



株式会社Jストリーム

News Release

所在地 ▶ 東京都渋谷区渋谷 3-25-18
代表者 ▶ 代表取締役会長兼社長 白石 清
● 東証マザーズコード: 4308 ●

2008年12月19日

Jストリームは“クロスデバイス”時代のネット利用動向調査を実施

～ パソコンではじっくりと、携帯電話では手軽にアクセス ～

株式会社Jストリーム(マザーズ:4308 代表取締役会長兼社長:白石 清)では、個人の利用目的を対象とした「ネット利用に関するユーザー動向調査」を実施いたしました。本調査結果について発表いたします。

【調査の背景】

総務省が2008年4月に発表した「平成19年通信利用動向調査」によると、インターネット利用人口は、パソコン7,813万人、携帯電話・PHS及び携帯情報端末7,287万人と、両者は肩を並べつつあります。

Jストリームでは、パソコン、携帯電話をはじめテレビやゲーム機などネット端末の多様化がもたらされる状況下において、ネット端末×ネット端末といった“クロスデバイス”コミュニケーションの拡大を視野に入れ、ネットユーザーの利用動向に関する実態調査を実施いたしました。

■調査結果概要

◆企業サイトや商品サイトへのアクセスツールとして、携帯電話の役割は大きい。

- ・ 約半数の人が、テレビ視聴をきっかけに、携帯電話を利用してアクセスした経験がある。
- ・ 企業サイトや商品サイトに関し、パソコンと携帯電話では知りたい情報の内容、アクセスのきっかけにおいて大きな違いはない。

◆頻繁なサイトアクセスは、企業や商品・サービスに対する興味や購入意欲の喚起に影響。

- ・ たびたびアクセスする特定の企業サイトの有無について、パソコンでは 77.1%が、携帯では 36.8%の人は「あり」と回答。
- ・ パソコン、携帯電話ともに、企業サイトや商品サイトへたびたびアクセスすることにより、商品・サービスへの興味関心や購入意向の促進につながる。

◆パソコンでは「詳しく」、携帯では「手軽に」知りたいという違い。デバイスに応じた情報発信が重要。

- ・ 同じ「企業サイトや商品サイトの閲覧」という行為でありながら、パソコンではじっくりと情報にアクセスする傾向が、携帯電話では手軽に、短時間でアクセスする傾向がうかがわれた。
- ・ 企業サイトや商品サイトにおける動画の魅力は、パソコン、携帯電話ともにわかりやすさや理解促進を高めるところにある。

◆パソコンや携帯電話以外のネット端末については、テレビ、ゲーム機への関心が高い

<調査概要>

【調査対象】 10-69歳の男女で「個人の利用目的において、パソコンと携帯電話のそれぞれの端末で、各週1回以上企業サイト/商品サイトかつ企業名/商品名を検索している人」
(企業サイト/商品サイトについては、ポータルサイト(ヤフー、楽天など)を除く)

【調査方法】 パソコン端末によるインターネットリサーチ(マクロミル調査モニター)

【調査時期】 2008年10月22日(水) ~ 10月27日(月)

【調査地域】 全国

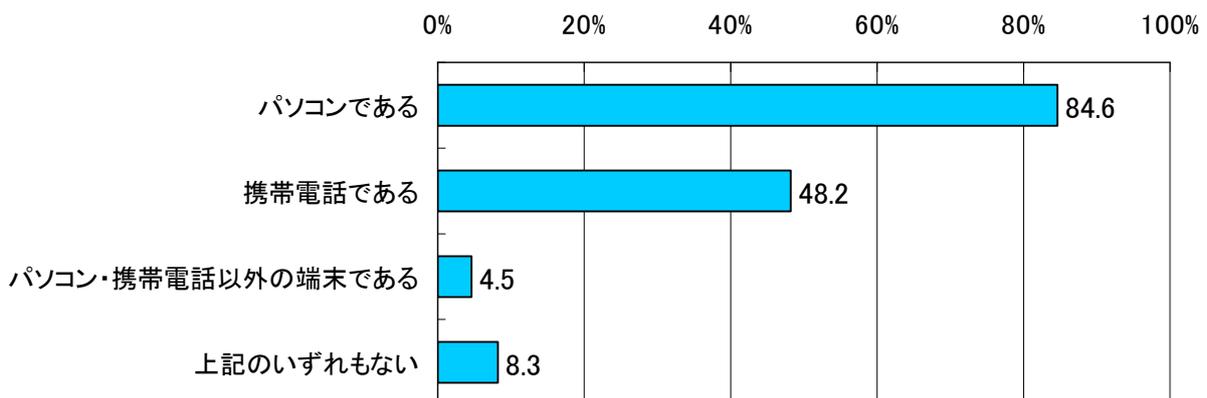
【有効回答数】 1,030件

※注: 本調査は、インターネット調査のため、インターネットを使わない人々を含む、生活者全体の傾向とは異なる場合があります。また、パソコン以外の端末でインターネットを利用する人々とは異なる場合があります。

調査データ ※%は小数点第二位で四捨五入

■テレビ視聴がきっかけで、ネットにアクセスした経験の有無【複数回答可】

8割以上の方が、テレビ視聴がきっかけでパソコンからインターネットアクセスをした経験がある。携帯電話からアクセスした経験がある人も全体の約半数。「続きは Web で」といった誘導を行った場合のネット利用は、パソコンだけでなく、携帯電話でも一般化している。(n=1,030)

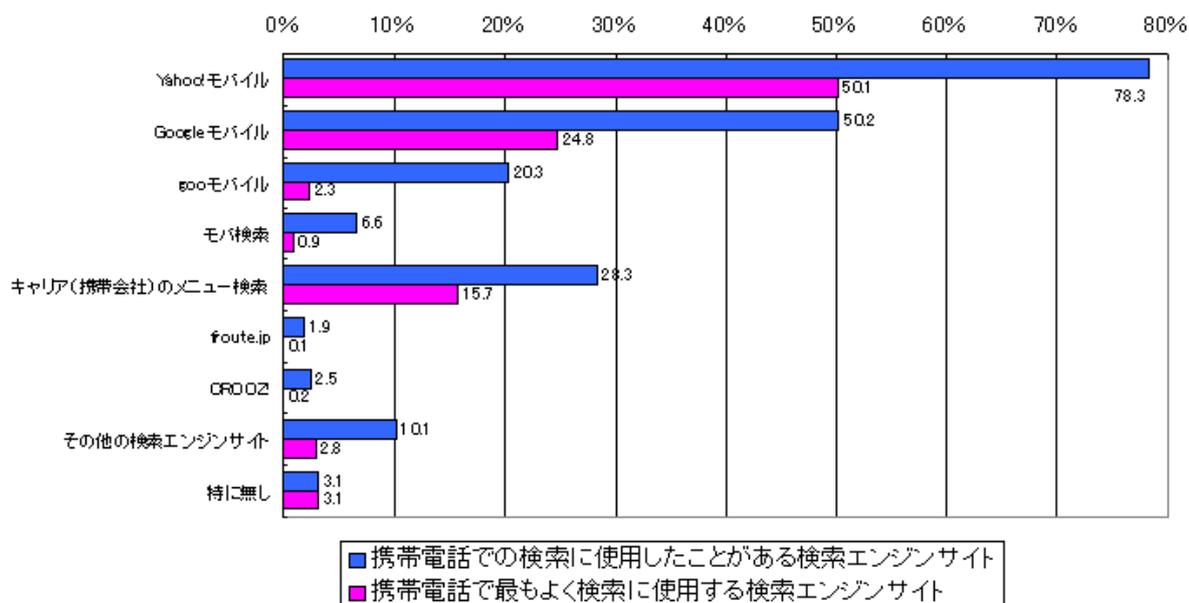


■ネット利用の動向【複数回答可】

パソコンでは、商品購入、メルマガ登録、ブックマークに90%以上が利用経験ありの回答。携帯電話でも、プレゼント応募やキャンペーン申込、メルマガ登録、ブックマークに約6割が経験ありの回答。(n=1,030)

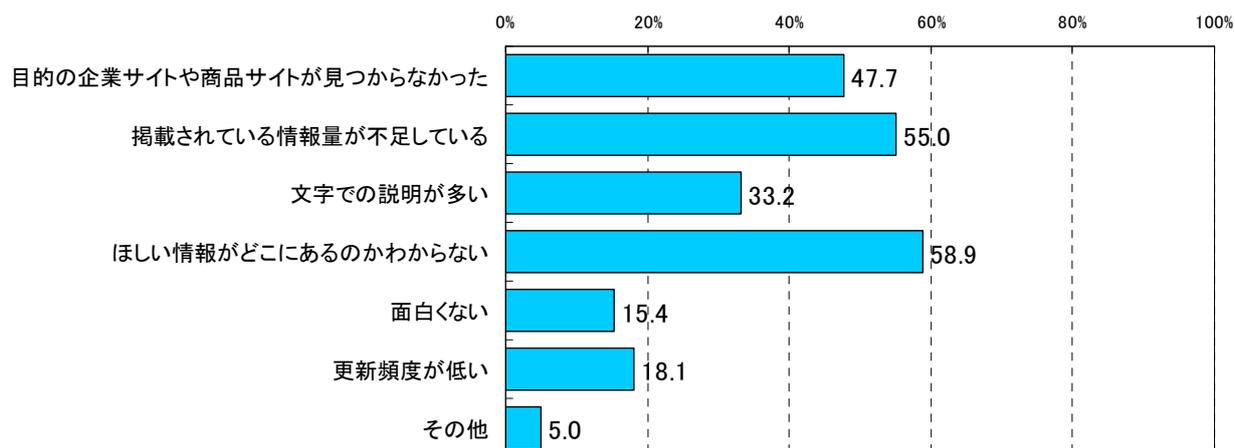
	パソコンである	携帯電話である	パソコン・携帯電話以外の端末である	左記のいずれもない
プレゼント応募や キャンペーン申込の有無	87.9%	56.3%	4.3%	4.6%
ネットでの商品購入経験 (デジタルコンテンツの購入を除く)	90.5%	38.5%	3.6%	5.0%
企業サイトや商品サイトへ訪問した 際、メルマガ登録	91.3%	57.2%	—	4.6%
ブックマークをしている企業サイト や商品サイトの有無	90.0%	59.8%	—	6.4%

■携帯電話での検索エンジンに使用したことがある検索エンジンサイト



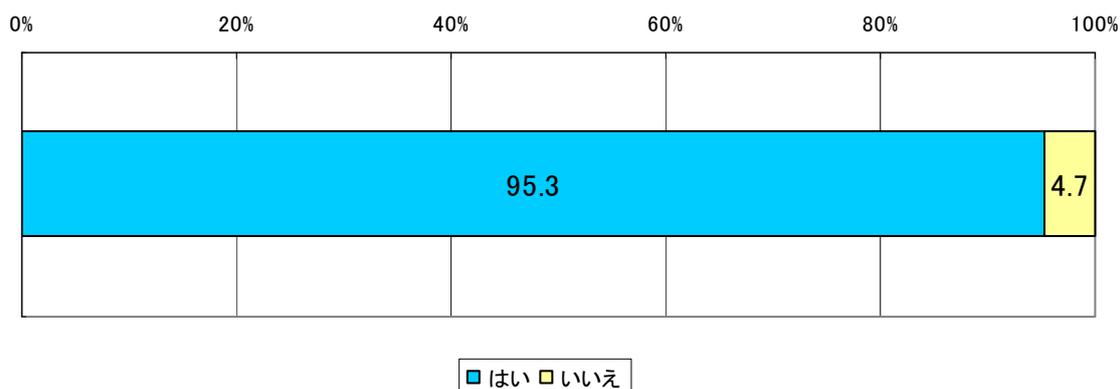
■携帯電話で企業名や商品名を検索した際にあてはまる状況

「ほしい情報がどこにあるのかわからない」「掲載されている情報量が不足している」が過半数を超える。携帯電話で検索しても、ユーザーは必要な情報にたどりつけていない傾向がうかがえる。(n=1,030)



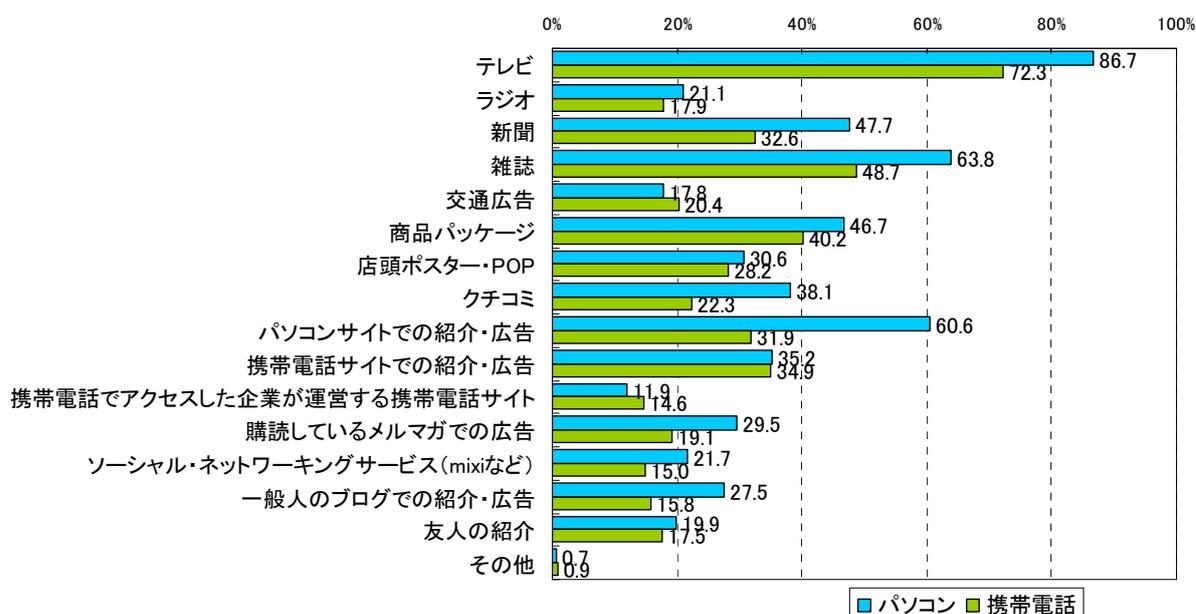
■企業サイトや商品サイトはパソコンと携帯の両方で公開されているとよいと思いますか？【単一回答】

95.3%の人が、企業サイトや商品サイトはパソコンと携帯電話の両方で公開されているとよい、と回答。(n=1,030)



■企業サイトや商品サイトアクセスのきっかけ

パソコン、携帯ともにきっかけの上位は、テレビと雑誌。また、「パソコンサイトでの紹介・広告」がきっかけで携帯電話サイトへアクセスする(31.9%)、「携帯電話サイトでの紹介・広告」がきっかけでパソコンでネットアクセスする(35.2%)といったネット端末同士での“クロスデバイス”現象も見られる。(n=1,030)



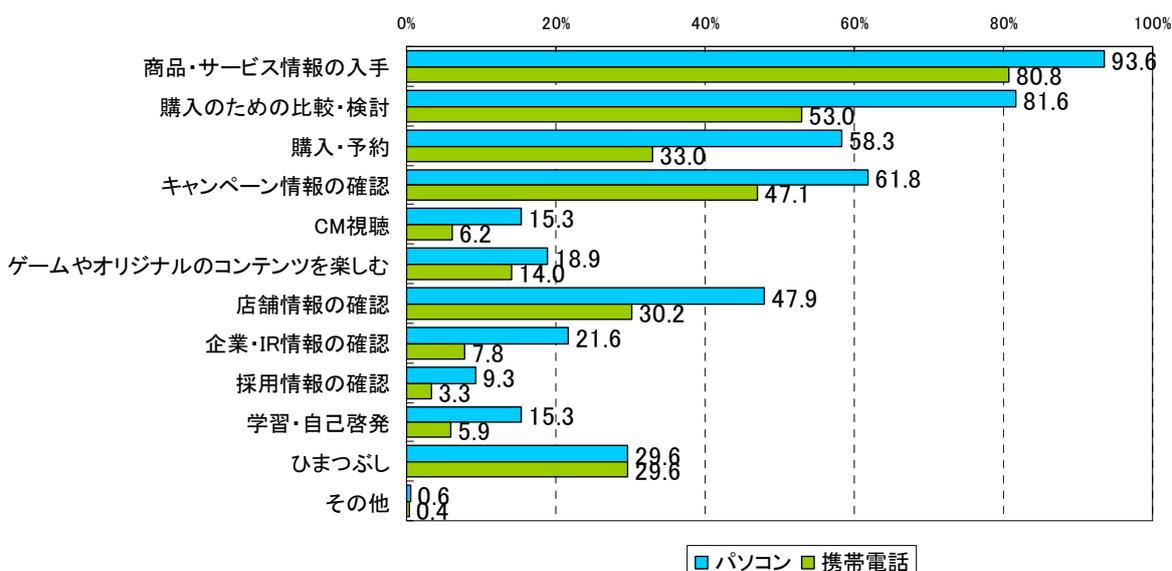
※なお、年代・性別の集計において、下記は50%以上、かつ平均より10ポイント以上高い回答を得た。

【パソコンサイトへのアクセスきっかけ】新聞:50・60代男性(68.9%)、50・60代女性(60.2%)、雑誌:10代女性(76.7%)、20代女性(74.8%)、商品パッケージ:20代女性(57.3%)、クチコミ:10代女性(53.4%)、20代女性(52.4%)、パソコンサイトでの紹介・広告:50・60代男性(71.8%)。

【携帯電話サイトへのアクセスきっかけ】テレビ:10代女性(88.3%)、新聞:50・60代男性(51.5%)、雑誌:10代女性(59.2%)、20代女性(61.2%)。

■企業サイトや商品サイトアクセスの目的

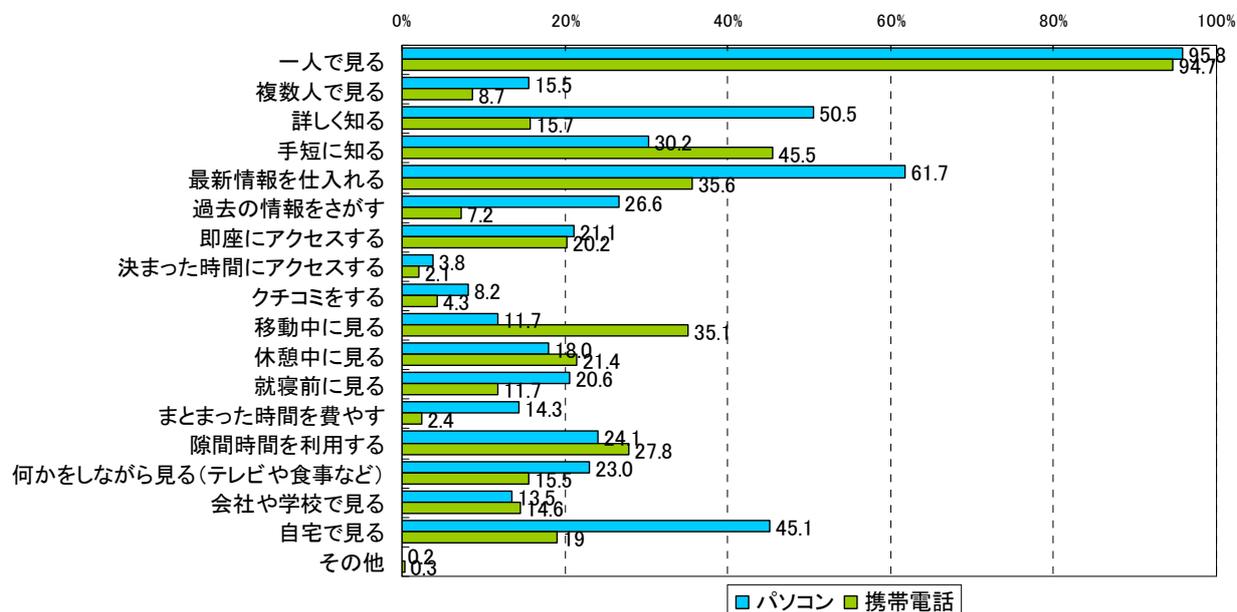
パソコン、携帯電話の間で回答傾向に大きな差は見られなかった。ともに1位は「商品・サービス情報の入手」、2位は「購入のための比較・検討」。パソコンでは、「購入・予約」「キャンペーン情報の確認」も半数以上の回答となった。(n=1,030)



■企業サイトや商品サイトアクセスで当てはまる行動(複数回答可)

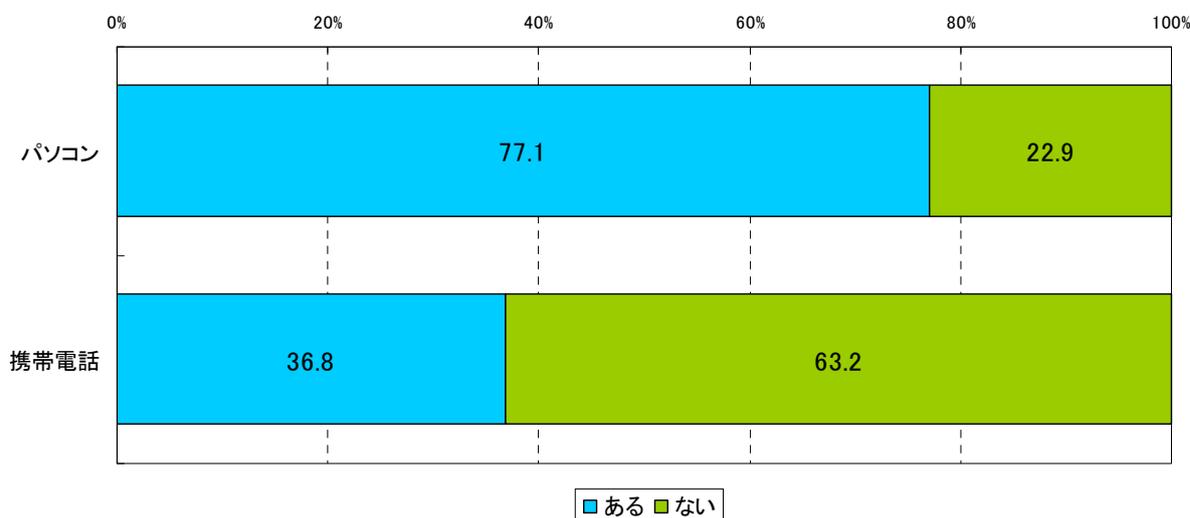
パソコンでは「詳しく知る」「最新情報を仕入れる」「過去の情報をさがす」「まとまった時間を費やす」「自宅で見ると」という項目が、携帯電話よりも大きなポイントを出しており、じっくりと情報にアクセスする傾向が強いことがうかがえる。

一方、携帯電話では「手短かに知る」「移動中に見る」がパソコンよりも大きくポイントが出ている他、「休憩中に見る」「隙間時間を利用する」「学校や自宅で見ると」についてもパソコンのポイントを上回っており、手軽に、短時間でアクセスする傾向がうかがえる。(n=1,030)



■たびたびアクセスする特定の企業サイトや商品サイトの有無(単一回答)

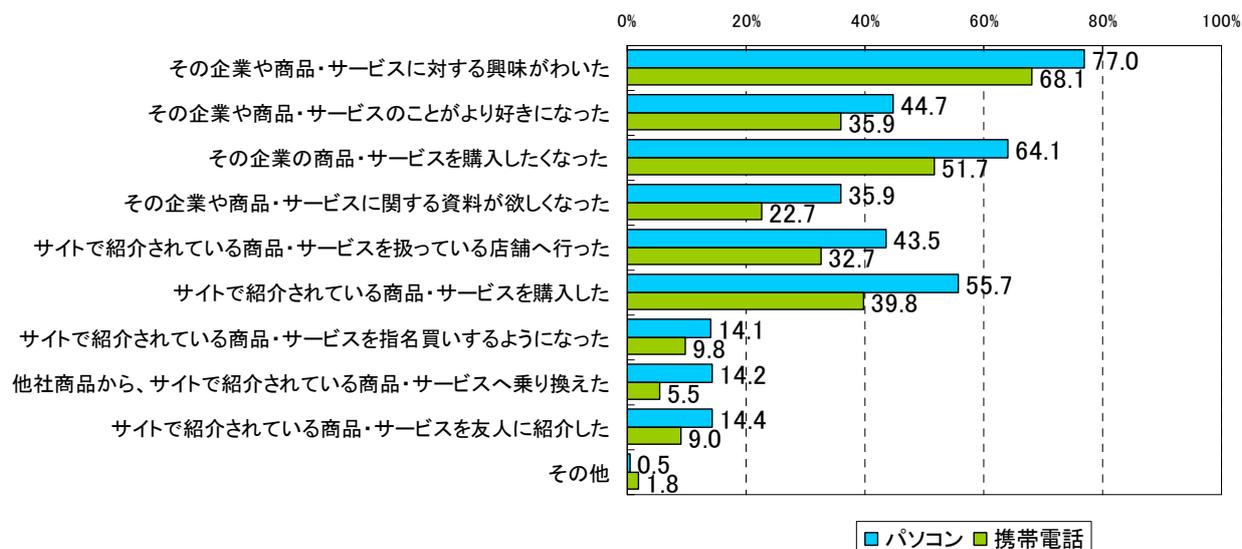
パソコンでは 77.1%の人が、携帯電話では 36.8%の人が、たびたびアクセスする特定の企業サイトや商品サイトがあると回答。(n=1,030)



■たびたび企業サイト、商品サイトへアクセスしたことによる態度変容

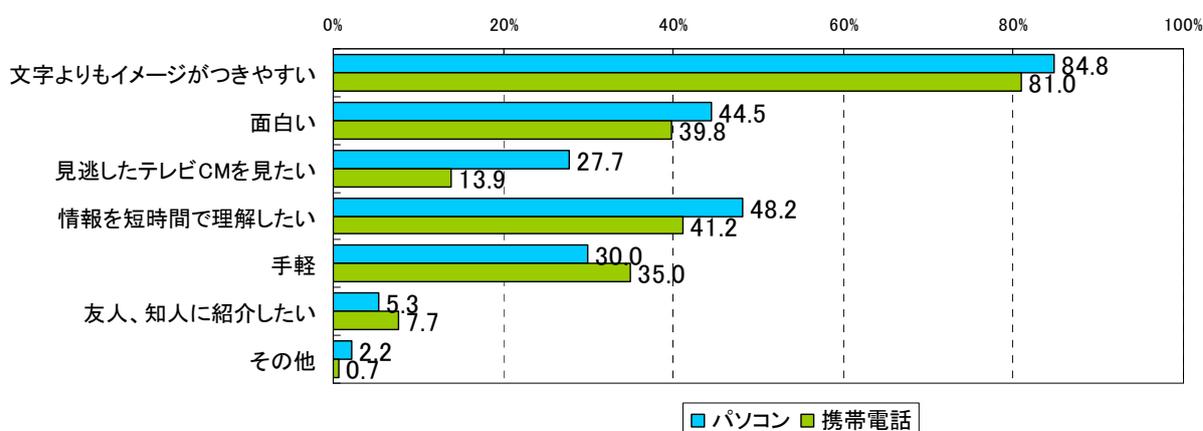
パソコン、携帯ともに大きな傾向の違いは見られなかった。たびたびアクセスするなかで、その企業や商品・サービスに対する興味喚起や購入意欲喚起への影響にがうかがわれる。また、パソコンでは、「実際にサイトで紹介されている商品・サービスを購入した」という人が 55.7%。

(n=1,030)



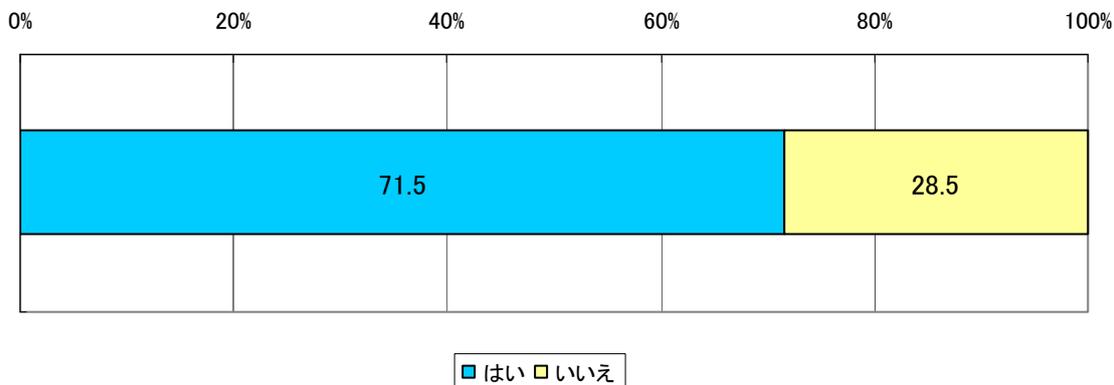
■企業サイトや商品サイトで動画があるとよい理由(複数回答可)

パソコン、携帯電話でそれぞれ、企業サイトや商品サイトに動画があるとよいと回答した人に、その理由を尋ねた。パソコン、携帯電話ともに、1位は「文字よりもイメージが付きやすい」、2位は「情報を短時間で理解したい」だった。(パソコン n=643、携帯電話 n=274)



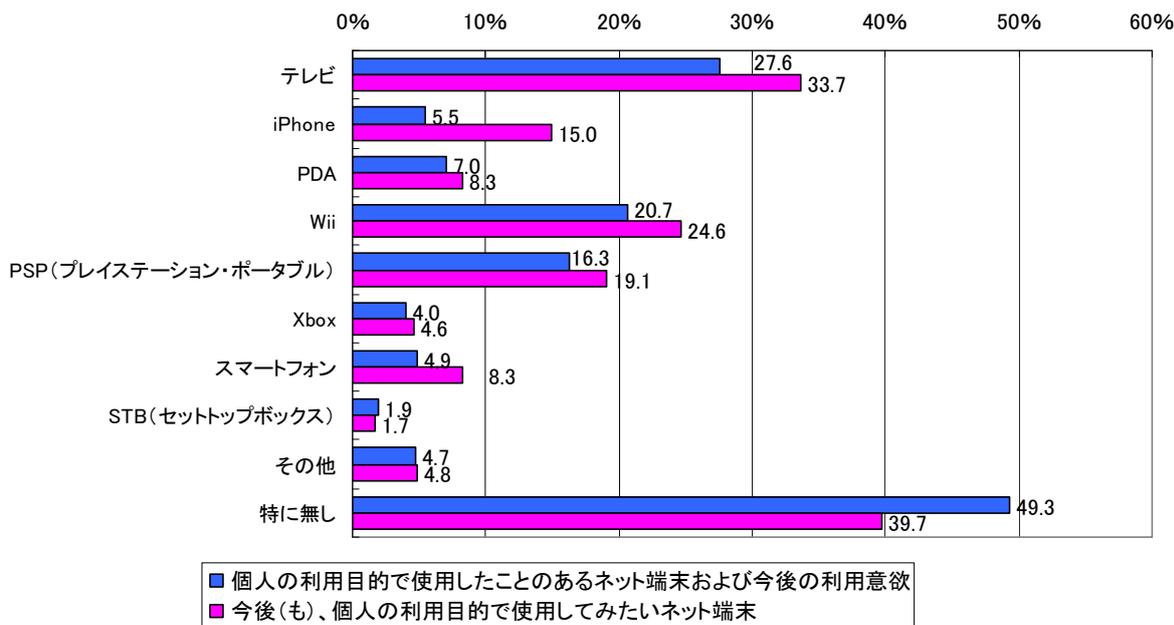
【パソコン、携帯電話以外のネット端末利用について】

■企業サイトや商品サイトは、パソコン、携帯電話以外でも見られるとよいと思いませんか？【単一回答】
 企業サイトや商品サイトが、パソコンと携帯以外の端末でも見られるとよい、と回答する人は 71.5%。
 (n=1,030)



■個人の利用目的で使用したことのあるネット端末および今後の利用意向

(パソコンと携帯電話(iPhone とスマートフォン以外)を除く) 【複数回答可】(n=1030)
 これまでのアクセス経験および今後の意向ともに1位はテレビ。



<質問項目>

- Q1 企業名や商品名をネット検索する際の、ネット端末の使用状況。(単一回答)
- Q2 携帯電話で企業名や商品名を検索した際、目的の企業サイトや商品サイトで当てはまる状況。(複数回答可)
- Q3 携帯電話での検索で目的の情報が得られなかった時、次にとる行動。(複数回答可)
- Q4 パソコンでの検索に使用したことがある検索エンジンサイトは?(複数回答可)
- Q5 パソコンで最もよく検索に使用する検索エンジンサイトは?(単一回答)
- Q6 携帯電話での検索に使用したことがある検索エンジンサイトは?(複数回答)
- Q7 携帯電話で最もよく検索に使用する検索エンジンサイトは?(単一回答)
- Q8 各種端末での、テレビ視聴がきっかけとなってネットアクセスした経験の有無。(複数回答可)
- Q9 各種端末での、ネットのプレゼント応募やキャンペーン申込の経験の有無。(複数回答可)
- Q10 各種端末での、ネットの商品購入経験(デジタルコンテンツの購入を除く)の有無。(複数回答可)
- Q11 各種ネット端末での、企業サイトや商品サイト訪問した際のメルマガ登録経験の有無。(複数回答可)
- Q12 各種端末での、ブックマークをしている企業サイトや商品サイトの有無(複数回答可)。
- Q13 企業サイトや商品サイトは、PCと携帯の両方で公開されているとよいと思いますか?(単一回答)
- Q14 企業サイトや商品サイトは、PCと携帯以外の端末でも見られるとよいと思いますか?(単一回答)
- Q15 個人の利用目的で使用したことのあるネット端末をお答え下さい。(複数回答可)
- Q16 今後(も)、個人の利用目的で使用してみたいネット端末をお答えください。(複数回答可)
- Q17 企業情報や商品情報を、家族や友人、知人と一緒に見たいと思いますか?(単一回答)
- Q18 企業情報や商品情報を、家族や友人、知人と一緒に見るのに、便利なネット端末。(複数回答可)
- Q19 パソコン、携帯電話それぞれにおいて、企業サイトや商品サイトにアクセスするきっかけ。(複数回答可)
- Q20 パソコン、携帯電話それぞれにおいて、企業サイトや商品サイトにアクセスする目的。(複数回答可)
- Q21 パソコン、携帯電話それぞれにおいて、たびたびアクセスする特定の企業サイトや商品サイト有無。(単一回答)
- Q22 パソコン、携帯電話それぞれにおいて、Q21に関連して当てはまる態度変容項目。(複数回答可)
- Q23 パソコン、携帯電話それぞれにおいて、たびたびアクセスする具体的な企業サイト、商品サイト名。(自由記述)
- Q24 パソコン、携帯電話それぞれにおいて、企業サイトや商品サイトアクセスで当てはまる行動。(複数回答可)
- Q25 パソコン、携帯電話それぞれにおいて、企業サイトや商品サイトで動画があるとよいと思いますか?(単一回答)
- Q26 パソコン、携帯電話それぞれにおいて、企業サイトや商品サイトで動画があるとよい理由。(複数回答可)
- Q27 パソコン、携帯電話それぞれにおいて、サイトあたりの企業・商品サイトの適当な閲覧時間。(単一回答)

<ご参考>

■株式会社Jストリームについて

社名(商号):株式会社Jストリーム

英文社名:J-Stream Inc.

設立:1997年5月

資本金:21億8,237万円(2007年3月末現在)

代表者:代表取締役会長兼社長 白石 清(しらいし きよし)

本社:〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント 10階

(TEL) 03-4363-7000

URL : <http://www.stream.co.jp/>

事業内容 :

- (1) インターネットや携帯電話網等を利用した、映像/音声/画像データ等の配信サービス
- (2) 映像/音声/画像データ等の配信に関連する各種ASPサービス
- (3) 映像/音声データの配信に関連するソフトウェア・ハードウェア等の開発・販売
- (4) インターネットを利用した配信に関するコンサルティングサービス

■調査結果の利用に関するお問い合わせ先

株式会社Jストリーム 営業企画部 担当:久保田

Email用コンタクトURL: <http://www.stream.co.jp/contact/other/>

■本件に関する報道関係お問い合わせ先

株式会社Jストリーム 総務人事部 広報 IR 課 担当:常富

TEL: 03-4363-7100 Email用コンタクトURL: <http://www.stream.co.jp/contact/pr/>

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「動画配信・リッチコンテンツ制作のJストリームが実施した調査結果によると・・・」