

「インターネット利用」に関する調査

イー・ウーマン調査「『インターネット利用』に関する調査」
<http://www.ewoman.co.jp/>

総務省の2005年7月発表資料によると、ブロードバンドの世帯普及率は39.15%となった。そこで今回はイー・ウーマンリーダーズにインターネットの利用に関する調査を行い、1,152名から回答を得た。

■ ブロードバンドを利用している人は9割 …… グラフ1

今回の調査では、ブロードバンドを利用している人は89.41%だった。これは前回2003年3月時点の同調査に比べ、15.51ポイントとさらなる伸びを示した。ブロードバンドを利用している人の内訳を見ると、光ファイバー24.47%、ADSL59.42%、ケーブルテレビ16.12%であった。特に、普及はこれからといわれる光ファイバーに関して、総務省発表の普及率5.72%に比べて、イー・ウーマンリーダーズは24.5%であり、積極的にインターネットとかかわっていることが分かる。

■ 積極的なインターネット活用 …… グラフ2

インターネットのインフラに対して環境を整えているリーダーズだが、実際にインターネットでどのような活用をしているのだろうか。現在インターネットでどのようなことを行っているか聞いてみた。前回2003年から特に顕著な違いを示したのが、オンラインショッピング(オークション含む)73.44%(2003年は48.25%)、オンラインバンキング45.75%(2003年は29.49%)、オンライントレーディング15.54%(2003年は6.98%)であった。インターネットを活用して、積極的に消費活動や投資活動をしていることがわかる。

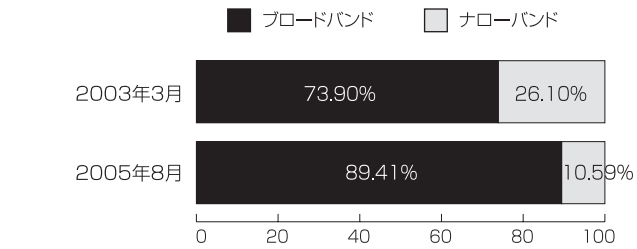
■ 企業のホームページを見る理由 …… グラフ3,4

このように積極的にインターネットを活用しているリーダーズに、企業のサイトを見ているかどうか聞いたところ、92.62%が「閲覧する」と回答。その理由を聞くと、「企業の事業内容を知りたいから」が50.98%の回答を得て第1位であった。「企業の新情報が知りたいから」が46.86%で続き、消費者のニーズを満たすために、企業のインターネットにおけるPRが、改めて重要であることが浮き彫りになった。

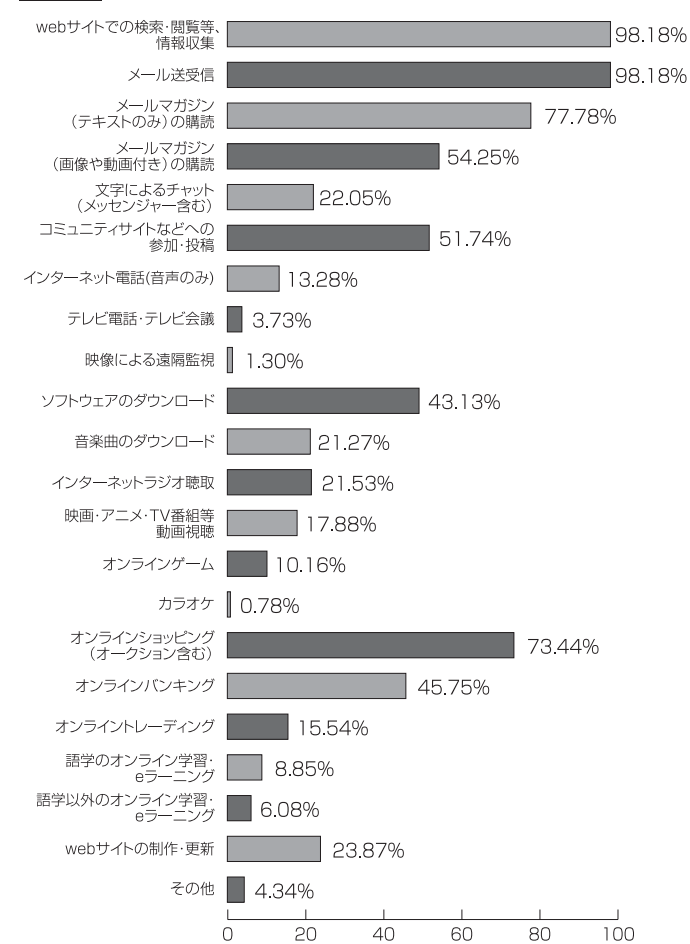
■ 「他サイトの紹介記事や編集記事」が効果的 …… グラフ5

そうした状況のなか、企業も自社サイトでPR活動を行い、また他サイトでもPR・広告を行っている。こうした状況のなか、積極的にインターネットを活用しているリーダーズに、インターネットでPR・広告を利用するかを問いかけてみた。「利用する」と回答した人は62.85%。「利用する」と回答した人の内訳を見ると、「インターネットサイトの紹介記事や編集記事」72.79%であった。この数値は「バナー広告」40.19%、「検索サイトのPR・広告枠」31.77%を大きく引き離している。消費者へのPRへは単なるバナー広告や検索キーワード広告ではなく、他サイトでの紹介記事、編集記事を活用することが重要である。企業のサイトだけでなく他サイトを活用することで消費者に効果的なPRを行うことができる。

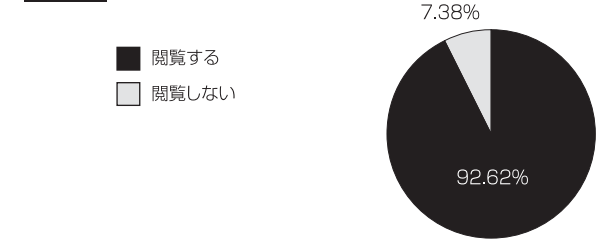
グラフ1 自宅でのブロードバンド利用状況



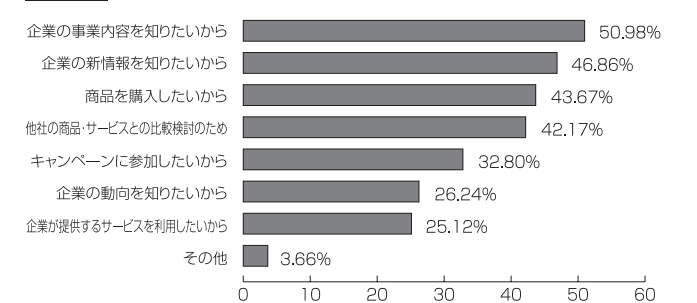
グラフ2 現在インターネットで行っていること



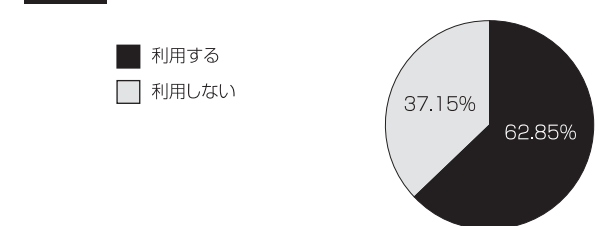
グラフ3 企業サイトの閲覧状況



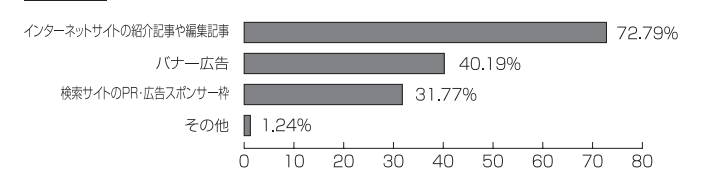
グラフ4 企業サイトを見る理由



グラフ5 インターネットでのPR・広告の利用状況



グラフ6 どのようなインターネットPR・広告を利用するか



< 調査概要 >

調査実施: 2005年8月18日(木)~8月23日(火)
 調査方法: インターネットによる自記入式アンケート
 対象: イー・ウーマンリーダーズ
 有効回答数: 1,152名

LEADERS DATA

