

— Yahoo!リサーチ「情報メディア」に関する調査を実施 —
存在感を増すウィキペディアなどの「フリー百科事典」
伸び続ける「検索エンジン」「動画共有サービス」

全国の15～59歳の男女1,000人を対象にインターネット定量調査を実施（調査実施期間：2008年12月18日～19日）

<調査結果トピックス>

- ・従来4大メディア（テレビ、新聞、雑誌、ラジオ）は、利用度・信用度・利用意向ともに昨年レベルを維持
- ・伸び続ける「検索エンジン」「動画共有サービス」
- ・信用度・利用度・利用意向のいずれも高く、存在感を増すウィキペディアなどの「フリー百科事典」
- ・CGM系メディアは、情報収集の目的やシーンごとに使い分け

Yahoo!リサーチを運営するヤフーバリューインサイト株式会社（本社/東京都中野区、代表取締役社長：田部信）は、2008年12月に「情報メディアに関する調査」を自社モニターを対象に実施しました。

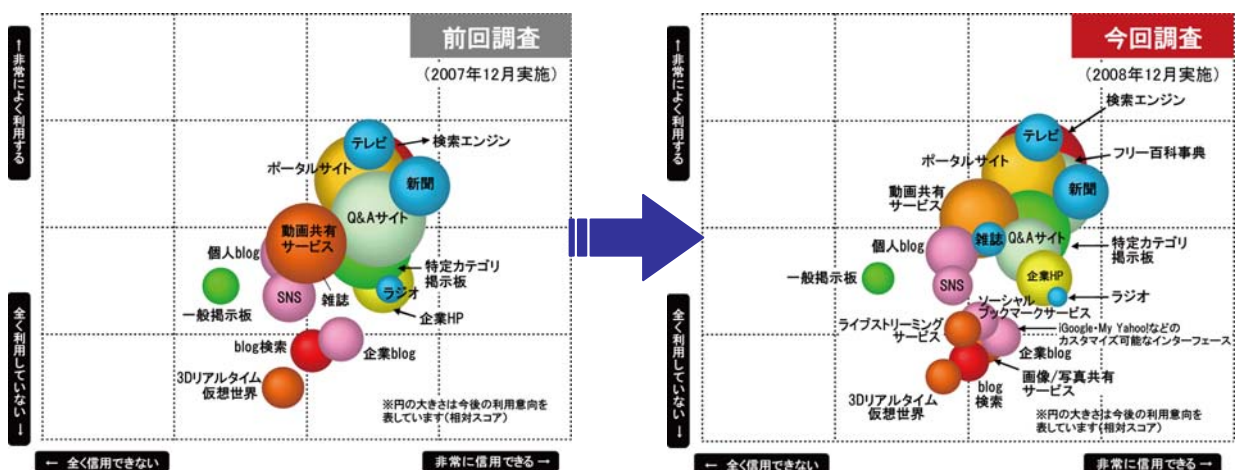
情報メディアに対するユーザー態度の経年変化、新メディアの信用度や利用状況の把握を目的に、2005年～2007年に行った3回の調査に続き、このたび第4回を実施しました。これまで同様、横軸で『信用度』、縦軸で『利用度』、バブルサイズで『今後の利用意向』を表現したチャートにて、各メディアのポジショニングを確認しました。

■ 伸び続ける「検索エンジン」「動画共有サービス」。利用度、信用度、利用意向の三拍子揃った「ウィキペディア」

「テレビ」「新聞」「雑誌」「ラジオ」の従来4大メディアは、昨年のレベルを概ね維持しています。ウェブ系メディアでは、前回調査で利用度・利用意向ともに高かった「検索エンジン」や、初登場ながら存在感を見せた「動画共有サービス」の利用度・信用度が今回調査でも上昇傾向にあり、利用意向も依然高く、今後も伸びが期待されます。

今回新たにカテゴリを追加したウィキペディア(Wikipedia)に代表される「利用者が編集可能なフリー百科事典」は、信用度が「新聞」「ラジオ」に次いで3位、利用度が「テレビ」「検索エンジン」「ポータルサイト」「新聞」に次いで5位、利用意向は「検索エンジン」に次いで2位と、利用度、信用度、利用意向が三拍子揃う注目の結果となりました。その他「iGoogle、My Yahoo!」「ソーシャルブックマークサービス」「画像/写真共有サービス」「ライブストリーミングサービス」などの新メディアはいずれも信用度、利用度、利用意向ともにまだまだ低い状況です。

mixiやGREEなどの「SNS」は、利用度、信用度とともにほとんど変化が見られず、利用意向も低下傾向で伸び悩みを見せています。セカンドライフに代表される「3Dリアルタイム仮想世界」も利用度が若干伸びたものの、利用意向は低下しており、普及に至る前に衰退傾向に差し掛かっている兆しが見られます。



- * メディアカテゴリごとに、各データの対象n数から「わからない」の回答者数を除いています。
- * 前回調査まで「Q&Aサイト」に含めていた「ウィキペディア (Wikipedia)」などの利用者が編集できるフリー百科事典」は今回調査から独立カテゴリとして追加しています。
- * 各ウェブメディアの定義と今回調査および第1回～第3回調査の詳細については本リリース末尾に記載しています。

【 本件についてのお問い合わせ 】

ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報
TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1966
お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>

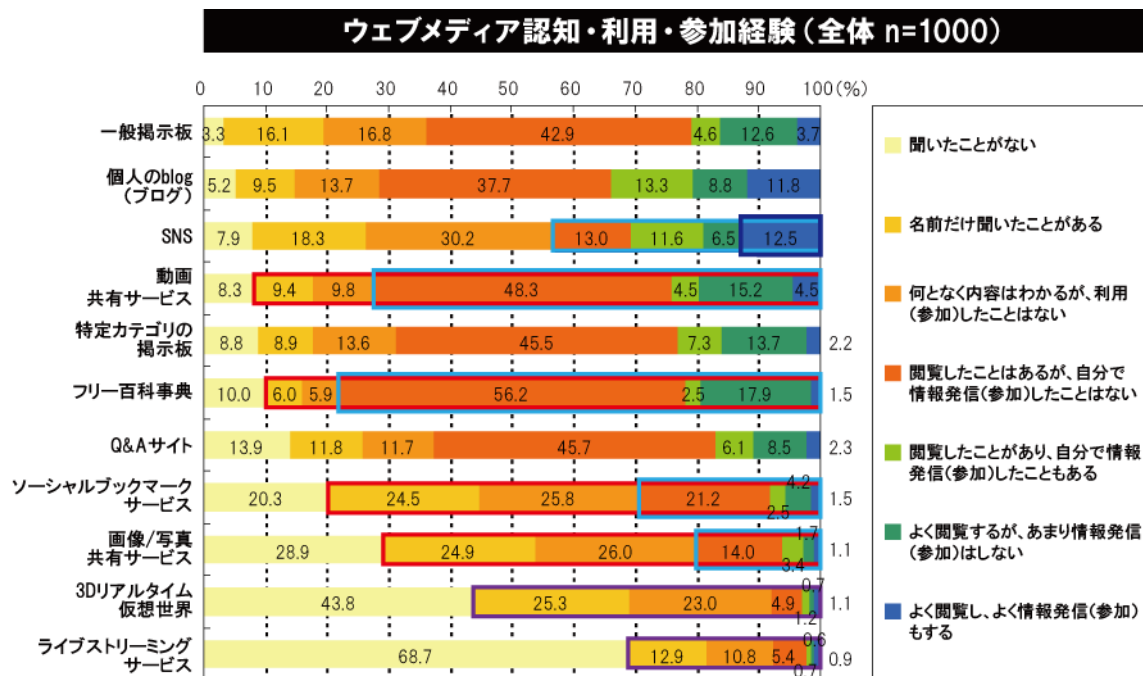
■「フリー百科事典」「動画共有サービス」は認知率が9割、利用経験率も7割を超える

CGM(=消費者作成型メディア)系の各メディアの認知・利用・参加経験を確認したところ、ウィキペディアに代表される「フリー百科事典」やYouTubeなどの「動画共有サービス」は、認知率が9割、利用経験率が7~8割に達しており、情報発信に至るユーザーは少数派ではあるものの、インターネットユーザーにとっての『一般的な情報メディア』という存在を確立していると言えそうです。

新たなメディアとして今回からカテゴリを追加した、はてなブックマークなどの「ソーシャルブックマークサービス」やFlickr、フォト蔵などの「画像/写真共有サービス」は、認知率が7割強~8割と高いものの、利用経験率は3割未満に留まり、閲覧を含めた利用者はまだ限定的である模様です。

また、「SNS」は利用経験率が4割強と昨年から伸びが見られませんでした、「よく閲覧し、よく参加するユーザー」が1割強と他メディアよりも構成比が高く、一部の高関与ユーザーに非常によく利用されている実態が見られます。

その他、新たなメディアとして追加したUstream.TVやJustin.TVなどの「ライブストリーミングサービス」の認知率は3割強に留まり、利用経験率も1割未満と浸透度はまだ低いようです。



【 本件についてのお問い合わせ 】

ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1966

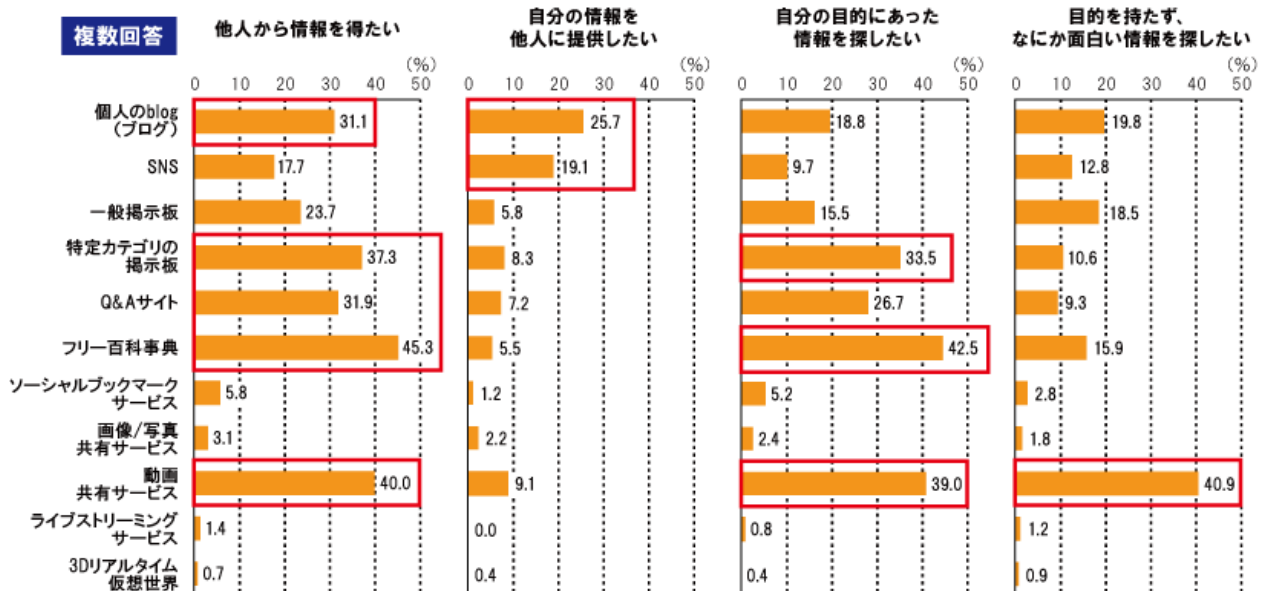
お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>

■ CGM系メディアは、情報収集の目的やシーンごとに使い分け

同じCGM系メディア利用者を対象に、シーンや目的別に利用したいメディアを調査しました。『他人から情報を得たい』ときに利用するメディアは、「フリー百科事典」「動画共有サービス」「特定カテゴリの掲示板」が4割前後と高く、複数メディアに分散していますが、逆に『自分の情報を他人に提供したい』ときは「個人のblog(ブログ)」「SNS」(19%)に集中しており、『自らの情報を提供したい』ときと『他人から情報を得たい』ときでは、メディアの使い方が異なっているようです。また、「個人のblog(ブログ)」は発信だけでなく、受信においても高めで、受信・発信の両目的で活用したいメディアという位置付けとなっているようです。

また、『自分の目的にあった情報を探したい』ときには「フリー百科事典」「動画共有サービス」「特定カテゴリの掲示板」などが4割前後と高く、逆に『目的を持たず、なにか面白い情報を探したい』ときには「動画共有サービス」に使用意向が集中し、4割強と他メディアよりも圧倒的に高い結果になりました。「動画共有サービス」は、明確な目的のあり・なしに関わらず利用意向が高いメディアであることがわかります。

ウェブメディア利用時の意識、シーン別利用したいウェブメディア (ウェブメディア利用者全体 n=847)



※参照

<ウェブ系メディアの定義>

- 一般掲示板 : 「2ちゃんねる」などの一般掲示板
- 特定カテゴリの掲示板 : 価格/商品比較サイト、宿泊予約サイトなど特定カテゴリの掲示板
- iGoogle, My Yahoo! : 「iGoogle」「My Yahoo!」などのカスタマイズ可能なユーザーインターフェイス
- Q&Aサイト : 「はてな」「教えて! goo」などのQ&Aサイト
- フリー百科事典 : 「ウィキペディア (Wikipedia)」などの利用者が編集することができるフリー百科事典
- SNS : 「mixi」「GREE」「My Space」などのSNS
- ソーシャルブックマークサービス : 「はてなブックマーク」「Yahoo!ブックマーク」などのソーシャルブックマークサービス
- 画像/写真共有サービス : 「Flickr」「フォト蔵」「Yahoo! フォト」などの画像/写真共有サービス
- 動画共有サービス : 「YouTube」「ニコニコ動画」などの動画共有サービス
- ライブストリーミングサービス : 「Ustream.TV」「Justin.tv」「UtageoLive100」などのライブストリーミングサービス
- 3Dリアルタイム仮想世界 : 「セカンドライフ」などの3Dリアルタイム仮想世界

【 本件についてのお問い合わせ 】

ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1966

お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>

<調査項目一覧>

- ・各情報メディアの認知度・利用度・信用度
- ・各情報メディアの今後の利用意向
- ・ウェブメディア利用時の意識、シーン別利用したいウェブメディア など

<第1回～第3回調査について>

第1回 2005年11月調査 : <http://www.yahoo-vi.co.jp/research/060126.html>

第2回 2006年11月調査 : <http://www.yahoo-vi.co.jp/research/070122.html>

第3回 2007年12月調査 : <http://www.yahoo-vi.co.jp/research/080229.html>

* 第1回調査はサンプル数やスコアの算出方法などが若干異なります。予めご了承の上、ご覧ください。

<調査概要>

調査目的 : 「情報メディア」の認知や利用経験、今後の利用意向の把握など
 調査手法 : インターネット定量調査
 対象エリア : 全国
 調査対象者 : 15～59歳 男女 (当社「ボイスポート」会員)
 有効回答数 : 1,000サンプル [10歳刻み均等割付 (10代は15～19歳)]
 調査実施期間 : 2008年12月18日 (木)～12月19日 (金)
 調査機関 : ヤフーバリューインサイト株式会社

<関連調査>

- ・「ブログ、SNS」に関する調査 (2007年6月) : <http://www.yahoo-vi.co.jp/research/00392.html>
- ・CGMを見て購入する商品の自主調査 (2006年11月) : <http://www.yahoo-vi.co.jp/news/report/common/pdf/061122.pdf>
- ・インターネットユーザーのテレビ視聴等に関する自主調査 (2006年6月) : <http://www.yahoo-vi.co.jp/news/report/common/pdf/060629.pdf>

<ヤフーバリューインサイト株式会社について>

「市場の生活者ニーズを捉え、マーケティング課題を解決し、企業の成長に貢献する価値を提供すること」、それが私たちの使命です。ヤフーバリューインサイト株式会社は、マーケティングリサーチのリーディングカンパニーとして、国内最大級かつ高品質な調査パネルを基盤に、インターネットリサーチから従来型手法まで、豊富なリサーチサービスを提供しています。2008年7月より、ヤフー株式会社と「Yahoo!リサーチ」ブランドの共同運営を開始し、Yahoo! JAPANを通じた調査パネルの充実、インターネットにおけるノウハウやインターネット利用動向の活用、そして、マーケティングテクノロジーの研究・開発を続け、これまでにないサービスや価値を提供してまいります。

会社名: ヤフーバリューインサイト株式会社 <http://www.yahoo-vi.co.jp>
 所在地: 東京都中野区中央1-38-1 住友中野坂上ビル1F
 TEL: 03-3367-1967(代表) FAX:03-3367-1961
 新会社発足日: 2007年7月1日
 資本金: 7億円
 代表者: 代表取締役社長 田部 信 (たなべ しん)
 事業内容:

- ・マーケティングリサーチ事業
- ・データ解析事業
- ・マーケティングコンサルティング事業
- ・生活者情報データ・コンテンツ事業 [C-NEWS] <http://c-news.jp/>

【 本件についてのお問い合わせ先 】
 ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報
 TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1966

引用・転載時のクレジット表記について

本リリースの調査結果を引用される際は、必ずクレジットを明記いただけますようお願いいたします。
 例)「Yahoo!リサーチ調べ」「Yahoo!リサーチの調査によると・・・」