

民主党ホームページ訪問者の35%が「マニフェスト」を閲覧 ～ 「Nielsen//NetRatings」2003年10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:萩原雅之)は、2003年10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、2003年10月28日公示、11月9日投票の第43回衆議院議員総選挙を控えて、各政党のホームページへの訪問者が増加していることが明らかになりました。最も訪問者数を集めたのは、民主党で20.3万人、以下共産党16.2万人、自民党12.4万人(いずれも家庭からのアクセス)の順となっています。民主党は、ひとりあたりの平均訪問時間も最も長く、ホームページ訪問者数の約35%は、政権公約(マニフェスト)が掲載されているページを閲覧していました。(表1、表2)

表1 主要政党ホームページへの訪問状況(2003年10月、家庭からのアクセス)

		訪問者数	リーチ(%)	平均訪問時間
民主党	dpj.or.jp	20.3万人	0.72%	5分11秒
共産党	jcp.or.jp	16.2万人	0.58%	2分05秒
自民党	jimin.jp	12.4万人*	0.44%	3分56秒

(注)自民党の12.4万人は、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ません。参考値としてご利用ください

表2 民主党ホームページ内で訪問の多かったページ(2003年10月、家庭からのアクセス)

順位	訪問比率	ページ
1	70.4%	トップページ www.dpj.or.jp
2	35.2%	政権公約/マニフェスト www.dpj.or.jp/manifesto/index.html
3	9.3%	ニューストップック www.dpj.or.jp/news

(注)訪問比率は、民主党ホームページ全訪問者にしめる当該ページへの訪問者比率

また、民主党は積極的にバナー広告を出稿しており、10月のバナートラックレポート(Gifバナーを対象)によれば、家庭での全ウェブ利用者のうち19.7%、約522万人が民主党のバナー広告に接触していました。掲載媒体はYahoo! Japanが中心で、幅広い層へリーチすることを狙っているようです。また民主党バナーの平均クリックレートの0.39%と、全バナー平均(0.24%)を上回りました。一方、民主党ホームページへの訪問者は、圧倒的に男性が多く(93%)、年齢別にみると40代が30%をしめました。(表3)

表3 民主党ホームページおよび民主党バナー広告接触者の属性構成
(2003年10月、家庭からのアクセス)

		民主党 ホームページ 訪問者	民主党 バナー広告 接触者
総数		20.3万人	552.4万人
性別	男性	93%	64%
	女性	7%	36%
年齢別	10代	7%	16%
	20代	19%	19%
	30代	17%	27%
	40代	30%	22%
	50代	13%	11%
	60代	15%	5%

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、「民主党は、バナー広告を使ったマニフェストページへの誘導や、ヤフーでのチャットイベントなど、11月の総選挙を控えて公示前にネットによるPR活動に取り組んでいました。ネットがマス広告や街頭演説などでリーチできない有権者へのアピールに有効なことが明らかになれば、民主党に限らず、政党のPR活動にもネットがますます注目されるでしょう。」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10月1日～10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