

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1～33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	平均訪問回数/1人	平均滞在時間/1人	分類
		(万人)	(%)	(万PV)	(回)	(時間:分:秒)	
1	yahoo.co.jp	1,585	69.64	513,861	12.7	1:36:02	C
2	nifty.com	941	41.34	44,284	6.0	0:19:19	C
3	biglobe.ne.jp	857	37.65	29,323	4.9	0:13:37	C
4	microsoft.com	851	37.40	9,611	2.6	0:06:27	D
5	geocities.co.jp	796	34.98	39,823	5.8	0:17:41	C
6	msn.com	733	32.21	22,231	5.6	0:13:41	C
7	infoseek.co.jp	716	31.45	41,460	4.9	0:16:03	C
8	ocn.ne.jp	705	30.96	15,591	4.8	0:08:29	A
9	msn.co.jp	656	28.82	25,612	7.0	0:15:36	C
10	so-net.ne.jp	579	25.44	13,962	4.3	0:08:18	C
11	goo.ne.jp	551	24.20	18,424	4.3	0:12:34	C
12	dti.ne.jp	533	23.41	8,756	3.5	0:05:47	A
13	dion.ne.jp	473	20.76	10,492	4.3	0:09:13	A
14	hi-ho.ne.jp	470	20.65	8,621	3.3	0:07:21	C
15	lycos.co.jp	466	20.48	13,467	3.8	0:11:23	C
16	nifty.ne.jp	463	20.34	5,465	2.8	0:05:48	C
17	rakuten.co.jp	463	20.32	29,580	4.2	0:26:01	E
18	cool.ne.jp	425	18.69	17,095	4.0	0:13:30	C
19	ij4u.or.jp	419	18.41	16,101	5.8	0:12:16	A
20	plala.or.jp	413	18.15	8,495	3.8	0:09:00	A
21	tripod.co.jp	411	18.03	8,168	3.8	0:06:52	C
22	sakura.ne.jp	402	17.65	22,131	4.4	0:14:47	A
23	teacup.com	391	17.20	7,620	8.0	0:19:38	C
24	infoweb.ne.jp	391	17.18	6,984	3.0	0:08:13	C
25	mbn.or.jp	389	17.09	4,285	2.5	0:03:31	C
26	odn.ne.jp	374	16.44	6,269	3.5	0:07:48	C
27	asahi-net.or.jp	369	16.22	5,014	2.6	0:05:28	A
28	interq.or.jp	337	14.80	5,950	3.1	0:06:46	A
29	hoops.ne.jp	333	14.63	4,957	2.9	0:06:07	C
30	justnet.ne.jp	324	14.24	3,892	2.2	0:04:25	A
31	www.ne.jp	307	13.51	4,308	2.5	0:04:52	A
32	excite.co.jp	307	13.49	17,982	3.7	0:15:26	C
33	big.or.jp	282	12.41	11,862	3.2	0:12:50	A

(注) 2002年3月、家庭からのアクセス

出所 Nielsen//NetRatingsの調査を元に作成

解説

■月平均10時間50分のアクセス

Nielsen//NetRatingsのホームパネル(家庭からのPCを利用したアクセス)から、2002年3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)。

2002年3月のアクセス者の内訳は、男性58%、女性42%。年齢別構成では「2-19歳」(20%)、「20-29歳」(20%)、「30-39歳」(25%)、「40-49歳」(20%)、「50歳以上」(15%)となっている。

月平均の訪問ドメイン数は55ドメイン、月平均ページ閲覧数(PV)は1109ページ、月平均のバナー広告クリック率は0.2%。1人あたりの月平均接続時間は、10時間49分56秒であった。

■利用時間の伸びは1時間15分

月平均接続時間はこの1年間で1時間15分伸びている(2001年3月は9時間35分、伸び率15%)。家庭からのインターネット利用者数の伸び率が同期間に46%(Nielsen//NetRatingsの調査)であっ

たことを考えると、利用者の広がりと比較して、利用度合いはさほど深まっていないと言えそうである。また、年齢構成比を同期間で比較すると、構成比率の上昇した年齢層は50歳以上(伸び率12%)で、インターネット利用のコア層である20代の伸び率はマイナス10%となっている。女性の構成比率の伸びは6%であり、家庭でのインターネット利用が、女性や高齢層へと広がっている様子が見える。

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.118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	平均訪問回数/1人	平均滞在時間/1人	分類
		(万人)	(%)	(万PV)	(回)	(時間:分:秒)	
34	wakwak.com	280	12.32	7,448	3.8	0:10:49	A
35	rim.or.jp	275	12.07	3,688	2.8	0:06:53	A
36	cgiboy.com	261	11.48	4,554	4.4	0:06:23	A
37	2ch.net	257	11.29	22,444	8.0	1:22:13	C
38	real.com	251	11.05	1,495	1.6	0:03:47	D
39	isize.com	245	10.77	5,870	2.8	0:11:37	C
40	zaq.ne.jp	234	10.29	2,909	3.1	0:05:17	C
41	passport.com	233	10.22	3,992	6.4	0:04:24	A
42	amazon.co.jp	229	10.04	4,228	2.0	0:08:10	E
43	home.ne.jp	219	9.61	3,649	3.0	0:06:03	C
44	google.com	207	9.11	10,247	5.5	0:12:05	C
45	din.or.jp	205	8.99	4,434	3.0	0:08:48	A
46	arena.ne.jp	205	8.99	2,704	3.2	0:06:09	A
47	impress.co.jp	197	8.66	4,523	3.6	0:11:46	D
48	3web.ne.jp	197	8.65	2,252	2.4	0:04:23	A
49	freett.com	196	8.61	3,027	2.6	0:03:23	C
50	yomiuri.co.jp	195	8.57	2,851	3.7	0:07:49	G
51	tok2.com	192	8.43	3,746	3.0	0:08:42	C
52	vector.co.jp	190	8.34	4,694	2.5	0:09:28	D
53	tiki.ne.jp	189	8.30	1,751	2.1	0:03:04	A
54	att.ne.jp	188	8.24	2,875	2.4	0:05:03	A
55	gaiax.com	186	8.18	8,490	4.4	0:17:32	C
56	otd.co.jp	184	8.09	2,443	5.0	0:10:15	A
57	google.co.jp	184	8.09	11,677	6.6	0:15:41	C
58	tbs.co.jp	182	8.00	4,685	2.3	0:09:12	B
59	nhk.or.jp	181	7.96	3,907	2.1	0:09:16	B
60	windowsmedia.com	179	7.88	1,656	2.6	0:06:29	B
61	uic.to	171	7.51	4,184	5.8	0:12:28	C
62	znet.co.jp	167	7.34	2,338	3.0	0:08:00	D
63	geocities.com	166	7.30	1,382	2.0	0:03:05	C
64	ntv.co.jp	165	7.26	2,821	1.8	0:07:20	B
65	highway.ne.jp	163	7.17	1,470	2.0	0:02:39	A
66	asahi.com	158	6.94	3,900	5.0	0:14:13	G

(注) 2002年3月、家庭からのアクセス

出所 Nielsen/NetRatingsの調査を元に作成

解説

■圧倒的な強さを誇るヤフー

ヤフー (yahoo.co.jp) のユニークオーディエンス数は1585万人。この訪問者数は2002年3月の家庭からのインターネット利用者の70%に相当する圧倒的な割合である。訪問者数の伸び率 (2001年3月結果との比較) は50%と、まさに日本のインターネットの伸びにリンクしている。1人平均の滞在時間 (月間) も1時間36分と、掲載した上位100ドメインの中でも圧倒的に長い。ランキング2位との訪問

者数の差は1.7倍 (2001年3月の結果でも1.7倍の差) と、その強さに変化は見られない。

提供するサービス範囲の広さもヤフーの強さの1つである。構成サイト数を比較しても、2位nifty.comの26サイトに対して、yahoo.co.jpに含まれるサイト数は108サイトと大きな違いがある。また、昨年秋より始まったYahoo! BB (ADSLサービス) でも話題を呼んだ。

サイト訪問者のロイヤリティーを測る

指標の1つ、リテンション率 (前月の訪問者を100%とした再訪問率) を見るとヤフーは66%。訪問者の3分の2が連続して翌月も訪問している。なお、2位nifty.comのリテンション率は67%と、他のISPよりも高い (ocn.ne.jpは59%、dti.ne.jpは54%)。

■上位10サイトの寡占状況変わらず

上位100サイトの累積訪問者数をベースにした上位10サイトの訪問者割合は29%を占める (2001年3月は28%)。上

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67～100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.118、P.119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	平均訪問回数/1人	平均滞在時間/1人	分類
		(万人)	(%)	(万PV)	(回)	(時間:分:秒)	
67	nikkansports.com	157	6.91	5,200	6.0	0:14:52	B
68	cplaza.ne.jp	156	6.86	3,017	2.3	0:12:20	C
69	mainichi.co.jp	156	6.84	1,355	2.3	0:04:20	G
70	bekkoame.ne.jp	152	6.67	2,099	2.4	0:04:56	A
71	fujitv.co.jp	152	6.66	3,757	2.6	0:13:46	B
72	yahoo.com	151	6.62	4,870	3.8	0:13:58	C
73	alpha-net.ne.jp	147	6.47	1,650	2.6	0:05:18	A
74	sannet.ne.jp	146	6.40	1,506	2.7	0:04:01	A
75	aol.com	142	6.23	2,446	3.4	0:08:24	C
76	tosp.co.jp	139	6.11	16,010	4.5	0:14:29	A
77	zero.ad.jp	138	6.05	1,773	2.5	0:06:06	A
78	neweb.ne.jp	131	5.73	1,239	2.1	0:04:07	A
79	nikkei.co.jp	129	5.68	7,495	5.4	0:25:12	G
80	sphere.ne.jp	129	5.67	1,342	1.7	0:02:56	A
81	tv-asahi.co.jp	125	5.51	2,323	1.9	0:07:40	B
82	mag2.com	124	5.43	1,371	2.2	0:03:46	G
83	airnet.ne.jp	123	5.41	1,171	2.6	0:04:17	A
84	alles.or.jp	123	5.41	1,122	2.5	0:03:01	A
85	fukubiki.com	123	5.41	4,284	5.1	0:07:52	E
86	smutserver.com	122	5.38	4,928	4.6	0:11:10	B
87	ziyu.net	120	5.29	1,786	2.8	0:05:09	A
88	linkclub.or.jp	118	5.20	1,349	2.4	0:05:23	A
89	fresheye.com	117	5.13	1,154	2.5	0:03:38	C
90	nikkeibp.co.jp	114	5.01	1,615	2.4	0:10:14	G
91	mapion.co.jp	112	4.93	1,785	1.4	0:06:13	F
92	biwa.ne.jp	112	4.92	2,085	2.6	0:10:44	A
93	livedoor.com	111	4.87	2,280	4.6	0:07:53	C
94	macromedia.com	111	4.87	381	1.2	0:02:00	D
95	melma.com	110	4.84	722	1.8	0:02:53	G
96	xrea.com	109	4.78	3,457	2.6	0:07:12	A
97	kakaku.com	108	4.74	5,266	3.1	0:20:20	E
98	sonymusic.co.jp	103	4.52	1,487	2.1	0:06:17	B
99	pos.to	102	4.49	4,460	3.1	0:16:07	A
100	virtualave.net	102	4.49	1,425	2.5	0:06:30	A

(注) 2002年3月、家庭からのアクセス

出所 Nielsen//NetRatingsの調査を元に作成

解説

位25サイトの割合は52%となっている(2001年3月は52%)。この1年間で上位サイトの寡占状況に変化は見られなかったと言えるだろう。

■71%がポータル、ISP、コミュニティ関連サイト

Nielsen//NetRatingsのカテゴリ分類(資料2-1-2)では、上位100サイトの37%が通信・インターネットサービス、36%がポータル、オンラインコミュニティ関連サイトである。

この1年間の大きな変化として注目しているのは、エンターテインメント関連サイトの伸張だ(『インターネット白書2001』参照)。特に放送局(NHKと民放4社)の訪問者数の伸び率は、この1年間で60~100%となっており、番組内容をサイトでうまく補完していることが原因として推測される。テレビとインターネットの関係がブロードバンドの進展とともにどのようになっているのか、興味深い。

ブロードバンド普及に関連して、スト

リーミングコンテンツを提供するwindowsmedia.comは、この1年間で161%と利用者数が大きく伸びている(資料2-1-4)。最も利用者数が伸びたのはホームページ作成などをサポートするcgiboy.com。いろいろな話題を提供している掲示板「2ちゃんねる」も4倍以上の伸びとなっている。また、ケーブルテレビ利用者の専用インターネットサービスhome.ne.jpや、オンライン書店のamazon.co.jpも3倍近い伸びを見せた。

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 通信、インターネットサービス	6	12	7	12	37
B エンターテインメント	-	-	6	3	9
C ポータル、オンラインコミュニティー	17	9	8	2	36
D エレクトロニクス	1	2	2	1	6
E マルチカテゴリーコマース	1	1	-	2	4
F 旅行	-	-	-	1	1
G ニュースと情報	-	1	2	4	7

(注) アダルトサイトは除外

出所 Nielsen//NetRatings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 通信、インターネットサービス	8	ocn.ne.jp	705	12	dti.ne.jp	533	13	dion.ne.jp	473
B エンターテインメント	58	tbs.co.jp	182	59	nhk.or.jp	181	60	windowsmedia.com	179
C ポータル、オンラインコミュニティー	1	yahoo.co.jp	1,585	2	nifty.com	941	3	biglobe.ne.jp	857
D エレクトロニクス	4	microsoft.com	851	38	real.com	251	47	impress.co.jp	197
E マルチカテゴリーコマース	17	rakuten.co.jp	463	42	amazon.co.jp	229	85	fukubiki.com	123
F 旅行	91	mapion.co.jp	112	-	-	-	-	-	-
G ニュースと情報	50	yomiuri.co.jp	195	66	asahi.com	158	69	mainichi.co.jp	156

出所 Nielsen//NetRatingsの調査を元に作成

資料2-1-4 上位100ウェブサイトにおける利用者数の伸び率が高いサイト

ランキング (2002年3月)	ユニークオーディエンス (万人)			分類	ランキング (2002年3月)	ユニークオーディエンス (万人)			分類
	2001年3月	2002年3月	伸び率			2001年3月	2002年3月	伸び率	
36 cgiboy.com	18	261	1,352%	A	6 1uic.to	57	171	203%	C
87 ziyu.net	15	120	703%	A	7 infoseek.co.jp	244	716	194%	C
37 2ch.net	58	257	342%	C	44 google.com	72	207	186%	C
43 home.ne.jp	56	219	293%	C	76 tosp.co.jp	53	139	164%	A
42 amazon.co.jp	59	229	288%	E	60 windowsmedia.com	69	179	161%	B
46 arena.ne.jp	57	205	258%	A					

出所 Nielsen//NetRatingsの調査を元に作成

解説

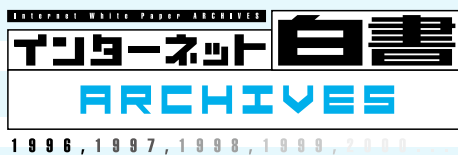
前回の白書で最も利用者の伸び率が大きかったグリーティングカードサイトのynot.co.jpは、今回上位100サイトにはランクインしていない（2002年3月の訪問者数は80万人）。

■重要な個別コミュニケーションの手段

全体としては、オンラインでの商品購入よりも、ホームページやチャット、掲示板など、個別コミュニケーションにウェブを活用する傾向が強まっていることが見てとれる。コミュニケーションをサポート

する安価なサービスやインフラの充実、さらにはISP統合の動きもあり、利用者にとってはより快適な環境が整備されつつある。女性や高齢層の増加からも、インターネットが“必要不可欠なコミュニケーション手段”として定着しつつあることが、この1年の変化と言えるだろう。

(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