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

パソコンからのネット利用は全般的に頭打ち、動画サイトも伸び悩み Twitter は海外で急速に利用が進むも、日本はこれからか

2009年3月時点で家庭からのネット利用率は Yahoo! が82.2%と唯一8割台となっており、ペアレンツ(会社単位)の順位では断然トップを維持している。上位ではベスト4が変わらず5~10位で、若干の順位変動があるにとどまった。中でも Google が好調だった(資料1-3-5)。

ペアレンツはサイト運営企業単位の集計で、グラフの2008年3月まではプロパティー単位の集計である。基本的に同様の意味合いだが、若干の構成内容の変化もあるので、完全な継続性はないことに注意してほしい。全体的に数値が落ちているのは、Nielsen Onlineがリーチ算出のための母数の定義を変更し、PCを何らかの用途で使用したすべての人としたためである。なお上位10位までの顔ぶれは今回変動がなかった。これからはネット利用人口の拡大はそれほど期待できず、ユーザーとのコミュニケーションの質の向上がより重要となる。例えば、新しいコミュニケーション手段としてTwitterが注目される。

米英では人気の Twitter、 日本で流行の兆候はまだ

Twitterは個々のユーザーが「つぶやき」を投稿し合うことでつながるコミュニケーションサービスである。米オビオス(Obvious)社(現トゥイッター社)が開発し、2006年7月にサービスを始めたものだ。

2009年に入り、海外ではTwitterが非常に利用され始めているという報道を耳にすることが多くなった。実際米国の(自宅と職場を合わせた)データをみると、2008年12月の月間利用者数が267万人だったが、2009年1月には456万人、同2月に704万人、同3月に1386万人と3か月で5倍となり、あっさり1000万人以上が利用するサービスになってしまった。イギリスでも2008年12月の月間利用者数が23万人だったが、2009年1月には69万人、同2月に179万人、同3月に240万人と3か月で10倍の規模となっている(p.62 資料1-3-6)。

また特徴的なのは利用者属性だ。資料1-3-6と1-3-7を比較してわかるのは米国では職場での利用が多いということである。また米国の2009年3月の自宅からの利用者属性を見ると、男女比が44:56で女性が多い。男性では

35歳から49歳の利用者の構成比が平均より高くなっている。女性では25歳から54歳の利用者の構成比が平均より高い。同月の自宅と職場を合わせた利用者属性をみると男女比が50:50と半々で、25歳から54歳までの利用者の構成比が平均より高い。これらのことから判断すると、Twitterは自宅では女性の中年を中心に、職場では男女とも中年を中心に利用されるコミュニケーションツールになりつつあるといったところだろう。

その他の国ではどうだろうか。オーストラリアは2009年3月に70万人弱と急激に利用が増えており、こちらは自宅からのアクセスが主流のようだ。スペイン、フランス、イタリアなどでも今年に入ってから上昇傾向がみられる。まだ職場か自宅が利用の主流をなすのかは傾向がみえてこないが、関心を寄せ始めていることは間違いなさそうだ。

一方、日本ではどうかというと、この半年でようやく50万規模に増加したものの、目立った動きはまだない。このリアルタイムな緩いコミュニケーションの方法が日本人に合っているのかどうかは、あと半年もすれば明らかになるのではなかろうか(p.62 資料1-3-8、1-3-9)。

携帯視聴率調査に新たな動きが期待される

2009年のネット視聴率調査で大きな動きがあるとすれば、携帯サイトの視聴率調査の動向だろう。"視聴率"というより"視聴データ"あるいは"利用動向調査"のレベルだが、ビデオリサーチインタラクティブが2009年3月の調査データを5月に発表し、ネットレイティングスが6月末からデータを提供することを5月に発表した。

一方、総務省が2009年4月に発表したICT利活用ルール整備促進事業(サイバー特区)の実施テーマのひとつに、「全数型モバイル視聴率調査に関する実証実験~ケータイにおけるNetサイト・アクセス実績調査~(効率的なコンテンツ配信の実現のための情報開示)」というプロジェクトがあり、「全数型モバイル視聴率調査の調査手法を確立する」と明記されている。今後、総務省において仕様書の作成を行い、実施主体を決めるための一般競争入札を行う予定だ。

ウェブサイト視聴率でみる ネットユーザーの行動変化

■ベスト4は変わらず、その中ではグーグルが好調

資料1-3-5 ペアレンツによる利用率ランキングの推移(2001年3月~2009年3月、家庭からのアクセス、数字は割合(%))

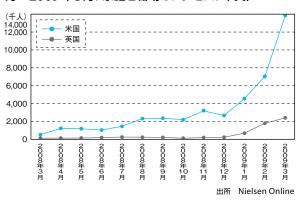
	2001.3	2002.3	2003.3	2004.3	2005.3	2006.3	2007.3	2008.3	2009.3
1	Yahoo! 74.3	Yahoo! 74.6	Yahoo! 78.9	Yahoo! 81.9	Yahoo!	Yahoo! 86.4	Yahoo! 87.3	Yahoo! 88.0	Yahoo! 82.2
2	Nifty 48.2	Nifty 47.9	Rakuten 54.8	Rakuten 57.4	Rakuten 60.7	Rakuten 60.2	Rakuten 56.1	Google 59.2	Google 63.9
3	MSN 42.4	MSN 44.8	Nifty 50.9	MSN 55.1	MSN 51.4	GMO Internet 52.9	Microsoft 54.7	Rakuten 55.0	Rakuten 50.7
4	NEC 39.7	Rakuten 43.4	MSN 49.6	Nifty 50.1	GMO 49.1	Nifty 48.7	NTT Com. 52.9	NTT Com. 52.5	NTT Com. 47.8
5	Sony 31.6	NEC 40.3	NEC 43.7	Microsoft 43.8	Nifty 47.5	MSN 47.4	Google 50.0	Microsoft 48.1	FC2 44.2
6	Microsoft 31.4	Microsoft	Microsoft 41.7	NEC 43.6	NEC 42.7	NEC 43.0	GMO Internet 48.0	GMO Internet 46.8	Microsoft 42.9
7	DTI 27.9	Sony	Sony 35.2	Sony 35.9	Microsoft 39.2	Amazon 40.2	Nifty 46.1	FC2 44.2	GMO Internet 41.9
8	Rakuten 26.9	NTT Com	NTT Com. 33.9	NTT Com. 35.8	NTT Com. 37.7	FC2 38.6	NEC 43.5	Nifty 43.2	Nifty 37.9
9	Lycos	Lycos 26.6	KDDI 28.9	GMO 32.4	Sony 34.7	NTT Com. 38.5	FC2 41.7	Livedoor 38.4	Wikimedia Foundation 34.9
10	DDI 26.2	NTT-X 26.0	Asahi Net 25.5	KDDI 28.7	NTT-Resonant 34.2	Livedoor 37.9	Livedoor 40.0	Wikimedia Foundation , 37.8	Livedoor 34.6

2008年度までは Nielsen Online Netview のプロパティーデータを引用。2009年のみペアレンツデータ。プロパティーとペアレンツは、ほぼ同定義 だが一部で集計対象が異なる場合がある。

出所 Nielsen Online

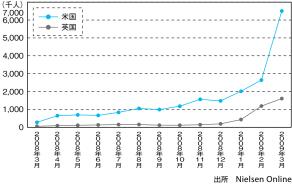
■欧米でTwitterがはやり始めるも、日本はまだ数十万規模

資料1-3-6 Twitterの月間利用者数の推移(2008年3 月~2009年3月、家庭と職場のアクセス、米英)

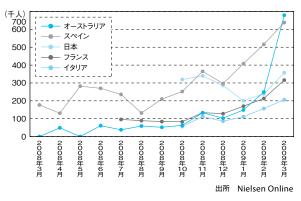


月~2009年3月、家庭のアクセス、米英)

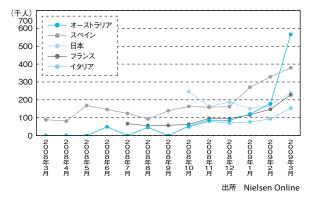
資料1-3-7 Twitterの月間利用者数の推移(2008年3



資料1-3-8 Twitterの月間利用者数の推移(2008年3 月~2009年3月、家庭と職場のアクセス、日本ほか)



資料1-3-9 Twitterの月間利用者数の推移(2008年3 月~2009年3月、家庭のアクセス、日本ほか)



インターネット白書/©1996-2012 Impress R&D

■YouTubeも月間利用者数2000万人で停滞

資料1-3-10 カテゴリー別有力サイトの利用者数(2009年3月、家庭と職場からのアクセス)

(1	-	٨

■総合ポータル				
ヤフー	Yahoo!	47,128		
g00	Goo	23,272		
ライブドア	livedoor	20,825		
MSNなど	MSN/Windows Live	19,537		
インフォシーク	Infoseek	15,259		

■映像·音楽		
YouTube	YouTube	19,066
ニワンゴ	niwango	8,090
リッスンジャパン	Listen Japan	6,945
GyaO	GyaO	6,762
Veoh Networks	Veoh	3,092

■政府·官公庁			
国税庁	NTA-JP	3,407	
国土交通省	MLIT-JP	2,993	
厚生労働省	MHLW-JP	2,512	
気象庁	Japan Meteorological Agency	1,648	
総務省	MIC-JP	1,167	

■ISP		
アット・ニフティ	@ nifty	23,422
ビッグローブ	BIGLOBE	18,069
OCN	OCN	14,580
So-Net	So-net	11,411
NTTぷらら	NTT Plala	8,481

■テレビ局		
NHK	NHK	6,918
フジテレビ	Fuji TV	5,439
日本テレビ	NTV	5,196
TBS	TBS	5,126
テレビ朝日	tv asahi	3,097

■地方自治化	本	
東京都	Tokyo.jp	3,890
大阪府	Osaka.jp	1,834
愛知県	Aichi.jp	1,568
埼玉県	Saitama.jp	1,400
北海道	Hokkaido.jp	1,268

■情報・コミュニティー				
25ゃんねる	2 ch.net	11,245		
はてな	Hatena	9,578		
オールアバウト	All About	8,462		
ミクシィ	mixi	7,842		
ぐるなび	Gurunavi	6,527		

■新聞社		
毎日新聞	Mainichi.jp	9,438
イザ!	iza	8,777
読売新聞	YOMIURI ONLINE	7,110
朝日新聞	asahi.com	6,084
日本経済新聞	NIKKEI NET	5,209

■飲料・ビール			
サントリー	Suntory	4,670	
アサヒビール	Asahi	2,415	
キリンビール	Kirin Brewery	1,721	
ジョージア	Geogia	1,512	
コカ・コーラ	Coca-Cola	1,500	

■ショッピング				
楽天市場	Rakuten Ichiba Shopping	20,197		
アマゾン	Amazon	17,887		
価格.com	kakaku.com	9,578		
ECナビ	ECNavi	4,796		
Smarter	Smarter	3,496		

■スポーツ・エンタメ		
サンケイスポーツ	SANSPO.COM	8,961
オリコン	ORICON STYLE	6,279
日刊スポーツ	nikkansports.com	5,100
スポーツニッポン	Sponichi Annex	3,673
デイリースポーツオンライン	DAILY SPORTS ONLINE	1,898

■食品·日用品		
DHC	DHC	4,722
ライオン	Lion Corporation	2,050
花王	Kao	1,891
味の素	AJINOMOTO	1,574
ドクターシーラボ	Dr. CiLabo	1,564

■小売		
TSUTAYA	TSUTAYA online	4,622
イオン	AEON	2,462
ビックカメラ	Biccamera.com	2,229
無印良品	Muji.net	2,140
ヨドバシカメラ	Yodobashi Camera	1,936

■ITニュース		
ITmedia	Itmedia	6,046
Impress Watch	Impress Watch	5,290
ASCII.jp	ASCII.jp	1,759
CNET	CNET	1,690
NikkeiBP PC Online	NikkeiBP PC Online	1,120

■ゲーム		
任天堂	Nintendo	2,361
スクウェア・エニックス	Square Enix	1,824
コナミ	KONAMI	1,451
カプコン	Capcom	1,423
ソニー・コンピュータエンタテインメント	Sony Computer Entertainment	1,057

■通販		
ニッセン	nissen	5,200
千趣会	Bellemaison Net	3,353
ディノス	Dinos	2,813
セシール	cecile	2,632
ベルーナ	BELLUNA	2,312

■コンピューター		
アップル	Apple	8,146
富士通	FUJITSU	4,601
NEC	NEC	2,989
デル	Dell	2,526
ヒューレット・パッカード	Hewlett Packard	1,674

■教育・キャリア		
マイナビ	Mynavi	2,075
エン・ジャパン	en-japan.com	2,004
ハローワーク	Hellowork	1,972
イーアイデム	e-aidem	1,842
進研ゼミ	SinkenZemi	1,607
		_

■旅行·宿泊予約		
じゃらんnet	Jalan.net	5,802
全日本空輸	ANA	3,918
JR東日本	JR East	3,317
日本航空	JAL	3,045
ジェイティービー	- JTB	2,334

■ソフトウエア		
マイクロソフト	Microsoft	15,011
アドビ システムズ	Adobe	7,049
ベクター	Vector	4,395
トレンドマイクロ	Trend Micro	2,949
シックス・アパート	Six Apart	2,802

■銀行・カード会社		
みずほ銀行	Mizuho Bank	4,281
イーバンク銀行	eBank	3,956
OMCカード	OMC Card	3,446
JCBカード	JCB Card	3,161
三菱東京UFJ銀行	Bank of Tokyo-Mitsubishi	2,667

■自動車メー	カー	
本田技研工業	HONDA	2,506
日産自動車	NISSAN	2,116
トヨタ自動車	TOYOTA	1,828
BMW	BMW	489
富士重工業	SUBARU	479

■家電・AV		
パナソニック	Panasonic	5,031
エプソン	EPSON	2,491
ソニー	SONY	2,454
三菱電機	Mitsubishi Electric	2,236
東芝	Toshiba	1,827

出所 Nielsen Online

上記カテゴリーは Nielsen Online のデータをもとに筆者が独自に分類したもの。 Nielsen Online のブランド(一部チャネル) が集計単位となっている。



「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が、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

©1996-2012 Impress R&D, All rights reserved.