

明治製菓、マツダへのアクセスが、キャンペーン効果で大幅に増加 インターネット利用動向情報サービス「Nielsen//NetRatings」 2002年8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、2002年8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。

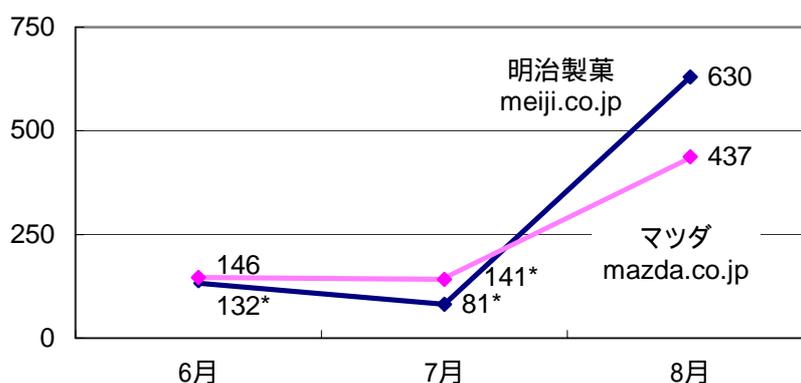
テレビCMなどのクロスメディア展開による企業ウェブサイト内のキャンペーンページへの誘導が、企業サイトのアクセス増に大きく貢献することがわかりました。

明治製菓が行っているキャンペーンは、「追い越せただけのこの里、きのこの山 100 万人党员キャンペーン」(2002年8月1日～10月10日)で、明治製菓のサイトへの8月の訪問者約63万人(家庭からのアクセス)うち、その87%がキャンペーンサイトを訪問しています。

またマツダのキャンペーンは、「NEW DEMIO オーナシッププレゼントキャンペーン」(2002年8月7日～9月17日)で、マツダのサイト全体の訪問者約43万人のうちほぼ半数の48%がキャンペーンサイトを訪問し、その効果もあって新型デミオの詳細情報ページへのアクセスも増加しました。

ネットレイティングス株式会社チーフアナリスト須藤修司は、「今回のような大型のメディアミックスキャンペーンが企業サイトへのアクセスを増やす事例が最近増加しています。キャンペーンページから商品やサービスのページへ誘導する効果も高く、自社サイトを消費者と直接コミュニケーションできるチャンネルと位置付ける企業には大きな力となるはずです。」とコメントしています。

図表1 明治製菓およびマツダのユニークオーディエンス数の推移 (家庭からのアクセス、単位:千人)



注: *印は統計上の信頼性を確保できると規定するサンプル数を満たしていないため参考値となります

図表2 明治製菓ドメイン全体(meiji.co.jp)に占める訪問者比率

www.meiji.co.jp (トップページ)	17%
cmp.meiji.co.jp (キャンペーンページ)	87%

図表3 マツダドメイン全体(mazda.co.jp)に占める訪問者比率

www.mazda.co.jp (トップページ)	36%
campaign.mazda.co.jp (キャンペーンページ)	48%

Source: Nielsen//NetRatings

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(AMS)のデータを基にしており、2002年8月1日～8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。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的のある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。

2002年8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: 2002年8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 ^注	ユニーク・オーディエンス (単位:千人)	リーチ(%) ^注	ページビュー ^注 (単位:千頁)	ひとりあたりの 平均利用時間
1	Yahoo!	20,318	77.56	6,851,329	1:58:42
2	Nifty	13,313	50.82	728,749	0:27:25
3	MSN	12,242	46.73	794,036	0:30:53
4	Rakuten	11,890	45.39	893,080	0:32:46
5	Microsoft	11,516	43.96	188,266	0:10:14
6	NEC	11,267	43.01	484,859	0:18:26
7	Sony	9,466	36.13	293,699	0:13:45
8	NTT Communications	8,428	32.17	189,930	0:11:38
9	Lycos Network	7,465	28.49	311,589	0:17:24
10	KDDI	7,268	27.74	172,803	0:11:07

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

2) Nielsen//NetRatings: 2002年8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	19,047	72.71	6,309,915	1:53:43
2	nifty.com	11,593	44.26	558,144	0:23:35
3	microsoft.com	11,482	43.83	186,906	0:10:13
4	biglobe.ne.jp	10,778	41.14	439,650	0:16:13
5	geocities.co.jp	9,803	37.42	459,241	0:20:57
6	ocn.ne.jp	8,384	32.00	186,546	0:11:14
7	infoseek.co.jp	8,376	31.98	391,790	0:16:53
8	msn.co.jp	8,250	31.49	368,804	0:17:52
9	msn.com	7,709	29.43	306,386	0:20:11
10	so-net.ne.jp	6,868	26.22	199,133	0:11:54

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: 2002年8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 ^注
1	Yahoo!	19,332	73.80	4,928,458,310
2	Amazon	18,116	69.16	1,292,234,632
3	ORIX Credit	10,919	41.68	1,061,646,555
4	GE Consumer Credit	6,831	26.08	1,022,163,235
5	Mobit	10,407	39.73	889,432,861
6	ORBIS	5,860	22.37	620,158,321
7	en-japan	7,546	28.81	572,895,456
8	AIC	7,413	28.30	518,401,580
9	At-Loan	8,606	32.85	455,638,926
10	avex network	5,641	21.53	405,425,838

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

4) Nielsen//NetRatings: 2002年8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	18,680	71.31	12,900,727,414
2	infoseek.co.jp	8,080	30.84	902,582,849
3	msn.co.jp	6,920	26.41	519,528,298
4	excite.co.jp	3,035	11.59	500,885,559
5	geocities.co.jp	9,362	35.74	378,165,928
6	lycos.co.jp	6,412	24.48	319,302,313
7	cool.ne.jp	3,899	14.88	190,997,273
8	tok2.com	2,802	10.70	173,051,320
9	nifty.com	3,840	14.66	170,019,559
10	msn.com	2,276	8.69	164,004,218

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: 2002年8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

	2002年8月	2002年7月	変動率(%)
月平均セッション数	20	20	0
月平均訪問ドメイン数	59	58	1.72
月平均ページビュー数	1,181	1,099	7.46
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	59	55	7.27
月平均利用時間	11:11:35	10:54:45	2.57
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	33:35	32:41	2.75
月平均ページビュー毎の利用時間	0:34	0:36	-5.56
月平均バナー広告クリック率	0.20	0.18	11.11
月間インターネット利用人口 ^注	26,196,199	25,172,390	4.07
家庭でのインターネット利用可能者数(推定値) ^注	61,139,290	61,233,763	-0.15

職場の PC からのアクセス

	2002 年 8 月	2002 年 7 月	変動率(%)
月平均セッション数	47	52	-9.62
月平均訪問ドメイン数	79	84	-5.95
月平均ページビュー数	1,551	1,571	-1.27
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	33	30	10
月平均利用時間	22:27:09	24:30:29	-8.39
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	28:53	28:07	2.73
月平均ページビュー毎の利用時間	0:53	0:56	-5.36
月平均バナー広告クリック率	0.10	0.13	-23.08
月間インターネット利用人口 ^注	8,385,538	8,208,088	2.16
職場でのインターネット利用可能者数(推定値) ^注	10,504,177	10,616,246	-1.06

* 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 8 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)8 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)8 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)

8 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 ヶ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 ヶ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。

#

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