

ウェブサイト視聴率でみる利用動向

萩原 雅之●ネットレイティングス株式会社

韓流で中高年女性はブロードバンドドラマを長時間視聴 ライブドアとGMO、ブログサイトへのアクセスも伸びる

ECや広告など最近のネットビジネスの好調ぶりは、ネット利用人口と利用時間の伸長に支えられている。2005年3月の家庭におけるウェブサイト利用人口は約3,700万人で前年同月比20%以上の増加、1人当たりの月間利用時間も16時間を超えた。自宅にPCによるネット接続環境がある潜在的な利用可能者数は6,700万人と推計され、中高年齢層を中心に今後もさらに利用者数増加も期待できそうだ。

■ ポータル、ECともに高い成長率を維持

ポータルサイトは検索機能の充実や新メニューの開発にしのぎを削っており、広告収入も好調である。ウェブを第5のマスメディアとみなす考え方も定着している。特に日本で最も多くの利用者を集めるYahoo! JAPAN (yahoo.co.jp) は、家庭での月間利用者数が3,000万人を超える。1人当たり平均利用回数でも群を抜いており、名実ともにナンバーワンの位置にある。ECサイトでは、楽天市場 (rakuten.co.jp) やアマゾン (amazon.co.jp) などは月間1,000万人以上が利用している (資料5-2-1)。

ネットレイティングスは2000年4月に視聴率データサービスを日本で開始した。まだグーグル (Google) やアマゾンも日本に登場していない時代だが、以後5年間の時系列データでみるとネットバブルの時期も含めて一貫した右肩上がりで訪問者数を増やしているのがわかる (資料5-2-2)。

また、最近では業界を問わず、訪問者が100万人を超える企業サイトも珍しくない。積極的なキャンペーン展開に加え、価格コムやECナビといった価格情報・ユーザーレビューなどからのトラフィックも膨大で、消費者の購買行動に直接影響をもつチャネルとして、ブランド戦略やマーケティング戦略でのウェブサイトの重要性は高まる一方だ (p.278資料5-2-3)。

■ 視聴率データからみたライブドアの実力

ネット活用企業の総合力を計る指標として、運営するウェブサイトのドメインを総合して算出するプロパティ分析がある。ここ2、3年はインフォシークや旅の窓口を次々に傘下に収めた楽天がプロパティランクを上げたが、成長率でみた今年の注目株はライブドアとGMO (グローバルメディアオンライン) だろう (p.279資料5-2-4)。

プロ野球近鉄球団経営への参入表明やニッポン放送の株式取得の報道などを通して、ライブドアはいまや最も有名なネット企業となった。ライブドアプロパティの2005年3月の月間利用者は1,170万人、1年で5倍近くに増えている。他社に先駆けて始めたブログサービスや掲示板など買収したさまざまな分野のサービスが貢献しているほか、会社情報や堀江社長日記へのアクセスも急増した。

GMOはコアとなるポータルサイトこそ持たないが、同社が運営するサービスには「クイック・ジェーピー」などの検索ツールや、「JUGEM」などのブログサイト、チャット、懸賞・ポイントサービスなど多くの個人向けサービスサイトを運用しており、プロパティランキングでは、ヤフー、楽天、マイクロソフトに次ぎ4位に上昇している。

ブログサイトは検索結果の上位に並びやすいため、開設者が増えると訪問者もハイペースで増加する。「ライブドアブログ」「楽天広場」「はてなダイアリー」「ココログ」などはいずれも500万人を超え、主要なブログサービスへの訪問者は1,600万人以上と推計される。この膨大なトラフィックをアフィリエイトやECなどと組み合わせたビジネスへの期待も高まっている (p.279資料5-2-5)。

■ エンターテインメントコンテンツの普及期に

そのほかには、2004年夏のアテネオリンピックの公式サイトがYahoo! JAPAN 内に設定され、8月には1か月間で800万人が訪問したことが話題となった (p.280資料5-2-6～7)。

また韓流ブームを反映して、ネット上でも韓国関連サイトが注目を集めた。ペ・ヨンジュン公式サイトにはピーク時で60万人以上が訪問したほか、韓国のテレビドラマを牽引役として中高年女性の間でもストーリーミングコンテンツの利用度が高まり、ブロードバンド環境で長時間ドラマを楽しむ「ブロードラ族」という言葉も生まれたほどだ (p.280資料5-2-8～9)。

2005年に入り、有料音楽配信サイトや映像ストーリーミングサービスの利用者も増えてきた。スポーツ、映画、音楽、ドラマなど本格的なエンターテインメントコンテンツがよいよ本番を迎えそうだ。

Yahoo! JAPANの利用は家庭でも職場でも8割を超える

資料5-2-1 ドメイン別利用者数ランキング（2005年3月の月間データ）

家庭からのアクセス				
順位	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	81.4	30,314	19.2
2	nifty.com	44.2	16,459	6.7
3	infoseek.co.jp	43.1	16,046	6.7
4	rakuten.co.jp	42.2	15,715	6.1
5	biglobe.ne.jp	39.7	14,795	5.6
6	msn.co.jp	39.1	14,542	7.8
7	microsoft.com	39.0	14,505	2.1
8	ocn.ne.jp	35.0	13,013	5.0
9	goo.ne.jp	34.0	12,669	5.6
10	amazon.co.jp	32.9	12,260	3.3
11	geocities.jp	32.6	12,126	5.8
12	geocities.co.jp	27.6	10,257	3.8
13	dion.ne.jp	26.7	9,942	4.4
14	msn.com	25.6	9,521	7.0
15	livedoor.jp	25.4	9,448	6.4
16	google.co.jp	24.1	8,978	8.1
17	so-net.ne.jp	23.1	8,589	4.4
18	excite.co.jp	22.5	8,385	4.7
19	plala.or.jp	22.5	8,364	3.8
20	fc2web.com	21.6	8,033	4.2
21	cool.ne.jp	21.5	7,988	3.6
22	2ch.net	21.4	7,964	5.5
23	fc2.com	18.7	6,979	4.3
24	sakura.ne.jp	18.3	6,827	4.5
25	xrea.com	18.0	6,705	3.7

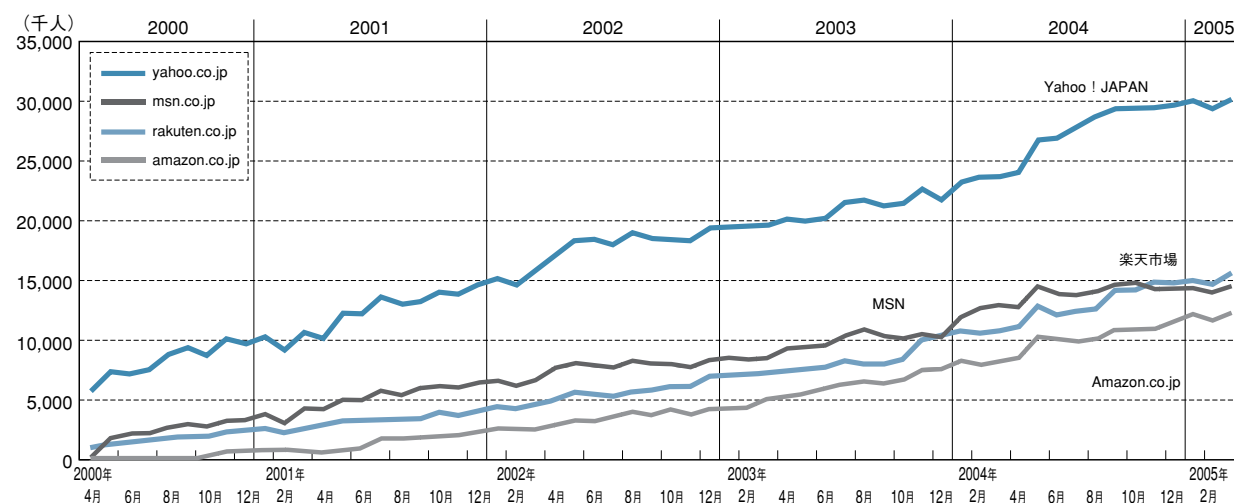
職場からのアクセス				
順位	ドメイン	リーチ (%)	利用者数 (千人)	1人当たりの利用頻度 (回)
1	yahoo.co.jp	86.4	8,146	32.7
2	microsoft.com	60.8	5,734	2.5
3	nifty.com	59.1	5,570	6.4
4	rakuten.co.jp	53.6	5,056	5.9
5	infoseek.co.jp	51.8	4,884	8.3
6	goo.ne.jp	48.7	4,597	8.5
7	msn.co.jp	47.1	4,445	16.1
8	ocn.ne.jp	44.2	4,168	5.3
9	google.co.jp	43.7	4,119	15.0
10	amazon.co.jp	43.0	4,053	4.2
11	biglobe.ne.jp	42.6	4,014	5.4
12	geocities.jp	35.1	3,307	5.2
13	dion.ne.jp	34.3	3,237	5.5
14	excite.co.jp	33.7	3,181	5.6
15	msn.com	32.6	3,070	7.8
16	so-net.ne.jp	31.8	3,003	4.5
17	livedoor.jp	30.6	2,887	8.8
18	yomiuri.co.jp	30.5	2,876	6.5
19	mainichi-msn.co.jp	30.2	2,847	8.3
20	2ch.net	30.1	2,834	7.1
21	asahi.com	30.0	2,830	12.5
22	geocities.co.jp	29.5	2,782	3.7
23	plala.or.jp	29.4	2,770	3.1
24	impress.co.jp	29.1	2,744	5.7
25	hatena.ne.jp	28.6	2,701	3.1

ブログや個人ページへのアクセスも含まれるため、ドメインランキングではポータルサイトやISPサイトが上位に並ぶ傾向にある。家庭でも職場でもランキングにそれほど大きな違いはないが、職場では検索サイトや新聞社サイトのリーチが高く、1人当たりの利用頻度も多いという傾向が見られる。Yahoo! JAPAN (yahoo.co.jp) のリーチは家庭でも職場でも8割を超えている。

出所 Nielsen//NetRatings, NetView, 家庭および職場からのアクセス

ネット人口の伸びを上回る4強の成長

資料5-2-2 主要4ドメインの5年間にわたる利用者数推移



ネットレイティングスには2000年4月以降の視聴率データが蓄積されている。ネット人口の増加を受けて利用者数が増えるのは当然に思えるが、5年間の時系列データでみると同じ業界、同じサービスでも成長の違いは歴然としている。ここに取り上げたYahoo!、MSN、楽天市場、アマゾンといった実力サイトはネット人口の伸びを上回るペースで右肩上がりに利用者を増やしてきた。

出所 Nielsen//NetRatings, NetView, 家庭からのアクセス

ウェブサイト視聴率で みる利用動向

企業サイトもこの1年で利用者数を伸ばす

資料5-2-3 カテゴリー別の有力サイト（2005年3月と2004年3月の月間データ）

■総合ポータル		2005年3月	2004年3月	変化
ヤフー	yahoo.co.jp	30,314	23,869	127%
インフォシーク	infoseek.co.jp	16,046	12,112	132%
MSN	msn.co.jp	14,542	12,916	113%
goo	goo.ne.jp	12,669	8,109	156%
エキサイト	excite.co.jp	8,385	5,581	150%

■ISP		2005年3月	2004年3月	変化
ニフティ	nifty.com	16,459	14,293	115%
ビッグロブ	biglobe.ne.jp	14,795	12,548	118%
OCN	ocn.ne.jp	13,013	10,367	126%
DION	dion.ne.jp	9,942	7,579	131%
So-Net	so-net.ne.jp	8,589	7,459	115%

■情報・コミュニティ		2005年3月	2004年3月	変化
2ちゃんねる	2ch.net	7,964	5,363	148%
はてな	hatena.ne.jp	6,643	2,823	235%
オールアバウト	allabout.co.jp	3,818	2,840	134%
マピオン	mapion.co.jp	3,782	2,635	144%
ぐるなび	gnavi.co.jp	3,463	2,186	158%

■ショッピング		2005年3月	2004年3月	変化
楽天市場	rakuten.co.jp	15,715	10,880	144%
アマゾンジャパン	amazon.co.jp	12,260	8,122	151%
価格コム	kakaku.com	4,010	2,575	156%
ネットプライス	netprice.co.jp	1,263	928	136%
キュリオシティ	curio-city.com	871	1,411	62%

■小売		2005年3月	2004年3月	変化
TSUTAYA	tsutaya.co.jp	1,733	1,471	118%
ヨドバシカメラ	yodobashi.com	1,410	1,125	125%
ユニクロ	uniqlo.com	1,231	659	187%
ビックカメラ	biccamera.com	793	552	144%
無印良品	muji.net	507	282	180%

■通販		2005年3月	2004年3月	変化
ニッセン	nissen.co.jp	1,406	1,099	128%
千趣会	belline.com	1,713	838	204%
セシール	cecile.co.jp	1,079	821	131%
フェリシモ	felinet.com	544	334	163%
ディノス	dinos.co.jp	511	389	131%

■旅行・宿泊予約		2005年3月	2004年3月	変化
じゃらん	jalan.net	2,837	1,809	157%
楽天トラベル	mytrip.net	2,248	1,480	152%
JTB	jtb.co.jp	1,966	1,091	180%
エービーロード	abroad.net	1,308	441	297%
近畿日本ツーリスト	knt.co.jp	789	509	155%

■航空・鉄道		2005年3月	2004年3月	変化
JAL	jal.co.jp	2,105	1,399	150%
ANA	ana.co.jp	1,635	1,026	159%
JR東日本	jreast.co.jp	1,353	971	139%
JR東海	jr-central.co.jp	736	535	138%
JR西日本	westjr.co.jp	658	577	114%

■銀行		2005年3月	2004年3月	変化
みずほ銀行	mizuohobank.co.jp	2,028	1,304	156%
三井住友銀行	smbc.co.jp	1,100	659	167%
UFJ銀行	ufjbank.co.jp	953	607	157%
シティバンク銀行	citibank.co.jp	740	406	182%
東京三菱銀行	btm.co.jp	556	441	126%

■テレビ局		2005年3月	2004年3月	変化
NHK	nhk.or.jp	5,544	3,541	157%
TBS	tbs.co.jp	4,436	3,417	130%
日本テレビ	ntv.co.jp	4,068	2,186	186%
フジテレビ	fujitv.co.jp	3,941	3,105	127%
テレビ朝日	tv-asahi.co.jp	3,508	2,468	142%

■新聞社		2005年3月	2004年3月	変化
読売新聞	yomiuri.co.jp	4,010	3,362	119%
毎日新聞	mainichi-msn.co.jp	3,953	-	-
朝日新聞	asahi.com	2,952	2,339	126%
日本経済新聞	nikkei.co.jp	2,584	2,134	121%
産経新聞	sankei.co.jp	1,153	791	146%

■スポーツ		2005年3月	2004年3月	変化
日刊スポーツ	nikkansports.com	3,782	2,378	159%
サンケイスポーツ	sanspo.com	3,262	2,682	122%
スポニチ	sponichi.co.jp	3,021	1,642	184%
デイリースポーツ	daily.co.jp	928	723	128%
ゴルフダイジェスト	golfdigest.co.jp	429	329	130%

■車		2005年3月	2004年3月	変化
トヨタ自動車	toyota.jp	1,059	-	-
日産自動車	nissan.co.jp	998	1,215	82%
本田技研	honda.co.jp	1,235	744	166%
マツダ	mazda.co.jp	405	235	172%
三菱自動車	mitsubishi-motors.co.jp	221	205	108%

■家電・AV		2005年3月	2004年3月	変化
ソニー	sony.co.jp	2,105	1,600	-
パナソニック	panasonic.jp	1,288	1,103	117%
キャノン	canon.jp	1,137	761	149%
シャープ	sharp.co.jp	867	667	130%
東芝	toshiba.co.jp	691	673	-

■コンピュータ		2005年3月	2004年3月	変化
マイクロソフト	microsoft.com	14,505	13,288	109%
アップル	apple.com	1,652	620	266%
デルコンピュータ	dell.com	1,582	1,210	131%
NEC	nec.co.jp	634	509	125%
富士通	fujitsu.com	544	428	127%

■ゲーム		2005年3月	2004年3月	変化
任天堂	nintendo.co.jp	1,353	1,039	130%
スクウェア・エニックス	square-enix.co.jp	940	1,044	90%
プレイステーション	playstation.com	531	505	105%
カプコン	capcom.co.jp	519	436	119%
コナミ	konami.co.jp	507	419	121%

■飲料・ビール		2005年3月	2004年3月	変化
サントリー	suntory.co.jp	1,840	1,146	161%
麒麟ビール	kirin.co.jp	1,365	864	158%
アサヒビール	asahibeer.co.jp	1,018	594	171%
麒麟ビバレッジ	beverage.co.jp	474	214	221%
サッポロビール	sapporobeer.jp	433	338	128%

■食品・日用品		2005年3月	2004年3月	変化
味の素	ajinomoto.co.jp	732	483	152%
花王	kao.co.jp	589	483	122%
ネスレ	nestle.co.jp	585	359	163%
資生堂	shiseido.co.jp	519	436	119%
森永製菓	morinaga.co.jp	409	214	191%

■政府・官公庁		2005年3月	2004年3月	変化
日本郵政公社	japanpost.jp	3,091	2,151	144%
国税庁	nta.go.jp	1,729	988	175%
国土交通省	mlit.go.jp	1,202	800	150%
厚生労働省	mhlw.go.jp	1,010	740	136%
外務省	mofa.go.jp	552	351	157%

■地方自治体		2005年3月	2004年3月	変化
東京都	metro.tokyo.jp	1,431	1,292	111%
横浜市	city.yokohama.jp	777	671	116%
大阪市	city.osaka.jp	495	282	176%
神奈川県	pref.kanagawa.jp	482	342	141%
愛知県	pref.aichi.jp	466	304	153%

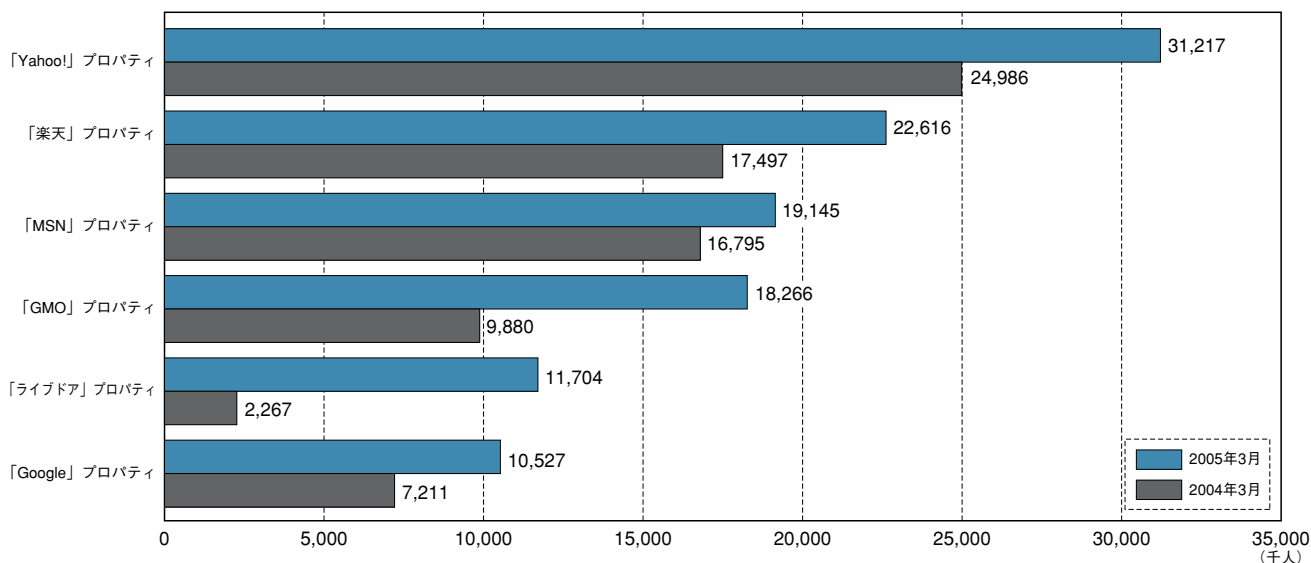
業界を問わず、この1年で利用者数が増えたサイトが多い。カテゴリー別にみると、政府・官公庁、旅行、銀行などの成長率が高く、テレビ局や新聞社サイトは企業サイトに比べても多くの訪問者を集める。車やビールなどの一般企業ではネット上でのキャンペーンが一般化し、その規模や有無によって利用者数が大きく変動する傾向がある。

出所 Nielsen/NetRatings, NetView AMS, 家庭からのアクセス

ウェブサイト視聴率で みる利用動向

ライブドアとGMOグループの成長目立つ

資料5-2-4 主要プロパティが運営するサイトの総利用者数

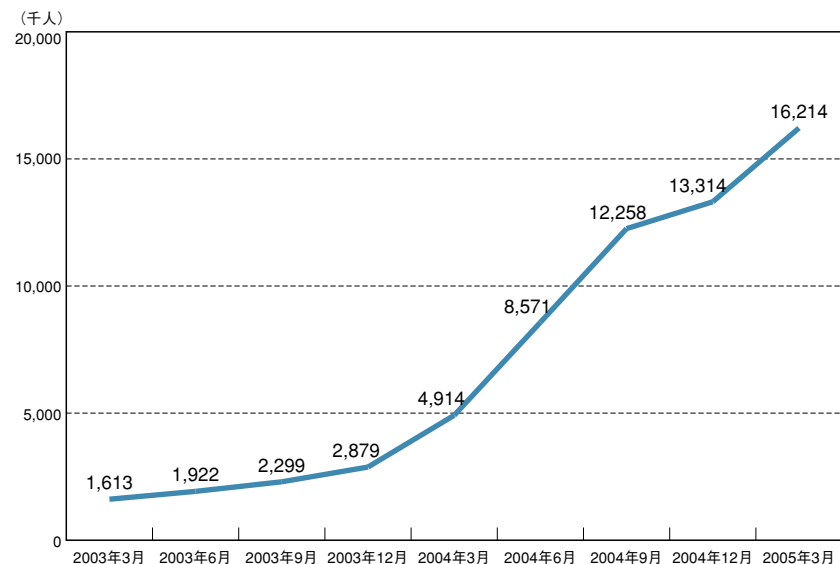


買収によってすでに定評あるサイトを傘下に収めたり、キャンペーン単位で新しいドメインを使うケースも多いのでドメインだけではなくプロパティによる分析を併用することが重要になっている。多くのネット企業が株式市場に上場しているため投資判断材料に使われることも多い。この1年ではGMOとライブドアの成長が群を抜いている。

出所 Nielsen//NetRatings,
NetView, 家庭からのアクセス

ブログサイト訪問者は1位ライブドア、2位楽天

資料5-2-5 主要ブログサイト・ドメインへの訪問者数推移（重複を除いた利用者数）



	2005年3月の訪問者数
livedoor Blog	676万人
楽天広場	671万人
はてなダイアリー	593万人
ココログ@nifty	539万人
JUGEM (じゅげむ)	456万人
excite ブログ	448万人
goo ブログ	444万人
SeeSaa ブログ	375万人
yaplog! (ヤプログ)	239万人
ドリコム ブログ	147万人
Yahoo! ブログ	140万人
OCN ブログ人	110万人
さるさる日記	106万人
エンビツ	105万人
重複を除く利用者数	1,621万人

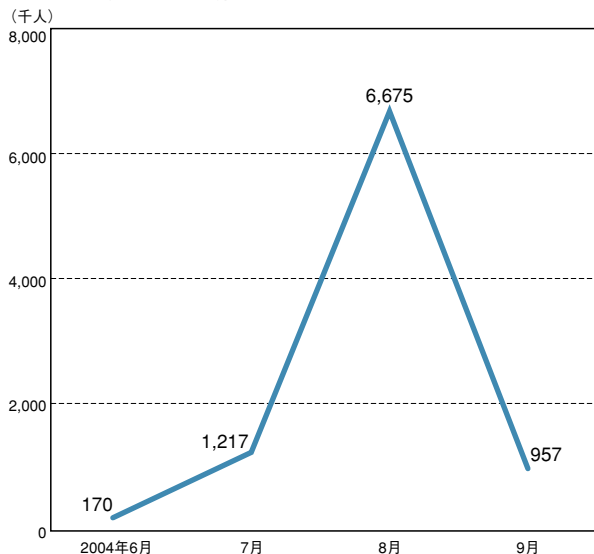
2004年にはポータルやISPが提供していた従来の個人ホームページサービスや、無料の日記レンタルサービスが続々とブログ化することにより、訪問者数が一気に成長した。トラフィックによって他のブログへ誘導しやすいのも増加の理由だろう。上記の汎用的なブログサービスだけではなく独自ドメインで運営されるものもある。

出所 Nielsen//NetRatings,
NetView, 家庭からのアクセス

ウェブサイト視聴率で みる利用動向

アテネ五輪サイトは667万人が利用

資料5-2-6 アテネオリンピック公式サイト
(athens.yahoo.co.jp) の訪問者数推移



オリンピックのような大きなイベントや流行、ヒット商品に関連するサイトはそのブームに連動する形でアクセスが変化する。金メダルラッシュで日本中が最も湧いた8月第3週には、Yahoo!の公式サイトのみでなく主要なポータル、新聞社系サイトの特集ページにもアクセスが集中した。

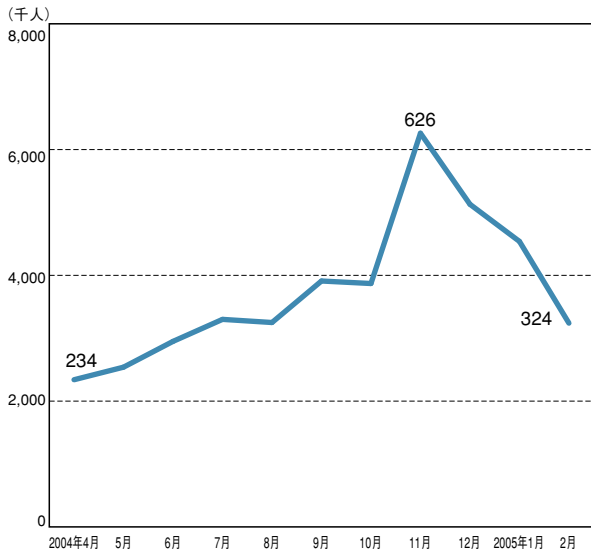
資料5-2-7 主なアテネオリンピック関連サイトへの訪問者数 (2004年8月16日~22日の週間データ)

			訪問者数 (千人)
ポータル	Yahoo! JAPAN アテネオリンピック特集	athens.yahoo.co.jp	4,821
	msn アテネ2004特集	inews.sports.msn.co.jp/athens2004/	470
	Yahoo! JAPAN がんばれニッポン	ganbare-nippon.yahoo.co.jp/	421
	infoseek ニュース アテネ五輪	news.www.infoseek.co.jp/athens2004/	216
	goo アテネオリンピック特集	athens2004.goo.ne.jp	216
	Sports@nifty アテネ五輪	sports.nifty.com/athens2004/	143
スポーツ 新聞系	日刊スポーツ.com アテネ五輪特集	athens2004.nikkansports.com	741
	サンスポ.com アテネ五輪特集	www.sanspo.com/athens2004/	459
	スポニチアネックス アテネ五輪	www.sponichi.co.jp/olympic/	369
	asahi.com アテネ五輪	www2.asahi.com/2004athens/	459
新聞社系	Yomiuri OnLine アテネ2004	www.yomiuri.co.jp/athe2004/	216
	NHK アテネ オリンピックオンライン	www3.nhk.or.jp/olympic/	150
その他	日本オリンピック委員会	www.joc.or.jp	480

出所 Nielsen//NetRatings,
NetView, 家庭からのアクセス

ペ・ヨンジュン公式サイトは60万人がアクセス

資料5-2-8 ペ・ヨンジュン公式サイト (yongjoon.jp)
の訪問者数推移



ペ・ヨンジュン公式サイトやNHK『冬のソナタ』公式サイトなど韓流ブームに関連したサイトでは中高年女性の比率が非常に高いのが特徴。最もネットの利用が遅れていた層を牽引した意義は大きい。またブロードバンドコンテンツ販売においても韓国テレビドラマの人気は高く、こちらも中年女性が購買層の中心である。

資料5-2-9 ペ・ヨンジュン公式サイト訪問者の性・年齢
構成 (2004年11月時点: 62.6万人)

		構成比 (%)	構成比指数
全体		100.0	100.0
性別	男性	28.1	50
	女性	71.9	163
年齢	2-12歳	4.2	51
	13-15歳	2.4	44
	16-19歳	4.2	66
	20-24歳	1.2	20
	25-29歳	4.8	71
	30-34歳	10.8	93
	35-39歳	21.6	153
	40-49歳	38.3	168
	50-59歳	10.8	92
	60歳以上	1.8	26

出所 Nielsen//NetRatings,
NetView, 家庭からのアクセス



[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