

# インターネット・オーディエンス測定 分析サンプル

( Web Report & Web PAC )

株式会社ビデオリサーチインタラクティブ

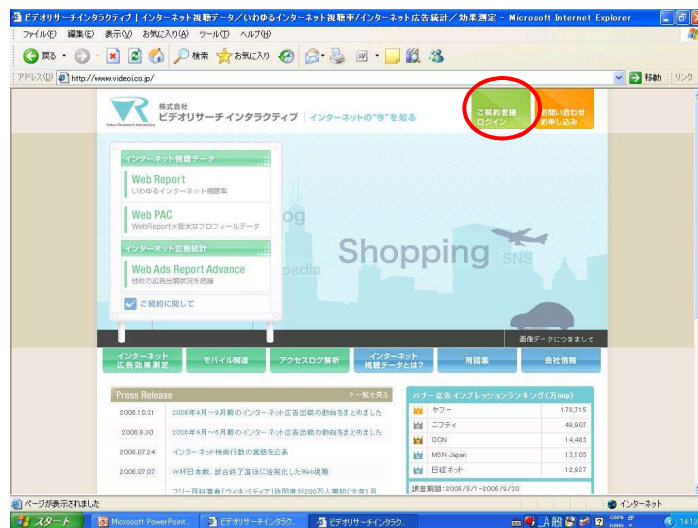
## インターネット視聴データとは（サービス名：Web Report）

インターネットの「今」を知ることができます。(モニター型インターネット視聴調査)  
統計学的に代表性(全体を推計するに値する)のあるデータです。



他（競合社）サイトの視聴動向を定量的に把握できます。

- ◇調査対象エリア            日本全国
- ◇サンプル数                約12,000人
- ◇モニター構築方法        ①家庭内PCでのインターネット利用者数を算出（RDD方式）  
                                  ②「家庭内PCでインターネットを利用している世帯」に対して電話で、モニターへの協力依頼。  
                                  その際人口統計に基づき、日本のインターネット利用者の縮図となるように構成します。



ご契約形態（3形態）

- 1) ASPのご契約は年間契約となります。  
ご契約者様PCからインターネット経由で簡単に操作ができます。  
(弊社HPよりログイン)
  - 2) レポート形式のご契約はスポットでも承っております。
  - 3) ローデータのご契約は研究開発等にご活用頂いております。
- データの更新は、月～日曜の1週間分のデータを、翌々週の月曜9時アップデートします
  - 毎週木曜24時～翌金曜9時まではデータ更新／メンテナンスのため、サービスを一時停止します。

## 国内大手自動車メーカーサイト分析

分析対象期間：〇〇年1月1日-1月31日

ドメイン	企業名	推定 接触者数	接触者率 Reach	平均 接触回数 Frequency	延べ視聴 ページ	平均視聴 ページ	平均 滞在時間
分析対象5サイト total		346	9.9	2.7	8,798	25.4	0:10:25
nissan.co.jp	日産自動車	157	4.5	1.9	1,620	10.3	0:05:41
honda.co.jp	本田技研工業	139	4	2.5	3,984	28.6	0:09:41
toyota.jp	トヨタ自動車 (グローバルサイト)	106	3	1.6	2,354	22.2	0:09:04
mazda.co.jp	マツダ	55	1.6	1.6	511	9.3	0:04:38
mitsubishi-motors.co.jp	三菱自動車工業	25	0.7	1.4	329	12.9	0:05:44

(万人) (%) (回) (万ページ) (ページ) (時分秒)

企業名	ドメイン	推定 接触者数	接触者率 Reach	平均 接触回数 Frequency	延べ視聴 ページ	平均視聴 ページ	平均 滞在時間
トヨタ自動車関連サイト total		127	3.6	1.8	2,803	22	0:08:59
toyota.jp	トヨタ自動車	106	3	1.6	2,354	22.2	0:09:04
toyota.co.jp	トヨタ自動車 (グローバルサイト)	41	1.2	1.3	449	11	0:04:27

(万人) (%) (回) (万ページ) (ページ) (時分秒)

インターネット全体	3,490	100	258.3	7,700,387	2206.3	16:19:50
-----------	-------	-----	-------	-----------	--------	----------

(万人) (%) (回) (万ページ) (ページ) (時分秒)

- ・ 業界内でのポジショニング把握
- ・ 業界トレンドと御社との相関性
- ・ データは2000年からご利用可能

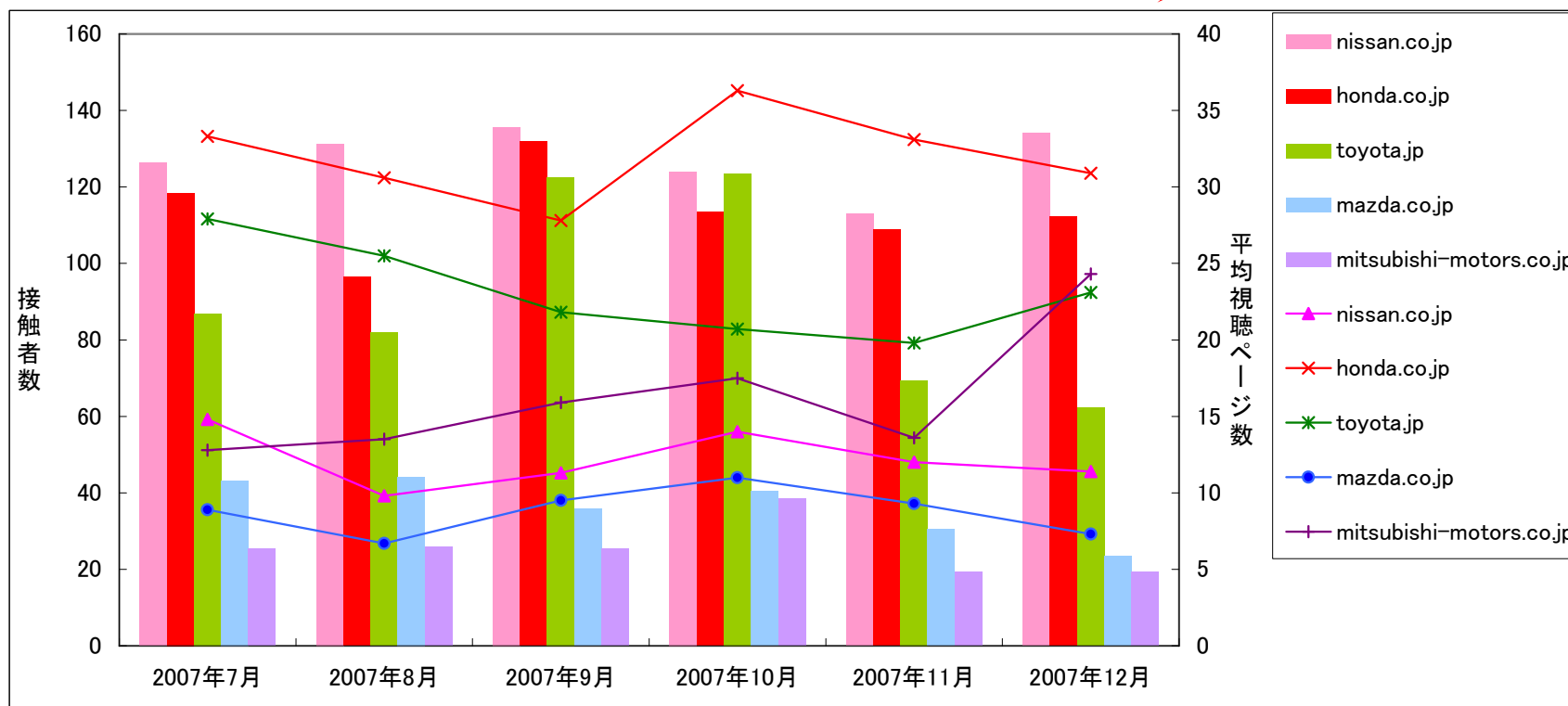
\*用語の定義については巻末頁をご参照ください。

## ドメイン推移分析

分析対象期間：〇〇年7月1日-12月31日

推定接触者（棒グラフ）×平均視聴ページ数（折線グラフ）

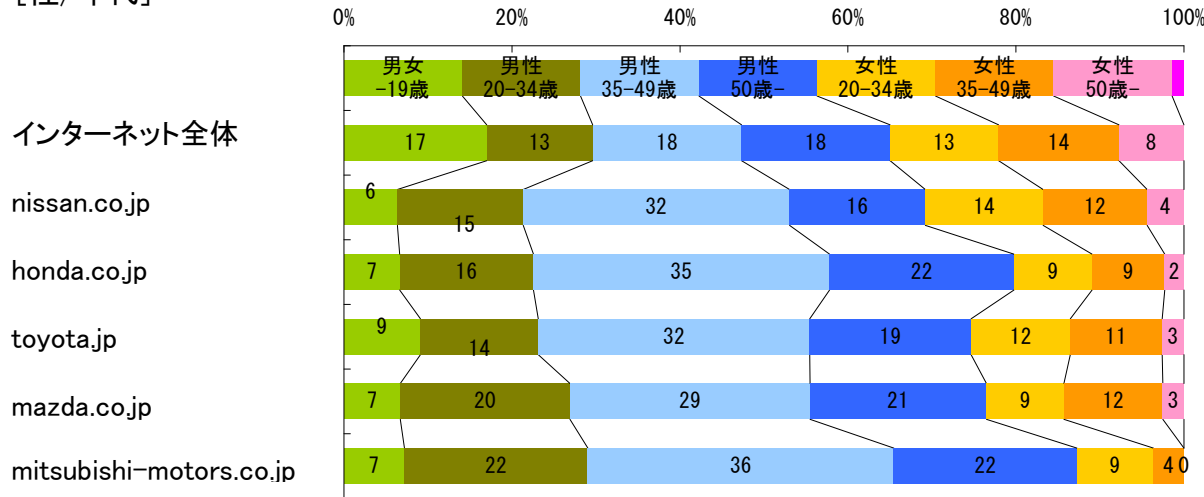
データを俯瞰して見ることで、業界の動向を把握できます。



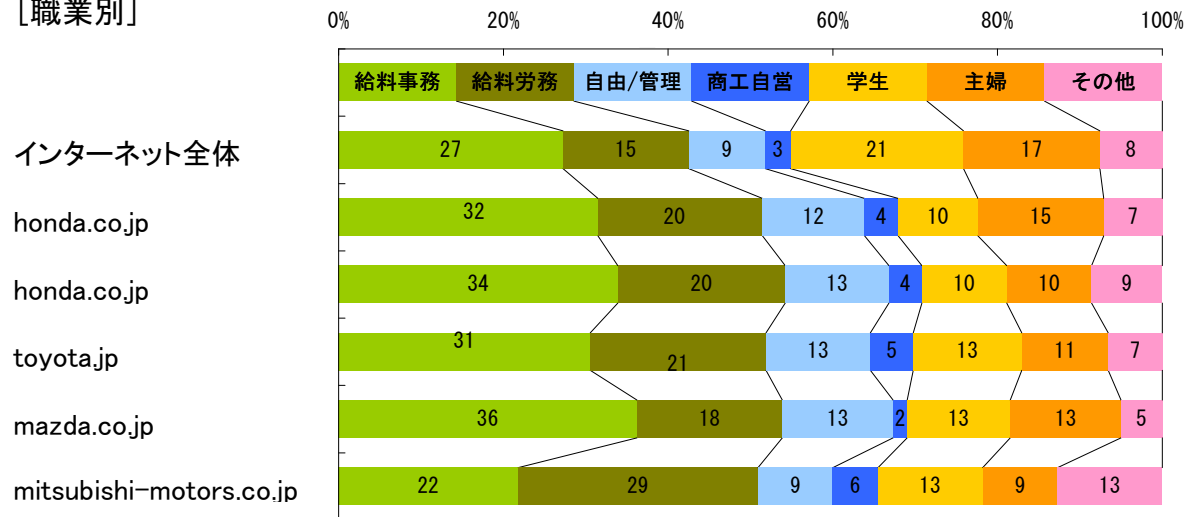
# 属性分析

〇〇年1月1日-1月31日 N:期間内の当該サイト接触者

[性/年代]



[職業別]



他（競合社）サイト訪問者の属性（性・年齢、職業）が把握できます。

・ターゲット検証

\* 「学生」の категорияは未就学児、小学生、中学生、大学生を合算

## 流入流出経路分析

分析対象期間：〇〇年1月1日-1月31日

□日産自動車(上位5つまで掲載)

流入元サイト	推定接触者数
yahoo.co.jp	43
ecnavi.jp	9
google.co.jp	6
yimg.jp	5
chobirich.com	4

(万人)



基軸サイト
nissan.co.jp



流出先サイト	推定接触者数
nismo.co.jp	2
nissan-credit.com	1
nissan-global.com	1
nissan-carlease.com	1
orangepage.net	1

(万人)

流入元の傾向がわかります。

□トヨタ自動車(上位5つまで掲載)

流入元サイト	推定接触者数
yahoo.co.jp	44
ecnavi.jp	11
google.co.jp	6
mediagalaxy.ne.jp	2
zanka.jp	2

(万人)



基軸サイト
toyota.jp



流出先サイト	推定接触者数
toyota.co.jp	7
stream.ne.jp	5
gazoo.com	3
3nenbun.jp	1
e-toyotaclub.com	1

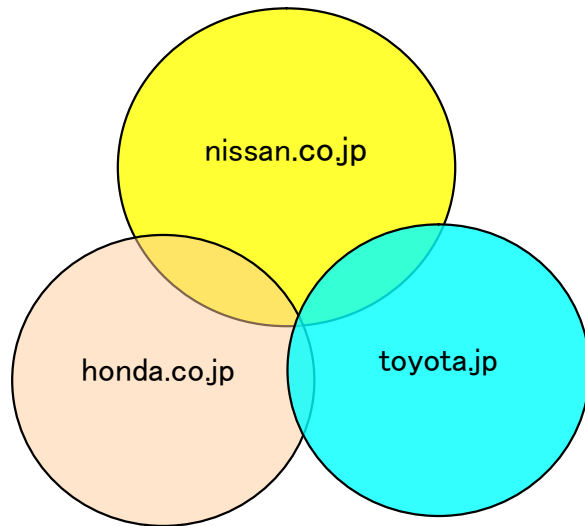
(万人)

- ・ 他社流入経路の把握
- ・ 御社サーバーログとの相対比較

# 重複分析

分析対象期間：〇〇年1月1日-1月31日

御社HPロイヤリティは他社と比較できます。



- ・ロイヤリティ度
- ・見込顧客の重複程度

## ■対象3サイトの重複状況

ドメイン	当該サイトのみ視聴	サイト全体	ロイヤリティ
ニッサンのみ	97	157	61%
ホンダのみ	90	139	64%
トヨタのみ	54	106	51%
ニッサン&ホンダ	19		
ニッサン&トヨタ	22		
ホンダ&トヨタ	11		
3サイトすべて視聴	19		

(万人)

サイト別重複状況	数サイト推定接触者	A社	B社	C社	D社	E社	F社	G社	H社
A社 (a.co.jp)	169		20	90	78	55	39	55	39
B社 (b.co.jp)	192	20		31	63	16	16	31	20
C社 (c.co.jp)	670	90	31		247	125	106	125	74
D社 (d.co.jp)	1059	78	63	247		122	90	149	86
E社 (e.co.jp)	392	55	16	125	122		255	118	63
F社 (f.co.jp)	255	39	16	106	90	255		90	43
G社 (g.co.jp)	271	55	31	125	149	118	90		67
H社 (h.co.jp)	263	39	20	74	86	63	43	67	

(千人)

重複者数(千人)  
(表側サイト接触者に占める重複率(%))

## アンケートプロフィールデータ（サービス名：Web PAC）

前述「Web Report」と「モニタープロフィール」をクロスすることにより、より詳細な分析が可能です。

「Web PAC」はオプションサービスで、「Web Report」のご契約が必須となります。

### ①簡単な仮説検証（市場調査）をこの「Web PAC」（ASP）上で実施できます。

基本的な属性はもちろん、約1万項目にも及ぶ多彩なプロフィールデータを取得しているため、様々なクロス集計が可能です。

約6,500サンプルの大規模データにより、ターゲットイメージの深耕が可能です。

### ②広告出稿の判断基準の指標としてご活用ください。

媒体選定の際、御社ターゲットのシミュレーションが行えます。

特定ターゲットの含有率の高い媒体選定が可能です。

#### インターネット視聴データ

- ・ポータルA社接触者
- ・ポータルB社接触者
- ・ポータルC社接触者

×

#### プロフィールデータ

- ・オンラインショッピング経験者
- ・欧州車所有者
- ・ファッション誌購読者

=

どのサイトへの広告出稿が  
効率的なのか？

- 調査対象 「Web Report」パネル標本のうち、**12歳**以上の男女を対象、約5,600サンプル。
- 調査項目 媒体接触状況、情報機器の所有・利用状況、所有商品・欲求商品生活意識/購買行動/ライフスタイル など
- 調査時期 **年1回**実施 毎年11月調査（郵送留置き）、翌年3月データ更新



## アンケート項目一覧

- 1)PCによるインターネット利用について
- ・利用場所、利用開始時期
  - ・よく利用するサイト、サービス(意識レベル)

- 2)自宅利用PCについて
- ・PCメーカー(所有、購入意向)
  - ・利用サービス
  - ・周辺機器

- 3)携帯電話、PHSについて
- ・加入会社
  - ・利用サービス

- 4)ソーシャルネットワークサービスについて
- ・利用サービス
  - ・利用目的

- 5)テレビ
- ・視聴時間帯
  - ・好きなテレビ番組ジャンル
  - ・パソコンでのテレビ視聴

- 6)ラジオ
- ・聴取時間帯
  - ・好きなラジオ番組ジャンル
  - ・インターネットラジオ

- 7)新聞
- ・宅配、閲読新聞
  - ・閲読時間

- 8)雑誌、書籍
- ・閲読雑誌
  - ・閲読フリーペーパー

- 9)広告関心度
- ・広告に関心のある商品ジャンル
  - ・広告の認知経路

- 10)所有商品、欲求商品
- ・ブランド品(革製品、宝飾品、時計、化粧品など)
  - ・一般耐久消費財(家電製品、家具、など)

- 11)自家用車
- ・所有車種、所有台数
  - ・欲求車種、タイプ

- 12)通信販売、オンラインショッピング
- ・利用状況
  - ・利用商品ジャンル
  - ・利用意向商品ジャンル

- 13)金融商品について
- ・保険関連
  - ・オンライントレード関連

- 14)レジャー趣味活動
- ・最近1年以内経験
  - ・買い物意識

- 15)日常生活意識
- ・健康、食事、スポーツ、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、広告、ファッション、お金、社会活動、など

- 16)フェイスシート
- ・性別、年齢、未既婚、家族構成
  - ・職業、職種
  - ・最終学歴、居住形態、年収、お小遣い

## 用語の定義について(基本指標)

### 《推定接触者数》

$$\frac{\text{接触者数}}{\text{モニター総数}} \times \text{推定人口}$$

※推定人口：母集団推計調査によって算出しています。

\* 推定人口6,627万人（2017年4月現在）  
毎年7月頃更新予定

### 《接触者率(リーチ%)》

$$\frac{\text{接触者数}}{\text{有効サンプル数}}$$

※有効サンプル数：期間内に1度でもインターネットを利用した人のこと（=アクティブユーザー）

### 《平均接触回数》

$$\frac{\text{延べ接触回数}}{\text{接触者数}}$$

### 《推定視聴ページ数》

$$\text{平均視聴ページ数} \times \text{推定接触者数}$$

★推定：母集団推計調査によって算出された数値がもとになっているため、推定となります。

### 《平均視聴ページ数》

$$\frac{\text{推定視聴ページ数}}{\text{接触者数}}$$

### 《平均滞在時間》

$$\frac{\text{延べ滞在時間}}{\text{接触者数}}$$