

家庭と職場からのアクセスでみる ウェブサイト視聴動向

萩原雅之●ネットレイティングス株式会社

1位はヤフー、ロイヤリティ高いグーグル、総合力の楽天 メディアミックス効果で一般企業サイトへのアクセスが増加

2004年4月における家庭と職場の利用者数（ユニークユーザー）上位25ドメインを挙げた（資料6-1-1）。

ヤフージャパン（yahoo.co.jp）は、家庭、職場ともにリーチ（全利用者数に対するサイト訪問者の割合）が80%前後に達し、長年にわたってトップの座を維持している。利用者1人当たりの訪問頻度でも2位以下に差をつけており、ポータルサイトとしての圧倒的な存在感がゆるぐ気配はないようだ。

職場のリーチは家庭より全体的に高めだが、ランキングには大きな違いはみられない。プロバイダー系ドメインが上位に並ぶのは、契約者向けポータル機能に加えて、そのドメインを用いる個人ホームページへのアクセスもカウントされるためである。その中にあって、楽天（rakuten.co.jp）が家庭・職場ともに7位、アマゾンジャパン（amazon.co.jp）が家庭11位、職場12位とショッピングサイトの定番となっている。

ブロードバンド環境からの利用が中心に

またブロードバンドの普及により、ウェブ視聴行動全体にも変化が見られる。家庭からの利用者数は、2004年に入って3,000万人を超えたが、すでに2,200万人以上がブロードバンド環境からのアクセスと推計される（資料6-1-2）。

ブロードバンドユーザーはサイトへの訪問頻度も多いので、訪問回数ベースのシェアでは9割以上がブロードバンドでの利用というポータルサイトや企業サイトも増えてきた。

またウェブの平均利用時間も増え続けている。かつては、23時以降に利用のピークが見られたが、現在では20時～21時のいわゆる「ゴールデンタイム」の利用者が最も多い。視聴率データから、テレビのように平日と休日、デイトタイムと夜では、人気サイトや視聴者の属性が異なることも実証されるようになり、広告やプロモーションプランに生かされるようになっていく。

総合力を示す「プロパティ」指標とは

日本のネット視聴率はドメイン別に算出されることが多いが、多くの企業がブランド別サイトやキャンペーン目的で複数のドメインを利用するようになり、運営しているドメインをすべてたばねて利用者数などを算出する「プロパティ」指標にも注目が集まっている。これは、いわば運営企業の総合力を図る指標である。

たとえば、ドメインランキングではニフティ（nifty.com）が2位だが、プロパティランキングでは楽天がこの4年間で大幅に上昇し、現在では2位を守っている（p.288資料6-1-3）。

メディアの記事などではヤフーの最大のライバルとして楽天が挙げられることが多い。楽天はこの2、3年で、ライコス、インフォシーク、旅の窓口といった有名サイトを次々に傘下におさめ、共通のポイント制やコンテンツ相互利用の促進施策をとることで、グループとしての総合力を着実に上げている。それがプロパティ指標におけるランキング上昇にも表れているといえるだろう。

検索サイトの動向に注目が集まる

最近のウェブマーケティングでホットなテーマのひとつが検索サイトをめぐる話題である。検索結果で上位に表示させる技術（SEO）や検索リスティング広告の人気によって、企業サイトへの誘導元として、検索サイトの重要性にあらためて注目が集まった。

米国や欧州ではグーグル（Google）が検索のデファクトとなっているが、日本では検索についてもヤフーが多くの利用者数を獲得している。キーワード検索だけではなくディレクトリサービスの利用率が高いのも特徴だ。検索のみでもリーチは60%以上で、MSNサーチやグーグルを大きく上回る（p.288資料6-1-4）。ただし、Googleユーザーのロイヤリティは欧米並みに高く、1人当たりの利用頻度やページビュー数はヤフー検索を上回る。利用者の性年齢構成などにも違いがあり、ユーザー層の特性にあったSEO/SEM（サーチエンジンマーケティング）戦術が必要となる。

企業サイトへのアクセスが増加

最後に主要な業界・分野ごとに有力サイトの上位5ドメインも挙げた（p.289資料6-1-5）

ビール会社やクルマ会社など利用者が100万人を超える企業サイトも珍しくないが、その原動力となっているのは、マスメディア広告とオンライン広告を組み合わせて展開するメディアミックス型キャンペーンである。また家電・AVメーカーサイトへ誘導するカカク・コムなどのユーザーレビュー型コミュニティ、オールアバウトのようなガイド型コミュニティも企業にとっては無視できない存在になりつつある。

職場でも家庭でもヤフーが1位

資料6-1-1 ドメイン別利用者数ランキング（2004年4月の月間データ）

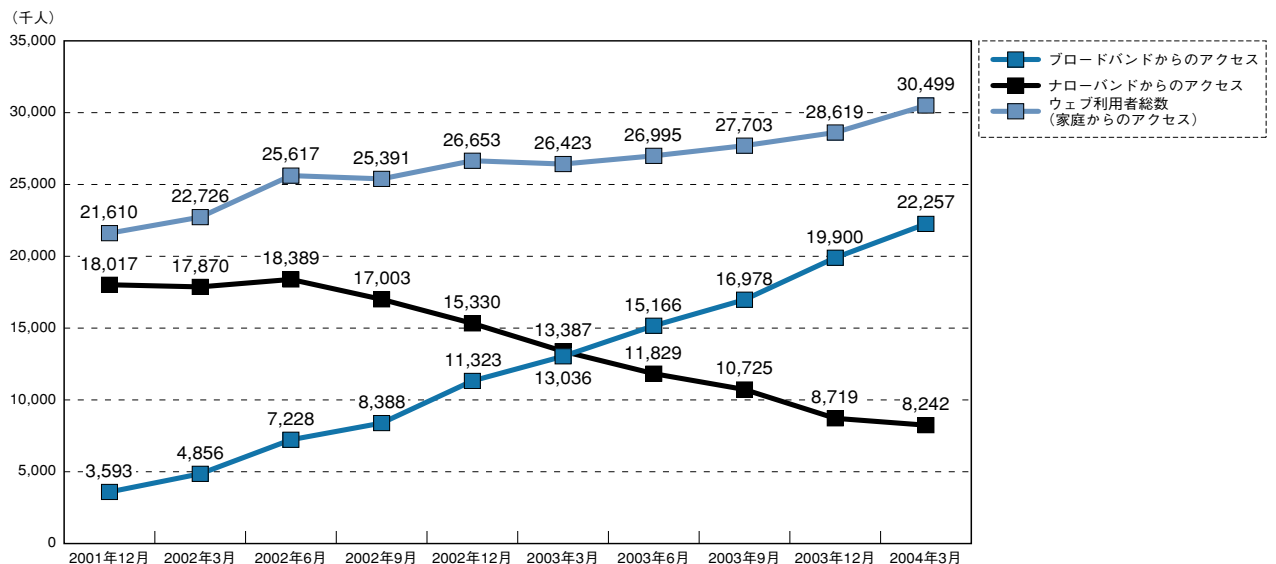
家庭からのアクセス					職場からのアクセス				
順位 (回)	ドメイン	リーチ (%)	利用者数 (千人)	1人当たりの 利用頻度 (回)	順位 (回)	ドメイン	リーチ (%)	利用者数 (千人)	1人当たりの 利用頻度 (回)
1	yahoo.co.jp	78.7	24,228	17.0	1	yahoo.co.jp	83.6	7,199	32.7
2	nifty.com	46.7	14,386	6.7	2	microsoft.com	69.8	6,003	2.7
3	microsoft.com	43.1	13,256	2.2	3	nifty.com	54.6	4,700	5.5
4	msn.co.jp	41.5	12,773	7.5	4	msn.co.jp	53.2	4,580	12.2
5	infoseek.co.jp	40.4	12,447	6.3	5	infoseek.co.jp	50.9	4,377	6.5
6	biglobe.ne.jp	39.2	12,057	5.3	6	biglobe.ne.jp	44.9	3,867	5.1
7	rakuten.co.jp	36.3	11,184	5.4	7	rakuten.co.jp	44.0	3,785	4.7
8	geocities.co.jp	34.3	10,568	5.4	8	geocities.co.jp	43.3	3,727	3.5
9	ocn.ne.jp	33.5	10,320	4.7	9	ocn.ne.jp	41.4	3,559	4.6
10	msn.com	30.8	9,474	6.4	10	msn.com	37.7	3,242	9.9
11	amazon.co.jp	27.3	8,395	3.0	11	google.co.jp	36.3	3,128	13.5
12	so-net.ne.jp	24.5	7,531	4.1	12	amazon.co.jp	35.2	3,027	2.4
13	goo.ne.jp	24.5	7,531	4.4	13	goo.ne.jp	35.0	3,015	6.6
14	dion.ne.jp	23.6	7,269	4.3	14	plala.or.jp	29.0	2,499	2.4
15	geocities.jp	22.6	6,956	4.7	15	dion.ne.jp	26.1	2,242	5.5
16	plala.or.jp	21.6	6,635	4.1	16	impress.co.jp	25.7	2,211	7.4
17	cool.ne.jp	21.2	6,525	3.6	17	geocities.jp	25.3	2,181	3.0
18	windowsmedia.com	18.1	5,569	2.7	18	so-net.ne.jp	25.0	2,149	5.1
19	excite.co.jp	18.0	5,541	4.2	19	asahi.com	24.9	2,143	11.8
20	google.co.jp	18.0	5,537	7.5	20	excite.co.jp	24.9	2,143	6.1
21	2ch.net	17.6	5,408	6.5	21	nikkei.co.jp	24.7	2,127	8.4
22	ij4u.or.jp	16.9	5,197	5.3	22	2ch.net	24.4	2,100	6.6
23	fc2web.com	16.6	5,100	4.3	23	windowsmedia.com	24.1	2,072	2.7
24	sakura.ne.jp	16.6	5,096	4.9	24	yomiuri.co.jp	23.8	2,048	4.9
25	dti.ne.jp	16.4	5,045	3.2	25	vector.co.jp	23.0	1,981	2.5

出所 Nielsen//NetRatings, NetView, 家庭および職場からのアクセス、2004年4月

家庭も職場も利用されている上位のドメインはほとんど変わらない。職場の利用者数は家庭よりも少ないが、1人当たりの利用頻度は高くなっている。また、グーグルのリーチが家庭のほぼ倍になっているほか、20位前後にはアサヒコム、NIKKEI NET、読売オンラインといった新聞社サイトがランクインしているのが特徴である。

ブロードバンド利用者が70%以上

資料6-1-2 実測スピードでみたブロードバンドとナローバンド利用者数の推移（2001年12月-2004年3月）



出所 Nielsen//NetRatings, NetView IMS, 家庭からのアクセス、2001年12月～2004年3月

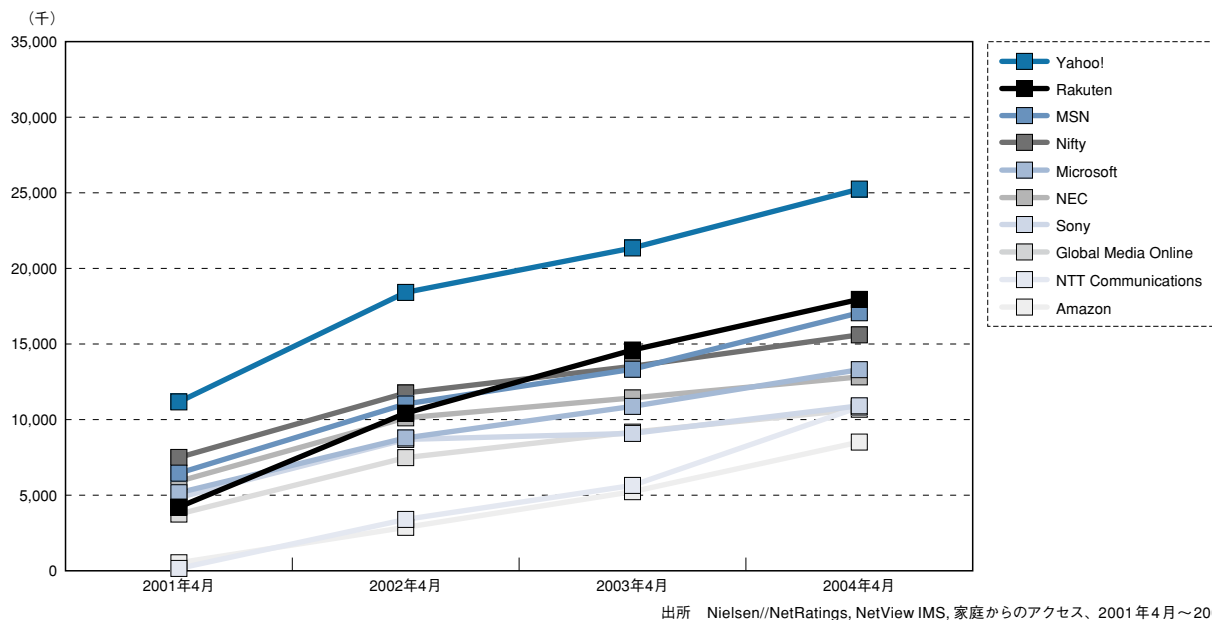
ネットレイティングスではモニター世帯の通信スピードを実測して、自動的にブロードバンド環境であるかどうかを判定している。データ収集を開始した2001年12月時点のブロードバンドユーザーは全体の15%程度にすぎなかったが、2003年春に比率が逆転、その後も直線的に増加し、現在では70%以上を占めている。

インターネット白書／©1996-2012 Impress R&D

家庭と職場からのアクセスでみる ウェブサイト視聴動向

買収で伸びる楽天、GMOとアマゾンも躍進

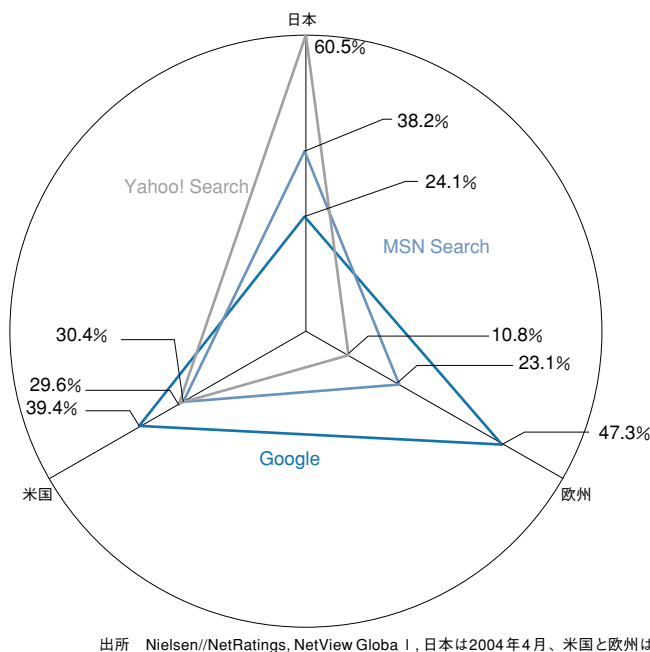
資料6-1-3 主要プロパティの利用者数推移（2001年-2004年、家庭からのアクセス）



掲載したのは、2004年4月の上位10プロパティである。Yahoo! プロパティは3年前からほとんどが yahoo.co.jp と geocities.co.jp のみによるものだが、2倍以上に利用者を増やしている。一方、楽天は3年前には7位だったが、有力サイトの買収で昨年から2位の座をキープしている。GMOやアマゾンの躍進も著しい。

欧米に比べてグーグルの利用率が低い日本

資料6-1-4 Google, MSN Search, Yahoo! Searchの国際比較



日本ではグーグルの利用率が欧米に比べてかなり低く、逆にヤフー検索（キーワードとディレクトリを含む）が群を抜いて高いのが特徴である。日本のヤフー検索の利用者は、欧州全体の利用者をも大きく上回っている（欧州データは、英国、フランス、ドイツなど欧州7か国を対象とする European Index によるもの）。

家庭と職場からのアクセスでみる ウェブサイト視聴動向

100万人以上が訪れる企業サイトもある

資料6-1-5 カテゴリー別の有力サイト（2004年4月の月間データ、家庭からのアクセス）

検索・ポータル		利用者数(千)	リーチ(%)	1人当たりの利用頻度(回)
ヤフー	yahoo.co.jp	24,228	78.7	17.0
M S N	msn.co.jp	12,773	41.5	7.5
インフォシーク	infoseek.co.jp	12,447	40.4	6.3
goo	goo.ne.jp	7,531	24.5	4.4
エキサイト	excite.co.jp	5,541	18.0	4.2
プロバイダー				
ニフティ	nifty.com	14,386	46.7	6.7
ビッグLOB	biglobe.ne.jp	12,057	39.2	5.3
O C N	ocn.ne.jp	10,320	33.5	4.7
So-Net	so-net.ne.jp	7,531	24.5	4.1
D I O N	dion.ne.jp	7,269	23.6	4.3
個人サイト・掲示板				
ジオシティーズ	geocities.co.jp	10,568	34.3	5.4
2ちゃんねる	2ch.net	5,408	17.6	6.5
はてな	hatena.ne.jp	3,037	9.9	2.4
ココログ	cocolog-nifty.com	1,397	4.5	1.7
さるさる日記	diary.ne.jp	1,135	3.7	5.7
オンラインモール				
楽天市場	rakuten.co.jp	11,184	36.3	5.4
アマゾンジャパン	amazon.co.jp	8,395	27.3	3.0
価格コム	kakaku.com	2,403	7.8	3.2
キュリオシティ	curio-city.com	1,374	4.5	1.8
ネットプライス	netprice.co.jp	1,066	3.5	3.2
小売				
ツタヤオンライン	tsutaya.co.jp	1,250	4.1	1.7
ヨドバシどットコム	yodobashi.com	1,241	4.0	2.6
ユニクロ	uniqlo.com	947	3.1	2.2
セブンドリーム・ドットコム	7dream.com	721	2.3	1.4
ビックカメラ	biccamera.com	542	1.8	1.6
通販				
ニッセン	nissen.co.jp	1,231	4.0	2.2
千趣会	bellne.com	933	3.0	2.2
セシール	cecile.co.jp	827	2.7	2.0
オルビス化粧品	orbis.co.jp	501	1.6	1.2
ディノス	dinos.co.jp	372	1.2	1.2
旅行				
じゃらん	jalan.net	2,182	7.1	1.8
旅の窓口	mytrip.net	1,604	5.2	1.9
J T B	jtb.co.jp	1,071	3.5	1.6
るるぶ	rurubu.com	565	1.8	1.4
近畿日本ツーリスト	knt.co.jp	551	1.8	1.4
航空・鉄道				
J A L	jal.co.jp	1,346	4.4	2.3
A N A	ana.co.jp	983	3.2	2.4
J R 東日本	jreast.co.jp	905	2.9	1.7
J R 東海	jr-central.co.jp	524	1.7	1.5
J R 西日本	westjr.co.jp	510	1.7	1.9
銀行				
みずほ銀行	mizuhobank.co.jp	1,176	3.8	3.3
三井住友銀行	smbc.co.jp	721	2.3	3.0
シティバンク銀行	citibank.co.jp	671	2.2	1.9
U F J 銀行	ufjbank.co.jp	611	2.0	3.1
新生銀行	shinseibank.com	469	1.5	4.6
テレビ局				
N H K	nhk.or.jp	3,804	12.4	2.3
T B S	tbs.co.jp	3,147	10.2	2.9
フジテレビ	fujitv.co.jp	2,803	9.1	2.5
テレビ朝日	tv-asahi.co.jp	2,256	7.3	1.8
日本テレビ	ntv.co.jp	2,146	7.0	2.1
新聞社		利用者数(千)	リーチ(%)	1人当たりの利用頻度(回)
読売オンライン	yomiuri.co.jp	3,414	11.1	3.7
M S N 毎日	mainichi-msn.co.jp	2,789	9.1	3.4
アサヒコム	asahi.com	2,472	8.0	6.4
NIKKEI NET	nikkei.co.jp	2,196	7.1	5.2
産経ウェブ	sankei.co.jp	919	3.0	4.1
スポーツ				
サンケイスポーツ	sanspo.com	2,619	8.5	4.0
日刊スポーツ	nikkansports.com	2,205	7.2	6.8
スポニチ	sponichi.co.jp	1,392	4.5	5.0
デイリースポーツ	daily.co.jp	528	1.7	3.0
ゴルフダイジェスト	golfdigest.co.jp	386	1.3	2.8
家電・AV				
ソニー	sony.co.jp	1,608	5.2	6.0
パナソニック	panasonic.jp	855	2.8	1.7
キヤノン	canon.jp	749	2.4	2.0
シャープ	sharp.co.jp	639	2.1	1.5
三菱電機	mitsubishielectric.co.jp	666	2.2	1.3
コンピュータ				
マイクロソフト	microsoft.com	13,256	43.1	2.2
アップル	apple.co.jp	731	2.4	1.5
I B M	ibm.com	657	2.1	1.5
富士通	fujitsu.com	528	1.7	1.3
N E C	nec.co.jp	519	1.7	1.4
ゲーム				
任天堂	nintendo.co.jp	974	3.2	2.3
スクウェア・エニックス	square-enix.co.jp	891	2.9	2.5
プレイステーション	playstation.com	432	1.4	1.5
ポケモン	pokemon.co.jp	423	1.4	1.7
コナミ	konami.co.jp	400	1.3	3.8
飲料・ビール				
サントリー	suntory.co.jp	1,162	3.8	2.0
キリンビール	kirin.co.jp	1,020	3.3	1.7
アサヒビール	asahibeer.co.jp	777	2.5	1.9
サッポロビール	sapporobeer.jp	501	1.6	1.6
アサヒ飲料	asahiinryo.co.jp	322	1.0	1.2
食品・日用品				
花王	kao.co.jp	482	1.6	1.8
資生堂	shiseido.co.jp	363	1.2	1.8
味の素	ajinomoto.co.jp	441	1.4	1.9
ネスレ	nestle.co.jp	381	1.2	1.4
マクドナルド	mcdonalds.co.jp	317	1.0	1.3
政府・官公庁				
日本郵政公社	japanpost.jp	1,976	6.4	2.8
国土交通省	mlit.go.jp	1,038	3.4	1.5
日本道路公社	jhnet.go.jp	924	3.0	1.7
厚生労働省	mhlw.go.jp	689	2.2	1.6
ハローワーク	hellowork.go.jp	639	2.1	4.0
地方自治体				
東京都	metro.tokyo.jp	1,231	4.0	1.5
横浜市	city.yokohama.jp	781	2.5	1.6
大阪府	pref.osaka.jp	414	1.3	1.5
愛知県	pref.aichi.jp	312	1.0	2.3
京都市	city.kyoto.jp	312	1.0	1.6
大学				
慶応大学	keio.ac.jp	625	2.0	1.4
東京大学	u-tokyo.ac.jp	597	1.9	2.2
早稲田大学	waseda.ac.jp	551	1.8	1.9
京都大学	kyoto-u.ac.jp	436	1.4	1.5
名古屋大学	nagoya-u.ac.jp	363	1.2	1.1

出所 Nielsen//NetRatings, NetView AMS, 家庭からのアクセス、2004年4月

ビール会社や食品会社のサイトは、懸賞・プレゼントキャンペーンの有無で利用者数が大きく変動する傾向にある。テレビ局や新聞社サイトは多くのユーザーになじみがあるため、どのサイトも200万人以上を集めるなど人気が高い。ショッピングや旅行などのECサイトもすっかり定着した様子がうかがえる。



[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的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