

# ウェブサイト視聴率でみる ネットユーザーの行動変化

衣袋宏美 ● 株式会社クロス・フュージョン代表取締役、ネットレイティングス株式会社フェロー

## Google、YouTube、ウィキペディアが続伸、新聞サイトは激戦に 利用時間はブロードバンドが行き渡り頭打ち、企業サイトも踊り場に

ドメインランキングでは、Yahoo! JAPANが2008年3月時点で家庭から約4200万人、職場から約1200万人に利用され、他を大きく引き離してトップを維持している。楽天市場は2位で変わっていない。ブログ系ではFC2が5位から3位に上昇し、アメーバブログも順位を上げた。また、昨年大幅にランクを上げたウィキペディアやYouTube、Googleが今回もランクを上げている(資料1-1-1)。

運営企業(プロパティ)別の集計でも、ヤフーはトップを維持しているだけでなく、2001年以降リーチ(利用者比率)が着実に上昇し、現在では家庭ユーザーの88%にまで達した。YouTubeの買収で昨年5位に急上昇したグーグルプロパティは躍進を続け、楽天を上回り2位となった。一方マイクロソフトプロパティは6.6ポイント減少し、3位から5位に後退した。またウィキメディア財団はプロパティで初のトップ10入りとなった(資料1-1-2)。

### 日本はYahoo!、主要国ではGoogleがトップ

Googleが躍進を続けているとはいえ、日本ではまだYahoo!に手が届くというにはほど遠い。しかし欧米各国などではGoogleがトップであることが常識となっている。特にGoogleが1位でマイクロソフトが僅差で2位というパターンが多い。米国ではこれにYahoo!も加わった三つ巴の戦いとなっている。(資料1-1-3)。日本のブランドでは、gooや@Niftyが2000万人近くを集めているが、これには個人ホームページやブログなどCGM(消費者作成コンテンツ)が貢献している。gooの場合、「gooブログ」と「教えて!goo」の訪問者がそれぞれ約700万人を数え、@Niftyの場合は、個人ホームページへの訪問者は1400万人、ブログ(ココログ)は900万人にのぼる。

検索エンジンに絞ってみると、日米を除いた主要国では、Google Searchが圧倒的な強さをみせており、Yahoo! Searchは大差をつけられている場合がほとんどだ。日本ではYahoo! SearchがGoogle Searchの1.7倍、米国では逆に約半分の水準となっている(資料1-1-4)。

日本のYahoo!の強さは、トップページの集客力と、トップページから検索やニュースへの誘導力にある。さらに

オークションやショッピングなどブランド力があるサービスには固定客が多い。GeocitiesやYahoo! Blogsといった個人のホームページやブログも集積している。Yahoo! MailはGoogleのGmailの10倍の規模だ。Googleが健闘しているのは地図のGoogle Mapsで、訪問者数約600万人と、Yahoo! Mapsの970万人に迫っている(資料1-1-5)。

### MSNとの提携で新聞社サイトの動きが活発

2007年9月でMSNと毎日新聞との提携関係が終了した。翌10月からは産経新聞との提携が始まり、毎日MSNからMSN産経ニュースへの移行が行われた。新たに立ち上がった毎日.jpは、10月時点で月間利用者が500万人弱と、旧毎日MSNの400万人規模を超えるスタートとなった。2008年に入ると、月間利用者は600万人を超え、Yahoo!ニュースからの流入で勢いが出ている(資料1-1-6)。旧毎日MSNの利用者数は下降傾向だったが、MSN産経ニュースは、緩やかながら上昇に転じている。従来はSankei Webが少し離されていた4強の構図だったが、今や5強がひしめく状態になっている。

### 企業サイトも月間100万人のオーダーで踊り場に

インターネット利用者数はまだ増加が続いているが、月平均一人当たりの利用時間は18時間弱で停滞している。これまで平均利用時間が上昇してきたのは、ブロードバンドの普及に伴い、時間を気にせずつながりっぱなしの環境への移行が進んできたからにほかならない。ブロードバンドがほぼ行き渡ってきたここ2年くらいは大きな変化はない。今後は、ほかのメディアとの消費時間の取り合い、ながら視聴、インターネットアプリケーションの利用なども意識していかなければならないだろう(資料1-1-7)。

2006年頃には月間利用者が100万人を超える企業サイトがいくつも出たが、ここにきて利用者数の伸びは鈍化傾向にある。食品・飲料系では、キャンペーンにより利用者数が相当変動する場合もあるが、おおむね横這いとなっている。キャンペーンなどでの変動が少ない家電メーカー系のサイトでは、この2年間の利用者数はほぼフラットだ(資料1-1-8)。

## ■家庭からのアクセスでは、YouTubeが利用者数で対前年同月比1.5倍に

資料1-1-1 ドメイン別利用者数ランキング(2008年3月)

家庭からのアクセス				
順位	ドメイン	リーチ (%)	利用者数 (千人)	一人当たりの利用頻度 (回)
1	yahoo.co.jp	86.8	42,199	20.0
2	rakuten.co.jp	44.6	21,705	7.2
3	fc2.com	42.8	20,806	7.3
4	goo.ne.jp	40.1	19,496	6.0
5	google.co.jp	37.8	18,369	9.2
6	wikipedia.org	37.8	18,364	3.6
7	nifty.com	36.4	17,699	5.0
8	youtube.com	34.9	16,994	5.6
9	biglobe.ne.jp	30.9	15,003	5.4
10	amazon.co.jp	29.5	14,323	3.5
11	geocities.jp	29.0	14,079	4.1
12	livedoor.jp	28.5	13,881	5.5
13	infoseek.co.jp	27.8	13,523	5.7
14	ocn.ne.jp	27.8	13,513	4.4
15	microsoft.com	27.5	13,355	2.1
16	google.com	26.0	12,635	5.3
17	msn.com	24.4	11,875	7.5
18	ameblo.jp	22.9	11,130	5.2
19	hatena.ne.jp	19.8	9,616	2.9
20	so-net.ne.jp	19.8	9,611	3.8
21	2ch.net	19.7	9,601	5.6
22	dion.ne.jp	18.9	9,214	2.8
23	sakura.ne.jp	18.5	8,996	4.4
24	livedoor.com	18.1	8,792	3.0
25	seesaa.net	18.1	8,777	3.6

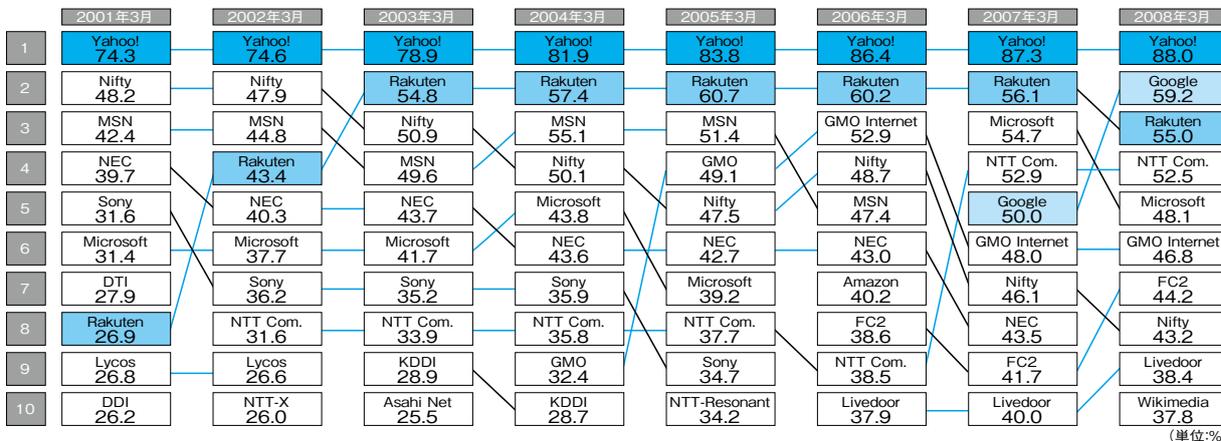
職場からのアクセス				
順位	ドメイン	リーチ (%)	利用者数 (千人)	一人当たりの利用頻度 (回)
1	yahoo.co.jp	87.6	11,698	34.3
2	wikipedia.org	58.8	7,850	3.8
3	google.co.jp	56.0	7,469	17.2
4	rakuten.co.jp	55.5	7,403	9.6
5	goo.ne.jp	52.0	6,947	8.6
6	microsoft.com	51.8	6,920	2.6
7	fc2.com	50.8	6,774	5.8
8	nifty.com	46.1	6,154	5.4
9	biglobe.ne.jp	42.5	5,674	3.2
10	msn.com	41.2	5,501	13.2
11	amazon.co.jp	40.2	5,361	3.2
12	google.com	39.2	5,229	11.9
13	ocn.ne.jp	38.0	5,071	4.8
14	infoseek.co.jp	36.8	4,905	9.5
15	geocities.jp	36.4	4,863	3.7
16	youtube.com	36.0	4,799	4.6
17	livedoor.jp	34.7	4,635	4.6
18	hatena.ne.jp	30.9	4,123	2.7
19	2ch.net	29.7	3,969	3.5
20	dion.ne.jp	29.3	3,905	3.2
21	mainichi.jp	28.4	3,788	3.4
22	livedoor.com	27.5	3,674	3.7
23	plala.or.jp	25.7	3,428	3.2
24	nikkeibp.co.jp	25.6	3,413	3.8
25	iza.ne.jp	24.8	3,313	3.3

出所 Nielsen//Online

家庭からのアクセスでは、Yahoo!JAPAN (yahoo.co.jp)、楽天市場 (rakuten.co.jp) のトップ2ドメインは昨年と変わらず。ブログ系ではFC 2が5位から3位に上昇し、アメーバブログ (ameblo.jp) も順位を上げた。また、昨年に続いてGoogle (google.co.jp) とYouTube (youtube.com)、ウィキペディア (wikipedia.org) が大幅にリーチを増やしてトップ10入りした。

## ■ヤフーは圧倒的なトップを維持、グーグルが2位に躍進

資料1-1-2 プロパティによる利用率ランキングの推移(2001年3月～2008年3月、家庭からのアクセス、数字は利用率(%))



出所 Nielsen//Online

プロパティはサイト運営企業単位の集計。トップのヤフー (Yahoo!) は毎年リーチを伸ばし続け、2008年3月には88.0%に達した。YouTubeの買収で昨年5位に急上昇したグーグルプロパティは躍進を続け、楽天を上回り2位となった。マイクロソフトプロパティは6.6ポイント減少し、3位から5位に後退した。ウィキメディア財団がプロパティで初のトップ10入りとなった。

## ウェブサイト視聴率でみる ネットユーザーの行動変化

### ■ 日本でのYahoo!の強さは世界でも際立つ

資料1-1-3 各国のブランド別利用状況(利用者数上位5ブランド、2008年3月、家庭からのアクセス)

日本		
順位	ブランド	利用者数(千人)
1	Yahoo!	42,655
2	Google	23,035
3	Rakuten	21,094
4	goo	19,143
5	@nifty	18,086

米国		
順位	ブランド	利用者数(千人)
1	Google	100,449
2	Yahoo!	95,526
3	MSN/Windows Live	75,388
4	Microsoft	75,253
5	AOL Media Network	72,677

英国		
順位	ブランド	利用者数(千人)
1	Google	21,776
2	MSN/Windows Live	17,839
3	Microsoft	14,681
4	BBC	12,958
5	Yahoo!	12,492

フランス		
順位	ブランド	利用者数(千人)
1	Google	21,289
2	MSN/Windows Live	16,934
3	Microsoft	14,659
4	Orange	13,549
5	Free	13,085

ドイツ		
順位	ブランド	利用者数(千人)
1	Google	27,918
2	Microsoft	18,535
3	eBay	18,183
4	T-Online	13,264
5	AOL Media Network	12,998

イタリア		
順位	ブランド	利用者数(千人)
1	Google	15,600
2	MSN/Windows Live	12,145
3	Microsoft	10,408
4	Yahoo!	8,303
5	Virgilio	7,802

スペイン		
順位	ブランド	利用者数(千人)
1	Google	13,320
2	MSN/Windows Live	11,937
3	Microsoft	8,866
4	YouTube	6,668
5	Yahoo!	5,654

オーストラリア		
順位	ブランド	利用者数(千人)
1	Google	9,026
2	NineMSN/MSN	7,552
3	Microsoft	6,130
4	Yahoo!7	4,936
5	eBay	4,366

ブラジル		
順位	ブランド	利用者数(千人)
1	Google	20,045
2	MSN/Windows Live	18,776
3	Orkut	15,962
4	UOL	14,958
5	Microsoft	14,425

出所 各国のNielsen//Online、日本のAMS-PCV(ポータル・コンテンツ・ビュー)のデータによる

日本ではGoogleの追い上げはあるものの、Yahoo!が圧倒的な強さを誇っている。一方、世界の各国では、Googleが1位でマイクロソフトが僅差で2位というパターンが多い。米国ではこれにYahoo!も加わった三つ巴の戦いとなっている。

資料1-1-4 各国の検索エンジン利用状況(利用者数上位5ブランド、2008年3月、家庭からのアクセス)

日本		
順位	検索サービス	利用者数(千人)
1	Yahoo! Search	32,935
2	Google Search	19,843
3	MSN/Windows Live Search	6,901
4	JWord Search	4,945
5	goo Web Search	2,954

米国		
順位	検索サービス	利用者数(千人)
1	Google Search	92,743
2	Yahoo! Search	45,183
3	MSN/Windows Live Search	27,009
4	Google Image Search	23,189
5	AOL Search	17,500

英国		
順位	検索サービス	利用者数(千人)
1	Google Search	20,627
2	Google Image Search	5,718
3	MSN/Windows Live Search	5,271
4	Ask.com	4,996
5	Yahoo! Search	4,011

フランス		
順位	検索サービス	利用者数(千人)
1	Google Search	20,799
2	Google Image Search	6,780
3	Voila Search	4,939
4	MSN/Windows Live Search	4,651
5	Yahoo! Search	3,213

ドイツ		
順位	検索サービス	利用者数(千人)
1	Google Search	26,728
2	Google Image Search	7,221
3	MSN/Windows Live Search	4,169
4	T-Online Suche	3,453
5	Ask.com	3,163

イタリア		
順位	検索サービス	利用者数(千人)
1	Google Search	14,986
2	Google Image Search	4,685
3	MSN/Windows Live Search	2,953
4	Virgilio Ricerca	2,092
5	Yahoo! Search	1,690

スペイン		
順位	検索サービス	利用者数(千人)
1	Google Search	12,953
2	Google Image Search	3,878
3	MSN/Windows Live Search	2,811
4	Yahoo! Search	1,155
5	Ask.com	839

オーストラリア		
順位	検索サービス	利用者数(千人)
1	Google Search	8,739
2	NineMSN Search	2,867
3	Google Image Search	2,461
4	Yahoo!7 Search	1,241
5	My Web Search	382

ブラジル		
順位	検索サービス	利用者数(千人)
1	Google Search	17,667
2	Google Image Search	7,005
3	UOL Busca	5,412
4	MSN/Windows Live Search	5,329
5	Yahoo! Search	2,832

出所 各国のNielsen//Online、日本のAMS-PCV(ポータル・コンテンツ・ビュー)のデータによる

検索エンジンに絞って主要各国を比較してみると、日米を除けば、Google Searchが圧倒的な強さをみせており、Yahoo! Searchは大差をつけられている場合がほとんどだ。日本ではYahoo! SearchのほうがGoogle Searchの1.7倍と、主要国の中で唯一Yahoo! Searchがトップ。米国ではYahoo! SearchがGoogle Searchの約半分の水準だが、ほかの国と比べれば健闘しているほうだ。

## ■利用者500万人を超えるサービスの数は、Googleが2に対してYahoo!は16

資料1-1-5 Yahoo! JAPANとGoogleの各サービス利用者数(2008年3月、家庭からのアクセス)

Yahoo! JAPAN		
順位	チャンネル	利用者数(千人)
1	Yahoo! JAPAN Top	34,901
2	Yahoo! Search	32,935
3	Yahoo! News	22,574
4	Yahoo! Geocities	15,966
5	Yahoo! Auction	15,842
6	Yahoo! Knowledge-Search	12,615
7	Yahoo! Shopping	12,421
8	Yahoo! Mail	12,233
9	Yahoo! Blogs	10,937
10	Yahoo! Maps	9,651
11	Yahoo! Weather	8,812
12	Yahoo! Sports	8,033
13	Yahoo! Streaming	6,558
14	Yahoo! Transit	6,513
15	Yahoo! Category	6,439
16	Yahoo! Netallica	5,401
17	Yahoo! Music	4,354
18	Yahoo! Gourmet	4,265
19	Yahoo! Travel	4,175
20	Yahoo! TV	4,106
21	Yahoo! Rikunabi	3,947
22	Yahoo! BB	3,689
23	Yahoo! Finance	3,679
24	Yahoo! Games	3,535
25	MY Yahoo!	3,391

Yahoo! JAPAN		
順位	チャンネル	利用者数(千人)
26	Yahoo! Dictionary	3,192
27	Yahoo! Message Boards	3,133
28	Yahoo! Movies	3,103
29	Yahoo! Kids	2,755
30	Yahoo! Local	2,403
31	Yahoo! Research	2,358
32	Yahoo! ID Entry	2,338
33	Yahoo! Address Book	2,130
34	Yahoo! FortuneTelling	1,926
35	Yahoo! Healthcare	1,797
36	Yahoo! Profile	1,787
37	Yahoo! Payment	1,767
38	Yahoo! Phone Book	1,728
39	Yahoo! Books	1,708
40	Yahoo! Wallet	1,673
41	Yahoo! Blog-Search	1,539
42	Yahoo! Calendar	1,484
43	Yahoo! Autos	1,345
44	Yahoo! Certification	1,172
45	Yahoo! Product-Search	1,157
46	Yahoo! Photos	1,132
47	Yahoo! Beauty	1,122
48	Yahoo! Searchranking	1,102
49	Yahoo! Point	1,023
50	Yahoo! Premium	973

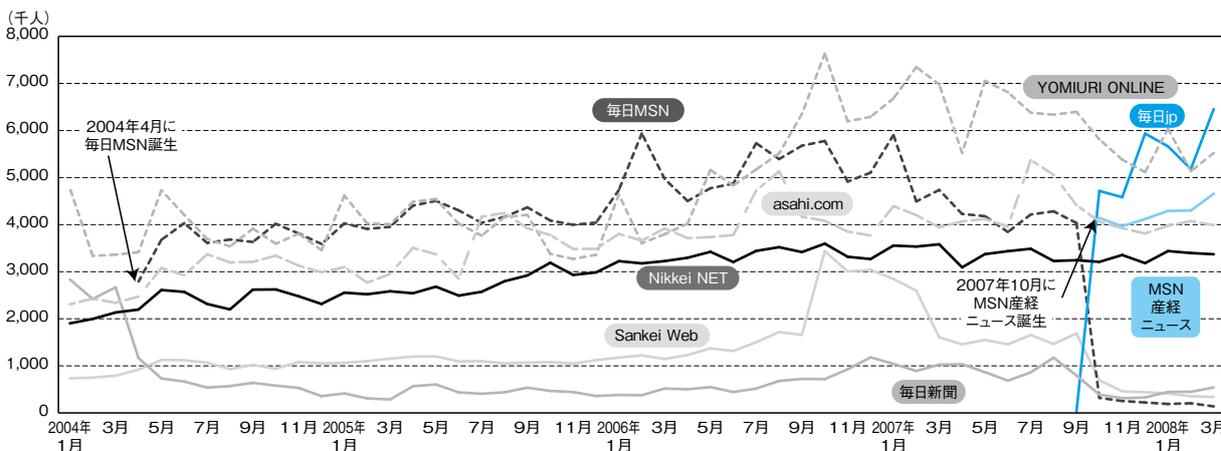
Google		
順位	チャンネル	利用者数(千人)
1	Google Search	19,843
2	Google Maps	5,933
3	Google Account	2,145
4	Google Image Search	1,981
5	Google News	1,797
6	iGoogle	1,316
7	Google Gmail	1,102
8	Google Earth	765
9	Google Translation	655
10	Google Desktop	516
11	Google Toolbar	357
12	Google Groups	343
13	Google Transit	298
14	Google Video	283
15	Google Pack	248

出所 日本のAMS-PCV(ポータル・コンテンツ・ビュー)のデータによる

Yahoo! JAPANは月間利用者数が1000万人を超えるチャンネルを9つも持ち、各サービスでもトップクラスのシェアとなっている。トップページの集客力と、トップページから検索やニュースへの誘導力は大きく、さらにオークションやショッピングなどブランド力があるサービスには固定客が多い。GeocitiesやYahoo! Blogsといった個人のホームページやブログも集積している。一方Googleは、月間利用者500万人を超えるサービスはまだ2つしかない。

## ■MSNとの提携関係が終了した毎日新聞の毎日.jpが好調

資料1-1-6 新聞社サイトの利用者数の推移(2004年1月~2008年3月、家庭からのアクセス)



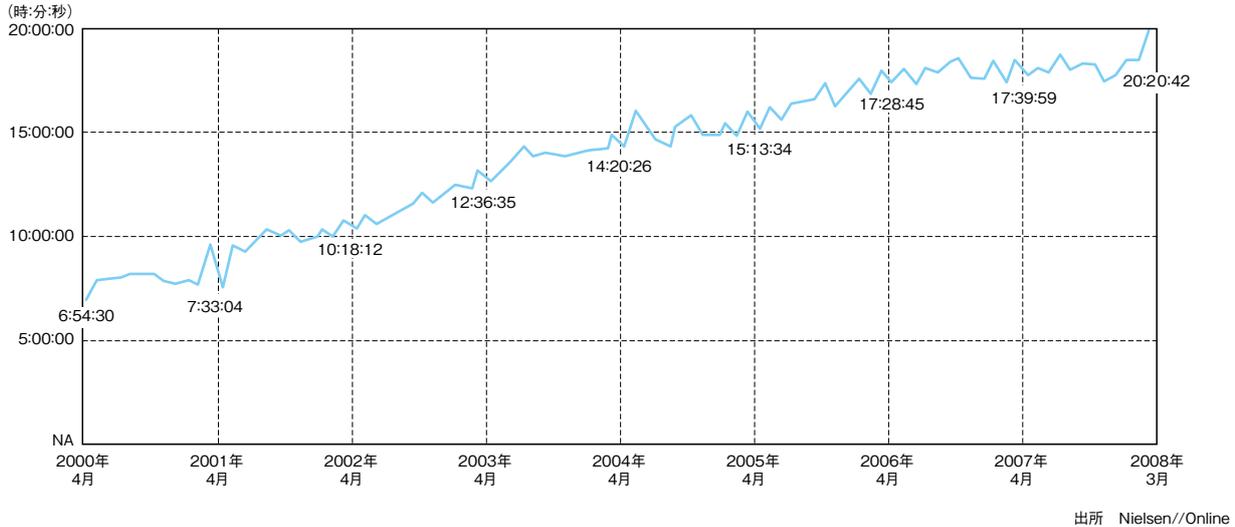
出所 Nielsen//Online

MSNは3年半にわたる毎日新聞との提携に終止符を打ち、2007年10月からは産経新聞と提携関係になった。MSN産経ニュースは月間利用者数が400万人と、旧毎日MSNと同等の利用者数でスタートした。一方、提携関係が切れた毎日新聞は新たに毎日.jpを立ち上げ、10月に月間利用者数が500万人弱と上々のスタートを切った。その後Yahoo!ニュースからの流入も好調で、月間利用者数600万人を突破している。

## ウェブサイト視聴率でみる ネットユーザーの行動変化

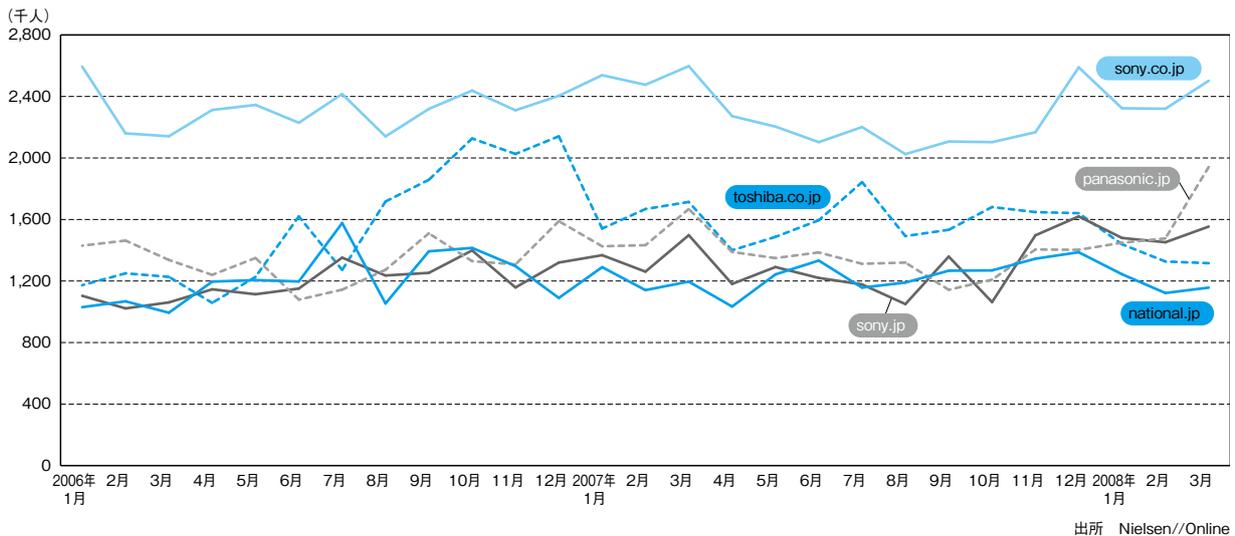
### ■ 利用時間はブロードバンドが行き渡り頭打ち、企業サイトも踊り場に

資料 1-1-7 月平均一人当たり利用時間の推移(2000年4月～2008年3月、家庭からのアクセス)



月平均一人当たりの利用時間は18時間弱で停滞している。これまで平均利用時間が上昇してきたのは、ブロードバンドの普及に伴い、時間を気にせずつなざばなしの環境への移行が進んできたからだ。ブロードバンド利用者の月平均一人当たり利用時間はおよそ17時間～19時間、非ブロードバンド利用者のそれはおよそ7時間～8時間で過去から一定である。

資料 1-1-8 主要家電メーカー系サイトの利用者数の推移(2006年1月～2008年3月、家庭からのアクセス)



2006年頃には月間の利用者が100万人を超える企業サイトがいくつも出てきたが、ここにきて利用者数の伸びは鈍化傾向にある。食品・飲料系サイトなどでは、キャンペーンによって利用者数が相当変動するケースもあるが、ならしてみるとおおむね利用者数はこの2年くらい横這いとなっている。キャンペーンなどでの変動が少ない家電メーカー系のサイトでは、上図のとおりこの2年間ほぼフラットである。

## ■映像・音楽の伸び率が大きく、小売や通販、食品・日用品などが好調

資料1-1-9 カテゴリー別有力サイトの利用者数(2008年3月と2007年3月の比較、家庭からのアクセス)

■総合ポータル	2008年3月	2007年3月	変化
ヤフー yahoo.co.jp	42,199	39,308	107%
Goog goo.ne.jp	19,496	18,233	107%
MSN msn.com など	16,810	17,915	94%
インフォシーク infoseek.co.jp	13,523	15,734	86%
エキサイト excite.co.jp	6,896	7,898	87%

■ISP	2008年3月	2007年3月	変化
ニフティ nifty.com	17,699	18,961	93%
ビッグLOBE biglobe.ne.jp	15,003	16,606	90%
OCN ocn.ne.jp	13,513	14,723	92%
So-Net so-net.ne.jp	9,611	10,079	95%
DI ON dion.ne.jp	9,214	10,771	86%

■情報・コミュニティ	2008年3月	2007年3月	変化
はてな hatena.ne.jp	9,616	9,037	106%
2ちゃんねる 2ch.net	9,601	9,027	106%
オールアウト allabout.co.jp	6,355	5,209	122%
ミクシィ mixi.jp	6,091	5,773	106%
ぐるなび gnavi.co.jp	4,960	4,259	116%

■ショッピング	2008年3月	2007年3月	変化
楽天市場 rakuten.co.jp	21,705	19,782	110%
アマゾンジャパン amazon.co.jp*1	14,323	17,838	80%
価格コム kakaku.com	6,841	5,665	121%
ビダダーズ bidders.co.jp	2,825	3,695	76%
ECCナビ ecnavi.jp	2,755	1,919	144%

■小売	2008年3月	2007年3月	変化
TSUTAYA tsutaya.co.jp	2,487	2,479	100%
ヨドバシカメラ yodobashi.com	2,179	1,853	118%
ユニクロ uniqlo.com	1,609	1,339	120%
上新電機 joshinweb.jp	1,335	888	150%
無印良品 muji.net	1,256	934	134%

■通販	2008年3月	2007年3月	変化
ニッセン nissen.co.jp	3,063	2,622	117%
千趣会 bellemaison.jp*2	2,587	2,376	109%
セシル cecilie.co.jp	1,896	1,375	138%
ペルーナ belluna.net	1,668	1,534	109%
ディノス dinos.co.jp	1,430	1,719	83%

■旅行・宿泊予約	2008年3月	2007年3月	変化
じゃらん jalan.net	4,220	4,382	96%
JAL jal.co.jp	2,706	2,699	100%
JR東日本 jreast.co.jp	2,438	2,304	106%
ANA ana.co.jp	2,398	2,376	101%
JTB jtb.co.jp	1,986	2,756	72%

■金融	2008年3月	2007年3月	変化
みずほ銀行 mizuohobank.co.jp	2,879	2,232	129%
MUFJ mufj.jp	2,567	2,150	119%
イーバンク銀行 ebank.co.jp	1,976	2,181	91%
セゾンカード saisoncard.co.jp	1,792	1,268	141%
JCB jcb.co.jp	1,688	1,652	102%

■政府・官公庁	2008年3月	2007年3月	変化
日本郵政公社 japanpost.jp	4,706	4,475	105%
国税庁 nta.go.jp	2,924	2,689	109%
国土交通省 mlit.go.jp	1,648	1,924	86%
気象庁 jma.go.jp	1,450	1,611	90%
厚生労働省 mhwl.go.jp	1,137	1,026	111%

■地方自治体	2008年3月	2007年3月	変化
東京都 metro.tokyo.jp	1,961	1,929	102%
横浜市 city.yokohama.jp	1,216	949	128%
大阪市 city.osaka.jp	635	570	111%
大阪府 pref.osaka.jp	626	498	126%
神奈川県 pref.kanagawa.jp	591	493	120%

■映像・音楽	2008年3月	2007年3月	変化
YouTube youtube.com	16,994	11,356	150%
ニコニコ動画 nicovideo.jp	5,948	770	772%
リッスン・ジャパン listen.jp	5,724	2,171	264%
GyaO gyao.jp	5,521	4,264	129%
Dailymotion dailymotion.com	3,485	1,114	313%

■テレビ局	2008年3月	2007年3月	変化
NHK nhk.or.jp	5,853	6,199	94%
フジテレビ fuji tv.co.jp	4,706	4,398	107%
日本テレビ ntv.co.jp	4,448	4,121	108%
TBS tbs.co.jp	4,056	5,593	73%
テレビ東京 tv-tokyo.co.jp	2,711	2,776	98%

■新聞社	2008年3月	2007年3月	変化
毎日新聞 mainichi.jp*3	6,454	4,737	136%
読売新聞 yomiuri.co.jp	5,521	6,979	79%
MSN産経ニュース sankei.jp.msn.com*4	4,657	1,606	290%
朝日新聞 asahi.com	3,987	3,941	101%
日本経済新聞 nikkei.co.jp	3,371	3,582	94%

■スポーツ・エンタメ	2008年3月	2007年3月	変化
オリコン oricon.co.jp	5,128	5,055	101%
日刊スポーツ nikkansports.com	3,525	4,896	72%
スポニチ sponichi.co.jp	2,850	2,653	107%
サンケイスポーツ sanspo.com	1,916	4,023	48%
ZAKZAK zakzak.co.jp	1,321	2,710	49%

■クルマ	2008年3月	2007年3月	変化
本田技研 honda.co.jp	1,470	1,632	90%
日産自動車 nissan.co.jp	1,291	1,940	67%
トヨタ自動車 toyota.jp	1,097	1,088	101%
スズキ suzuki.co.jp	467	395	118%
マツダ mazda.co.jp	452	339	133%

■家電・AV	2008年3月	2007年3月	変化
ソニー sony.co.jp	2,502	2,597	96%
パナソニック panasonic.jp	1,941	1,668	116%
エプソン epson.jp	1,921	965	199%
東芝 toshiba.co.jp	1,316	1,714	77%
キヤノン canon.jp	1,182	1,252	94%

■コンピュータ	2008年3月	2007年3月	変化
マイクロソフト microsoft.com	13,355	15,400	87%
アップル apple.com	3,709	3,951	94%
デル dell.com	2,204	1,858	119%
富士通 fujitsu.com	591	713	83%
NEC nec.co.jp	491	626	78%

■ゲーム	2008年3月	2007年3月	変化
任天堂 nintendo.co.jp	2,244	2,622	86%
コナミ konami.jp	1,440	1,350	107%
カプコン capcom.co.jp	1,261	1,001	126%
プレイステーション playstation.com	943	949	99%
スクウェア・エニックス square-enix.co.jp	819	1,001	82%

■飲料・ビール	2008年3月	2007年3月	変化
サントリー suntory.co.jp	2,452	1,678	146%
サッポロビール sapporobeer.jp	1,430	724	198%
キリンビール kirin.co.jp	1,316	1,955	67%
アサヒビール asahibeer.co.jp	1,246	985	126%
ココカラ cocacola.co.jp	740	416	178%

■食品・日用品	2008年3月	2007年3月	変化
ファンケル fanci.co.jp	1,117	667	167%
オルビス orbis.co.jp	1,013	898	113%
マクドナルド mcdonalds.co.jp	988	641	154%
花王 kao.co.jp	879	801	110%
ネスレ nestle.co.jp	819	693	118%

出所 Nielsen/Online

- \*1 2007年8月から視聴定義外ページの閲覧除外処理を行ったため、対前年比は正確に算出できないので、参考値
- \*2 ドメイン変更のため、昨年の数字はbelline.com
- \*3 ドメイン変更のため、昨年の数字はmainichi-msn.co.jp
- \*4 ドメイン変更のため、昨年の数字はsankei.co.jp

映像・音楽カテゴリは全般的に伸び率が高く、特に「ニコニコ動画」は8倍弱と驚異的に成長した。音楽ダウンロードサイトの「リッスン・ジャパン」は2.6倍となった。ショッピング・小売・通販といったEコマースの分野には、成長しているサイトが多い。食品・日用品も全般的に好調だ。一方、ISPはトップ5が軒並み減少となり、カテゴリによっては踊り場に来ているものもある。



## [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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)