

Nielsen//NetRatings

2005年12月8日
ネットレイティングス株式会社

「Web of the Year 2005」ネットレイティングス賞に「livedoor」を選出 対前年同期比で55%の成長、ブログ部門では年間を通じて首位を維持 ～2005年はソーシャルネットワークと動画配信も急成長～

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年のベストサイトを定める「Web of the Year 2005」(ソフトバンク クリエイティブ「Yahoo! Internet Guide」誌主催)に新設された「ネットレイティングス賞」に、株式会社ライブドアのポータルサイト「livedoor」を選出しました。「livedoor」は、利用者数が対前年同期比で55%の増加、ブログ部門では年間を通じて首位を維持していることなどが授賞の要因です。

また、ネットレイティングスでは、今年のインターネット全体の利用動向として、ソーシャルネットワークと動画配信の急成長が象徴的であったと分析いたしました。

今年で10回目を迎えた「Web of the Year」は、話題賞、新人賞のほか、情報検索など13部門、計15カテゴリでノミネートサイトを選出、ユーザー投票で受賞サイトを決めるイベントです。ネットレイティングスでは毎年、ノミネートサイト選出時に参考とされるネット視聴率データ提供を通し、同イベントに協力して参りました。今回新設された「ネットレイティングス賞」は、ユーザー投票とは別に客観的な視聴率データのみに基づいて、今年著しい成長をみせたサイトを全ノミネートサイトの中からネットレイティングスが選出するものです。

今回受賞となったサイト「livedoor」(livedoor.com など)は、「livedoor Blog」(blog.livedoor.jp)をはじめニュースや金融サービスなどのライブドア社の運営するサービスを統合したポータルサイトです。同社が運営する全サイトの総利用者数(プロパティ集計)は、2005年10月時点で1,434万人、前年同月(927万人)から55%増加、順位も16位から11位に上昇しています(家庭からのアクセスを対象)。また同社のブログサービス「livedoor Blog」への訪問者数が他のブログサービスを大きく上回り、年間を通してトップを維持している点も評価されました。

図1 「ヤフー」「楽天」「ライブドア」プロパティ集計による利用者数の比較
()内はプロパティランキングにおける順位、家庭からのアクセス)

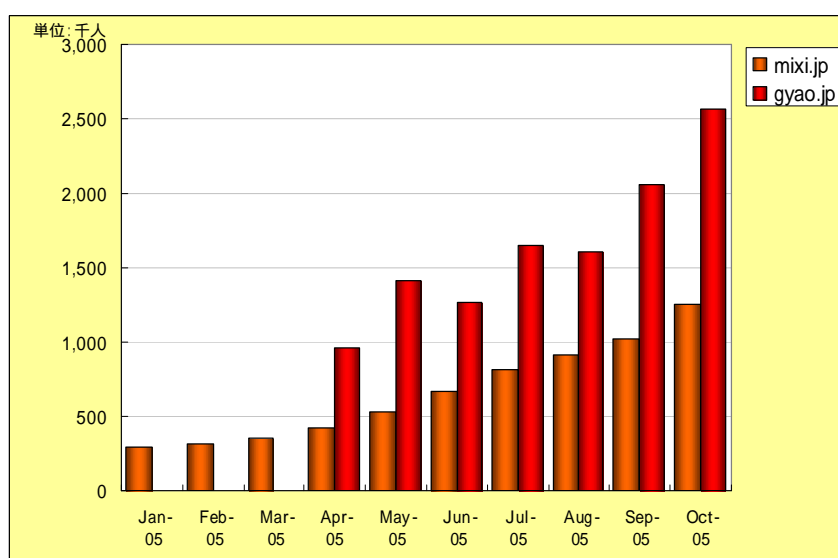
プロパティ名	2004年10月	2005年10月	前年同期比
ヤフー	3,067万人(1位)	3,405万人(1位)	111%
楽天	2,217万人(2位)	2,377万人(2位)	107%
ライブドア	927万人(16位)	1,434万人(11位)	155%

弊社代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は同サイトの選出に関して、「ニッポン放送の買収問題や堀江社長の衆議院選挙出馬など、ライブドアをめぐる話題は賑やかでしたが、肝心の消費者向けオンラインサービスにおける実力は意外と知られていないように思います。この1年の視聴率データには同社のオンライン事業の成長ぶりが明快に表れています。」と話しています。

また、「Web of the Year」は実際のインターネットユーザーの投票結果を元に受賞サイトを決定していますが、今年のインターネット利用動向をネットレイティングスのインターネット視聴率で総括すると、「Web of the Year」において受賞もしくはノミネートされたウェブサイトの活躍が目立っています。

まず、「Web of the Year 2005」で「年間総合大賞」並びに「話題賞」を獲得した招待制コミュニティ「mixi(ミクシィ)」と、「新人賞」と「映像・音楽配信部門」の2部門で大賞となった無料動画配信「GyaO(ギャオ)」は、視聴率データでもこの1年で著しい成長を遂げていることが認められます。ソーシャルネットワークと動画配信という最もホットな分野が注目されるきっかけを創った両サイトへの登録者数は順調に伸びており、来年以降どこまでアクセスや利用時間を伸ばすかが注目されます。

図2 mixi と GyaO のこの一年間の利用者数推移
(2005年1月～2005年10月対象、月間データ、家庭からのアクセス)



また、ヒット商品や流行との連動した動きとして、高い視聴率をあげたテレビドラマ「ごくせん」や、映画、テレビドラマ、舞台などあらゆるエンターテインメントで取り上げられた「電車男」、目標を大きく上回る入場者数を集めた「愛・地球博」などのウェブサイトが多くの訪問者を集めました。また、「Web of the Year」ではノミネートされなかったサイトの中では、プロ野球セ・リーグ優勝を果たした「阪神タイガース」のウェブサイトの健闘が目立ちました。

図3 2005年に注目を集めたその他のサイト
(2005年1月～2005年10月対象、月間データ、家庭からのアクセス)

サイト名	URL	最大訪問者数(該当月)
愛・地球博公式サイト	expo2005.or.jp	193万人(4月)
阪神タイガース公式サイト	hanshintigers.jp	89万人(10月)
「ごくせん」公式サイト	www.ntv.co.jp/gokusen	103万人(3月)
「電車男」(テレビドラマ版)公式サイト	wwwc.fujitv.co.jp/denshaotoko	66万人(8月)

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/パ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パナー広告を訪問/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的な調査パネルです。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・ユーザーの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