

家庭でのブロードバンド環境の利用者が1000万人を突破

利用者シェアは42%、利用時間シェアも63%に上昇

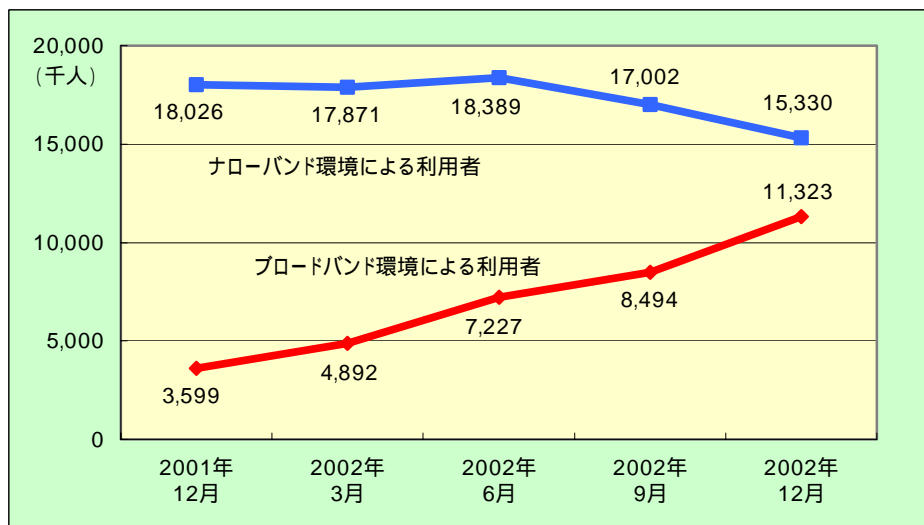
～「Nielsen//NetRatings」2002年12月の月間インターネット利用動向調査結果を発表～

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12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、家庭からブロードバンド環境で利用しているネット利用者(注)の推計値が、12月時点で1,132万人と初めて1,000万人の大台を超え、家庭利用者全体に占めるシェアも42%に上昇しました。前年同月比では215%増となり、米NetRatings Inc.が1月15日に発表した米国における同期間の伸び率59%を大きく上回ります。一方、ナローバンド環境での利用者は昨年夏ごろより減少に転じ、1年で約15%減となりました。(図表1, 2)

(注) ネットレイティングスでは、トラッキング対象の全調査パネルに対してセッションごとに回線接続スピードテストを行い、実測で128Kbps以上の結果が出ている場合をブロードバンド環境における利用と定義し、接続環境別の利用者数を毎月推計しています。総務省が毎月発表するADSLやFTTHの普及統計は「加入契約数」であり、ひとつの世帯契約で複数の家族が使うケースもあるため、実際のブロードバンド環境における「利用者数」は総務省統計値より高くなります。

図表1 ブロードバンド/ナローバンド接続環境別に見た利用者数の推移
(2001年12月～2002年12月、家庭からのアクセス)



図表2 接続環境別に見た利用者数の日米比較 (2002年12月、家庭からのアクセス)

	日本		米国	
	利用者数(構成比)	年間増減率	利用者数(構成比)	年間増減率
ブロードバンド利用者	1132万人(42%)	215%	3360万人(31%)	59%
ナローバンド利用者	1533万人(58%)	-15%	7440万人(69%)	-10%

(注)米国のデータは、2003年1月15日の米NetRatings Inc.の発表による

(http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_030115.pdf)

利用者数の年間増減率は、日本、米国とも2001年12月との比較

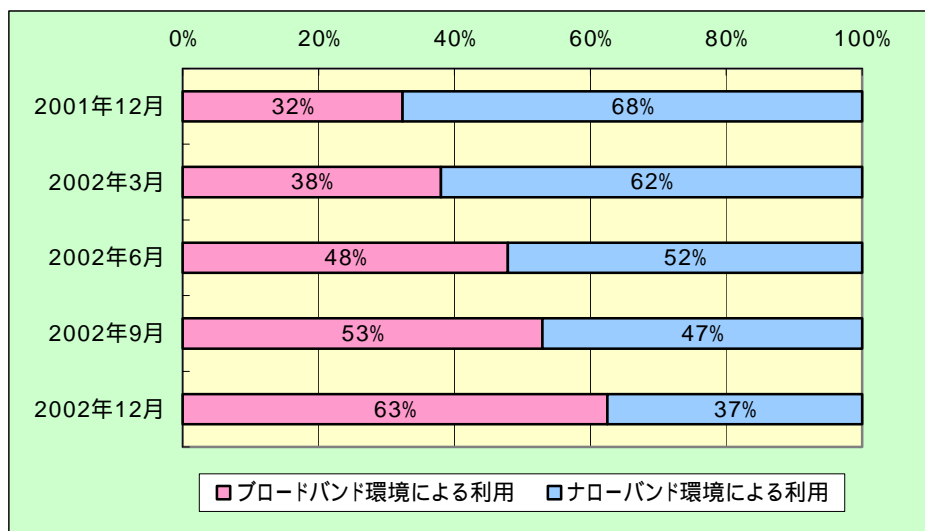
さらに、ブロードバンド利用者は、ナローバンド利用者に比べてひとりあたりの平均利用時間が長い、平均閲覧ページビュー数が多いといった特徴があるため、ブロードバンド環境の急速な普及にともない、家庭からのネット利用者全体の平均利用時間や閲覧ページビュー数も増える傾向も顕著です。(図表 3)

また、家庭からの総アクセス時間 (= 利用人口 × ひとりあたり平均利用時間) にブロードバンド環境が占める比率も、1年前の 32% から 63% へ急上昇、すでに日本においてはウェブ利用時間の約 3 分の 2 がブロードバンド環境で利用されていることとなります。(図表 4)

**図表3 接続環境別に見たウェブ利用行動指標サマリー
(2002年12月および2001年12月、家庭からのアクセス)**

		利用者数	ひとりあたり 平均ページビュー	ひとりあたり 平均利用時間	ひとりあたり 平均訪問回数
2002年12月	全体	2665万人	1232PV	11時間44分	21回
	ブロードバンド利用者	1132万人	2012PV	17時間28分	30回
	ナローバンド利用者	1533万人	677PV	7時間44分	15回
2001年12月	全体	2163万人	946PV	9時間04分	17回
	ブロードバンド利用者	360万人	2138PV	17時間45分	29回
	ナローバンド利用者	1803万人	714PV	7時間24分	15回

図表4 家庭での総ウェブ利用時間における接続環境別シェアの推移



ネットレイティングス株式会社代表取締役社長の萩原雅之は、「ブロードバンド利用者はこの1年で3倍以上と新しいユーザーが劇的に増えたにもかかわらず、ブロードバンド利用者の平均利用時間が約 17 時間と変わらないのは驚きです。これはブロードバンドに切り替えると常時接続の恩恵を受け、ユーザーの利用時間が増えることを示しています。これに伴い総アクセス時間が増え、ひいては市場機会も増大すると言えるため、今後のブロードバンドコンテンツビジネスにも大きな励みになるはず」と述べています。

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12月1日～12月31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12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12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!	20,526	77.01	7,730,289	2:10:40
2	Rakuten	13,637	51.17	1,171,370	0:37:18
3	Nifty	13,461	50.51	722,663	0:29:34
4	MSN	12,699	47.65	857,389	0:32:02
5	NEC	11,351	42.59	465,059	0:18:52
6	Microsoft	10,847	40.70	103,380	0:07:14
7	Sony	9,632	36.14	279,220	0:12:50
8	NTT Communications	8,452	31.71	187,891	0:11:54
9	KDDI	7,514	28.19	160,624	0:10:06
10	Lycos Network	7,264	27.25	247,167	0:13:22

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

2) Nielsen//NetRatings: 2002年12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	19,455	73.00	7,203,241	2:06:30
2	nifty.com	12,101	45.40	586,089	0:27:16
3	biglobe.ne.jp	10,867	40.77	422,440	0:17:26
4	microsoft.com	10,722	40.23	101,672	0:07:10
5	infoseek.co.jp	9,515	35.70	408,780	0:16:21
6	geocities.co.jp	9,468	35.52	433,858	0:18:47
7	ocn.ne.jp	8,292	31.11	180,994	0:11:20
8	msn.co.jp	8,198	30.76	277,673	0:15:13
9	msn.com	8,022	30.10	429,685	0:23:46
10	so-net.ne.jp	7,033	26.39	171,933	0:10:23

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中、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12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!	19,049	71.47	5,146,556,089
2	Amazon	16,912	63.45	1,385,182,485
3	Dell Computer	16,232	60.90	577,168,486
4	Japan Net Bank	12,484	46.84	319,689,658
5	Microsoft	12,297	46.14	330,970,524
6	KDDI	10,691	40.11	115,231,290
7	MATSUSHITA ELECTRIC INDUSTRIAL	10,675	40.05	136,612,966
8	en-japan	9,984	37.46	573,530,632
9	Mobit	9,757	36.61	876,246,240
10	Ergo-Brains	9,694	36.37	159,045,751

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

4) Nielsen//NetRatings: 2002年12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	18,963	71.15	14,060,382,155
2	infoseek.co.jp	9,362	35.13	921,725,283
3	geocities.co.jp	9,069	34.03	392,192,764
4	msn.co.jp	7,018	26.33	428,790,128
5	lycos.co.jp	6,346	23.81	272,307,677
6	biglobe.ne.jp	5,228	19.62	165,579,041
7	goo.ne.jp	4,306	16.16	203,844,895
8	nifty.com	4,056	15.22	111,073,742
9	teacup.com	4,017	15.07	88,515,918
10	excite.co.jp	3,888	14.59	307,064,622

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12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12月	2002年11月	変動率(%)
月平均セッション数	21	21	0
月平均訪問ドメイン数	60	61	-1.64
月平均ページビュー数	1,232	1,207	2.07
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	11:44:57	11:36:09	1.27
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	33:25	33:56	-1.52
月平均ページビュー毎の利用時間	0:35	0:35	0
月平均バナー広告クリック率	0.21	0.17	23.53
月間インターネット利用人口^注	26,652,853	25,091,707	6.22
家庭でのインターネット利用可能者数(推定値)^注	60,522,803	60,624,408	-0.17

職場のPCからのアクセス

	2002年12月	2002年11月	変動率(%)
月平均セッション数	48	47	2.13
月平均訪問ドメイン数	90	86	4.65
月平均ページビュー数	1,821	1,652	10.23
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	38	35	8.57
月平均利用時間	23:58:14	23:11:07	3.39
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	30:02	29:32	1.69
月平均ページビュー毎の利用時間	0:47	0:51	-7.84
月平均バナー広告クリック率	0.12	0.12	0
月間インターネット利用人口^注	8,374,262	8,648,419	-3.17
職場でのインターネット利用可能者数(推定値)^注	10,327,654	10,345,261	-0.17

* 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12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)12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)12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)

12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みます)

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