

Nielsen//NetRatings

2005年5月25日

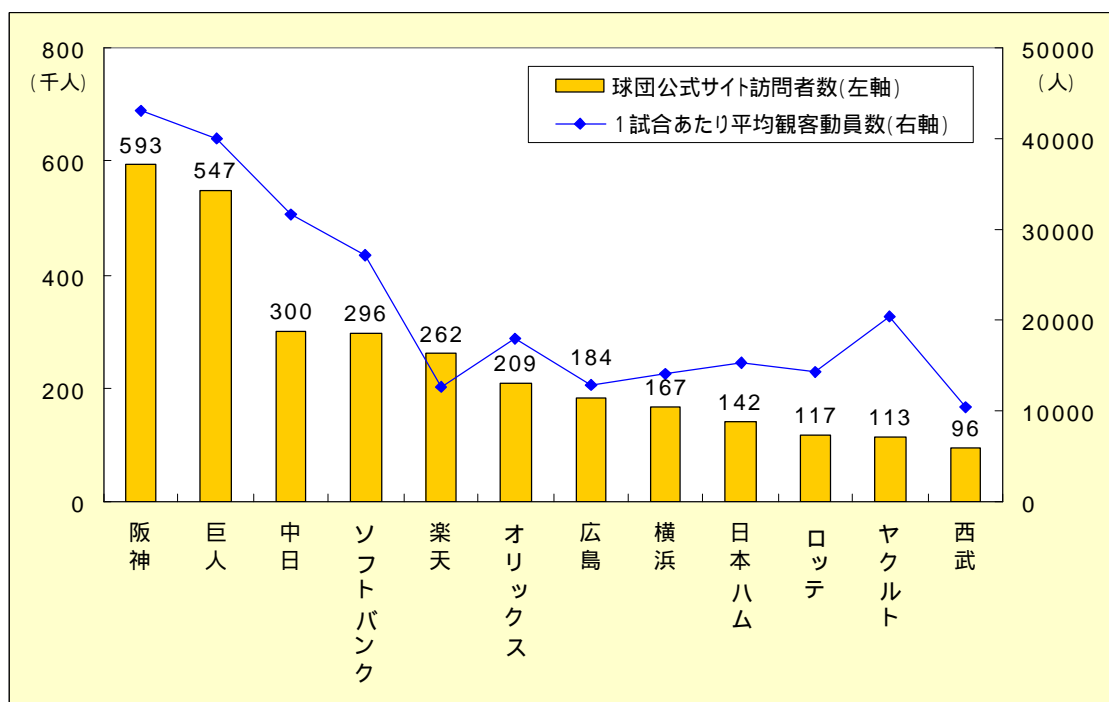
ネットレイティングス株式会社

ネット利用では野球が復権、球団公式サイト訪問者数は1位「阪神」、2位「巨人」、 球団ウェブサイト利用と観客動員力には高い相関も ～「Nielsen//NetRatings」2005年4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4月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、プロ野球の開幕とともに12球団の公式サイトへのアクセスが一斉に増加、特に「阪神」(59.3万人)と「巨人」(54.7万人)への訪問者数が、他球団を大きく上回っていることがわかりました。また初めてIT・ネット企業が運営する球団として注目が集まる「ソフトバンク」(29.6万人)は4位、「楽天」(26.2万人)は5位と健闘しています。4月の1試合あたり平均観客動員数と比較してみると、1位から4位まではランキングが一致するほか、観客動員数が最も少ない「西武」がサイト訪問者数でも最下位になるなど、高い相関関係がみられました。(図表1)

図表1 プロ野球12球団公式サイトへの訪問者数と1試合あたりの観客動員数
(いずれも4月データ、家庭のPCからのアクセス)



* 公式サイトへのURLについては付記1を、観客動員数については付記2を参照

* 横浜以下の5球団の訪問者数データについては十分なサンプル数に達していないので参考値として掲載。

また、スポーツニュースやスポーツ情報の中でも「プロ野球」は最も人気が高いコンテンツとなっています。例えば「Yahoo!スポーツ」におけるメニュー別訪問者数をみると、プロ野球は333万人で他の競技を圧倒しているほか、それに加えてMLB(米メジャーリーグ)も53万人が訪問していました。(図表2)

図表2 Yahoo!スポーツにおけるメニュー別訪問者数 (4月、家庭からのアクセス)

順位	メニュー	URL	訪問者数
1	プロ野球	baseball.yahoo.co.jp	333.5 万人
2	競馬	keiba.yahoo.co.jp	75.5 万人
3	サッカー	sports.yahoo.co.jp / soccer	70.9 万人
4	MLB	sports.yahoo.co.jp / mlb	52.6 万人
5	ゴルフ	sports.yahoo.co.jp / golf	45.9 万人

弊社代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は、「野球中継のテレビ視聴率が落ち込むなど人気低迷を言われるプロ野球ですが、ネットユーザーの関心は他のスポーツに比べて高いようです。今年から観客動員数が詳細に発表されるようになり、球団公式ウェブサイト訪問者数と観客動員数と関連について分析が可能になりました。この両者に高い相関がみられたことから、ファンの獲得と維持のために、各球団ともウェブサイトの活用を真剣に考える必要があるようです。」と話しています。

(付記1)

図表1の「公式サイトの訪問者数」は以下のURLを集計した。

中日	dragons.co.jp	西武	www.seibu-group.co.jp/lions/
ヤクルト	yakult-swallows.co.jp	ソフトバンク	softbankhawks.co.jp
巨人	giants.jp	日本ハム	fighters.co.jp
阪神	hanshintigers.jp	ロッテ	marines.co.jp
広島	carp.co.jp	オリックス	buffaloes.co.jp
横浜	baystars.co.jp	楽天	www.rakuten.ne.jp/gold/goldeneagles/

(付記2)

図表1で使用した「1試合あたりの平均観客動員数」は、4月1日～30日に行われた公式戦について主催球団が発表した公式観客数に基づいて算出した。数字は以下のとおり。

中日	31,573	西武	10,347
ヤクルト	20,500	ソフトバンク	27,074
巨人	40,033	日本ハム	15,358
阪神	43,141	ロッテ	14,274
広島	12,790	オリックス	18,032
横浜	14,121	楽天	12,716

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・ユーセージの 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 & フリクエンシー・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、それを基にし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