

**「ハローワーク」サイトへのアクセスが前年同月比約 2.9倍に
インターネット利用動向情報サービス「Nielsen//NetRatings」
2002年9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:東京都港区、代表取締役社長:萩原雅之)は、2002年9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、厳しい景気・雇用環境を反映して、厚生労働省の「ハローワーク」サイトへの訪問者数(家庭からのアクセス)が再び増加に転じ42万7千人となり、過去最高だった今年5月の水準に並びました(表1)。前年同月比でみると約 2.9倍に増加したことになります。訪問者の属性をみると、30歳代の割合が36%で、1年前より約6ポイント増えているのが目立ちます(表2)。また、アクセスした人のうち 80%以上が実際に「ハローワーク」サイト内の仕事検索ページを利用しています。

これに伴い、「ハローワーク」や、「しごと情報ネット」などを含む厚生労働省が管理・運用するサイト(プロパティ)への総訪問者数も、74万6千人となり、昨年9月の30万人から約2.5倍にまで増えました。

表1 厚生労働省およびハローワークのサイト訪問者数の推移 (家庭からのアクセス、単位:千人)

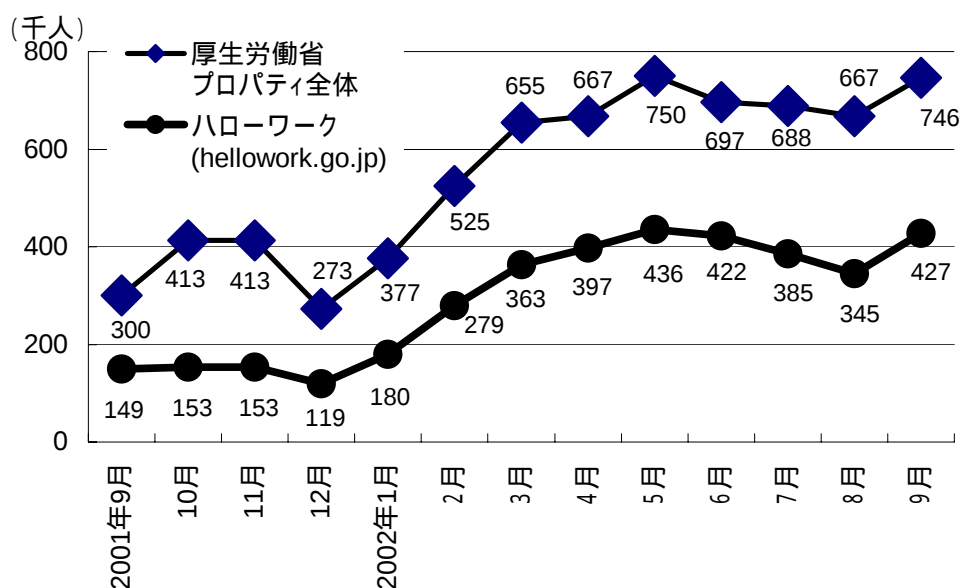


表2 ハローワークのサイト訪問者数の属性分布の変化 (家庭からのアクセス、単位%)

		2001年9月	2002年9月
性別	男性	46.0	48.3
	女性	54.0	51.7
年齢	10歳代	6.4	1.7
	20歳代	30.2	28.8
	30歳代	30.2	36.4
	40歳代	20.6	22.0
	50歳以上	12.7	11.0

ネットレイティングス株式会社のチーフアナリスト須藤修司は、「転職系サイトや人材紹介会社のサイトは、電子履歴書が活用できるなど利便性が高いものですが、ハローワークは就職希望者にとって、厚生労働省が運営する施設であり、求人数も多く、その情報の価値はさらに高いものです。そのため、完全失業率が5%台を推移する中で、サイト利用者は累積効果もあり増えています。また、hellowork.go.jp の1ヶ月間の平均利用時間32分は、全ドメイン中26位という長さで、オークションの「ビッダーズ」やショッピングの「楽天市場」の利用時間に匹敵します。サイト内の情報価値が高いことに加え、それだけ真剣な利用者が多いことの証明です」とコメントしています。

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(AMS)のデータを基にしており、2002年9月1日～9月30日までのウェブサイト/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)のランキングを示したものです。AMSでは、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30,000名以上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。

2002年9月度のプロパティ別、ドメイン別のウェブ利用者動向上位10と、広告主別、ドメイン別バナー広告視聴状況上位10、インターネット全体の利用動向(月間平均)は次の通りです。

1) Nielsen//NetRatings: 2002年9月度 プロパティ別ウェブ利用者動向トップ10

順位	プロパティ名 ^注	ユニーク・オーディエンス (単位:千人)	リーチ(%) ^注	ページビュー ^注 (単位:千頁)	ひとりあたりの 平均利用時間
1	Yahoo!	19,823	77.75	6,852,920	2:03:00
2	Nifty	12,627	49.52	720,750	0:28:43
3	MSN	11,852	46.49	761,884	0:31:38
4	Microsoft	11,635	45.63	199,881	0:10:45
5	Rakuten	11,620	45.58	947,571	0:34:54
6	NEC	11,052	43.35	430,665	0:18:08
7	Sony	9,492	37.23	305,416	0:16:12
8	NTT Communications	8,069	31.65	182,674	0:12:10
9	Lycos Network	7,218	28.31	274,692	0:15:33
10	KDDI	7,070	27.73	161,251	0:11:06

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

2) Nielsen//NetRatings: 2002年9月度 ドメイン別ウェブ利用者動向トップ10

順位	ドメイン名	ユニーク・オーディエンス (単位:千人)	リーチ(%)	ページビュー (単位:千頁)	ひとりあたりの 平均利用時間
1	yahoo.co.jp	18,582	72.88	6,376,787	2:00:11
2	microsoft.com	11,186	43.87	183,373	0:10:34
3	nifty.com	11,164	43.79	561,135	0:24:56
4	biglobe.ne.jp	10,647	41.76	385,570	0:15:54
5	geocities.co.jp	9,466	37.13	394,251	0:17:52
6	infoseek.co.jp	8,427	33.05	373,136	0:17:29
7	ocn.ne.jp	7,986	31.32	176,564	0:11:15
8	msn.co.jp	7,964	31.24	336,562	0:17:36
9	msn.com	7,475	29.32	308,250	0:21:05
10	so-net.ne.jp	6,871	26.95	211,678	0:15:23

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

注 プロパティ: サイトを提供する企業やグループのドメインをまとめた集合体

注 リーチ: 当該期間の全インターネット利用者の内、対象のプロパティやドメインのサイトを利用したユニーク・オーディエンスの割合

注 ページビュー: 当該期間に全インターネット利用者のスクリーン上に表示されたと推定されるページ数

3) Nielsen//NetRatings: 2002年9月度 広告主別バナー広告視聴状況トップ10

順位	広告主名	ユニーク・オーディエンス (単位:千人)	リーチ(%)	インプレッション ^注
1	Yahoo!	18,527	72.67	4,784,371,565
2	ORIX Credit	14,107	55.33	1,562,535,965
3	GE Consumer Credit	6,914	27.12	1,203,228,895
4	Amazon	16,728	65.61	1,180,332,142
5	ORBIS	7,164	28.10	742,857,548
6	en-japan	6,295	24.69	701,172,788
7	Mobit	9,883	38.76	585,993,975
8	At-Loan	9,962	39.07	515,935,341
9	Rakuten	6,918	27.13	442,390,608
10	Japan Net Bank	4,261	16.71	431,812,851

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

4) Nielsen//NetRatings: 2002年9月度 ドメイン別バナー広告視聴状況トップ10

順位	ドメイン名	ユニーク・オーディエンス (単位:千人)	リーチ(%)	インプレッション
1	yahoo.co.jp	18,173	71.28	13,411,813,795
2	infoseek.co.jp	8,304	32.57	1,005,632,632
3	msn.co.jp	6,853	26.88	578,598,233
4	excite.co.jp	3,175	12.45	538,169,627
5	geocities.co.jp	9,075	35.60	344,044,982
6	lycos.co.jp	6,418	25.17	279,648,090
7	msn.com	2,299	9.02	190,533,565
8	cool.ne.jp	3,881	15.22	185,103,505
9	goo.ne.jp	3,569	14.00	182,254,534
10	tok2.com	2,719	10.66	160,831,137

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

注 インプレッション: 当該期間中で全インターネット利用者のスクリーンで表示されたと推定されるバナー広告露出回数

5) Nielsen//NetRatings: 2002年9月度 インターネット・アベレージ・ユーセージ

家庭のPCからのアクセス

	2002年9月	2002年8月	変動率(%)
月平均セッション数	21	20	5.00
月平均訪問ドメイン数	59	59	0
月平均ページビュー数	1,190	1,181	0.76
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	58	59	-1.69
月平均利用時間	11:35:22	11:11:35	3.54
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	33:50	33:35	0.74
月平均ページビュー毎の利用時間	0:35	0:34	2.49
月平均バナー広告クリック率	0.19	0.20	-5.00
月間インターネット利用人口 ^注	25,495,942	26,196,199	-2.67
家庭でのインターネット利用可能者数(推定値) ^注	60,005,783	61,139,290	-1.85

職場のPCからのアクセス

	2002年9月	2002年8月	変動率(%)
月平均セッション数	45	47	-4.26
月平均訪問ドメイン数	76	79	-3.80
月平均ページビュー数	1,487	1,551	-4.13
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	33	33	0
月平均利用時間	21:42:60	22:27:09	-3.28
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	28:52	28:53	-0.06
月平均ページビュー毎の利用時間	0:52	0:53	-0.08
月平均バナー広告クリック率	0.11	0.10	10.00
月間インターネット利用人口 ^注	8,689,886	8,385,538	3.63
職場でのインターネット利用可能者数(推定値) ^注	10,521,226	10,504,177	0.16

* 上記インターネット利用人口推計値は弊社が提供しているインターネット利用動向情報Audience Measurement Serviceにおける9月時点の日本のインターネット利用人口です。これは毎月、弊社が日本全国を対象に実施しているインターネット基礎調査の結果を統計処理し、算出したものです。

注 月間インターネット利用人口

(家庭からのインターネット利用)9月中に家庭のPCからインターネットを実際に利用した日本のインターネットユーザー総数の推計値
(職場からのインターネット利用)9月中に職場のPCからインターネットを実際に利用した日本のインターネットユーザー総数の推計値

注 家庭でのインターネット利用可能者数(推定値)

9月時点の日本の家庭のPCによるインターネット接続可能な環境下にある2歳以上の全人口推定数(集計対象期間内にインターネット非利用者を含まず)

注 職場でのインターネット利用可能者数(推定値)

過去1ヵ月間の日本の職場でのインターネット接続可能な環境下にある16歳以上の全人口推定数(集計対象期間内にインターネット非利用者を含みます)。

Nielsen//NetRatingsの統計調査は、エーシーニールセンの世界規模の市場調査サービス網、統計的に代表性の確保された調査パネル(調査対象者)の開発・管理における実績と、ネットレイティングスが開発した最新のインターネット利用者動向測定技術・分析技術が融合されたものです。Nielsen//NetRatingsはネットレイティングス社、ニールセン・メディア・リサーチ社、エーシーニールセン社の戦略パートナーシップにより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す。

米国ネットレイティングス社(<http://www.netratings.com/>)は、1997年に創立されました。独自のトラッキング技術の開発により、従来不可能であったバナー広告のトラッキングを実現し、インターネット利用動向情報の提供を開始しました。その信頼性と精度の高いインターネット利用動向情報はインターネット・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株式会社の会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でみることができます。

エーシーニールセンはVNU社のグループ企業として、100ヵ国以上で一般消費財や小売り・サービス産業、メディア・娯楽産業、またインターネット関連産業向けに市場調査、従来のメディアに加えニューメディアの情報および分析サービスを提供している世界で最大の市場調査会社です。エーシーニールセンに関する情報は、<http://www.acnielsen.co.jp/> で入手できます。

#

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 金井 道子
電話: (03)5575-5011

ウェーバー・シャンドウィック・ワールドワイド株式会社 大崎 高弘
電話: (03)5427-7396