

ネット利用人口前年比約50%増、子供(2～12歳)の利用時間が急増

インターネット利用動向情報サービス「Nielsen//NetRatings」

2002年3月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)はこの度、2002年3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。これによると、前年同月の結果と比べ、インターネット利用人口が約50%増加しています。また、インターネット利用者の月平均利用時間やページビュー、訪問ドメイン数なども増加という結果が出ています(表1参照)。インターネット利用者全体でのインターネット利用時間は2002年3月は2億4,657万時間で、前年の1億4,943万時間に対して65%増となっています。

インターネット利用人口全体の月平均利用時間は昨年に比べ約13%伸びています。利用者の属性内訳をみると、2 - 12歳の利用時間が約58%増で、家庭内でのインターネット利用が子供にも広がっていることがわかります(表1、2参照)。

ここ1年間のインターネット利用増加傾向の背景には、昨年後半からのブロードバンド環境の急速な普及が多分に影響していると考えられます。インターネット広告市場が低迷している一方、インフラは着実に整備されつつあり、インターネットのさらなる普及とともに、インターネットは第5のマスメディアとしての地位を着実に確立しようとしています。

表1: 2001年3月vs.2002年3月のインターネット利用状況比較

	2001 年 3 月	2002 年 3 月	伸び率
平均訪問ドメイン数	50	55	10%
月平均ページビュー数	1,032	1,109	8%
月平均利用時間	9:35:31	10:49:56	13%
月間インターネット利用人口	15,578,374	22,762,921	46%
インターネット利用可能者数(推定)	36,638,929	51,337,969	40%

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

表2: 2001年3月vs.2002年3月の年齢層別インターネット月平均利用時間比較

年齢層	2001 年 3 月	2002 年 3 月	伸び率
2 - 12 歳	2:38:33	4:09:43	58%
13 - 15 歳	9:21:10	9:36:10	3%
16 - 19 歳	12:03:42	12:38:17	5%
20 - 24 歳	12:46:07	14:30:03	14%
25 - 29 歳	11:04:39	12:48:12	16%
30 - 34 歳	11:19:23	11:59:39	6%
35 - 39 歳	10:41:58	11:55:48	12%
40 - 49 歳	8:21:11	9:42:14	16%
50 - 59 歳	6:16:32	9:01:37	44%
60 歳以上	6:33:00	8:28:40	29%

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

主要ポータルサイトの利用状況を前年同月と比較すると、ユニーク・オーディエンス数では50%を超える伸び率を示しています。また、一人当たりのサイト平均訪問回数、利用ページ数、利用時間なども各サイト増加の傾向が見られます(表3～6参照)。

表3: 2001年3月vs.2002年3月主要ポータルサイトのユニーク・オーディエンス数比較 (単位:千人)

ドメイン名	2001 年 3 月	2002 年 3 月	伸び率
yahoo.co.jp	10,573	15,852	50%
nifty.com	6,043	9,411	56%
biglobe.ne.jp	5,649	8,571	52%
infoseek.co.jp	2,435	7,159	194% ^{注1}
msn.co.jp	4,157	6,560	58%

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

表4: 2001年3月vs.2002年3月主要ポータルサイトの平均訪問回数比較 (単位:回)

ドメイン名	2001 年 3 月	2002 年 3 月	伸び率
yahoo.co.jp	10.40	12.73	22%
nifty.com	5.57	6.02	8%
biglobe.ne.jp	4.51	4.92	9%
infoseek.co.jp	3.48	4.92	41% ^{注1}
msn.co.jp	7.67	7.03	-8%

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

表5: 2001年3月vs.2002年3月主要ポータルサイトの平均利用ページ数比較

ドメイン名	2001 年 3 月	2002 年 3 月	伸び率
yahoo.co.jp	261	324	24%
nifty.com	42	47	12%
biglobe.ne.jp	34	34	0%
infoseek.co.jp	28	58	107% ^{注1}
msn.co.jp	49	39	-20%

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

表6: 2001年3月vs.2002年3月主要ポータルサイトの平均利用時間比較 (時:分:秒)

ドメイン名	2001 年 3 月	2002 年 3 月	伸び率
yahoo.co.jp	1:11:20	1:36:02	35%
nifty.com	0:17:40	0:19:19	9%
biglobe.ne.jp	0:13:14	0:13:37	3%
infoseek.co.jp	0:06:26	0:16:03	149% ^{注1}
msn.co.jp	0:20:47	0:15:36	-25%

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

注1: infoseekは昨年8月のfreeweb買収によるサイト統合があったため、際立った伸び率を見せています。

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3月1日～3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3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3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!	17,037	74.85	5,615,295	1:39:32
2	Nifty	10,891	47.85	567,512	0:22:07
3	MSN	10,206	44.84	560,630	0:23:38
4	Rakuten	9,879	43.40	785,191	0:27:28
5	NEC	9,178	40.32	338,658	0:15:59
6	Microsoft	8,574	37.67	97,582	0:06:28
7	Sony	8,175	35.91	228,273	0:10:53
8	NTT Communications	7,191	31.59	161,241	0:09:03
9	Lycos Network	6,062	26.63	239,575	0:14:50
10	NTT-X	5,907	25.95	192,899	0:12:37

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

2) Nielsen//NetRatings: 2002年3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	15,852	69.64	5,138,608	1:36:02
2	nifty.com	9,411	41.34	442,839	0:19:19
3	biglobe.ne.jp	8,571	37.65	293,231	0:13:37
4	microsoft.com	8,514	37.40	96,107	0:06:27
5	geocities.co.jp	7,963	34.98	398,230	0:17:41
6	msn.com	7,331	32.21	222,306	0:13:41
7	infoseek.co.jp	7,159	31.45	414,600	0:16:03
8	ocn.ne.jp	7,048	30.96	155,912	0:08:29
9	msn.co.jp	6,560	28.82	256,124	0:15:36
10	so-net.ne.jp	5,791	25.44	139,619	0:08:18

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3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!	15,363	67.49	2,517,624,946
2	Microsoft	14,776	64.91	455,523,556
3	Amazon	14,663	64.42	933,872,594
4	BB Factory	9,780	42.97	152,485,653
5	Japan Net Bank	9,539	41.91	677,495,551
6	Mobit	8,243	36.21	720,125,757
7	Ergo-Brains	8,005	35.17	105,103,863
8	eBANK	7,829	34.39	224,697,825
9	Softbank Publishing Incorporated	7,579	33.29	64,907,541
10	SUNMARK LIFE CREATION	7,495	32.93	178,728,105

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

4) Nielsen//NetRatings: 2002年3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	15,542	68.28	8,765,604,385
2	geocities.co.jp	7,397	32.50	262,224,918
3	infoseek.co.jp	6,920	30.40	504,284,647
4	msn.co.jp	5,860	25.74	576,922,823
5	goo.ne.jp	5,151	22.63	265,844,464
6	lycos.co.jp	4,731	20.78	152,149,021
7	teacup.com	3,676	16.15	65,604,639
8	biglobe.ne.jp	3,661	16.08	62,131,067
9	nifty.com	3,363	14.78	128,134,899
10	cool.ne.jp	3,304	14.51	167,628,164

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3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3月	2002年2月	変動率 (%)
月平均セッション数	20	18	11.11
月平均訪問ドメイン数	55	52	5.77
月平均ページビュー数	1,109	1,034	7.25
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	56	59	-5.08
月平均利用時間	10:49:56	9:53:50	9.45
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	33:04	33:38	-1.68
月平均ページビュー毎の利用時間	0:35	0:34	2.94
月平均バナー広告クリック率	0.20	0.22	-9.09
月間インターネット利用人口 ^注	22,762,921	21,348,990	6.62
家庭でのインターネット利用可能者数(推定値) ^注	51,337,969	51,288,339	0.10

職場の PC からのアクセス

	2002年3月	2002年2月	変動率 (%)
月平均セッション数	46	42	9.52
月平均訪問ドメイン数	76	68	11.76
月平均ページビュー数	1,547	1,430	8.18
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	34	34	0.00
月平均利用時間	22:17:39	20:15:16	10.07
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	29:01	28:57:00	0.23
月平均ページビュー毎の利用時間	0:51	0:51	0.00
月平均バナー広告クリック率	0.18	0.14	28.57
月間インターネット利用人口 ^注	7,862,338	7,493,656	4.92
職場でのインターネット利用可能者数(推定値) ^注	9,251,548	9,083,665	1.85

* 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3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)3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)3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)

3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まず)。

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 西村 総一郎 / 中田 園子

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