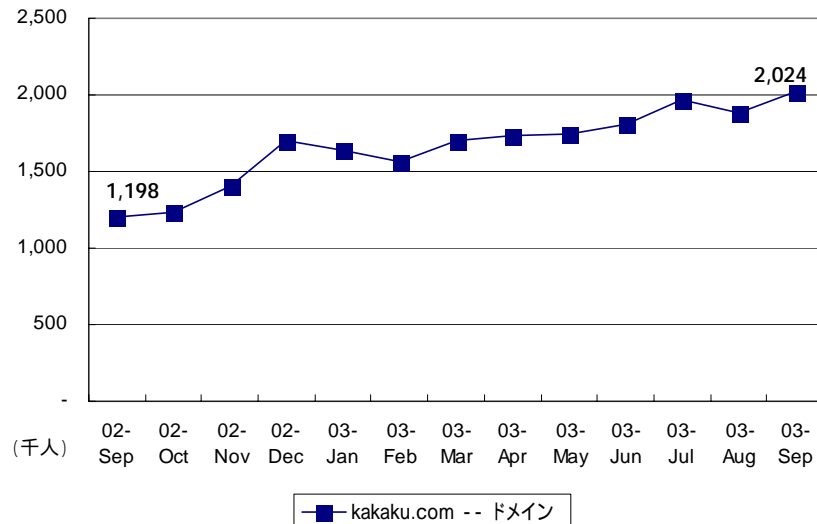


東証マザーズ市場上場で注目される「価格.com」の利用者数が 200万人に ～ 「Nielsen//NetRatings」 2003年9月の月間インターネット利用動向調査結果を発表 ～

ネットレイティングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長兼最高執行責任者:萩原雅之)は、2003年9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、東京証券取引所マザーズ市場に10月9日に上場したカカクコムが運営する価格比較サイト「価格.com」の家庭からの利用者数が202万人となり、はじめて200万人を超えました。前年同月比で約70%増加しており、この1年間に最も成長したサイトのひとつと言えます。(図表1)。

図表1) 「価格.com」の利用者数推移 (単位:千人)



(家庭からのアクセス)

カカクコムは久々のインターネット関連株として注目を集め、公募価格を大幅に上回る初値をつけました。投資家は同社が運営する「価格.com」の将来性に期待しており、利用者数の増加でもそれを裏付けた格好です。

また、価格比較サイトは米国でも成長が著しく、10月13日の米ネットレイティングス社の発表によれば、米国最大手の「Shopping.com (DealTime)」が前年同月比70%となっているほか、「BizRate Shopping」が55%、「NexTag」が74%といずれも高い伸び率となっています。(表2)

表 2) 米国における主な価格比較サイト

http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_031013_us.pdf

ブランド	ユニークオーディエンス(千人単位)		
	2002年8月	2003年8月	伸び率
Shopping.com(DealTime)	7,019	11,916	70%
BizRate Shopping	3,778	5,869	55%
NexTag	2,629	4,573	74%
PriceGrabber.com	2,160	3,909	81%

Source: Nielsen//NetRatings US, August 2003

この結果について、代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は、「オンラインショッピングを楽しむネット利用者は現在でも増えつづけており、価格比較サービスは日本でも海外でも今後成長が期待できそうです。特に「価格.com」は価格比較だけではなく、ユーザーによる商品評価を書き込む掲示板も人気が高く、消費者にとっても、家電、パソコン、携帯電話などのメーカーにとっても無視できないサイトになりつつあります。」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9月1日~9月30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。

Nielsen//NetRatingsの統計調査は、エーシーニールセン社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・ユーセージの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ス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	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷3-25-18 渋谷ガーデンフロント10階 *2003年10月27日に事業拡大に伴い上記住所に本社を移転いたしました。
資本金	16億1,636万円
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	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)4363-4200

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