

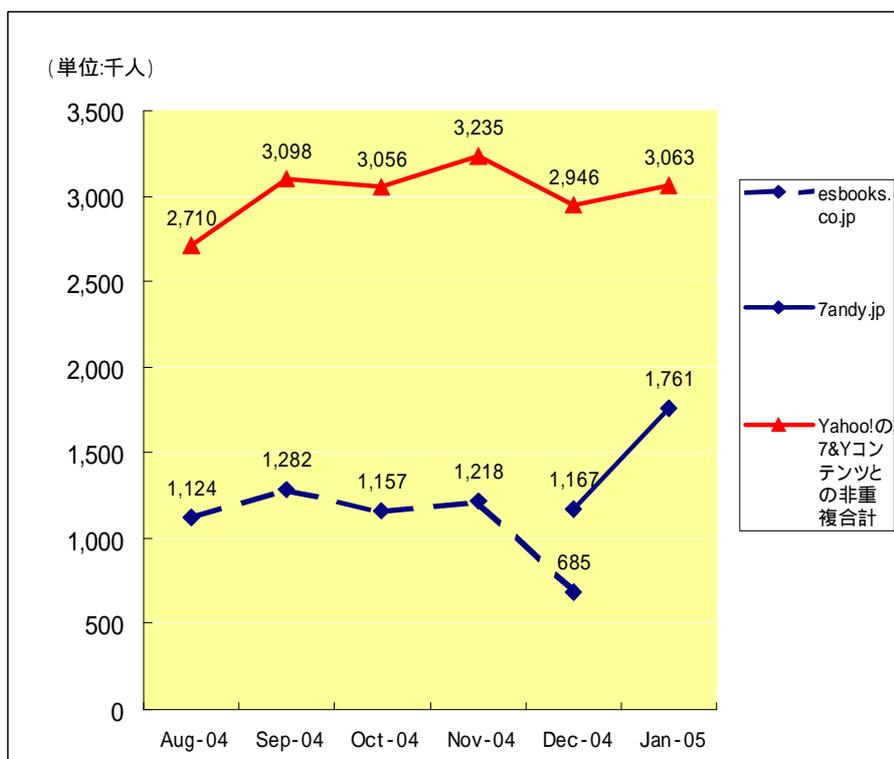
オンライン書店「セブンアンドワイ」の利用者が急増 ブランド(ドメイン)変更前の11月から30%増の176万人に

～「Nielsen//NetRatings」2005年1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、2005年1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、昨年12月15日に社名と運営サイト名を「イーエスブックス」から現ブランド名に変更したオンライン書店「セブンアンドワイ」の利用者数が、ブランド移行前の2004年11月から30%増の176万人に急増していることがわかりました。同書店と資本・業務提携しているヤフージャパン内のセブンアンドワイコンテンツ利用者との非重複利用者数合計は1月時点ではブランド移行前とほぼ同水準の306万人に留まっています。しかし、ドメイン名の変更を伴う移行時に、TV-CMを中心とする積極的な告知が功を奏し、セブンアンドワイの自社ドメインの大幅な利用者数躍進がセブンアンドワイ全体の利用者数を支えたようです。(図表1)

図表1 「セブンアンドワイ」の利用者数推移 家庭からのPCによるアクセス



Source: Nielsen//NetRatings NetView AMS 2004年8月～2005年1月)

また、現在日本におけるオンライン書店のトップである Amazon.co.jp とセブンアンドワイの利用者構成を比較すると、Amazon.co.jp の女性構成比が 40%弱であるのに対し、セブンアンドワイでは 48%となっています。また、Amazon.co.jp の利用者の中心が M2 層(35～49 歳男性)であるのに対し、セブンアンドワイでは F2 層(35～49 歳女性)になっています。また、女性ティーンエイジャーの比率が Amazon.co.jp よりも高くなっていることが分かりました。(図表2)

図表2 セブンアンドワイと Amazon.co.jp の利用者構成比較 (家庭からの PC によるアクセス)

書店名	セブンアンドワイ 7andy.jp	Amazon.co.jp amazon.co.jp
男性	51.6%	60.2%
女性	48.4%	39.8%
男性2-12歳	3.1%	3.2%
男性13-19歳	7.8%	8.0%
男性20-34歳	12.7%	14.5%
男性35-49歳	19.5%	23.2%
男性50歳以上	8.5%	11.2%
女性2-12歳	1.5%	2.9%
女性13-19歳	9.5%	7.2%
女性20-34歳	11.8%	12.2%
女性35-49歳	21.6%	14.6%
女性50歳以上	4.0%	2.9%

Source: Nielsen//NetRatings NetView AMS 2005 年 1 月)

弊社代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は、「セブンアンドワイは、コンビニエンスストアでの商品受取りと代金の支払いができることや、店舗受け取りの場合は 1500 円以下でも送料・手数料無料というユニークな特長を訴求することで、書籍や CD 販売において大きなシェアを占める Amazon.co.jp とは異なる顧客層に浸透していることがうかがえます。」と話しています。

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、毎週、毎月ウェブサイト/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)などをレポートしています。日本における Nielsen//NetRatings の調査パネルは、株式会社ビデオリサーチインタラクティブ社との共同運営パネル事務局である「ビデオリサーチインタラクティブ・ネットレイティングス事務局」にて募集・運営されており、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調査パネルです。NetView AMS は、こ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、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、

世界のインターネット・ユースの 70 パーセントをカバーしています。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。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 及び LemonAd、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 & フリクエーション・プランニングツール WebRF、大規模マーケティング情報収集パネルである MegaPanel、ウェブサイト利用状況全数調査 SiteCensus、オンライン広告全数調査 AdIntelligence などの製品サービスと、それに基づいた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ス株式会社の会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧になれます。

【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
資本金	4億346万円
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、 株式会社電通ドットコム

#

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 西村 総一郎
電話:(03)4363-4200