

第1章 サイト視聴ランキング

ウェブサイト視聴ランキングトップ100 ランキング1位～33位

資料2-1-1 ウェブサイト利用者数ランキング（ドメイン名による）

順位	ドメイン名	ユニークオーディエンス数	リーチ	ページ閲覧 (PV) 数	平均滞在時間/1人	分類
		(万人)	(%)	(万PV)	(時間:分:秒)	
1	yahoo.co.jp	911	65.35	212,167	1:09:25	E
2	nifty.com	472	33.82	14,871	0:13:29	A
3	biglobe.ne.jp	460	32.95	14,153	0:12:08	A
4	geocities.co.jp	444	31.84	24,749	0:21:02	C
5	msn.com	373	26.76	7,341	0:13:19	E
6	dti.ne.jp	359	25.75	6,881	0:07:33	A
7	so-net.ne.jp	322	23.09	7,106	0:08:08	A
8	goo.ne.jp	307	21.98	8,544	0:10:14	E
9	nifty.ne.jp	293	20.98	3,292	0:05:01	A
10	msn.co.jp	293	20.98	8,072	0:14:09	E
11	infoweb.ne.jp	292	20.94	11,765	0:10:27	A
12	ocn.ne.jp	287	20.56	6,433	0:09:13	A
13	freeweb.ne.jp	279	19.97	11,645	0:14:58	A
14	microsoft.com	265	18.97	1,855	0:04:07	D
15	hi-ho.ne.jp	252	18.10	5,299	0:10:03	A
16	lycos.co.jp	249	17.83	5,810	0:07:05	E
17	cool.ne.jp	247	17.72	6,827	0:10:53	A
18	ijj4u.or.jp	246	17.62	4,390	0:07:21	A
19	mbn.or.jp	240	17.24	2,926	0:05:06	A
20	dion.ne.jp	229	16.44	4,113	0:06:58	A
21	odn.ne.jp	225	16.13	3,484	0:06:07	A
22	rakuten.co.jp	223	16.03	13,436	0:23:25	F
23	infoseek.co.jp	220	15.75	6,762	0:09:45	E
24	excite.co.jp	215	15.44	18,051	0:35:56	E
25	sakura.ne.jp	211	15.13	10,699	0:22:07	A
26	interq.or.jp	210	15.09	4,861	0:10:14	A
27	asahi-net.or.jp	210	15.06	2,591	0:04:37	A
28	justnet.ne.jp	196	14.09	2,340	0:05:10	A
29	tcup.com	194	13.88	3,270	0:17:29	C
30	tripod.co.jp	189	13.57	2,721	0:05:23	C
31	plala.or.jp	178	12.77	11,025	0:30:03	A
32	hoops.ne.jp	178	12.74	2,630	0:06:22	A
33	rim.or.jp	176	12.60	1,798	0:03:59	A

(注) 2001年2月における視聴行動分析（家庭からのアクセスを対象）

出所 Nielsen/NetRatings (2001年2月)の調査を元に作成

解説

■月平均7時間36分のアクセス

Nielsen//NetRatingsのホームパネル（家庭からPCを利用したアクセス）から、2001年2月のアクセス結果をドメインのユニークオーディエンス（訪問者数）順に掲載した（資料2-1-1）。

2001年2月のアクセス者のプロフィールは、男性が58%、女性42%であった。年齢別構成を見てみると、2～19歳18%、20～29歳25%、30～39歳26%、40～49

歳20%、50歳以上12%となっている。アクセス者1人当たりの月間平均訪問サイト数は15サイト、平均ページ閲覧（PV）数は788ページ。平均接続時間（月間）は、7時間36分15秒であった。

■ヤフーの独走態勢とまらず

総合ポータルとしての機能充実

2月に訪問者数が最も多かったのはyahoo.co.jp。911万人が訪問しており、その割合は2月のインターネット利用者

1395万人（Nielsen//Netratings調査による）の65%に相当する（リーチ）。見られたページ総数は21億ページ（1人平均233ページ）。1人当たりの平均滞在時間（月間）は1時間9分25秒であった。ヤフーは「サーチエンジン/ポータル」（資料2-1-2のウェブサイト分類参照）に分類されている。ヤフーに続いてランクインしたのはnifty.com、biglobe.ne.jpの順となっている。

ウェブサイト視聴ランキングトップ100 ランキング34位～66位

資料2-1-1(つづき) ウェブサイト利用者数ランキング(ドメイン名による)

P.112より続く

順位	ドメイン名	ユニークオーディエンス数	リーチ	ページ閲覧(PV)数	平均滞在時間/1人	分類
		(万人)	(%)	(万PV)	(時間:分:秒)	
34	isize.com	165	11.84	8,178	0:20:55	I
35	bekkoame.ne.jp	154	11.04	3,804	0:07:18	A
36	big.or.jp	154	11.04	6,811	0:19:05	A
37	www.ne.jp	149	10.70	1,840	0:04:05	A
38	att.ne.jp	145	10.38	1,619	0:04:01	A
39	geocities.com	132	9.45	1,833	0:07:59	C
40	vector.co.jp	123	8.79	2,613	0:08:09	D
41	fresheye.com	123	8.79	1,258	0:02:35	H
42	tok2.com	120	8.62	3,946	0:15:40	C
43	3web.ne.jp	120	8.58	1,209	0:03:42	A
44	freett.com	119	8.55	1,797	0:03:50	A
45	din.or.jp	119	8.52	2,993	0:09:50	A
46	neweb.ne.jp	117	8.38	1,126	0:03:39	A
47	cplaza.ne.jp	116	8.31	2,495	0:07:48	H
48	highway.ne.jp	109	7.82	1,465	0:04:39	A
49	gaiax.com	107	7.65	5,404	0:16:57	A
50	impress.co.jp	105	7.51	1,459	0:08:38	I
51	zaq.ne.jp	102	7.30	2,989	0:08:53	A
52	ntv.co.jp	102	7.30	1,639	0:07:21	B
53	tiki.ne.jp	97	6.92	1,013	0:03:53	A
54	ijinet.or.jp	94	6.75	530	0:02:15	A
55	nhk.or.jp	93	6.65	1,254	0:06:16	B
56	yomiuri.co.jp	90	6.44	1,391	0:08:34	I
57	wakwak.com	90	6.44	1,461	0:07:47	A
58	alles.or.jp	89	6.40	737	0:03:51	A
59	sannet.ne.jp	87	6.27	1,129	0:05:19	A
60	yahoo.com	84	6.02	1,865	0:06:59	E
61	seikyou.ne.jp	82	5.88	894	0:03:50	A
62	virtualave.net	82	5.88	1,273	0:06:02	A
63	otd.co.jp	80	5.75	1,130	0:11:46	A
64	passport.com	80	5.75	900	0:05:47	A
65	airnet.ne.jp	80	5.71	1,334	0:07:18	A
66	tripod.com	80	5.71	659	0:03:31	C

(注) 2001年2月における視聴行動分析(家庭からのアクセスを対象)

出所 Nielsen//NetRatings(2001年2月)の調査を元に作成

解説

第1位のヤフーと第2位のニフティとの差は、極めて大きい。訪問者数で2倍、ページ閲覧数では14倍、滞在時間では5倍強である。2000年5月時点での状況(第1位 yahoo.co.jp、第2位 msn.com)を見ると、1位と2位の差は、訪問者数で1.6倍、ページ閲覧数で4倍、滞在時間で2倍となっていた。この1年でヤフーがますますポータルとしての地歩を固めた事実がうかがえる。

ヤフーの強さが一段と際立つ結果となった背景には、ポータルとしての機能が充実してきたことが考えられる。yahoo.co.jpに含まれるユニークサイトとしてレポートされたサイト数(1%以上のトラフィック)が、昨年の5月には44サイトであったが、2月には71サイトと広がっていることからそれが裏付けられる。ちなみに「ポータル」2位のmsn.comでは、21サイトが挙がっていた。

■上位サイトの寡占状況すすむ

また、上位10サイトが上位100サイトにおける累積訪問者数の28%を占めていることも注目に値する。さらに、上位25サイトの累積訪問者数が占める割合を見ても、こちらは半数を上回る52%と、上位サイトがインターネット人口を囲い込む寡占状況が顕著になっている。

第1章 サイト視聴ランキング

ウェブサイト視聴ランキングトップ100 ランキング67位～100位

資料2-1-1(つづき) ウェブサイト利用者数ランキング(ドメイン名による)

P.112、113より続く

順位	ドメイン名	ユニークオーディエンス数	リーチ	ページ閲覧(PV)数	平均滞在時間/1人	分類
		(万人)	(%)	(万PV)	(時間:分:秒)	
67	nikkei.co.jp	79	5.68	1,981	0:13:59	I
68	aol.com	79	5.64	644	0:04:14	E
69	zdnnet.co.jp	78	5.57	870	0:09:16	I
70	xaxon.ne.jp	77	5.50	808	0:04:10	A
71	nikkansports.com	77	5.50	2,217	0:17:02	G
72	real.com	75	5.40	285	0:02:36	A
73	mag2.com	75	5.37	943	0:04:36	A
74	tbs.co.jp	74	5.33	1,704	0:07:39	B
75	ynot.co.jp	73	5.26	1,355	0:13:32	B
76	pos.to	72	5.19	1,525	0:06:15	A
77	netlaputa.ne.jp	71	5.12	809	0:05:44	A
78	sphere.ne.jp	70	4.98	444	0:02:11	A
79	nikkeibp.co.jp	68	4.85	510	0:05:15	I
80	alpha-net.ne.jp	66	4.74	829	0:05:11	A
81	linkclub.or.jp	66	4.71	560	0:03:37	A
82	fujitv.co.jp	65	4.67	1,337	0:09:01	B
83	jpn.org	65	4.64	1,651	0:08:33	A
84	sony.co.jp	64	4.57	909	0:07:28	D
85	kyoto-inet.or.jp	64	4.57	279	0:02:20	A
86	asahi.com	63	4.50	947	0:12:21	I
87	amazon.co.jp	62	4.43	551	0:03:53	F
88	kakiko.com	59	4.26	1,622	0:04:53	A
89	kcn.ne.jp	59	4.22	901	0:07:12	A
90	netscape.com	58	4.19	522	0:10:33	E
91	nbc.com	58	4.15	516	0:03:27	E
92	jp-bbs.com	56	4.02	990	0:18:28	A
93	mmtr.or.jp	55	3.95	491	0:03:35	A
94	kagoya.net	55	3.91	809	0:04:13	A
95	allnet.ne.jp	54	3.88	626	0:04:20	A
96	urban.ne.jp	54	3.88	426	0:04:21	A
97	biwa.ne.jp	53	3.81	377	0:02:49	A
98	fortunecity.com	52	3.70	263	0:02:21	C
99	vis.ne.jp	51	3.67	1,140	0:07:20	A
100	melma.com	51	3.67	300	0:02:40	H

(注) 2001年2月における視聴行動分析(家庭からのアクセスを対象)

出所 Nielsen/NetRatings(2001年2月)の調査を元に作成

解説

■ISPドメイン内への訪問者が過半数 発展につれ多様化へ

資料2-1-2のように上位100サイトを9つのカテゴリーに分類した場合、「インターネットサービス(ISP)」に分類されるサイト数が61%を占め、次いで、「サーチエンジン/ポータル」が11%、「オンライン・コミュニティー」7%、「ニュースと情報」7%、「エンターテインメント」5%となっている。

「インターネットサービス」の割合が圧倒的に高く、それ以外のカテゴリーサイトが上位100位にあまりランクされていない。「インターネットサービス」が高いのは当然であるが、それ以外のサイト、カテゴリーが少ないのは、インターネット利用がまだ発展段階にあるゆえのことであろう。利用者の意識、利用目的が多様化するにつれて、上位100サイトの顔ぶれも変わってくると思われる。事実、米国で

は、エンターテインメント系のサイトへのアクセス割合が高い。

分類ごとの上位3サイトをまとめたものを資料2-1-3に掲載した。

■伸び率の高い「グリーティングカード」「掲示板」サイト

上位100サイト(2001年2月)の2000年5月におけるユニークオーディエンス数の伸び率を見てみよう(資料2-1-4)。9か月で一番伸びの大きかったサイトは

ウェブサイト視聴ランキングトップ100 カテゴリー別ランキング・伸び率ランキング

資料2-1-2 上位100ウェブサイトの分類とランキング状況

ウェブサイト分類	順位(4区分)別のウェブサイト分類				
	1-25位	26-50位	51-75位	76-100位	1-100位
A インターネットサービス	15	16	14	16	61
B エンターテインメント	-	-	4	1	5
C オンラインコミュニティ	1	4	1	1	7
D コンピュータ&エレクトロニクス	1	1	-	1	3
E サーチエンジン/ポータル	7	-	2	2	11
F ショッピング	1	-	-	1	2
G スポーツ	-	-	1	-	1
H ディレクトリー/分類	-	2	-	1	3
I ニュースと情報	-	2	3	2	7

(注) アダルトサイトは除外

出所 Nielsen/NetRatings (2001年2月)の調査を元に作成

資料2-1-3 上位100ウェブサイトにおけるサイト分類別ランキング・トップ3

分類	第1位			第2位			第3位		
	順位	ドメイン	ユニークオーディエンス数(万人)	順位	ドメイン	ユニークオーディエンス数(万人)	順位	ドメイン	ユニークオーディエンス数(万人)
A インターネットサービス	2	nifty.com	472	3	biglobe.ne.jp	460	6	dti.ne.jp	359
B エンターテインメント	52	ntv.co.jp	102	55	nhk.or.jp	93	74	tbs.co.jp	74
C オンラインコミュニティ	4	geocities.co.jp	444	29	tcup.com	194	30	tripod.co.jp	189
D コンピュータ&エレクトロニクス	14	microsoft.com	265	40	vector.co.jp	123	84	sony.co.jp	64
E サーチエンジン/ポータル	1	yahoo.co.jp	911	5	msn.com	373	8	goo.ne.jp	307
F ショッピング	22	rakuten.co.jp	223	87	amazon.co.jp	62	-	-	-
G スポーツ	71	nikkansports.com	77	-	-	-	-	-	-
H ディレクトリー/分類	41	fresheye.com	123	47	cplaza.ne.jp	116	100	melma.com	51
I ニュースと情報	34	isize.com	165	50	impress.co.jp	105	56	yomiuri.co.jp	90

出所 Nielsen/NetRatings (2001年2月)の調査を元に作成

資料2-1-4 ウェブサイト利用者数の伸び率ランキング

	2001年2月		2000年5月		伸び率	分類
	ユニークオーディエンス(万人)	リーチ(%)	ユニークオーディエンス(万人)	リーチ(%)		
ynot.co.jp	73	5.26	7	0.61	1,012%	B
kakiko.com	59	4.26	10	0.91	506%	A
tok2.com	120	8.62	31	2.83	293%	C
zaq.ne.jp	102	7.3	46	4.24	123%	A
hoops.ne.jp	178	12.74	83	7.73	113%	A
jpn.org	65	4.64	34	3.14	91%	A

出所 Nielsen/NetRatingsの調査を元に作成

解説

ynot.co.jp (グリーティングカード)。7万人から73万人と10倍近い伸びを示していた。次いで6倍に伸びたのがkakiko.com (無料掲示板サービス)で10万人から59万人。また、tok2.com (コミュニティサイト)は、31万人から120万人と4倍の伸びを示していた。

また、zaq.ne.jp (関西の地域情報ポータルサイト)、hoops.ne.jp (無料ホームページ)、jpn.org (さくらインターネ

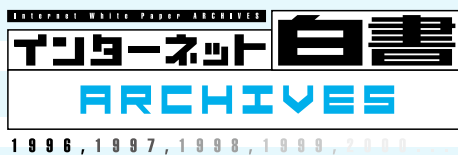
ットのレンタルドメイン)などのサービス系サイトも2倍近い伸び率を示している。

利用者数ランキング上位3サイトの伸び率はそれぞれyahoo.co.jp (伸び率25%)、nifty.com (同34%)、biglobe.ne.jp (同5%)であった。

掲示板などを利用した個別コミュニケーションや、従来のカードよりも魅力的な動きのあるグリーティングカードの交換など、進化したコミュニケーションへとイ

ンターネット利用者の興味・関心が広がっていることの現われと見ることができる。

(石川裕道 ネットレイティングス株式会社)



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp