



D.A. Consortium



irep

SPiRE

FRUITS
BEAR

Architects for your Performance Marketing

News Release

2012年5月16日

デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

株式会社アイレップ

株式会社スパイア

【グループ会社のお知らせ】

アイレップとスパイアの共同調査

デバイス別、インターネット & 検索エンジンの利用実態を調査

このたび、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:矢嶋弘毅、以下 DAC)グループにおけるソリューションプロデュースユニット“FRUITS BEAR(フルーツベア)”に参画している、株式会社アイレップ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長CEO:紺野俊介、以下アイレップ)と、株式会社スパイア(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長CEO:早川与規、以下スパイア)は、「デバイス別のインターネット利用実態に関する調査」を実施いたしましたので、お知らせします。

調査サマリー

(1) スマートフォンのインターネット利用は「乗り換え案内」「カレンダー」「SNS」

iPhone および Android 搭載スマートフォンにおけるインターネット利用では、「乗り換え案内」「カレンダー」「SNS」と、外出先での利用シーンを思わせる結果となった。

(2) ネットショッピングにおけるメインデバイスは PC

デスクトップ PC・ノート PC において、インターネットで利用するサイトおよび利用目的のメインは「ショッピング」「オークション」「ネットバンキング」となっており、インターネット上での購買行動、決済などに使用するメインデバイスは PC という結果となった。

(3) ネットショッピングに使用するデバイスは PC からスマートフォンへ

インターネット上での購入、決済に使用するメインデバイスは PC という結果が出ているが、スマートフォンを使用したネットショッピングの利用金額は、ほぼ PC と同額であった。一方で、「スマートフォンによるネットショッピングの利用頻度は今後も変わらない」という回答が多い背景には、もともと PC でネットショッピングをしていたユーザーが、利便性などの観点から、スマートフォンでも購入するようになったためであり、利用額や頻度の絶対数が大幅に増加することが考えにくい点が、要因のひとつとしてあることが想定される。

(4) どのデバイスにおいても、利用する検索エンジンの決め手は「使いやすさ」

デバイス別の検索エンジン利用実態調査においては、Yahoo! JAPAN・Google が主となっているが、各検索エンジンの利用理由の上位は「使い慣れている」「検索しやすい」「シンプル」「便利」「簡単」などがランクインしており、利用している端末のデフォルト設定に依存する部分も大きいですが、決め手は「使いやすさ」であるという結果となった。



■調査目的:

本調査は、インターネットを利用する際、PC に加えて、急速に普及が拡大している iPhone や iPad、Android 搭載スマートフォン、Android 搭載タブレットなどのデバイスによって使い方にどのような特徴があるのかを明らかにすること、また、検索エンジンの利用実態について把握することを目的として実施しています。

■調査概要:

調査対象 : スパイアが運営するターゲットリサーチパネル

調査手法 : インターネットリサーチ

調査企画・実施 : 株式会社スパイア

調査協力 : 株式会社アイレップ

サンプル数 : 2,326 サンプル

各デバイスユーザーの内訳は下記の通り。 ※複数デバイス所有による重複あり。

・「iPhone」ユーザー	679
・「Android」搭載スマートフォンユーザー	807
・「iPad,iPad2」ユーザー	409
・「Android」搭載タブレットユーザー	300
・「ネット接続可能なゲーム機」ユーザー	457
・「ネット接続可能なテレビ」ユーザー	891
・「デスクトップ PC」ユーザー	1,534
・「ノート PC」ユーザー	1,725

調査期間 : 2012 年 2 月 13 日～2 月 14 日 (2 日間)

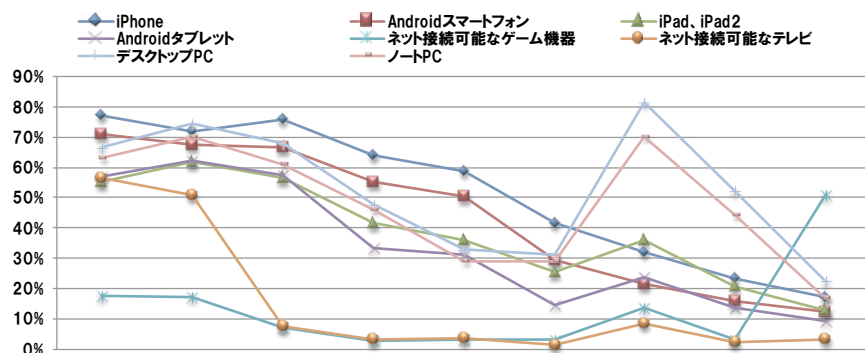
デバイス別、インターネット&検索エンジンの利用実態調査

【デバイス別、インターネットの利用実態】

《各デバイスの特徴》

iPhone や Android 搭載スマートフォンでは、「乗り換え案内」や「カレンダー」のインターネット利用が多く、「SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)」の利用も多い傾向にある。また、ノート PC やデスクトップ PC においては、「ショッピング」「オークション」「インターネットバンキング」などの利用が多く、金銭のやり取りが発生する Web サイトで多く使われている。

■利用する Web サイト



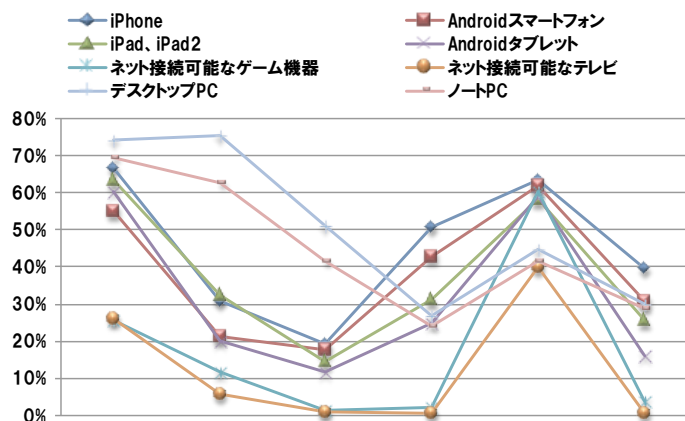


	天気	ニュース	地図	乗り換え案内	カレンダー	SNS	ショッピング	オークション	オンラインゲーム
iPhone (n=679)	77.3	71.9	75.7	64.2	58.8	41.7	32.0	23.1	16.9
Androidスマートフォン (n=807)	70.9	67.5	66.4	55.3	50.3	29.5	21.3	15.6	12.4
iPad、iPad2 (n=409)	55.3	61.6	56.5	41.8	36.2	25.4	36.2	20.5	13.0
Androidタブレット (n=300)	57.0	62.3	57.3	33.3	31.3	14.3	23.7	13.7	9.3
ネット接続可能なゲーム機器 (n=457)	17.7	17.3	7.0	2.8	3.1	3.3	13.8	3.3	51.0
ネット接続可能なテレビ (n=753)	56.7	50.7	7.4	3.3	3.5	1.2	8.2	2.3	3.1
デスクトップPC (n=1,534)	66.8	74.6	68.1	47.8	32.9	31.0	81.7	52.2	22.3
ノートPC (n=1,725)	63.1	70.3	60.9	45.9	29.0	29.2	70.3	44.4	16.6

※数値の色付けはデバイスごとに、「赤字:最大値、橙字:2番目に大きい値、青字:3番目に大きい値」を意味しています。

⇒以降の設定も同様

■インターネット利用目的



	個人的な興味・娯楽の情報収集のため	商品を購入するため	ネットバンキング、オンライントレード	スケジュールなどの管理のため	暇つぶしのため	SNS等でコミュニケーションをとるため
iPhone (n=679)	66.7	30.9	19.1	50.7	63.3	39.5
Androidスマートフォン (n=807)	55.0	21.1	17.7	42.9	61.8	31.0
iPad、iPad2 (n=409)	63.6	32.3	14.7	31.3	58.4	25.7
Androidタブレット (n=300)	60.3	20.0	11.7	24.7	59.0	16.0
ネット接続可能なゲーム機器 (n=457)	25.8	11.8	1.3	2.2	60.4	3.7
ネット接続可能なテレビ (n=753)	25.9	5.6	1.1	0.7	40.1	0.4
デスクトップPC (n=1,534)	74.2	75.6	51.3	27.0	44.7	30.2
ノートPC (n=1,725)	69.3	62.6	41.6	23.9	41.7	28.6

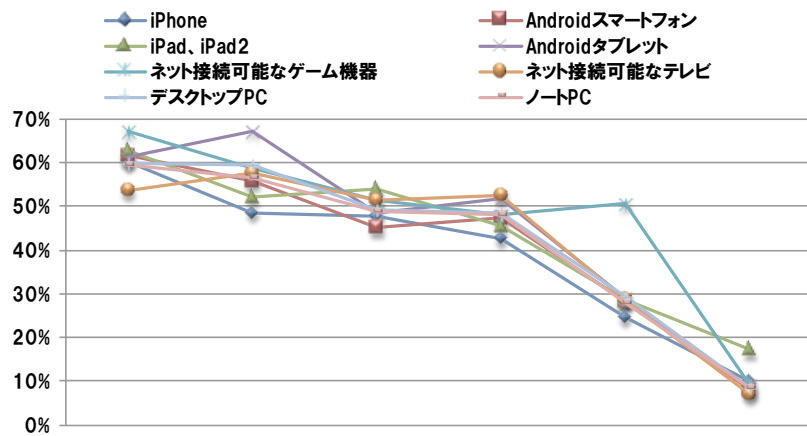
【各デバイスユーザー別、ネットショッピングの利用実態】

《各デバイスユーザーの特徴》

iPhone ではファッション雑貨の購入が多い傾向にあり、Android 搭載スマートフォンでは大きな特徴は見られなかったが、食品・飲料・お酒の購入がやや少ない傾向にあった。iPad、iPad2 では電子書籍の購入が多く、デバイスの使用用途が見える結果となった。また、年間の消費金額は Android 搭載タブレットが最も高く、次いで iPad、iPad2 という結果となっており、iPhone、Android 搭載スマートフォン、デスクトップ PC、ノート PC によるネットショッピングの年間消費金額はほぼ同金額となっている。今後の各デバイスでの購入頻度は、「変わらない」という回答が圧倒的に多く、iPhone や Android 搭載スマートフォンなど、PC 以外による購入方法が多様化してきているものの、消費の総額は変わらないため、購入に使用するデバイスが分散されていることが想定される結果となった。

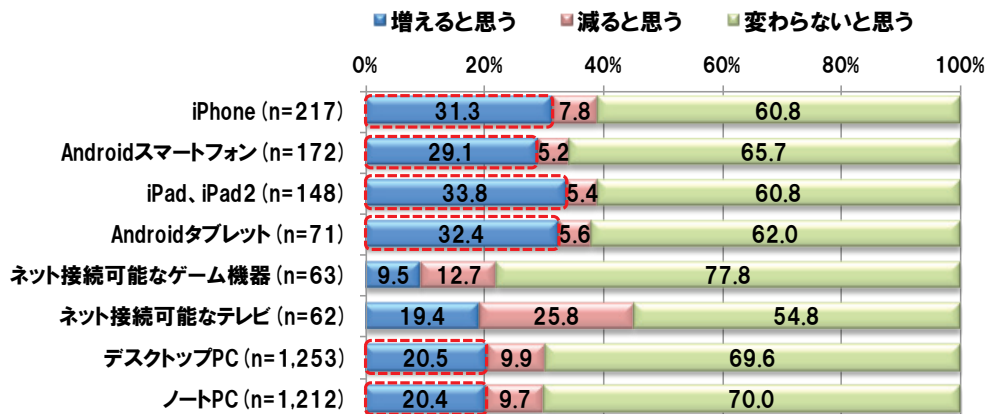


■インターネット利用目的



	DVD・CD・本・雑誌	PC・周辺機器	食品・飲料・お酒	ファッション雑誌・小物	生活家電用品	ゲーム・おもちゃ	電子書籍
iPhone (n=608)	60.4	48.4	47.7	40.8	42.8	24.7	10.0
Androidスマートフォン (n=704)	61.6	55.7	45.2	36.5	47.4	28.4	8.1
iPad、iPad2 (n=375)	62.9	52.3	53.9	37.9	45.6	28.5	17.3
Androidタブレット (n=267)	61.4	67.0	48.3	30.7	51.7	29.2	8.6
ネット接続可能なゲーム機器 (n=429)	67.4	58.7	51.5	35.4	48.3	50.8	9.1
ネット接続可能なテレビ (n=686)	53.5	57.7	51.5	34.4	52.6	28.6	6.9
デスクトップPC (n=1,396)	60.0	59.4	49.2	34.2	48.6	29.5	8.4
ノートPC (n=1,569)	59.6	56.5	48.8	36.3	48.0	28.0	8.5

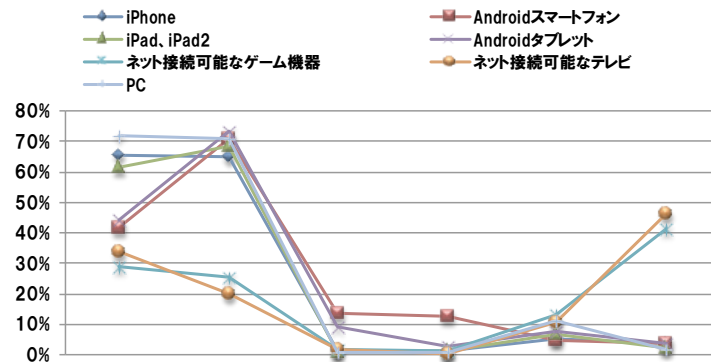
■今後のネットショッピング購入頻度



【デバイス別、検索エンジンの利用実態】

■デバイス別、利用している検索エンジン

PC、iPhone では、「Yahoo! JAPAN」「Google」が同じぐらいで最も多くなっている。また、Android はスマートフォン、タブレットともに「Google」が多くなっている。デフォルト設定の検索エンジンをそのまま使用しているケースが想定される中で、iPhone ユーザーにおいては、各自の好みに合わせて検索エンジンを選択していることが表れる結果となった。



	Yahoo! JAPAN	Google	dメニュー	au one	その他	分からない
iPhone (n=679)	65.4	64.8	1.3	1.0	5.2	3.7
Androidスマートフォン (n=807)	41.8	71.1	13.6	12.5	4.6	3.8
iPad, iPad2 (n=409)	61.6	68.2	0.5	1.0	6.8	2.4
Androidタブレット (n=300)	44.0	73.3	9.0	2.7	7.7	3.7
ネット接続可能なゲーム機器 (n=457)	29.1	25.4	1.5	1.3	13.1	41.4
ネット接続可能なテレビ (n=891)	33.9	19.8	1.8	0.4	10.8	46.1
PC (デスクトップPC・ノートPC) (n=2,326)	71.8	70.9	0.7	0.7	11.3	1.8

■各検索エンジンの利用理由

各検索エンジンの利用理由では「Yahoo! JAPAN」「使い慣れている」、「Google」「検索しやすい」が1位になっている。いずれの検索エンジンにおいても、「使い慣れている」「検索しやすい」「シンプル」「便利」「簡単」などがランクインしており、利用している端末のデフォルト設定に依存する部分も大きい。決めては「使いやすさ」であることが伺える結果となった。なお、「Yahoo! JAPAN」の「IDを持っている」「オークション・ショッピング」や「Google」の「地図を使う」などは本調査においては少数意見となっている。

『Yahoo! JAPAN』の利用理由(n=1,790)				『Google』の利用理由(n=1,876)			
順位	回答	票数	(%)	順位	回答	票数	(%)
1	使い慣れている、なじみがある	162	9.1%	1	検索しやすい	170	9.1%
2	使いやすい、簡単、便利	151	8.7%	2	シンプル、便利、簡単	163	8.7%
3	なんとなく	132	7.4%	3	なんとなく	145	7.7%
4	デフォルト、トップページだから	54	3.0%	4	使いなれている、なじみがある	64	3.4%
5	有名、一般的	44	2.5%	4	デフォルト、トップページだから	64	2.7%
6	検索しやすい	36	2.0%	6	動作が速い	50	1.8%
7	情報が多い	23	1.3%	7	有名、一般的	33	1.6%
8	Yahoo! JAPAN IDを持っている	16	0.9%	8	情報が多い	28	1.5%
9	サイトが充実している	10	0.6%	9	OSの関係で	25	1.3%
10	オークション、ショッピングのため	10	0.6%	9	地図を使うから	25	1.3%

■ターゲットリサーチについて

スパイアが運営するインターネットリサーチ「ターゲットリサーチ」は、他にはない優れた特長があり、高精度なりサーチが効率的に実施できます。

- パネル数は、約 150 万人+提携モニター約 150 万人（2012 年 3 月現在）
- 営業担当は、リサーチ経験豊富な者のみ。その場で課題解決のご相談にのります。
- プロモーション領域、アプリ・広告関連調査などにも独自の強みを持っています。



D.A. Consortium



SPiRE



FRUITS BEAR について

“FRUITS BEAR”は、DACグループのソリューション力強化をねらった、グループを横断するプロデュースユニットです。

広告主のデジタルマーケティング活動におけるパフォーマンス向上及び、媒体社の収益最大化を目指し、総合的なデジタルソリューションの提供を行っています。

(“FRUITS BEAR”サイトURL <http://www.fruitsbear.jp/>)

ロゴマーク



以 上

<会社概要>

■ 株式会社アイレップ

代 表 者 : 代表取締役社長CEO 紺野俊介

本社所在地 : 東京都千代田区永田町2丁目11番1号 山王パークタワー7F

設 立 : 1997年11月

事 業 内 容 : リスティング広告、SEO、LPO、Web解析などのデジタルマーケティング事業

■ 株式会社スパイア

代 表 者 : 代表取締役社長CEO 早川与規

本社所在地 : 東京都渋谷区渋谷1丁目2番5号 アライブ美竹9F、10F

設 立 : 1997年10月

事 業 内 容 : モバイル広告事業、メディア事業、スマートフォン関連事業

■ デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社

代 表 者 : 代表取締役社長 矢嶋弘毅

本社所在地 : 東京都渋谷区恵比寿4-20-3 YGP タワー33F

設 立 : 1996年12月

事 業 内 容 : インターネットメディアレップ事業、アド・テクノロジー事業、オペレーション事業等

<本件に関するお問い合わせ>

デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社 戦略統括本部広報担当 Tel: 03-5449-6300 Mail: ir_inf@dac.co.jp