

Nielsen//NetRatings

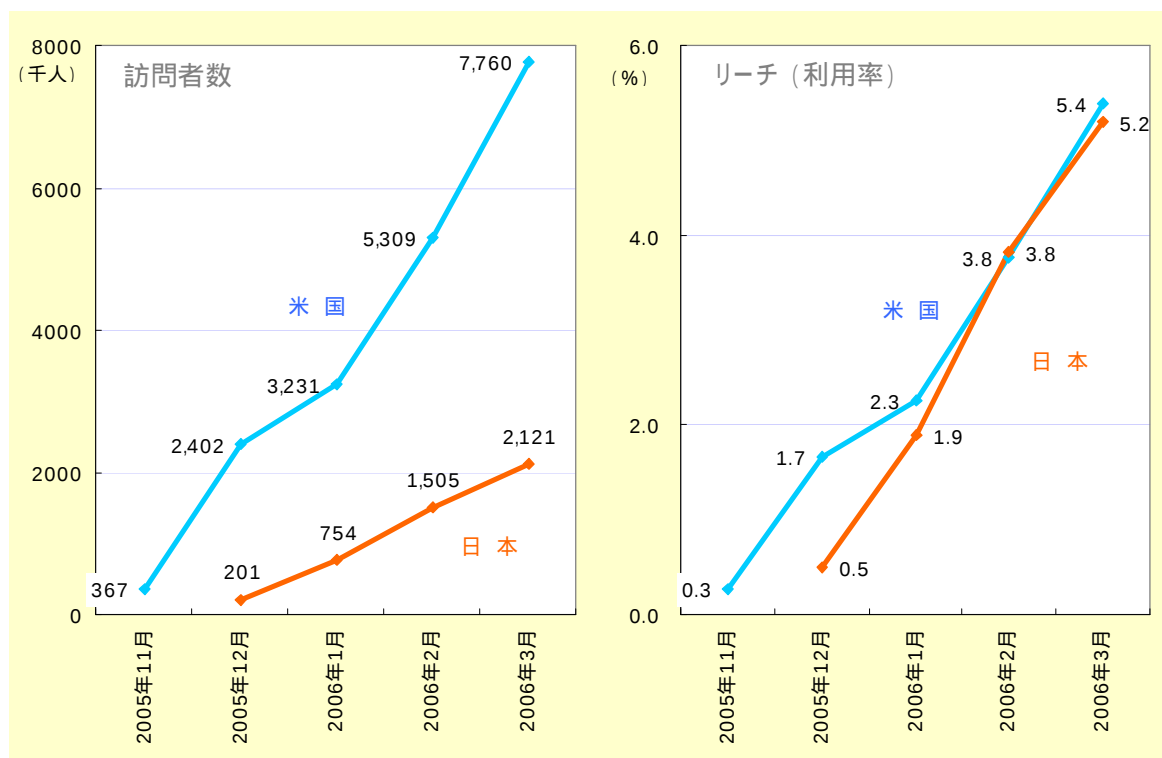
2006 年 4 月 27 日
ネットレイティングス株式会社

米国発の Video 共有サイト「YouTube」、日本からの訪問者数が 200 万人に 利用率は米国並み、訪問頻度や利用時間は米国ユーザーを上回る ～「Nielsen//NetRatings」2006 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、2006 年 3 月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、米国で人気が高まっている投稿映像の無料共有サイト「YouTube」(youtube.com)への訪問者が昨年 12 月以降急速に増加し、日本からの訪問者も 212 万人に達していることがわかりました。日本国内のネットユーザー全体におけるリーチ(利用率)は 5.2%で、同期間の米国内におけるリーチ(5.4%)に匹敵し、全内容が英語で提供されているウェブサイトとしては、異例な利用率といえます。(図表 1)

図表 1 YouTube の訪問者数とリーチについての日米比較
(2006 年 3 月、家庭の PC からのアクセス、米国データは Nielsen//NetRatings US Report による)



訪問者は若年層が多いのが特徴で、19歳以下が全体の37%を占めていました。同サイトへ誘導する直前参照サイト(流入元)をみると、ブログや mixi などの SNS、さらにフラッシュ専門ポータルサイトなどが

上位に並んでいます。日記や投稿のクチコミやリンク集などを通して個別のビデオクリップが紹介されるため、サイトが英語であるかどうかを意識せずに視聴するケースが多いと考えられます。また、ひとりあたりの訪問頻度は3.2回、平均利用時間は約33分でどちらの指標も米国を上回っており、日本のユーザーの熱心な利用状況が浮かび上がる結果となりました。(図表2)

図表2 YouTube 訪問者の利用頻度・利用時間についての日米比較
(2006年3月、家庭のPCからのアクセス)

	日 本	米 国
訪問者数	212万人	776万人
リーチ(ネットユーザー全体における利用率)	5.2%	5.4%
ひとりあたり平均訪問頻度	3.2回	2.7回
ひとりあたり平均利用時間	33分37秒	24分03秒

弊社代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は、「同サイトには、日本のテレビ番組など著作権上の問題があると思われる動画が多数投稿されているため、あまり表立って紹介されていないのが実情です。しかし、急速な普及実態が明らかになったことで、今後、コンテンツ流通をめぐる議論にも影響を与えそうです。一方、YouTubeが日本で米国並みに浸透していることは映像コンテンツの魅力に国境のないことを証明しています。」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/バナー広告のユニーク・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)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的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(NASDAQ:NTRT <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、オンライン広告出稿状況調査、[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](#)、[オンライン広告マネジメントツール AdIntelligence](#)、[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10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

電話：(03)4363-4200

電話：(03)4363-4200