Nielsen//NetRatings

2007 年 9 月 21 日
ネットレイティングス株式会社

「ニコニコ動画」、8 月の総利用時間（Total Minutes）は前月比 52%増加
ひとりあたり平均利用時間、平均訪問回数は YouTube を大きく上回る
～「Nielsen//NetRatings」 2007 年 8 月の月間インターネット利用動向調査結果を発表～

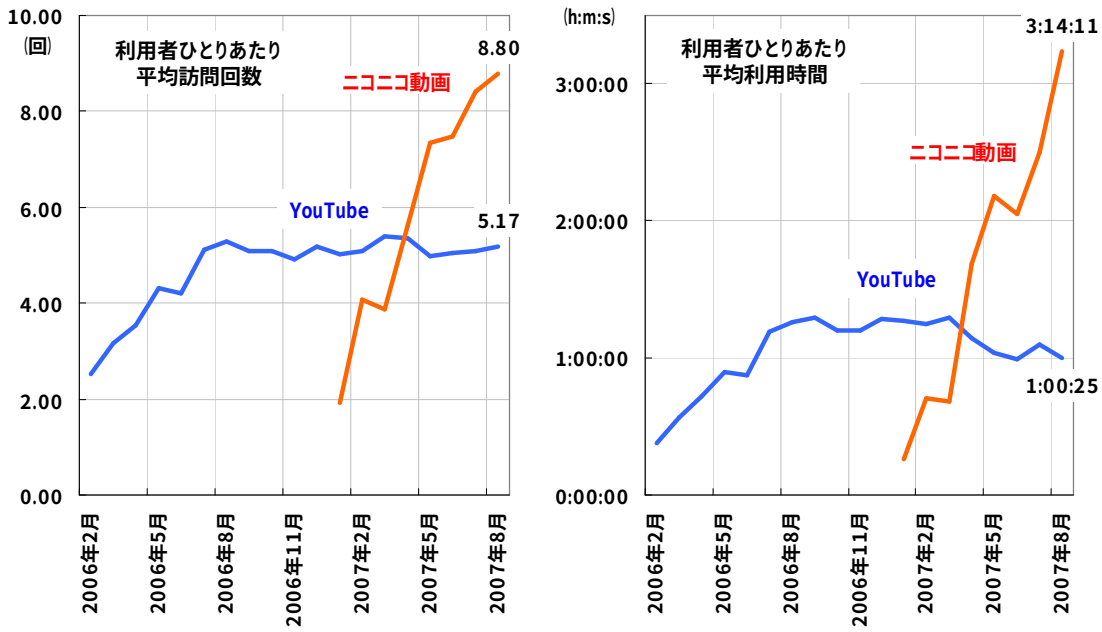
ネットレイティングス株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：萩原雅之）は、2007 年 8 月度のインターネット利用動向に関する結果をまとめました。

それによると、動画共有サイト「ニコニコ動画」（nicovideo.jp）が、利用者ひとりあたりの平均利用時間、平均訪問回数などの指標において、「YouTube」(youtube.com)をはるかに上回る勢いで数字を伸ばしていることが明らかになりました。

ニコニコ動画は、今年 1 月のベータ版を経て、3 月より登録制によるサービスをスタート。画面に視聴者がリアルタイムでコメントを入れられるというユニークな特徴が受けて、現在 24 時間視聴できるのは 200 万 ID までという制限があるにもかかわらず、数ある動画共有サービスの中で YouTube に次ぐ訪問者数を集める人気サイトとなっています。

8 月の利用者ひとりあたりの平均訪問回数は 8.8 回で、YouTube の 5.2 回を上回ります。またひとりあたりの平均利用時間は YouTube の 3 倍以上となる 3 時間 14 分で、ポータルとして長時間利用されている Yahoo! JAPAN（yahoo.co.jp）の 3 時間 5 分や、mixi （mixi.jp）の 2 時間 52 分もよりも長くなっています。平均利用時間の増加ペースは昨年春から夏にかけての YouTube 普及時を上回る勢いです。（図表1）

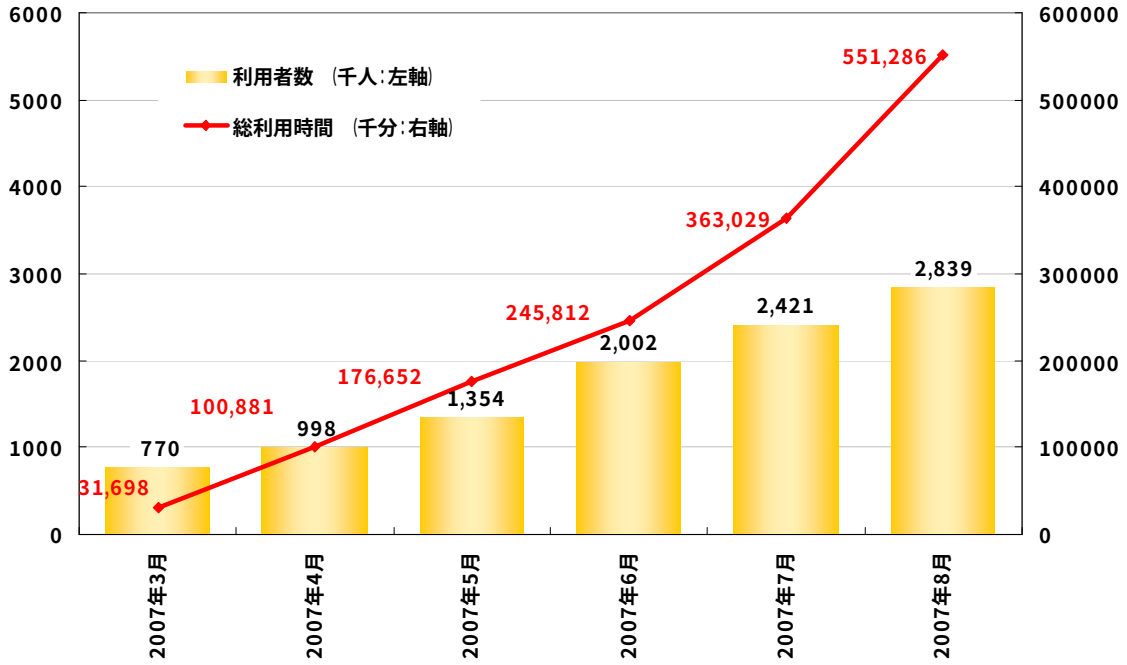
図表1　ニコニコ動画と YouTube、ひとりあたり平均訪問回数、平均利用時間の推移
（2006 年 2 月～2007 年 8 月、家庭の PC によるアクセス）



なおニコニコ動画の 8 月の利用者数は 284 万人で、同時期の登録 ID 数を上回りますが、これはクチコミやブログ等に張られたリンクから同サイトのトップページを訪問した未登録者も入っているからと思われます。

利用者数と平均利用時間の両方が毎月伸びているため、同サイトの「総利用時間」(Total Minutes)も、4月以降は平均して毎月50%前後の成長が続いています。8月は5億5128万分で、7月(3億6303万分)に比べて52%増加しました。(図表2)

図表2　ニコニコ動画の利用者数と総利用時間の推移
(2007年3月～2007年8月、家庭のPCによるアクセス)



弊社代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は「ニコニコ動画の伸びは、ネット上の動画に視聴者参加型で楽しむスタイルに価値があることを明らかにしました。単なる動画の視聴だけではない、コミュニティ的機能は非常にユニークであり、利用者の興味を引いています。動画に関連した商品のアフィリエイトを視聴者が貼り付けるECサイトとしてのポテンシャルも大きく、動画関連ビジネスにとって最も注目されるサービスといえます。常時視聴可能な200万IDのほか約100万の待ちIDもあり、今年後半にかけ登録ID数が増えるとともに、さらに成長が続くのは確実です。」と述べています。

【インターネット利用動向調査に関して】

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、毎月ウェブサイトのユニーク・オーディエンス(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。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。

【ネットレイティングス株式会社】

ネットレイティングス株式会社はインターネット利用動向情報の世界標準である Nielsen//NetRatings の統計調査を全世界にて提供している米国ネットレイティングス社(http://www.netratings.com/)との合弁会社として1999年5月に設立

されました。インターネット視聴率情報 NetView AMS の他、オンライン広告統計 AdRelevance、リアルタイム・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。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 ：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 ・ 金井道子
電話:(03)4363-4200