

Nielsen//NetRatings

2006年12月18日
ネットレイティングス株式会社

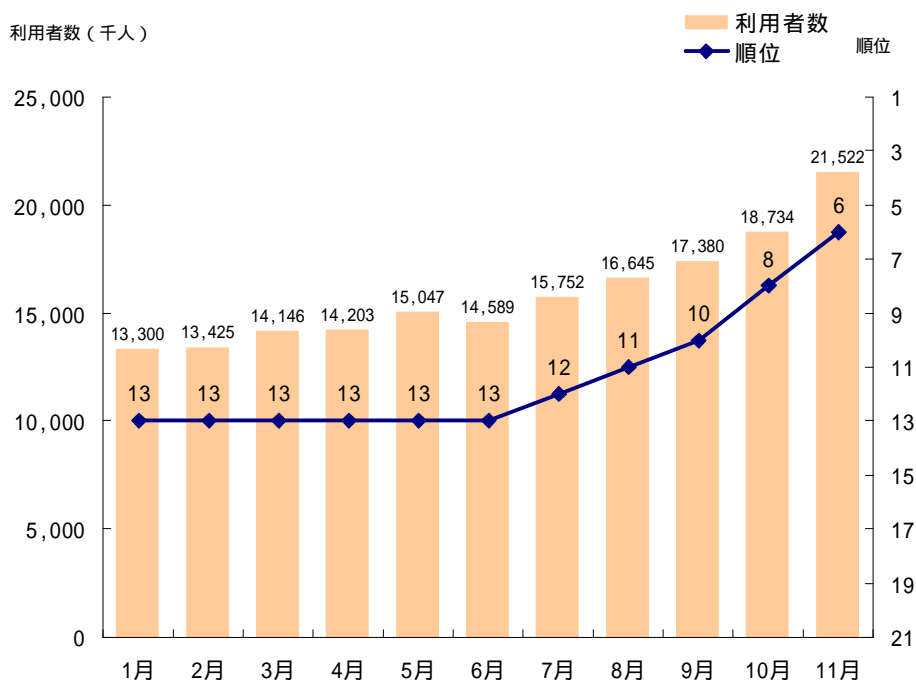
YouTubeの統合でGoogleが6位に上昇 2006年はWeb 2.0の躍進の一年

～「Nielsen//NetRatings」2006年11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11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、企業別集計(プロパティ別集計)において、動画共有サイトYouTubeの企業買収、統合を完了したGoogleが前月から利用者数を279万人増加させ、ランキングでも8位から6位に順位を上げていることがわかりました。Googleは今年に入り非検索系サービスの追加を強化し、じわじわと利用者数を伸ばし、ランクを上昇させてきました。今回のYouTubeの買収により、その効果が一層明確になりました。(図表1)

図表1 Googleプロパティの月間利用数と順位の推移
(家庭のPCからのアクセス)



YouTubeは、年間を通じた高い利用者数の伸び率と、英語でのサービス提供であるにもかかわらず利用率(リーチ%)が全世界を通して日本が最も高いことから、Web of the Year 2006(ソフトバンククリエイティブ社 Yahoo! Internet Guide 誌主催)のネットレイティングス賞を受賞しています。

YouTube に代表されるように、2006 年はまさに Web2.0 躍進の年でした。ネットレイティングスでは、今年を以下のように振り返ります。

「ウィキペディア」利用者が1年で2倍に増加

- Web2.0 の代表的なサイトとして、YouTube と並び wikipedia の急成長が話題を集めました。2006 年 11 月の利用者数は 1,296 万人で、前年同月（594 万人）の 2 倍以上に。「Web of the Year 2006」では、全ノミネートサイトでトップの得票数で「年間総合大賞」を受賞しています。

ブログやSNSなどCGMサイトは安定期に

- ブログやクチコミサイトへのアクセスも着実に利用者やページビュー数が拡大していますが 2005 年に比べるとやや鈍化傾向にあります。SNS では、今年後半に入り、mixi がやや伸び悩んでいる状況ですが、他の SNS が台頭するにはいたっていません。

ポータル・ECのトップサイトのリーチ拡大

- ポータルや EC のトップサイトはこの 1 年でさらに利用率（リーチ）を拡大、Yahoo! JAPAN の 11 月のリーチは 86.2%（前年同月比 2.8 ポイント増）、楽天市場は 45.9%（同 1.6 ポイント増）で、上位サイトへの集中・寡占の傾向は続いています。

新概念のエンターテインメントメディアが勃興

- メディアでは、ORICON STYLE、イザなど新しいコンセプトのニュース・情報サイトの人気が高まりました。ORICON STYLE は独自調査によるランキング、イザは硬軟織り交ぜたニュースやブログなど大手新聞社としては思い切ったサイトづくりが多くユーザーをひきつけました。

スポーツイベント関連は好調、ドラマは不調

- 2 月のトリノオリンピック、6 月のドイツワールドカップ関連サイトが賑わいました。W 杯公式サイトの利用者数は 4 年前開催時の 2.4 倍に。一方、テレビドラマは昨年の「ごくせん」や「電車男」のように、テレビ局サイト全体の利用者数に影響を与えるようなケースはほとんど見られませんでした。

弊社代表取締役社長兼チーフアナリストの萩原雅之は、「2006 年のネットトレンドはまさに『Web2.0』一色でした。インターネット利用動向データでも Web2.0 を代表する Google や YouTube、ウィキペディアなどが実際に大きく利用者数を伸ばしました。一方、対極にあるネットユーザーのニーズの最大公約数を集約する Yahoo! JAPAN、楽天市場などの Mega サイトもさらに利用者数を伸ばしています。今年はネットユーザーのニーズの多様性が認知され始めた年であると考えています。来年はロングテールに分布するネットユーザーのニーズに対応した Mega サイトと Web2.0 サイトの双方の益々の隆盛が期待されます。」と話しています。

【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 (NASDAQ:NTRT <http://www.netratings.com/>) との合併会社として 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](#)、[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4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