 広告主別バナー広告視聴状況トップ10

順位	広告主名	ユニーク・オーディエンス (単位:千人)	リーチ (%)	インプレッション <sup>注</sup>
1	Yahoo!	19,911	75.46	7,067,938,233
2	Microsoft	14,648	55.51	339,138,116
3	Toyota Motor	13,935	52.81	218,429,342
4	ORIX Credit	13,285	50.34	1,740,524,481
5	Amazon	12,879	48.81	593,493,673
6	NOVA	12,347	46.79	128,769,421
7	Nissan Motor	10,424	39.50	128,596,074
8	Mobit	10,381	39.34	1,124,535,064
9	SEZAX INTERNATIONAL	9,640	36.53	1,059,691,377
10	At-Loan	8,518	32.28	1,008,920,334

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

4) Nielsen//NetRatings: 2003年2月度 ドメイン別バナー広告視聴状況トップ10

順位	ドメイン名	ユニーク・オーディエンス (単位:千人)	リーチ (%)	インプレッション
1	yahoo.co.jp	19,238	72.90	15,873,903,170
2	geocities.co.jp	9,392	35.59	409,828,333
3	infoseek.co.jp	9,266	35.11	884,271,849
4	msn.co.jp	7,123	26.99	444,726,284
5	lycos.co.jp	6,296	23.86	331,219,299
6	biglobe.ne.jp	5,141	19.48	228,605,612
7	goo.ne.jp	4,204	15.93	203,080,231
8	cool.ne.jp	4,145	15.71	239,416,177
9	nifty.com	4,003	15.17	200,306,676
10	teacup.com	3,703	14.03	60,238,166

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

注 インプレッション: 当該期間中で全インターネット利用者のスクリーンで表示されたと推定されるバナー広告露出回数

5) Nielsen//NetRatings: 2003年2月度 インターネット・アベレージ・ユースージ

家庭のPCからのアクセス

	2003年2月	2003年1月	変動率(%)
月平均セッション数	21	21	0
月平均訪問ドメイン数	63	65	-3.08
月平均ページビュー数	1,287	1,324	-2.79
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	63	62	1.61
月平均利用時間	12:04:42	12:25:50	-2.83
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	35:16	34:45	1.49
月平均ページビュー毎の利用時間	0:34	0:34	0
月平均バナー広告クリック率	0.22	0.21	4.76
<b>月間インターネット利用人口<sup>注</sup></b>	<b>26,388,178</b>	<b>26,333,980</b>	<b>0.21</b>
<b>家庭でのインターネット利用可能者数(推定値)<sup>注</sup></b>	<b>59,442,344</b>	<b>59,356,382</b>	<b>0.14</b>

職場のPCからのアクセス

	2003年2月	2003年1月	変動率(%)
月平均セッション数	49	47	4.26
月平均訪問ドメイン数	96	93	3.23
月平均ページビュー数	1,801	2,007	-10.26
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	37	42	-11.9
月平均利用時間	24:14:21	24:59:30	-3.01
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	29:54	31:43	-5.73
月平均ページビュー毎の利用時間	0:48	0:45	6.67
月平均バナー広告クリック率	0.08	0.08	0
<b>月間インターネット利用人口<sup>注</sup></b>	<b>8,201,900</b>	<b>8,254,864</b>	<b>-0.64</b>
<b>職場でのインターネット利用可能者数(推定値)<sup>注</sup></b>	<b>10,191,296</b>	<b>10,223,749</b>	<b>-0.32</b>

\* 上記インターネット利用人口推計値は弊社が提供しているインターネット利用動向情報Audience Measurement Service における2月時点の日本のインターネット利用人口です。これは毎月、弊社が日本全国を対象に実施しているインターネット基礎調査の結果を統計処理し、算出したものです。

注 月間インターネット利用人口

(家庭からのインターネット利用)2月中に家庭のPCからインターネットを実際に利用した日本のインターネットユーザー総数の推計値  
(職場からのインターネット利用)2月中に職場のPCからインターネットを実際に利用した日本のインターネットユーザー総数の推計値

注 家庭でのインターネット利用可能者数(推定値)

2月時点の日本の家庭のPCによるインターネット接続可能な環境下にある2歳以上の全人口推定数(集計対象期間内にインターネット非利用者を含みます)

注 職場でのインターネット利用可能者数(推定値)

過去1ヵ月間の日本の職場でのインターネット接続可能な環境下にある16歳以上の全人口推定数(集計対象期間内にインターネット非利用者を含みます)。

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/> でみる事ができます。

エーシーニールセンはVNU社のグループ企業として、100ヵ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。

【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	〒107-0052 東京都港区赤坂7-10-17 フォンテ赤坂ビル2F
資本金	16億1,508万円
設立	1999年5月
代表者	代表取締役会長 狩野 昌央(かのう まさひろ) 代表取締役社長 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

# # #

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