

オプトとクロス・マーケティング、
「携帯電話でのインターネットおよび検索サービスの利用実態調査」を実施

【リリースサマリー】

- ・ テレビCMを見て、携帯電話で関連サイトにアクセスした経験があるのは 45%
- ・ 携帯電話で得た情報をもとに、パソコンで関連サイトにアクセスした経験があるのは 53%
- ・ 携帯電話でのインターネット利用時間帯のピークは、男女 20 歳代・女性 30 歳代が 21－23 時台、男性 30 歳代が 18-20 時台、男性 40・50 歳代が 12-14 時台
- ・ 80%が携帯電話の検索サービスの利用経験あり

株式会社オプト（本社：東京都港区、代表取締役 CV0：鉢嶺 登、証券コード 2389、以下オプト）と株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都中央区、代表取締役：五十嵐幹、以下クロス・マーケティング）は、20 歳以上の男女を対象に、携帯電話でのインターネットおよび検索サイト利用実体の調査を実施しました。

【調査設計】

- ・ 調査方法：インターネット調査
- ・ 調査地域：全国
- ・ 調査対象：20～59 歳の男女で第 3 世代対応の携帯電話（NTT ドコモ・au・ボーダフォン）でのインターネット利用者
- ・ 調査期間：平成 18 年 5 月 8 日（月）～5 月 9 日（火）
- ・ 有効回答数：4,000（以下詳細）

性×年齢別							
男性				女性			
20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代
511	507	496	503	515	506	507	455

【調査結果】

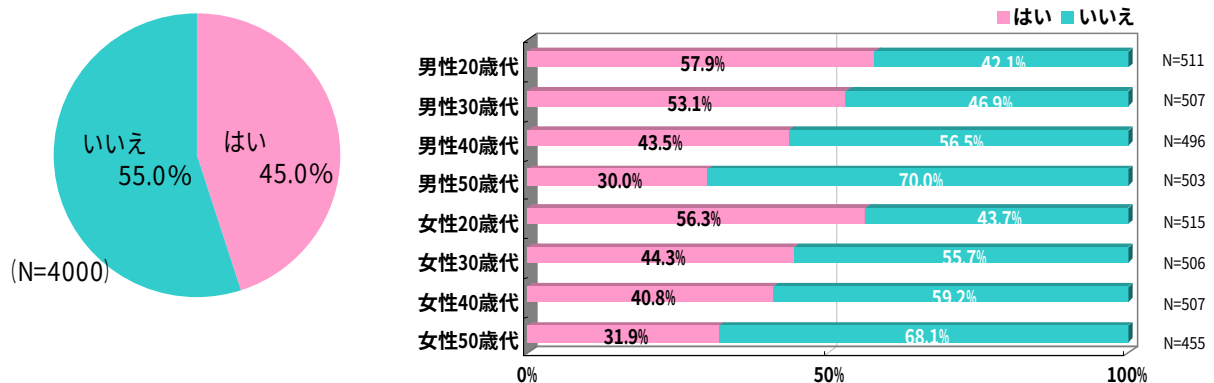
1. テレビCMを見て、携帯電話から関連サイトにアクセスしたことがあるか

全体の45%がアクセスしたことがあるという結果になりました。

20歳代のアクセス率が高く、男性58%、女性56%。男性30歳代も53%と半数以上の利用経験があります。

男女ともに年齢が上がるにつれて、アクセス率が下がる傾向にあります。

50歳代のアクセス率は他の年齢に比べると著しく低く、男性30%、女性32%でした。

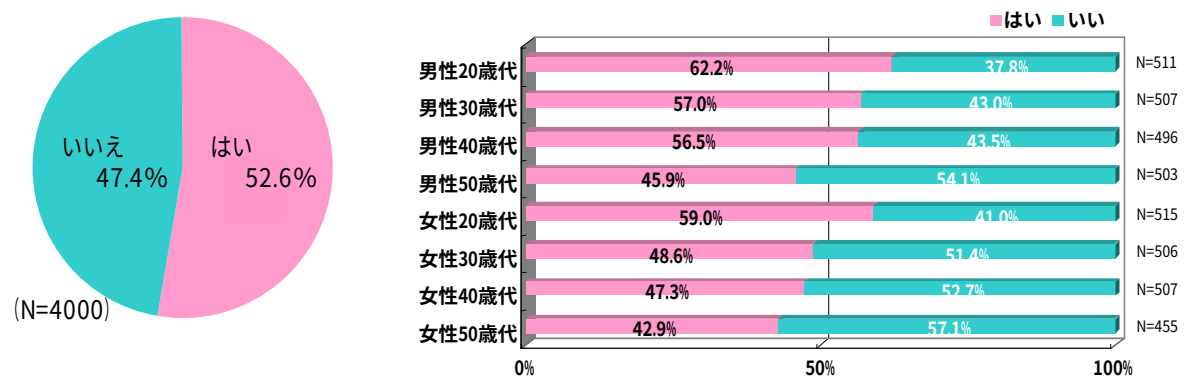


2. 携帯電話で得た情報をもとに、パソコンで関連サイトにアクセスしたことがあるか

全体の53%がアクセスしたことがあるという結果になりました。

20歳代のアクセス率が高く、男性62% 女性59%。男性30・40歳代でも積極的なアクセスが見られました。

男女別でみると、女性より男性の方がアクセス率が高いという傾向が見られます。



3. 携帯電話でのインターネット利用時間帯

利用時間のピークは、男女 20 歳代・女性 30 歳代が 21-23 時台、

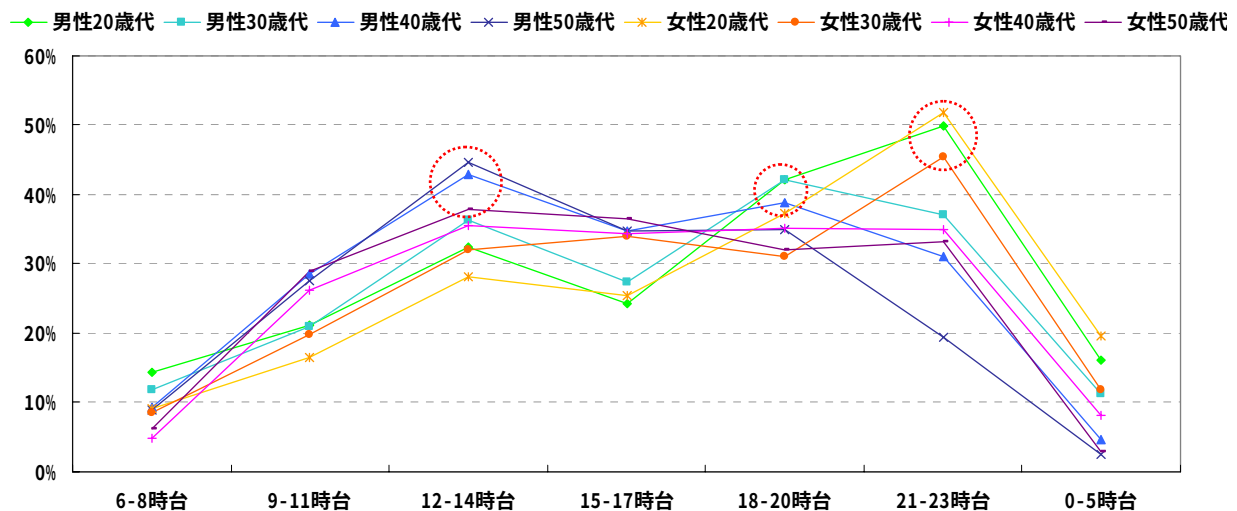
男性 30 歳代が 18-20 時台、男性 40・50 歳代が 12-14 時台という結果になりました。

男性 50 歳代は、18 時以降の利用が他の年齢に比べ著しく下がり、

女性 40 歳代は、12-23 時までなだらかなのが特徴です。

女性 30 歳代の利用率が、18-20 時台 31%から 21-23 時台 46%に上がるのに対し、

男性 30 歳代の利用率は、18-20 時台 39%から 21-23 時台 31%に下がるという傾向が見られました。



4. ポータルサイトの利用状況（複数回答）

ポータルサイトの利用状況は、『Yahoo！モバイル』の利用率が圧倒的に高く、男性 20・30 歳代では 70%以上、その他の性別・年齢においても 50%以上、もしくはそれに近い割合の利用があります。

また、男性 50 歳代、女性 40・50 歳代では 40%以上が『ポータルサイトは利用したことがない』と回答しています。携帯電話でのポータルサイト利用率は男性の方が高いという傾向が見られました。

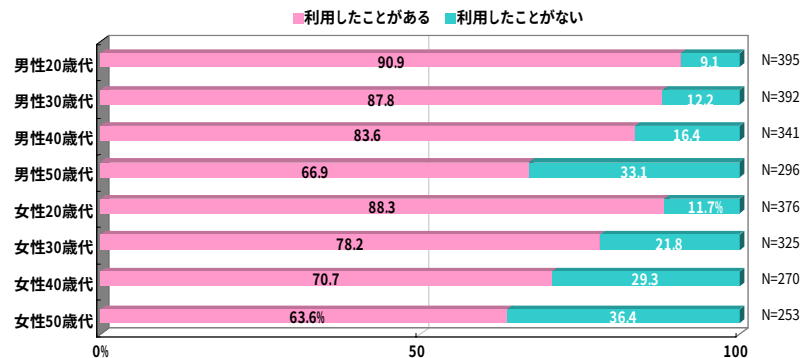
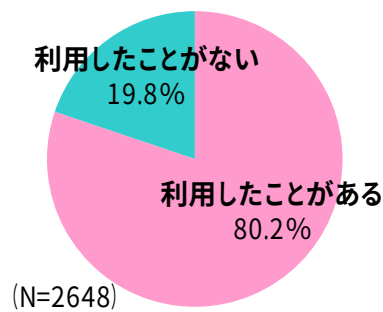
N=4000	Yahoo！ モバイル	MSN モバイル	goo モバイル	excite モバイル	livedoor モバイル	infoseek モバイル	CROOZ！ (クルーズ)	その他	ポータルサイトは 利用したことがない
男性20歳代 (N=511)	73.8%	12.7%	17.6%	10.6%	10.6%	14.7%	2.3%	2.3%	22.7%
男性30歳代 (N=507)	71.4%	10.3%	14.8%	9.9%	8.9%	13.2%	1.8%	2.2%	22.7%
男性40歳代 (N=496)	63.5%	9.5%	13.5%	7.3%	9.3%	10.5%	0.8%	3.2%	31.3%
男性50歳代 (N=503)	51.7%	8.3%	10.7%	4.6%	5.0%	6.8%	0.6%	3.2%	41.2%
女性20歳代 (N=515)	66.2%	12.6%	16.3%	6.8%	6.2%	10.5%	1.4%	2.5%	27.0%
女性30歳代 (N=506)	58.9%	5.1%	12.1%	5.7%	4.2%	7.3%	0.4%	1.8%	35.8%
女性40歳代 (N=507)	48.7%	4.5%	9.3%	3.4%	3.9%	6.7%	0.6%	1.0%	46.7%
女性50歳代 (N=455)	47.7%	7.9%	9.2%	3.3%	3.5%	9.2%	1.5%	2.4%	44.4%

5. 携帯電話の検索サービスの利用

全体の80%が『利用したことがある』という結果になりました。

男性20歳代では91%が利用したことがあり、

男女別で見ると、男性のほうが利用率が高いという傾向が見られます。

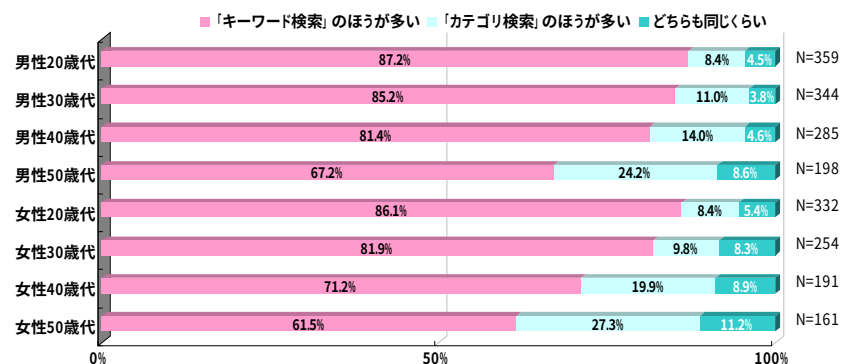
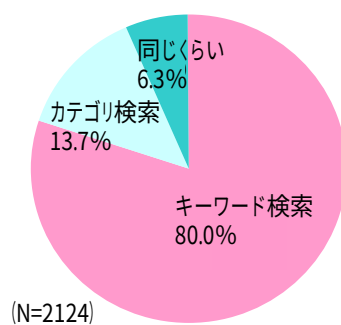


6. 検索サービスの種類

検索サービスの利用経験者のうち、全体の80%が「カテゴリ検索」に比べ

「キーワード検索」を多く利用しているという結果になりました。

『「カテゴリ検索」のほうが多い』と回答した割合が最も多いのは男性・女性ともに50歳代で、年齢が上がるにつれて、「カテゴリ検索」の利用率が上がる傾向にあります。

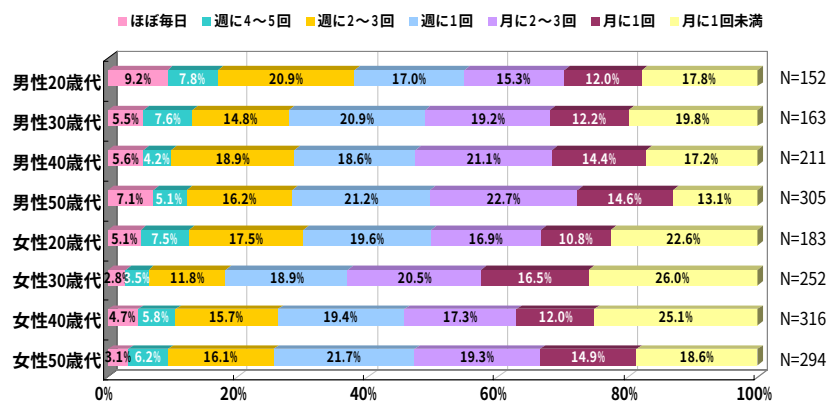
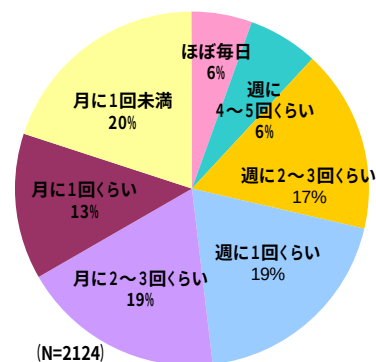


7. 検索頻度

『週に1回以上』の利用合計は全体で48%という結果になりました。

男性20歳代の9%が『ほぼ毎日』と回答し、他の世代より若干高い利用頻度が見られます。

男性に比べ女性の利用頻度は低く、女性30歳代は『週に1回以上』の合計でも44%と、最も低い結果となりました。



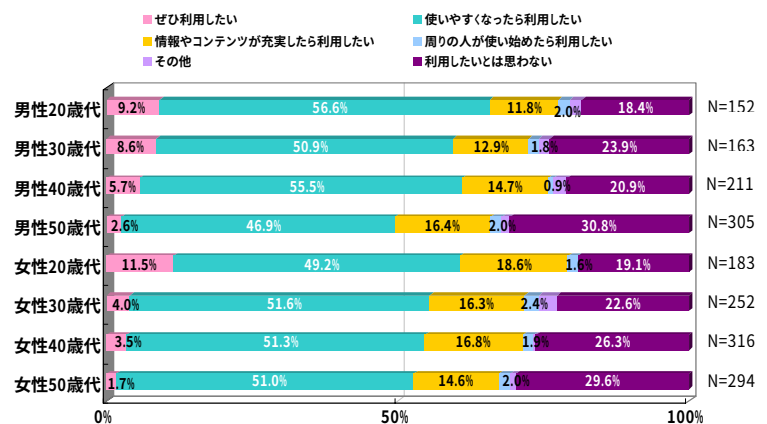
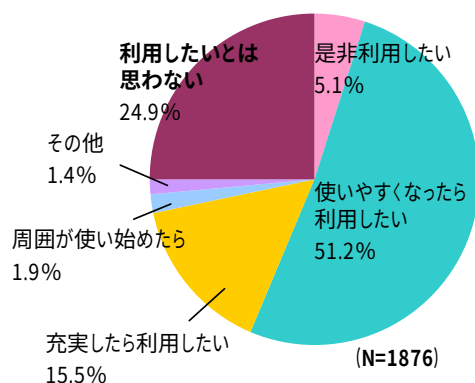
8. 今後の検索サービスの利用について

『使いやすくなったら利用したい』が全体で52%、

『利用したい』を含む回答の合計は74%という結果になりました。

ポータルサイトが使いやすくなり、情報コンテンツが充実したら利用したいと考えていることが伺えます。

一方で、男性50歳代の31%、女性50歳代の30%が『利用したいとは思わない』と回答しました。





PRESS RELEASE

※ [株式会社オプトについて]

オプトはお客様のインターネット上でのマーケティング活動をお手伝いする「e マーケティングカンパニー」です。
「売上に直結する e マーケティング」をコンセプトに、お客様のマーケティング ROI (費用対効果) を最大化します。

URL <http://www.opt.ne.jp/>

※ [株式会社クロス・マーケティングについて]

クロス・マーケティングはネットリサーチを提供するマーケティング支援事業会社です。企業の重要な意思決定やマーケティング活動を、ワンストップサービスでサポートします。

URL <http://www.cross-m.co.jp/>

ネットリサーチシステム「REAL」のホームページ: <http://i-real.jp/>

[本件に関するお問い合わせ先]

株式会社オプト 経営企画部 広報担当 大野
pr@ml.opt.ne.jp TEL) 03-5561-6434

株式会社 クロス・マーケティング 広報・PR 担当: 北見
pr@cross-m.co.jp TEL) 03-3549-0222

[関連 URL]

株式会社オプト <http://www.opt.ne.jp>

株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>