

## 10代女性のモバイル検索についての自主調査

au と Google の提携以来、モバイルの世界でも検索エンジンの利用が進んでいます。

モバイルの利用に積極的な10代女性では、キャリアの公式メニューと検索エンジン、どちらが優勢なのでしょう。

ネットエイジア株式会社は、10代女性の携帯電話での検索行動についてモバイル調査を行いました。

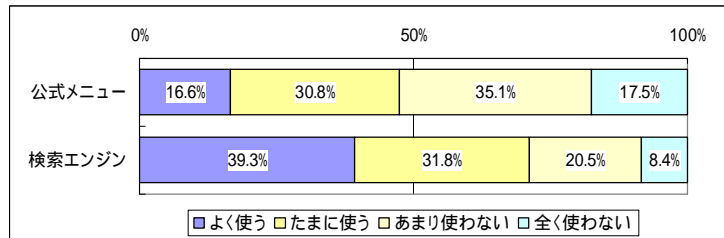
### 1. 公式メニュー VS 検索エンジン 利用頻度

目的のサイトを探すための手段として、「公式メニューをよく使う」と回答した人は16.6%、「検索エンジンをよく使う」と回答した人は39.3%。検索エンジンの利用頻度が、公式メニューの利用頻度を上回っています。

「よく使う」と「たまに使う」を合わせた率は、検索エンジンでは7割を超え、公式メニューは5割弱にとどまりました。

10代女性モバイル利用者では、検索エンジンの利用が定着しています。

Q.携帯で目的のサイトを探す方法には、キャリアの公式メニューから探す方法と検索エンジンから探す方法があります。それぞれについて、あなたの利用頻度をお教え下さい。



### 2. ジャンルごとの使い分け

ジャンルごとの使い分けを調査したところ、検索エンジンを利用することが多いジャンルは1位「待受画面を探したいとき」78.6%、2位「画像や動画を探したいとき」77.6%でした。

公式サイトを利用することが多いジャンルは1位「天気やニュースなどの情報を得たいとき」71.8%、2位「交通/路線などの情報を得たいとき」65.9%でした。

ダウンロードしたい音楽・画像、ゲームなどを探したい場合は検索エンジンを利用し、検索結果から目的のファイルを見つけるようです。

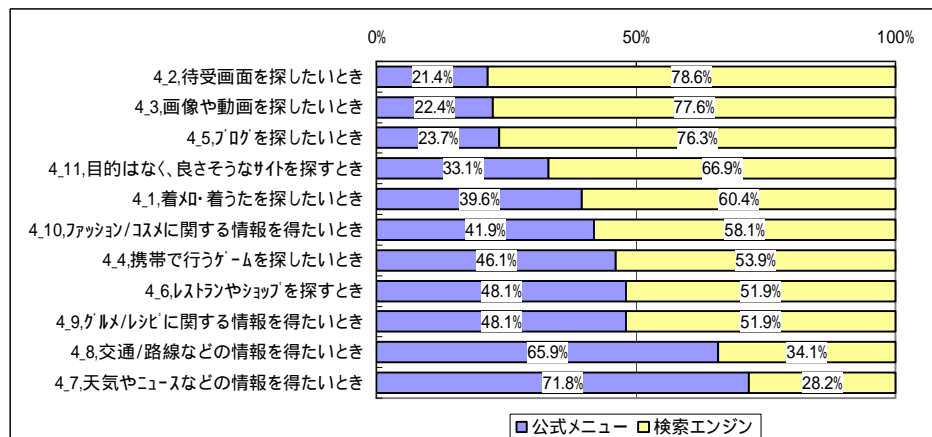
情報を探す場合は、公式メニューからジャンルの階層をたどって目的のサイトへ向かっています。

このほか、公式サイトではヒットしにくいブログ探しでは76.3%が検索エンジンを利用。

目的なくサイトを探すときは66.9%が検索エンジンを利用。

店舗やショップ探しでは公式メニューと検索エンジンが同程度に利用されています。

Q.あなたは以下の情報を手に入れたいとき、いずれの方法で探すと思いますか？最も当てはまる方法をそれぞれお選びください。

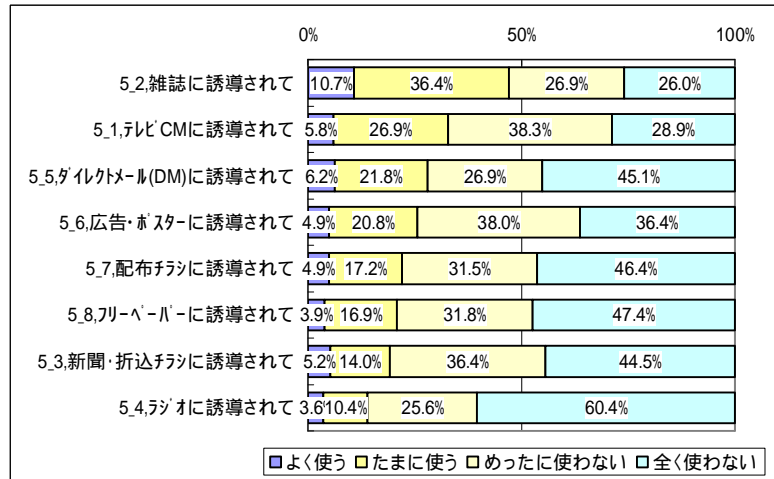


3. 検索連動広告の効果

検索を促す広告で利用の高いものは、1位「雑誌に誘導されて」の47.1%、2位「テレビCMに誘導されて」32.8%、3位「ダイレクトメール(DM)に誘導されて」27.9%でした。(比率は「よく使う」と「たまに使う」の合計)

「全く使わない」という回答が多かったのは、「ラジオに誘導されて」の60.4%でした。

Q.「 と検索してください」のように検索を促してウェブサイトに誘導する広告があります。このような宣伝がきっかけで、モバイル検索を行う頻度を、それぞれのメディアについてお答えください。



4. 調査概要

- 調査期間：2007年4月5日～6日
- 調査対象：全国 / 女性 / 13～19歳 / 学生
- サンプル数：308 サンプル
- 調査方法：モバイルリサーチ
- 実施機関：ネットエイジア株式会社