

インターネットが第5のマスメディアとして台頭の兆し

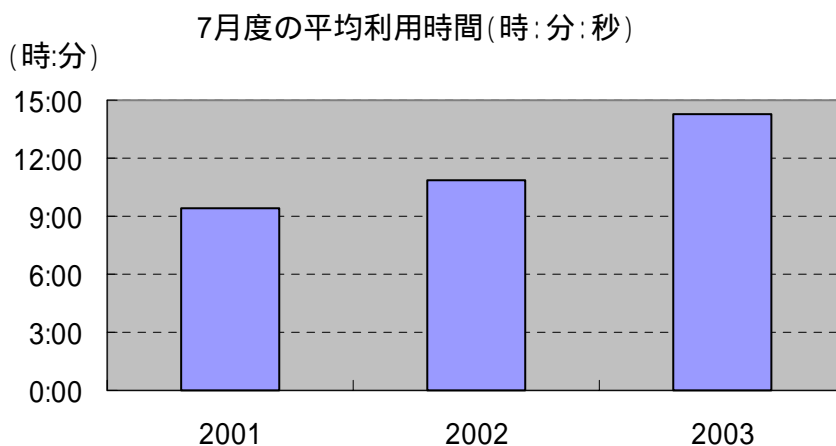
この1年で、ひとりあたりの月間ネット平均利用時間が3時間20分も増加

～ 「Nielsen//NetRatings」 2003年7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、代表取締役社長兼最高執行責任者:萩原雅之)は、2003年7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、家庭におけるインターネット利用者の7月度月間平均利用時間は前年同時期の10時間54分から3時間23分も増えて14時間18分となり、前年に対する増加率は31%でした。2001年7月から2002年7月の増加率は15%でしたので、伸び率では2倍になりました。(図表1)

図表1) 家庭におけるインターネット平均利用時間の推移 (家庭からのアクセス)



	2001年7月	2002年7月	2003年7月
平均利用時間(時:分:秒)	9:27:04	10:54:45	14:18:16
増加率	-	15%	31%

年齢別に平均利用時間をみると、著しく増加したのは60歳以上(前年同月比179%)、2-12歳(同163%)、50代(同150%)、40代(147%)などです。(図表2,3)

この結果について、ネットレイティングス株式会社チーフアナリスト須藤修司は、「昨年まで利用時間が最も長かったのは、いわゆるM1、F1に相当する20-34歳の層でしたが、今回の調査で40代以上やシニア層の利用時間が延びたことが判明し、年齢層における利用時間の格差が縮まりました。」とコメントしています。

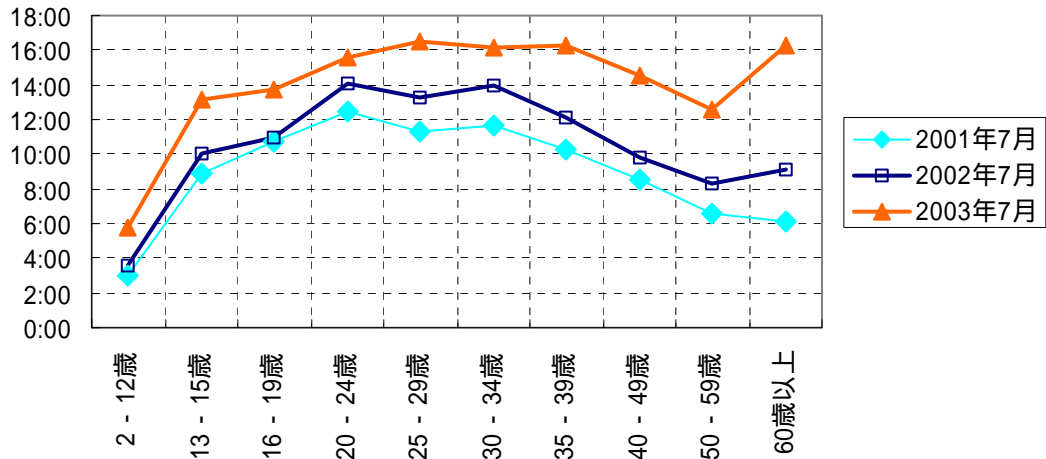
また、利用時間帯別のリーチ(その時間帯に1回でもアクセスした人の割合)でみると、昨年までは20時台から利用が増え、21時台、22時台がピークとなっていました。今年は19時台から立ち上がりを見せ、21時台をピークに、下がっていく傾向にあります。(図表4)この点について同須藤修司は「インターネット利用のピークがテレビのプライムタイムに重なってきています。これはテレビとのながら視聴を含んでいると思われるのですが、一方でインターネット自体がマスメディアとして機能し始め、第5のマスメディアとして台頭し始めたことを意味しています。」とコメントしています。

図表 2) 年齢別に見た平均利用時間 (家庭からのアクセス)

(時:分:秒)

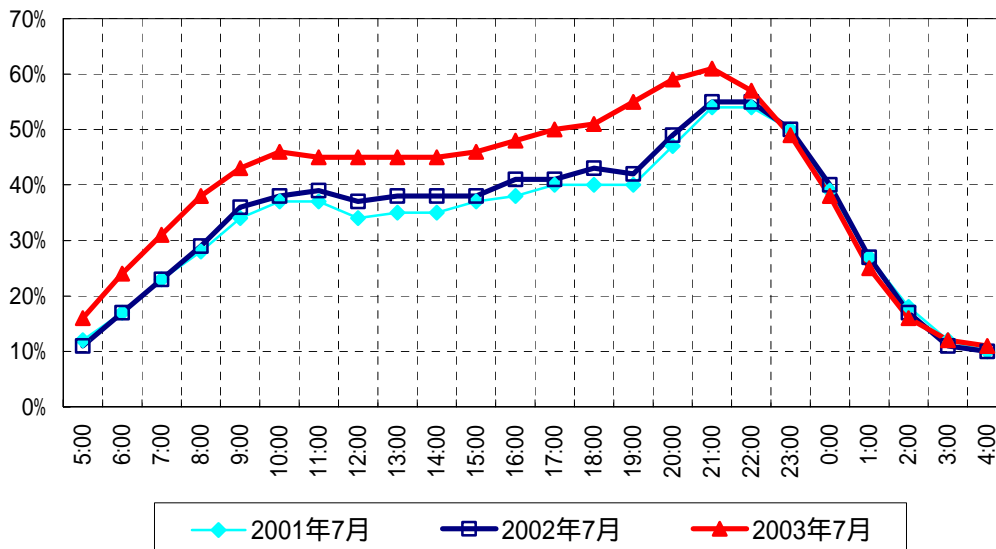
年齢	2001年7月	2002年7月	2003年7月	2002-2003年 同月比
2 - 12 歳	2:59:03	3:33:04	5:47:20	163%
13 - 15 歳	8:56:22	10:03:57	13:11:18	131%
16 - 19 歳	10:45:04	10:57:16	13:43:50	125%
20 - 24 歳	12:27:12	14:04:06	15:34:07	111%
25 - 29 歳	11:21:25	13:18:14	16:31:23	124%
30 - 34 歳	11:39:38	14:00:51	16:06:16	115%
35 - 39 歳	10:12:48	12:08:03	16:15:43	134%
40 - 49 歳	8:32:16	9:50:40	14:30:32	147%
50 - 59 歳	6:31:29	8:21:47	12:33:03	150%
60 歳以上	6:04:44	9:05:22	16:16:01	179%

図表 3) 年齢別月間平均利用時間 (家庭からのアクセス)



図表 4) 時間帯別リーチ(全体)の変化 (家庭からのアクセス)

時間帯別リーチの変化



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7月1日～7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 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7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7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!	22,711	80.94	10,756,158	2:44:55
2	Rakuten	15,657	55.80	1,791,150	0:46:03
3	Nifty	14,658	52.24	844,643	0:26:44
4	MSN	14,325	51.06	1,198,740	0:36:05
5	NEC	12,416	44.25	491,320	0:17:35
6	Microsoft	11,754	41.89	123,592	0:07:29
7	NTT Communications	10,256	36.55	343,024	0:14:46
8	Sony	9,795	34.91	294,204	0:13:47
9	KDDI	8,150	29.05	191,987	0:10:31
10	Asahi Net	7,639	27.23	127,274	0:06:47

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

2) Nielsen//NetRatings: 2003年7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	21,615	77.04	10,146,310	2:40:58
2	nifty.com	13,519	48.19	721,976	0:25:16
3	biglobe.ne.jp	11,890	42.38	445,055	0:16:19
4	microsoft.com	11,727	41.80	122,663	0:07:27
5	geocities.co.jp	10,883	38.79	440,270	0:17:42
6	msn.co.jp	10,333	36.83	494,917	0:19:01
7	ocn.ne.jp	9,934	35.41	323,686	0:13:50
8	infoseek.co.jp	9,811	34.97	518,425	0:19:34
9	msn.com	8,494	30.27	498,963	0:24:31
10	rakuten.co.jp	8,289	29.54	659,702	0:32:45

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7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!	21,572	76.89	12,362,626,676
2	Amazon	19,056	67.92	1,935,930,991
3	Dell Computer	17,228	61.40	412,456,645
4	Nissan Motor	13,957	49.74	244,601,289
5	AIFUL	13,949	49.72	299,236,744
6	Microsoft	12,765	45.49	503,910,635
7	Mobit	12,617	44.97	1,344,557,944
8	O-net	11,630	41.45	187,731,944
9	Hewlett-Packard	11,421	40.71	171,161,668
10	Recruit	11,409	40.67	166,167,355

Nielsen//NetRatings 家庭からのアクセス

4) Nielsen//NetRatings: 2003年7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	21,077	75.12	24,119,017,387
2	geocities.co.jp	10,616	37.84	410,393,103
3	msn.co.jp	9,853	35.12	776,027,101
4	infoseek.co.jp	9,609	34.25	1,183,210,681
5	lycos.co.jp	7,406	26.40	274,888,503
6	nifty.com	5,474	19.51	309,058,892
7	cool.ne.jp	5,285	18.84	216,873,177
8	excite.co.jp	5,223	18.61	299,937,496
9	biglobe.ne.jp	5,126	18.27	219,393,562
10	goo.ne.jp	4,584	16.34	219,281,287

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7月度 インターネット・アベレージ・ユースージ

家庭のPCからのアクセス

	2003年7月	2003年6月	変動率(%)
月平均セッション数	25	24	4.17
月平均訪問ドメイン数	69	67	2.99
月平均ページビュー数	1,475	1,378	7.04
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	58	58	0
月平均利用時間	14:18:16	13:36:12	5.15
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	33:48	34:09	-1.02
月平均ページビュー毎の利用時間	0:35	0:35	0
月平均バナー広告クリック率	0.22	0.20	10.00
月間インターネット利用人口 ^注	28,057,195	26,995,296	3.93
家庭でのインターネット利用可能者数(推定値) ^注	59,203,896	57,563,161	2.85

職場のPCからのアクセス

	2003年7月	2003年6月	変動率(%)
月平均セッション数	58	57	1.75
月平均訪問ドメイン数	101	102	-0.98
月平均ページビュー数	1,891	1,865	1.39
月平均ネットサーフィン毎のページビュー数	33	33	0
月平均利用時間	30:02:54	30:00:47	0.12
月平均ネットサーフィン毎の利用時間	31:03	31:49	-2.41
月平均ページビュー毎の利用時間	0:56	0:58	-3.45
月平均バナー広告クリック率	0.09	0.05	80.00
月間インターネット利用人口^注	8,604,925	8,640,141	-0.41
職場でのインターネット利用可能者数(推定値)^注	10,279,035	10,175,016	1.02

* 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7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)7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)7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)

7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弁会社として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 〒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 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