

ヤフーと楽天、成長率でも激しく競う ～利用者数と利用時間がともに20%の伸び～

「Nielsen//NetRatings」2004年3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、2004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。

それによると、3月の家庭からの月間ウェブ総利用者数は3,050万人で、昨年同月時点と比べて約400万人(15%)増加しました。またブロードバンド環境が急速に普及したことにより、ひとりあたりの平均利用時間も、この1年間で約1時間45分(13%)伸びて14時間50分となったほか、平均訪問ドメイン数やページビュー数も大幅に増えています。

図表1 インターネット利用動向に関する1年間の変化
(2004年3月、家庭からのアクセス)

	2004年3月	2003年3月	増減
月間インターネット利用人口(千人)	30,499	26,423	4,076
月平均利用時間(時:分:秒)	14:50:46	13:05:59	1:44:47
月平均セッション数(回)	25	22	3
平均訪問ドメイン数(件)	73	67	6
月平均ページビュー数(PV)	1,700	1,412	288

特に、プロパティ(運営企業)別ランキングにおいては、1位のヤフーと2位の楽天が利用者数、平均利用時間ともに全ウェブサイトの平均成長率を上回る20%前後の伸びとなっています。

図表2 ヤフーおよび楽天の利用に関するこの1年間の変化
(2004年3月、家庭からのアクセス)

		2004年3月	2003年3月	前年同月比
利用者数 (千人)	ウェブ全体	30,499	26,423	115%
	ヤフー(プロパティ)	24,986	20,840	120%
	楽天(プロパティ)	17,497	14,483	121%
利用者ひとりあたりの 平均利用時間 (時:分:秒)	ウェブ全体	14:50:46	13:05:59	113%
	ヤフー(プロパティ)	2:53:34	2:24:10	120%
	楽天(プロパティ)	0:54:50	0:45:48	120%

この結果について、弊社代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は、「ヤフーや楽天などの上位サイトの利用者数がウェブ利用者全体を上回る増加率をみせているのは、初心者ユーザーがこれらの有名サイトに集中しやすい傾向を示すものと言えます。また、特にヤフーは圧倒的なトップページのリーチを活かして既存ユーザーを新しいサービスメニューに誘導することに成功しています。一方、楽天はポータルサイトや他の有力ECサイトの積極的な買収・統合によって利用時間を増やすことに成功しているようです。」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(NetView AMS)のデータを基にしており、2004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。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日本最大規模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。

Nielsen//NetRatingsの統計調査は、エーシーニールセン社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&フリケンシー・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ス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 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷3-25-18 渋谷ガーデンフロント10階
* 2003年10月27日に事業拡大に伴い上記住所に本社を移転いたしました。
資本金 3億9,000万円
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

#

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
電話:(03)4363-4200