「インターネット個人利用動向調査2011 クロス集計データ付属」を販売開始

報道関係者各位

平成23年7月12日
株式会社クロス・マーケティング
(東証マザーズ 3629)

「インターネット個人利用動向調査2011 クロス集計データ付属」を販売開始

～個人の様々な機器によるインターネット利用動向に関する調査を収録～

■■ 要約 ■■

マーケティングリサーチを行う株式会社クロス・マーケティング（代表取締役社長 五十嵐 幹 東京都中央区）は、インターネットテクノロジーを核としたあらゆる分野でクロスメディア事業を展開している株式会社インプレスR&D（代表取締役 井芹 昌信 東京都千代田区）が発行した調査資料「インターネット個人利用動向調査2011 クロス集計データ付属」を販売開始しました。

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=615

■■ 資料概要 ■■

iPhoneの発売を契機に少しずつ拡大してきたスマートフォン市場ですが、ドコモやKDDIが本腰を入れており、その市場は一気に開花しています。また、iPadがヒットしているようにタブレット端末も広まっており、インターネットを利用する機器は、これまでのパソコン、携帯電話に限定されず、マルチデバイスへと広がり、新たなステージに突入しています。

また、アプリケーションレイヤーでは、Twitterに代表されるマイクロブログやmixiやFacebookに代表されるSNSなど、ユーザーのソーシャルメディアの利用が拡大しています。

「インターネット個人利用動向調査」は、16年目を迎えた個人を対象としてインターネット利用動向を調査したものです。本年は、同一調査を元にする『インターネット白書2011』に先行して発行します。

本調査の特徴は下記のとおりです。

■調査のポイント

- ・個人の様々な機器によるインターネット利用動向に関する調査を収録
- ・インフラレイヤーは基本を押さえつつ、ソーシャルメディアなど上位レイヤーの調査に重点
- ・震災に関する情報取得状況もトピックスとして調査

■製品のポイント：

- ・白書には掲載していないクロス軸による傾向や、未掲載の設問の結果を見ることが可能
- ・Excel形式で収録しているため集計表やグラフを自由に加工可能
- ・性年代別インターネット利用機器別インターネット利用時間別人口に基づいてサンプリングを行っているため、市場の代表性の高い集計結果

■クロス集計軸：

- ・性年代・地域・接続回線・居住形態・最終学歴・年間世帯収入・一か月に自由に使える金額・インターネット利用デバイス派
- 設問数：130問、サンプル数：3321、集計数：3240

■その他：

- ・データ内の最初に目次や各設問を掲載しており、リンクでデータを簡単に参照できる。
- ・白書の資料番号と設問の対応表も掲載、白書と密に結びつけ、本製品と白書を相互に活用できる

■収録物

- 1) 調査票（データ）
- 2) 単純集計表、グラフ（データ）
- 3) クロス集計表、グラフ（データ）
- 4) 上記1）、2）、及び3）の抜粋、「総括」をPDFとして出力しまとめたもの

■■ 目次 ■■

【目次/収録物】

■PDF

1. 調査概要
2. 総括
3. 単純集計
4. クロス集計抜粋
5. 調査票

■CD-ROM

1. readme
2. 単純集計（Excel）
3. クロス集計（Excel）
4. 上記PDF

【調査項目一覧】

- ・ 性別
- ・ 年代
- ・ PCでの1週間当たりのインターネット利用時間
- ・ 利用している検索サービス
- ・ 最もよく利用している検索サービス
- ・ 自宅で所有している機器
- ・ 自宅にあるインターネット利用機器
- ・ 2年以内に購入したい機器
- ・ スマートフォンの利用状況
- ・ タブレット端末の利用状況
- ・ 利用しているスマートフォン
- ・ 利用しているタブレット端末
- ・ スマートフォンの入手時期
- ・ タブレット端末の入手時期
- ・ スマートフォンの継続意向
- ・ タブレット端末の継続意向
- ・ スマートフォンを継続利用しない理由
- ・ タブレット端末を継続利用しない理由
- ・ スマートフォンの購入予定時期
- ・ タブレット端末の購入予定時期
- ・ スマートフォンに興味のあるOS
- ・ タブレット端末に興味のあるOS
- ・ 利用しているOS
- ・ 利用しているブラウザソフト
- ・ 家庭内の通信回線利用状況
- ・ IPTVの認知と利用状況
- ・ radikoの利用状況
- ・ IP電話の認知度と利用状況
- ・ インターネットの利用場所
- ・ インターネット利用場所毎の利用機器
- ・ インターネット利用機器毎の通信環境
- ・ インターネットの利用目的
- ・ 買い物際に最も有益だと思える情報源
- ・ 買い物のためにインターネットで情報を収集した分野
- ・ 実際にオンラインで購入した製品・サービスのジャンル
- ・ オンラインショッピング利用者のネットスーパーの認知と利用状況
- ・ オンラインショッピングで1年間に使う金額
- ・ オンラインショッピングと実店舗における消費意欲
- ・ オンラインショッピングでの消費意欲が増加した理由
- ・ オンラインショッピングで最もよく利用する商品情報の探し方
- ・ オンラインショッピングを利用しない理由
- ・ ソーシャルメディアへの参加状況
- ・ 動画共有サイトやライブ配信サイトへの参加状況
- ・ 利用したことのある動画共有サービス
- ・ 利用したことのあるライブ配信サイト
- ・ 利用したことのある動画サイト

- ・ 動画共有サイトやライブ配信サイトへの利用意向
- ・ コミュニティ機能の匿名での参加状況
- ・ 利用しているマイクロブログの種類
- ・ マイクロブログ の利用目的
- ・ マイクロブログ 利用による他メディアの利用時間への影響
- ・ マイクロブログの継続意向
- ・ フォローしているアカウントの種類
- ・ フォロー人数
- ・ フォロワー人数
- ・ マイクロブログの利用意向
- ・ マイクロブログを利用していない理由
- ・ ソーシャルアプリの認知度
- ・ 登録しているSNS の数
- ・ 登録しているSNS
- ・ ソーシャルアプリの利用得無
- ・ よく利用しているSNS
- ・ 利用アプリ数
- ・ アプリのジャンル
- ・ アプリ内広告のクリック有無
- ・ アプリによるアフィリエイト利用有無
- ・ アプリ利用者のSNS へのアクセス頻度の変化
- ・ アプリを利用しない理由
- ・ アプリの今後の利用意向
- ・ SNSを利用しない理由
- ・ SNSの今後の利用意向
- ・ ブログの利用方法
- ・ 利用しているイーラーニングのジャンル
- ・ フィードの認知度と利用状況
- ・ オープンIDの認知度と利用状況
- ・ 検索サービスの1日平均利用回数
- ・ 検索結果の満足度
- ・ 他メディアからの検索経験
- ・ メディアの重要度比較
- ・ 情報を取得するメディア
- ・ 情報を取得するウェブサイト
- ・ 情報を信頼するメディア
- ・ 情報を信頼するウェブサイト
- ・ 利用しているウェブアプリケーションやサービス
- ・ 利用しているウェブメールサービス
- ・ 位置情報の利用状況
- ・ 電子書籍の利用状況
- ・ 電子書籍の利用機器
- ・ 電子書籍の入手先
- ・ 電子書籍のジャンル
- ・ 電子書籍の1か月の平均利用金額
- ・ 電子書籍の利用金額の見込み
- ・ スマートフォンやタブレット端末のアプリの利用状況
- ・ 有料で利用しているアプリのジャンル

- ・ アプリの1か月の利用金額
- ・ 有料アプリのうち、電子書籍アプリの占める割合
- ・ 今後のアプリの利用金額の見込み
- ・ 利用している有料コンテンツ
- ・ 今後購入したい有料コンテンツ
- ・ 有料コンテンツの1か月の利用金額
- ・ 有料コンテンツ料金の増減意向
- ・ 有料コンテンツ料金の増減結果
- ・ 購入した動画のジャンル
- ・ 電子ブックリーダーの所有状況
- ・ 電子書籍の利用意向
- ・ 電子書籍を購読したい端末
- ・ 購読したい電子書籍のジャンル
- ・ 紙に対する電子書籍の利用割合の予想
- ・ 電子書籍を利用したくない理由
- ・ 電子書籍が普及すると思う時期
- ・ 電子書籍ならではの付加機能への意向
- ・ ウェブ広告の視認率
- ・ クリックしたことのあるウェブ広告
- ・ 商品を推薦する時に基にしてほしい情報
- ・ インターネットの各サービスの利用頻度
- ・ インターネットの利用時間帯
- ・ メディアの視聴時間
- ・ 1週間のインターネット利用時間
- ・ 新聞や雑誌、書籍の1か月の購入金額
- ・ インターネットの各サービスの利用時間に占める割合
- ・ 各インターネット上のサービスにおけるPCとモバイルでの利用割合
- ・ 共同購入するクーポンの利用状況
- ・ 世帯収入金額
- ・ 1か月に自由に使える金額
- ・ 利用している電子マネーの種類
- ・ 最終学歴
- ・ 東日本大震災発生時にいた地域
- ・ 東日本大震災発生時に帰宅困難者になったか
- ・ 東日本大震災発生時にいた市区町村
- ・ 災害当日に家族や知人が居た地域
- ・ 災害当日の安否情報の確認手段
- ・ 災害翌日以降の安否情報の確認手段

■■ 資料概要 ■■

商品名：インターネット個人利用動向調査2011 クロス集計データ付属

発刊日：[2011年06月30日](#)

執筆者：株式会社インプレスR&D インターネットメディア総合研究所

発行：株式会社インプレスR&D

販売：株式会社クロス・マーケティング

版型：A4 / 742ページ

■CD-ROM 71,400円（税抜68,000円＋消費税3,400円）

■製本＋CD-ROM 81,900円（税抜78,000円＋消費税3,900円）

※各別途送料500円

詳細ページ：http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=615

【お申し込み方法】

上記URLよりお申し込みください。

【お支払い方法】

法人様・・・銀行振込みの後払いとなります。

商品と同封、または別送にて請求書と納品書をお送りいたしますので、振込み期日までに指定口座へお振込みください。

個人様・・・銀行振込みの前払いとなります。

お申し込み後に請求書をお送りいたします。

ご入金を確認されましたから、商品を発送いたします。

■■ 株式会社クロス・マーケティング 会社概要 ■■

名称：株式会社クロス・マーケティング

本社所在地：[東京都中央区銀座8丁目15番2号](#) 銀座COMビル6F

代表者：代表取締役社長 五十嵐 幹

設立：[2003年4月](#)

URL：<http://www.cross-m.co.jp/>

■■ 株式会社クロス・マーケティングについて ■■

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に生活者の「生」の声を主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。

生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。

調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

■■ 本件に関するお問い合わせ先 ■■

株式会社クロス・マーケティング

Cross Shop 販売窓口担当

Tel：03-3549-1319

Fax：03-5565-5458

Mail：cs-info@cross-m.co.jp

Facebook：<http://www.facebook.com/pages/Cross-Shop/164004066984033>

twitter : http://twitter.com/cross_CS

Generated by ふれりりプレスリリース
<https://www.prerele.com>