

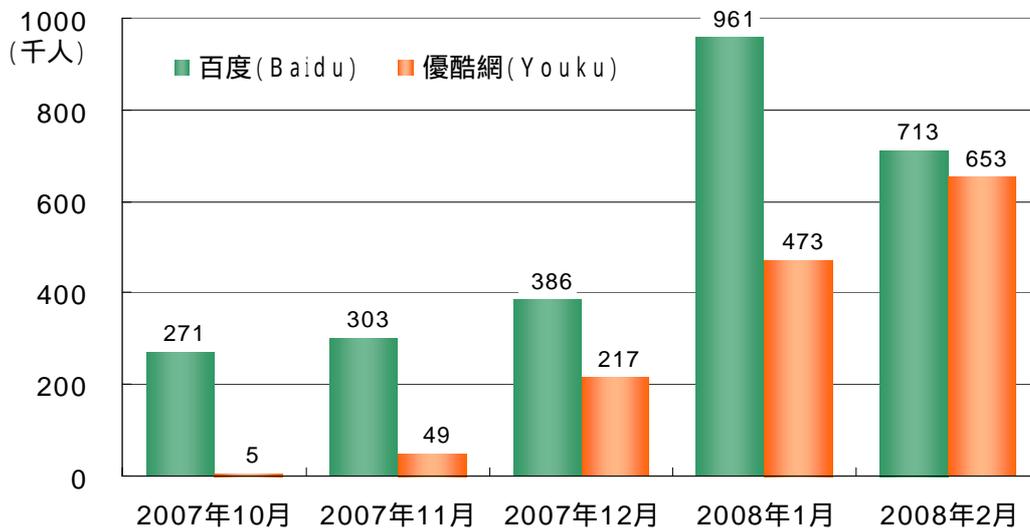
**中国系の検索サイト「百度(Baidu)」、動画共有サイト「優酷網(Youku)」が日本でも人気上昇
 ~ ニールセン・オンライン、2008年2月の月間インターネット利用動向調査結果を発表 ~**

ネットレイティングス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:萩原雅之)は、ニールセン・オンライン(Nielsen Online) が提供するインターネット利用動向調査「NetView」の2008年2月データをまとめました。

それによると、2008年1月に日本向けサービスを開始した中国系の検索サイト「百度(Baidu)」や、動画共有サイト「優酷網(Youku)」の利用者が日本でも徐々に増加していることがわかりました。

「百度(Baidu)」全体の2月の利用者は71.3万人で、前月の96.1万人より少なくなっていますが、1月は日本語版のスタートを報じたニュースによる訪問が一時的に増加したため、訪問回数が多い本来の検索ユーザーは着実に増加しています。また中国の動画共有サイト「優酷網(Youku)」も昨年末から急速に利用者を増やし、2月の利用者は65.3万人となりました。伸び率の勢いはYouTube やニコニコ動画の知名度が上がり人気化したころの状況に似た傾向となっています。(図表1)

図表1 「百度(Baidu)」、「優酷網(Youku)」の月間利用者数推移 (家庭のPCによるアクセス)



「百度(Baidu)」は、中国で圧倒的なシェアを持つ検索サイトで、単なるWeb検索だけではなく画像、映像、音楽ファイル検索が充実していることでよく知られています。日本向けに昨年よりベータ版が提供されており、今年1月23日に「baidu.jp」として本格的な日本向けサービスがスタートしました。

既存の検索サイトに比べると、画像と動画の利用比率が高いのが特徴で、画像検索が29.2万人(全訪問者にしめる比率41%)、動画検索も15万人(同21%)が利用しています。また、日本語版では提供されていないMP3検索も中国語版(baidu.com)から1割弱が利用していました。(図表2)

図表2 「百度(Baidu)」の検索メニュー別利用者数 (2008年2月、家庭のPCによるアクセス)

		利用者数 (万人)	利用者 比率
「百度(Baidu)」全体		71.3	
1	www.baidu.jp トップページ、Web検索 (日本語)	42.8	60%
2	image.baidu.jp 画像検索 (日本語)	29.2	41%
3	video.baidu.jp 動画検索 (日本語)	15.0	21%
4	www.baidu.com トップページ、Web検索 (中国語)	10.7	15%
5	mp3.baidu.com MP3検索 (中国語)	9.3	13%
6	blog.baidu.jp ブログ検索 (日本語)	7.1	10%

* 上記の各サイト間では同一ユーザーによる重複利用があるため、利用者比率の合計は100%になりません。

利用者特性をみると、「百度(Baidu)」は利用者の77%が男性であることに加え、男性のひとりあたり平均利用ページビュー数が女性より圧倒的に多いため、総ページビューベースでは実に97%が男性による利用で占められています。一方「優酷網(Youku)」には、日本のアニメやドラマが数多くアップロードされており、29歳以下の若年層が全体の6割近くを占めるひとつの原因となっています。(図表3)

図表3 「百度(Baidu)」、「優酷網(Youku)」の利用者属性 (2008年2月、家庭のPCによるアクセス)



弊社代表取締役社長兼ニールセン・オンラインチーフアナリストの萩原雅之は「百度は今のところ画像、動画検索が注目されていますが、知名度が上がりWeb検索の利用増加によって、寡占状態にある日本の検索市場においても存在感を増す可能性があります。また百度の動画検索結果には、YouTube、Dailymotion、アメーバビジョンなどに加えて優酷網の動画ファイルも数多く表示されるため、こちらも知名度が高まってくるでしょう。ただし、優酷網には著作権上問題のあるコンテンツが既存の動画共有サイトよりも多くアップされているため、コンテンツホルダーも対策を迫られそうです。」と述べています。

(注)「百度(Baidu)」は、baidu.jpとbaidu.comを、「優酷網(Youku)」は、youku.comを集計対象とした



【インターネット利用動向調査Nielsen Online NetViewに関して】

インターネット利用動向調査 Nielsen Online NetView は、日本のウェブサイトの利用状況を毎週、毎月ウェブサイトごとにユニーク・オーディエンス(当該期間に1回以上、ウェブサイトを訪問/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)などのデータとして契約顧客向けにネットレイティングス株式会社がレポートを提供しています。日本における Nielsen Online NetView の調査パネルは、ネットレイティングス株式会社と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及び職場を対象に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調査パネルです。Nielsen Online 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。

【ネットレイティングス株式会社 会社概要】

ネットレイティングスは世界 100 カ国以上でビジネスのためのマーケティング情報を提供している The Nielsen Company 傘下の Nielsen Online との合併会社として 1999 年 5 月に設立されました。[インターネット視聴率情報 Nielsen Online NetView](#) の他、[オンライン広告統計 AdRelevance](#) と [AdRelevance EXpenditure](#)、[アクセス解析サービス SiteCensus](#)、[携帯サイトのアクセス解析サービス SiteCensus@Mobile](#)、[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のサービス概要及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧になれます。

The Nielsen Company はオランダ(ハーレム)及び米国(ニューヨーク)に本拠を置く世界で最大のインフォメーションおよびメディア・カンパニーです。市場調査(エーシーニールセン)、メディア・インフォメーション(ニールセン・メディア・リサーチ)、業界紙(ビルボード、ハリウッド・リポーター、アドウィーク)、インターネット利用動向調査 Nielsen Online NetView 及び Buzz マーケティングの世界的リーダーである Nielsen BuzzMetrics (ニールセン・オンライン)、モバイル領域のマーケティング情報(ニールセン・モバイル)やトレードショーなどの各業界で認められたブランドを多数所有しています。詳しい情報は、<http://www.nielsen.com/> でご覧になれます。

Nielsen Online は The Nielsen Company の一部門としてインターネット利用動向調査(Nielsen Online NetView)とインターネットの CGM 分析(Nielsen BuzzMetrics)を市場に提供しています。Nielsen Online はこの2つのサービスを通じてインターネットユーザーの実際の行動と思考・感性を分析し、インターネットビジネス及びマーケティング領域における意思決定に貢献しています。詳しい情報は、<http://www.nielsen-online.com/> でご覧になれます。

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 9 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 : The Nielsen Company (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 ・ 塚越 美文

電話:(03)4363-4200

e-mail: press@netratings.co.jp