

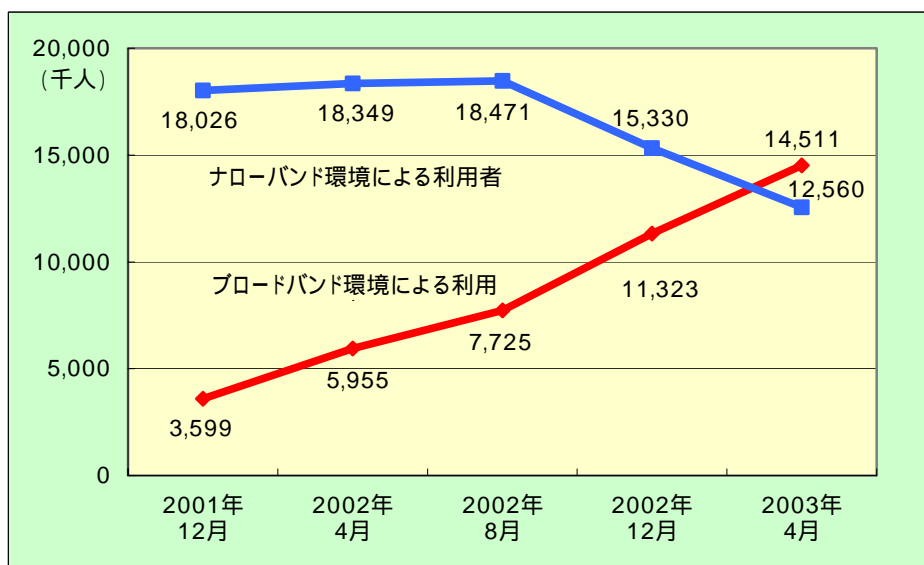
ブロードバンド利用者がついに5割を超える

～ 「Nielsen//NetRatings」 2003年4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、2003年4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、4月度の家庭からのインターネット利用においてブロードバンド利用者人口¹が全体の53.6%を占め、初めて過半数を超えたことがわかりました。(図表1)

Nielsen//NetRatingsのNetView IMS(ネットビュー・インターネットメディアストラテジズ)では日本全国の家庭からのインターネット利用者パネルの接続速度を測定し、日本全体の利用状況を推計しています。²ブロードバンド元年といわれた2002年4月度のブロードバンド対ナローバンドの利用者構成比は25対75と、まだブロードバンド利用者は少数派でした。しかし、本年4月度ついにブロードバンド利用者人口が1,451万人となり、ナローバンド利用者人口1,256万人を54対46と逆転し、ブロードバンド利用者がナローバンド利用者を上回りました。(図表1-2)

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～2003年4月、家庭からのアクセス)



図表2 ブロードバンド/ナローバンド接続環境別に見た利用者比率の推移
(2001年12月～2003年4月、家庭からのアクセス)

接続環境	2001年12月	2002年4月	2002年8月	2002年12月	2003年4月
ブロードバンド	16.6%	24.5%	29.5%	42.5%	53.6%
ナローバンド	83.4%	75.5%	70.5%	57.5%	46.4%

¹ 家庭からブロードバンド環境でインターネットを利用しているネット利用者人口。

² 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。

ブロードバンド: 接続速度 128kbps 以上。

ブロードバンドの特徴のひとつは常時接続です。ナローバンド利用者の接続時間に比べて、ブロードバンド利用者は2倍以上長い時間インターネットを利用しています。ただし、2003年4月度のブロードバンド利用者の月間平均利用時間は17時間8分でしたが、これは2002年4月度の17時間43分に比べて、3%ほど利用時間が短縮しています。(図表3)

この要因について弊社チーフアナリスト須藤修司は、「ブロードバンド初期利用者はイノベーター³であり、元々ヘビーユーザーが多かった。今回、ブロードバンド利用者が半数を超えたということはブロードバンドの世界に“普通の人”がたくさん入ってきたということ。この“普通の人”は、常時接続可能な環境があっても、イノベーターほど長時間利用するわけではないので、結果として2003年4月度の平均利用時間は1年前に比べてやや減少した。これは、ブロードバンドが普及期に入った証拠です。」とコメントしています。

図表3 ブロードバンド対ナローバンドの月間平均利用時間(時:分:秒)

接続環境	2003年4月	2002年4月
ブロードバンド	17:08:24	17:43:30
ナローバンド	7:52:10	8:01:18

Nielsen//NetRatings 家庭からの接続

ブロードバンド:接続速度 128kbps 以上

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、2003年4月1日～4月30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。NetView 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。

2003年4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: 2003年4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!	21,352	78.87	8,768,089	2:24:59
2	Rakuten	14,603	53.94	1,649,224	0:46:17
3	Nifty	13,525	49.96	807,645	0:27:45
4	MSN	13,330	49.24	1,034,327	0:34:10
5	NEC	11,434	42.24	547,255	0:18:57
6	Microsoft	10,875	40.17	109,755	0:07:18
7	NTT Communications	9,171	33.88	247,020	0:12:47
8	Sony	9,087	33.57	263,119	0:13:12
9	KDDI	7,830	28.93	193,405	0:11:09
10	Asahi Net	6,821	25.20	106,475	0:06:45

³ 革新者。消費者の製品購入に対する態度 5 分類の内、最初に欲しいものを見つけ出し、他に影響を与える人たちで情報感度が高く、新しいものに敏感な人たち。

2) Nielsen//NetRatings: 2003年4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	20,182	74.55	8,211,906	2:21:55
2	nifty.com	12,432	45.92	635,655	0:25:22
3	biglobe.ne.jp	10,947	40.44	500,569	0:17:37
4	microsoft.com	10,823	39.98	108,642	0:07:16
5	geocities.co.jp	10,129	37.42	428,293	0:17:00
6	msn.co.jp	9,235	34.11	380,717	0:17:16
7	infoseek.co.jp	9,143	33.78	440,110	0:18:06
8	ocn.ne.jp	9,008	33.27	230,509	0:11:10
9	msn.com	8,094	29.90	470,046	0:23:54
10	rakuten.co.jp	7,495	27.69	537,928	0:31:48

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: 2003年4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!	20,358	75.20	6,658,528,917
2	Amazon	17,241	63.69	1,445,342,497
3	Dell Computer	13,701	50.61	325,960,841
4	NOVA	12,983	47.96	196,278,912
5	Microsoft	12,372	45.70	360,722,016
6	ORBIS	11,139	41.15	329,859,999
7	Mobit	10,911	40.31	1,254,998,128
8	Recruit	10,807	39.92	101,956,800
9	eBANK	10,025	37.03	130,915,133
10	AIFUL	9,395	34.70	157,247,421

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

4) Nielsen//NetRatings: 2003年4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	19,763	73.01	14,196,160,354
2	geocities.co.jp	9,838	36.34	407,256,493
3	infoseek.co.jp	9,008	33.27	1,066,138,392
4	msn.co.jp	8,696	32.12	545,906,087
5	lycos.co.jp	6,992	25.83	319,303,937
6	nifty.com	4,993	18.44	188,352,885
7	biglobe.ne.jp	4,386	16.20	158,827,837
8	cool.ne.jp	4,342	16.04	218,935,535
9	excite.co.jp	3,748	13.84	265,118,809

10	teacup.com	3,444	12.72	50,122,341
----	------------	-------	-------	------------

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: 2003年4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

	2003年4月	2003年3月	変動率(%)
月平均セッション数	22	22	0
月平均訪問ドメイン数	66	67	-1.49
月平均ページビュー数	1,374	1,412	-2.69
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	63	63	0
月平均利用時間	12:36:35	13:05:59	-3.74
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	34:41	35:16	-1.65
月平均ページビュー毎の利用時間	0:33	0:34	-2.94
月平均バナー広告クリック率	0.22	0.23	-4.35
月間インターネット利用人口^注	27,070,614	26,422,507	2.45
家庭でのインターネット利用可能者数(推定値)^注	60,510,784	58,159,401	4.04

職場のPCからのアクセス

	2003年4月	2003年3月	変動率(%)
月平均セッション数	51	50	2.04
月平均訪問ドメイン数	88	94	-6.38
月平均ページビュー数	2,521	1,728	45.89
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	50	34	47.06
月平均利用時間	25:07:21	24:42:39	1.67
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	29:39	29:31	0.45
月平均ページビュー毎の利用時間	0:36	0:52	-30.77
月平均バナー広告クリック率	0.09	0.07	28.57
月間インターネット利用人口^注	8,594,550	8,531,104	0.74
職場でのインターネット利用可能者数(推定値)^注	10,038,434	10,038,608	0

* 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4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)4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)4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)

4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(NASDAQ: NTRT <http://www.netratings.com/>)は、1997年に創立されました。ネットレイティングス社が提供するインターネット利用動向調査Nielsen//NetRatingsサービスは世界

のインターネット・ユーセージの70パーセントをカバーし世界標準になっています。現在、米国ネットレイティングス社ではインターネット利用動向情報NetView Audience Measurementの他、オンライン広告出稿状況調査AdRelevance、インターネットユーザーのライフスタイル・属性別ブランド嗜好調査@Plan、インターネットリーチ&フリクエンシー・プランニングツールWebRF、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/> でご覧になれます。

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。

【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	〒107-0052 東京都港区赤坂7-10-17 フォンテ赤坂ビル2F
資本金	16億1,508万円
設立	1999年5月
代表者	代表取締役会長 狩野 昌央(かのう まさひろ) 代表取締役社長 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

#

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