

Nielsen//NetRatings

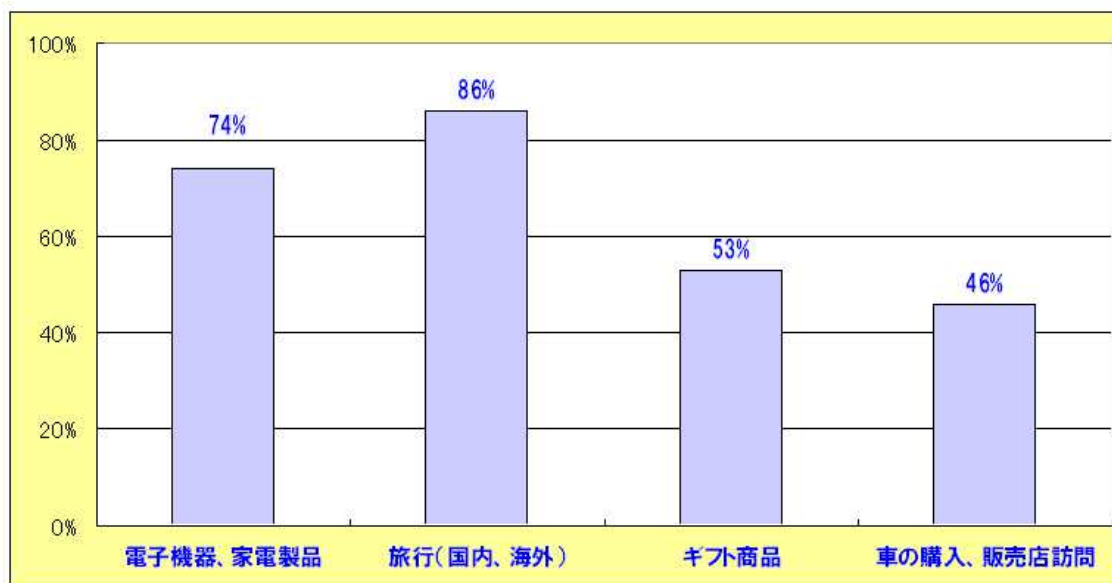
2005年11月7日
ネットレイティングス株式会社

オンラインショッピングは検索サービスが行動の起点 リスティング広告も消費者は有効活用 ～「Nielsen//NetRatings」ネット消費行動意識調査結果を発表～

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、インターネット上における消費行動に関する意識調査結果をまとめました。

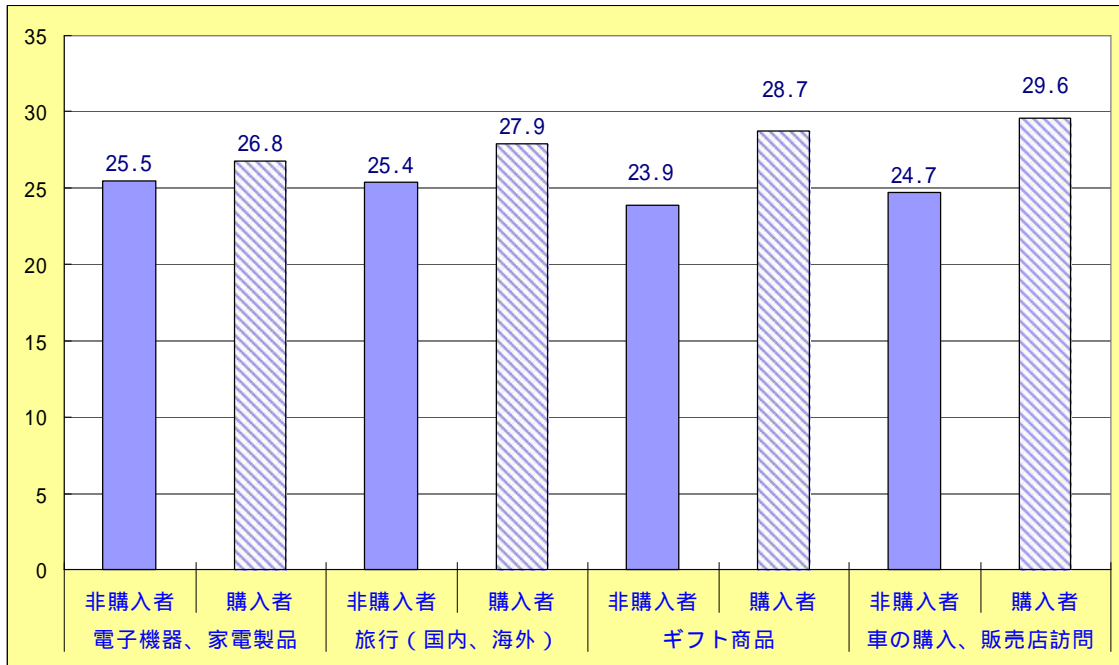
それによると、オンラインショッピングやオンラインでの情報収集を経てショッピングにつながる消費行動において、インターネット上で提供されている検索サービスが重要な起点となっていることがわかりました。これは、インターネットで商品あるいはサービスを購入する際、検索サービスの利用率は調査対象者(注)の50%以上に達し、特に旅行商品購入時においては86%、電子機器・家電商品購入時には74%のユーザーが検索サービスを利用しています。(図表1)

図表1. 商品購入時の検索サービス利用割合



また、検索サービスの平均利用回数は、対象者全体で26回(1ヵ月平均)。調査期間中にギフト商品を実際に購入した人の利用回数は28.7回、実際に車を購入もしくは自動車販売店を訪問した人の利用回数は29.6回となっており、いずれも非購入者よりも高くなっています。このように、購入者而非購入者の検索サービスの利用回数が統計的にも有意な差となっており、頻繁に検索サービスを利用する人ほど商品を購入する傾向が強いことがわかりました。(図表2)

図表 2. 商品購入者・非購入者の検索サービス利用数



一方、検索サービスの結果ページに表示される「スポンサーサイト」などのリスティング広告に関して対象者の 32%が「リスティング広告の情報は商品やサービスを探す際に便利」、15%が「リスティング広告を必ず見る」と回答しています。これは、ネットユーザーがリスティング広告を積極的に利用していることを示しています。また、アンケート回答者の実際のインターネットアクセス状況モニターし、解析したアクセス行動のモデリング分析によると、これらのリスティング広告に対して肯定的（積極的）な利用意識を持っている人ほど、その後のショッピングサイトの訪問や商品購入にいたる因果関係が強いこともわかりました。

この調査を担当した弊社チーフアナリストの石川裕道は「弊社のインターネット視聴率情報 NetView のデータでもネットユーザーのほとんどが検索サービスを利用していることがわかっていますが、今回の調査では検索サービスの利用頻度が商品やサービスの購買に影響を与えていることが分かりました。また、購入者と非購入者では、アクセス行動のパターンも異なる傾向が見られました。」とコメントしています。

注) 調査概要

調査対象者は、20-49 才の首都圏在住の男女。各カテゴリー商品・サービスの 1 ヶ月以内利用予定者。調査対象者の調査期間中における実際のインターネットアクセス行動をリアルタイムに測定。インターネット行動測定の前後にアンケート調査を実施(ウェブアンケート)。調査対象者数は 381 名。調査期間は、2005 年 4 月 28 日 - 6 月 12 日。(調査設計にあたりオーバチュア株式会社の協力を賜りました。)

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・ユーサーの 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