

Nielsen//NetRatings

2005年8月26日
ネットレイティングス株式会社

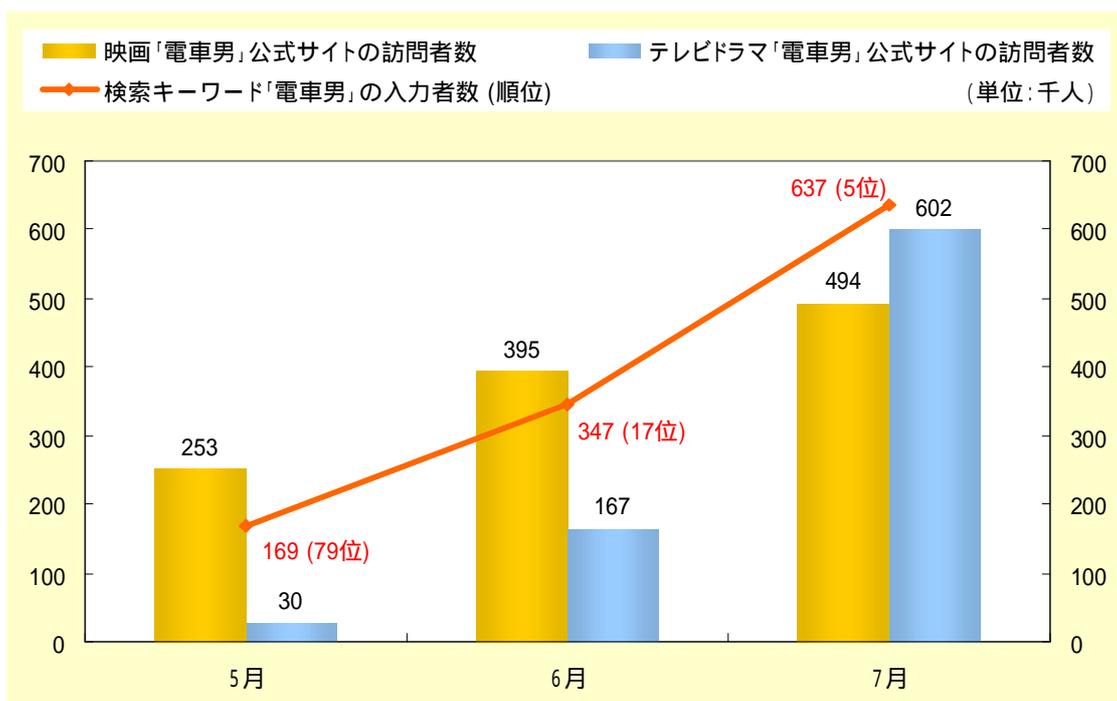
「電車男」の検索キーワードランキングが急上昇 映画が約50万人、テレビドラマは約60万人が公式サイトへアクセス ～「Nielsen//NetRatings」2005年7月の月間インターネット利用動向調査結果を発表～

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7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、映画化、テレビドラマ化で注目を集める「電車男」の人気のキーワード入力者数やウェブページ訪問者数にも表れていることがわかりました。Yahoo! や MSN などの主要ポータルサイトの検索サービス、Google などの主要検索サイトを集計対象とした検索キーワードランキング(注)で、「電車男」は5月の79位、6月の17位から、7月は5位に急上昇、推計入力者数は63万7千人に達しています。

6月4日に公開された映画版「電車男」の公式サイト(www.nifty.com/denshaotoko)は公開後も勢いは衰えず、7月には49万4千人に拡大しました。また、7月からフジテレビ系列で始まったテレビドラマ版「電車男」の公式サイト(www.fujitv.co.jp/denshaotoko)にも60万2千人が訪問、フジテレビ(fujitv.co.jp)のサイト訪問者全体(499万7千人)の12%が視聴したことになります。

検索キーワード「電車男」の入力者数および「電車男」公式サイトの利用者数推移 (5月～7月の月間データ、家庭のPCからのアクセス、キーワードの()内は順位)



なお、映画とテレビドラマ両方の公式サイトを訪問した人は 17 万 3 千人にとどまったため、どちらかのサイトを訪問した人は 92 万 3 千人にのぼります。これは映画とテレビドラマが異なる視聴者層にアピールしていることを示しています。

弊社代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は、「昨年の電車男ブームはネットユーザー内に限られた流行でしたが、当時は検索キーワードや関連サイトへのアクセスは大きく伸びていました。その後、オンライン上ではいったん沈静化したものの、今年に入り出版、漫画、映画、ドラマなどのメディア展開が行われたことで、再び検索キーワードの入力者数や関連サイトの訪問者数増加となって現れたようです。昨年と比較すると関心層のボリュームは拡大しており、その特性も大きく変化していると考えられます。」と話しています。

(注) ネットレイティングスが毎月発行している「検索語キーワードランキングレポート」による。Yahoo!、MSN、Google、goo など国内の主要なポータルサイト・検索サイトにおけるキーワードの入力者数を推計し、ランキング形式で提供。性別による構成比や、独自のノウハウ基準によるカテゴリ分類が加えられています。

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、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 & フリケンシー・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、リアルタイム・アクセス解析サービス SiteCensus、オンライン広告マネジメントツール AdIntelligence、全数インターネット視聴率 Market Intelligence 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。

【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