

## イラク戦争の影響で、ニュースサイト全体の利用者数が増加

～ 「Nielsen//NetRatings」 2003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:東京都港区、代表取締役社長:萩原雅之)は、2003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、イラク戦争の影響を受けて、ニュース関連サイトへの訪問が前月に比べて増加していることがわかりました。

新聞社サイトやポータルサイトのニュースメニューなどをまとめたニュースカテゴリー全体(注)の利用者比率は、前月(2月)に比べて家庭からのアクセス(以下、家庭)で1.7ポイント、職場からのアクセス(以下、職場)で2.3ポイント増加し、利用者数についても前月比で家庭が104%、職場が108%となりました。

(注) Nielsen//NetRatings の Audience Measurement Service で提供するカテゴリー別集計において「包括的ニュース(Daily Event and Global News)」に含まれるものが対象。サブドメイン単位の分類を用いたので、一般的な新聞社サイトのほか、ポータルサイトやISPサイトのニュースメニューのURLも含まれる。

表1 ニュースカテゴリーへの訪問状況

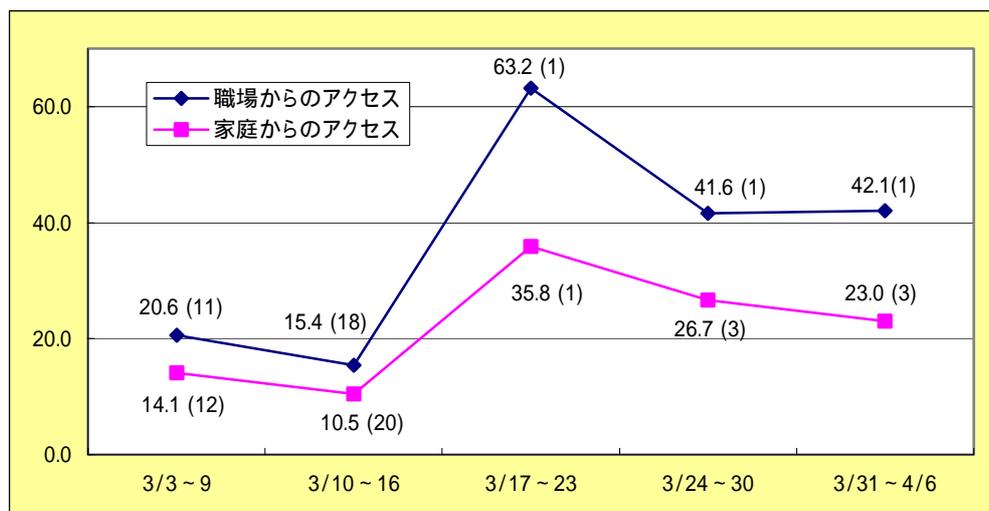
	3月(当月)		2月(前月)		訪問者数 対前月比	リーチ増減 (ポイント)
	全利用者数 (千人)	リーチ (%)	全利用者数 (千人)	リーチ (%)		
家庭からのアクセス	11,150	42.2	10,681	40.5	104%	1.7
職場からのアクセス	5,727	67.2	5,319	64.9	108%	2.3

このうち「ヤフーニュース」の記事をトピックス別にまとめたヤフー「トピックス」(dailynews.yahoo.co.jp)へのアクセス内容をみると、「イラク戦争」ページ(dailynews.yahoo.co.jp/fc/world/war\_against\_iraq)への訪問者比率が全トピックス中、家庭では3位、職場ではトップとなっています。また、週単位でみると開戦の20日(日本時間)を含む3月17日から23日の週がピークで、家庭でも全トピックスの中でトップでした。

表2 ヤフー「トピックス」への訪問状況(2003年3月)

	全利用者数 (千人)	「イラク戦争」ページ		
		ヤフー「トピックス」 全利用者に占める 訪問者比率	順位	利用者数 (千人)
家庭からのアクセス	6,713	30.3%	3	2,034
職場からのアクセス	3,794	51.2%	1	1,943

表3 ヤフー「トピックス」における「イラク戦争」ページの訪問者比率の推移(カッコ内は全トピックス中の順位)



弊社代表取締役エグゼクティブアナリスト萩原雅之は、「米国や欧州では CNN.com のようなグローバルサイトが大幅にアクセスを増やしましたが、日本のネットユーザーは新聞社サイトやヤフーニュースなどで最新のイラク戦争関係のニュースをチェックしていたようです。ヤフーニュースでは通常、芸能・スポーツ関連のトピックがアクセスの上位を独占していますが、3月にはそれに加えてイラク戦争関連のニュースに高い関心が集まり、ニュースカテゴリー全体のアクセス増につながったことを示しています。」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3月1日~3月31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3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3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!	20,840	78.87	8,571,222	2:24:10
2	Rakuten	14,483	54.81	1,711,034	0:45:48
3	Nifty	13,449	50.90	750,972	0:29:31
4	MSN	13,096	49.56	1,037,968	0:35:03
5	NEC	11,537	43.66	561,700	0:20:25
6	Microsoft	11,004	41.65	101,686	0:06:07
7	Sony	9,295	35.18	284,360	0:13:16
8	NTT Communications	8,951	33.87	221,599	0:12:58
9	KDDI	7,625	28.86	184,210	0:10:59
10	Asahi Net	6,732	25.48	121,070	0:08:07

2) Nielsen//NetRatings: 2003年3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	19,610	74.22	8,020,641	2:21:50
2	nifty.com	12,154	46.00	597,916	0:27:01
3	biglobe.ne.jp	10,989	41.59	518,166	0:19:09
4	microsoft.com	10,951	41.44	99,717	0:06:02
5	geocities.co.jp	10,039	37.99	453,765	0:17:29
6	infoseek.co.jp	9,223	34.90	417,863	0:16:03
7	ocn.ne.jp	8,805	33.32	208,867	0:11:28
8	msn.co.jp	8,514	32.22	328,722	0:17:17
9	msn.com	8,035	30.41	521,224	0:26:46
10	rakuten.co.jp	7,245	27.42	483,257	0:30:09

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内、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3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!	20,081	76.00	7,345,445,373
2	Amazon	16,936	64.10	1,428,455,275
3	NOVA	14,706	55.66	258,416,407
4	Microsoft	13,368	50.59	374,011,042
5	ORIX Credit	13,261	50.19	1,027,416,338
6	ORBIS	12,054	45.62	279,700,778
7	Toyota Motor	11,717	44.34	183,693,129
8	Recruit From A	11,165	42.26	1,336,880,752
9	Dell Computer	11,077	41.92	170,340,107
10	Mobit	10,686	40.44	932,573,485

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

4) Nielsen//NetRatings: 2003年3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	19,346	73.22	17,384,756,498
2	geocities.co.jp	9,675	36.62	433,300,757
3	infoseek.co.jp	9,142	34.60	983,981,660
4	msn.co.jp	8,012	30.32	576,812,211
5	lycos.co.jp	6,778	25.65	391,720,559
6	biglobe.ne.jp	5,755	21.78	245,335,427
7	nifty.com	4,958	18.76	203,935,313
8	goo.ne.jp	4,579	17.33	249,285,776
9	cool.ne.jp	4,337	16.42	250,109,563
10	teacup.com	3,870	14.65	62,446,928

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3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3月	2003年2月	変動率(%)
月平均セッション数	22	21	4.76
月平均訪問ドメイン数	67	63	6.35
月平均ページビュー数	1,412	1,287	9.71
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	63	63	0
月平均利用時間	13:05:59	12:04:42	8.45
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	35:16	35:16	0
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	0.23	0.22	4.55
月間インターネット利用人口 <sup>注</sup>	26,422,507	26,388,178	0.13
家庭でのインターネット利用可能者数(推定値) <sup>注</sup>	58,159,401	59,442,344	-2.16

職場のPCからのアクセス

	2003年3月	2003年2月	変動率(%)
月平均セッション数	50	49	2.04
月平均訪問ドメイン数	94	96	-2.08
月平均ページビュー数	1,728	1,801	-4.05
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	34	37	-8.11
月平均利用時間	24:42:39	24:14:21	1.95
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	29:31	29:54	-1.28
月平均ページビュー毎の利用時間	0:52	0:48	8.33
月平均バナー広告クリック率	0.07	0.08	-12.5
月間インターネット利用人口 <sup>注</sup>	8,531,104	8,201,900	4.01
職場でのインターネット利用可能者数(推定値) <sup>注</sup>	10,038,608	10,191,296	-1.5

\* 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3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)3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)3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)

3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(NASDAQ: NTRT <http://www.netratings.com/>)は、1997年に創立されました。ネットレイティングス社が提供するインターネット利用動向調査Nielsen//NetRatingsサービスは世界のインターネット・ユースージの70パーセントをカバーし世界標準になっています。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、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&フリクエンシー・プランニングツールWebRF、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株式会社の会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧になれます。

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