

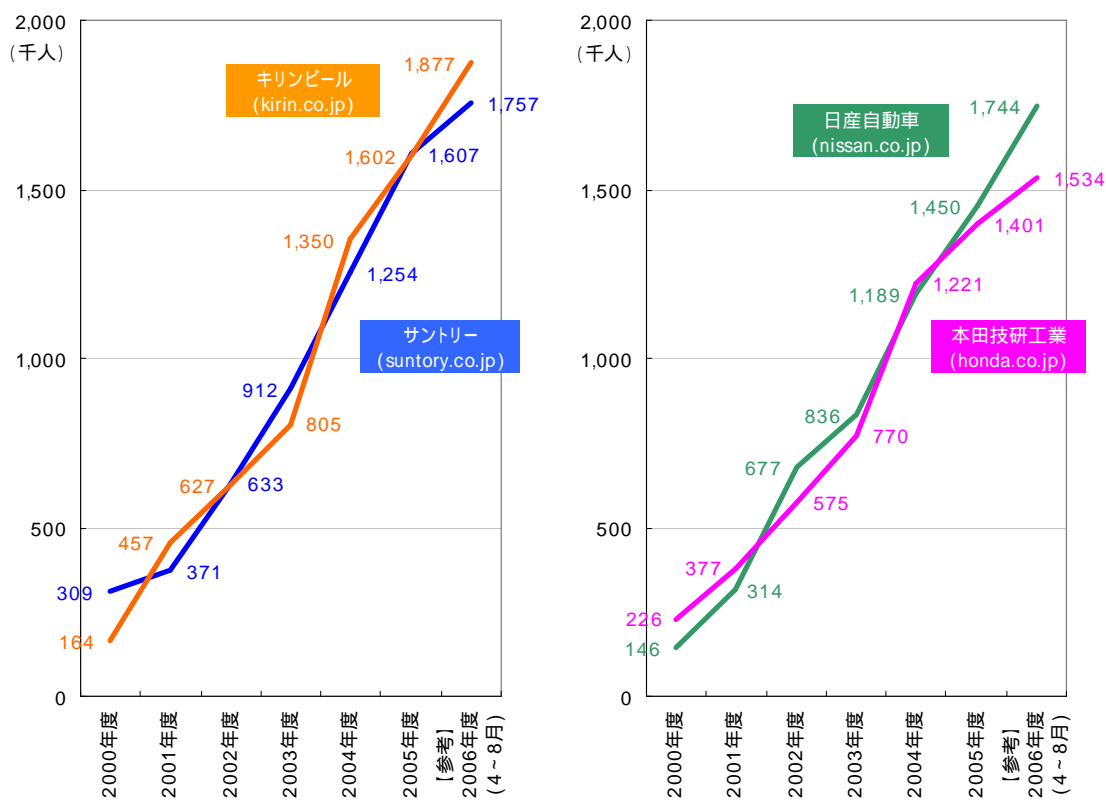
データクロニクル2006・ファクトシート 月間100万人以上の訪問者を集め、「メガメディア化」が進む企業サイト サントリーと麒麟ビール、日産とホンダはウェブでも「好敵手」

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、9月30日に発売した「ネットレイティングス・データクロニクル2006」(注1)の掲載データから、2000年以降日本人のウェブ利用行動がどのように変化したかを、ワンテーマで分析する<データクロニクル2006・ファクトシート>を今後、定期的に公表いたします。

第一弾は、2000年4月以降の主要企業ホームページへの訪問者数です。

この6年間で、企業サイトへの訪問者数は増加の一途をたどり、特に麒麟ビール、サントリーなどの飲料メーカー、トヨタ自動車、日産自動車、本田技研工業などのクルマメーカー、ソニーや松下電器産業などの家電・AVメーカーのサイトを中心に毎月100万人以上が訪問するサイトが増えています。

図表1 麒麟ビール、サントリー、日産自動車、本田技研工業の企業サイトへの平均訪問者数
(2000年度～2006年度それぞれの各月間平均値、家庭のPCからのアクセス)



昨年度(2005年4月～06年3月)のドメイン別ひと月あたり平均訪問者数については、ソニーの sony.co.jp が 217 万人、sony.jp についても、約 100 万人を集めています。またトヨタはマーケティングサイト(toyota.jp)のみで 100 万人を超えたほか、松下電器(panasonic.co.jp、panasonic.jp、national.jp の3ドメイン)や、東芝(toshiba.co.jp)、アサヒビール(asahi.co.jp)、味の素(ajinomoto.co.jp)、がいずれも 100 万人前後の訪問者を達成しています。また化粧品、トイレタリーメーカーについても、資生堂(shiseido.co.jp)、花王(kao.co.jp)の企業サイトでは月によって 100 万人前後に達するケースも出てきています。

図表2 主要企業サイトのドメイン別平均訪問者数
(2000年度～2006年度それぞれの月間平均値、家庭のPCからのアクセス)

		2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	[参考] 2006年度 (4～8月)
サントリー	suntory.co.jp	309	371	633	912	1,254	1,607	1,757
麒麟ビール	kirin.co.jp	164	457	627	805	1,350	1,602	1,877
アサヒビール	asahibeer.co.jp	43	43	160	427	800	981	1,011
サッポロビール	sapporobeer.jp	-	78	206	277	446	606	709
味の素	ajinomoto.co.jp	65	99	141	320	730	989	980
資生堂	shiseido.co.jp	103	175	193	264	451	581	745
花王	kao.co.jp	122	222	291	355	562	742	838
トヨタ自動車	toyota.co.jp	288	490	732	862	1,085	815	746
	toyota.jp	-	-	-	-	653	1,120	1,226
日産自動車	nissan.co.jp	146	314	677	836	1,189	1,450	1,744
本田技研工業	honda.co.jp	226	377	575	770	1,221	1,401	1,534
マツダ	mazda.co.jp	66	105	256	275	469	431	449
松下電器産業	panasonic.co.jp	278	492	754	572	852	1,036	1,060
	panasonic.jp	-	-	636	827	1,026	1,214	1,217
	national.jp	-	-	239	313	627	997	1,246
ソニー	sony.co.jp	632	1,063	1,200	1,628	2,229	2,167	2,288
	sony.jp	-	492	793	813	1,077	981	1,200
東芝	toshiba.co.jp	510	665	743	673	834	1,022	1,379
日立製作所	hitachi.co.jp	197	328	437	462	603	660	705
シャープ	sharp.co.jp	194	334	562	592	803	846	933

(注) ドメイン名が移行した場合、前ドメインについては記載していない(例:sapporobeer.jp の移行前のドメイン sapporobeer.co.jp は掲載していない)。またブランド名や商品名などを独自ドメインとしたキャンペーンサイトなども含まれない(例: サッポロビールのブランドサイト namashibori.com は掲載していない)。

弊社代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は、「企業サイトへブランドや商品に関心を持つ 100 万人以上が訪問するということは、企業サイトがウェブメディアと同等の力を持つ可能性を否定できません。企業サイトへの訪問者数は、ウェブ上の消費者との直接コミュニケーションの総量と言い換えることもできます。それゆえ、長期間の

トレンドが把握できる時系列データによって、自社サイトの成長力について定期的なアセスメントを行うことは有意義です。」と述べています。

<「ネットレイティングス・データクロニクル2006」について>

2000年4月から2006年3月までの6年間(72ヵ月)分のインターネット視聴率データを一挙収録。一覧性や記録性が高く、かつ使いやすい形でご提供することを目的に編集されています。

第 部では過去6年間の日本全体のインターネット利用状況を網羅したマクロデータ篇、第 部では過去6年間にネットレイティングスの視聴率データに登場した全ドメインの利用者数推移データを中心としたウェブサイトトレンドデータ篇、第 部では過去6年間のバナー広告の掲載ドメイン別、広告主別月次トップランキング20データ篇、第 部では時間帯別・曜日別利用者数推移の他、検索キーワード利用者数、ニューカマーサイト情報、分析レビュー等のトピックスデータ篇で構成されています。

9月29日発売。A4サイズ、約250ページ、CD-ROM付属

一般販売価格 210,000円(税込) / NetView ご契約者様価格 105,000円(税込)

詳細は右記ページをご覧ください。 http://www.netratings.co.jp/service/rep_cm.htm

【ネットレイティングス株式会社】

ネットレイティングス株式会社はインターネット利用動向情報の世界標準である Nielsen//NetRatings の統計調査を全世界にて提供している米国ネットレイティングス社(NASDAQ:NTRT <http://www.netratings.com/>)との合併会社として1999年5月に設立されました。[インターネット視聴率情報 NetView AMS](#) の他、[オンライン広告統計 AdRelevance](#)、[リアルタイム・アクセス解析サービス SiteCensus](#)、[携帯サイトのアクセス解析サービス SiteCensus@Mobile](#)、[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。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4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