



JEITA知識情報処理技術専門委員会の活動報告
2006年度市場調査活動

2007年11月2日

JEITA知識情報処理技術専門委員会

清野正樹(松下電器)



JEITA「知識情報処理技術専門委員会」

■ 活動目的

「知識に基づく社会」の技術基盤構築に向けて、

- (1) 一企業では実施が困難な市場動向や技術動向の調査
- (2) 関連分野のイノベーションに資する標準化案の策定・提言
- (3) 企業と公的機関のコンソーシアムとしての国家／国際共同プロジェクトの提案

■ 委員会の経緯(ご参考)

- 1980年頃「自然言語処理技術委員会」として設立 (⇒機械翻訳、ワープロの市場形成)
- 2002年に「知識情報処理技術委員会」に改編し、対象領域を拡大
- 参加企業(現在11社)
 - NTT、東芝、日本電気、日立、富士通、マイクロソフト、三菱電機、沖電気、リコー、シャープ、松下電器
- 歴代委員長:
 - 長尾 真(現:国立国会図書館、館長)
 - 田中穂積(現:中京大学、教授)
 - 辻井潤一(東京大学、教授)
 - 橋田浩一(産業技術総合研究所)



市場調査活動

■ これまでの経過

- 2004年度 ダイアリ法による生活分析(情報の種類・量、コミュニケーション内容)
- 2005年度 コンジョイント分析を活用した機能評価(ロボットI/F、レコーダI/F)
- 2006年度 主要Webサイトの利用動向

■ 2006年度の調査内容

- 「情報大航海」時代を踏まえ、Webサイトの利用動向と課題を調査
- 主要調査項目
 - 登録ユーザ数、ユーザ層、利用実績
 - 利用目的
 - アクセス手段、入力手段、インタラクション手段
 - 同種の他のサイトと比較して何故そのサイトを選定／へ移行したのか、あるいは、従来型の他の手段と比較して何故インターネットを利用するのか
 - 現状の課題(主に技術的課題)
- 調査範囲は次の5分野
「検索サイト」「旅行、地図、経路情報」「グルメガイド」「映像サービス」「翻訳、辞書・事典」



調査スキーム

- 調査方法: インターネット調査
- 調査日時: 2007年1月31日～2007年2月2日
- 調査対象: Webサイト利用経験のある15歳から69歳までの男女(サンプル数:1707)
- 調査範囲

1) 検索サイト

- 「Yahoo!」、「Google」、「goo」、「MSN」、「Ask.jp」

2) 旅行、地図、経路情報サービス

- 「Yahoo! トラベル」、「楽天トラベル(旅の窓口と統合)」、「じゃらんnet」、
- 「Yahoo! 地図」、「GoogleMap」、「マピオン」、「MapFanWeb」
- 「Yahoo! 路線情報」、「乗換案内」、「駅探」、「NaviTime」

3) グルメガイド

- 「ぐるなび」、「グルメぴあ」、「Yahoo! グルメ」、「ホットペッパーグルメサイト」

4) 映像サービス

- 「YouTube」、「Google Video」、「Yahoo! Video」、「MySpace.com」、「ClipLife」

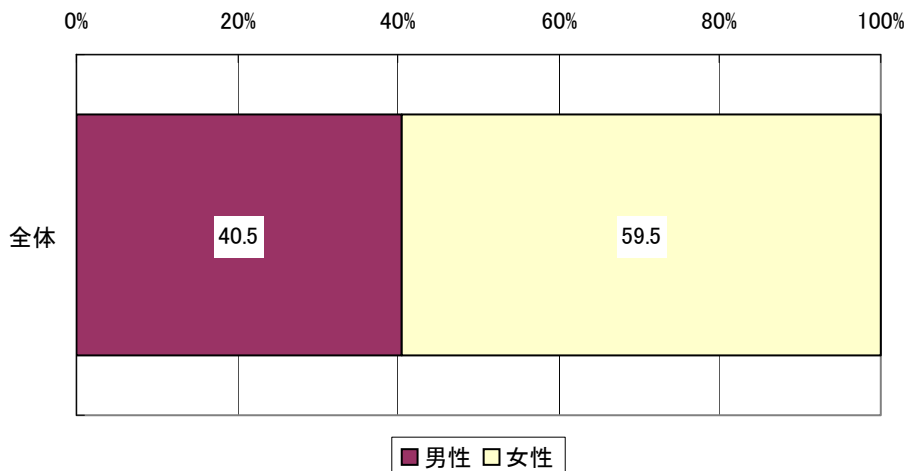
5) 翻訳、辞書・事典

- 「Excite 翻訳」、「Yahoo! 翻訳」、「訳してねっと」、「Google 言語ツール」、「Cross Translation」
- 「Yahoo! 辞書」、「goo 辞書」、「Excite 辞書」、「英辞郎」、「Weblio」、「Wikipedia」

収集サンプルの内訳(性別・性年代別)

■ 調査設計(50:50)と比較して、実際には女性の比率が高かった

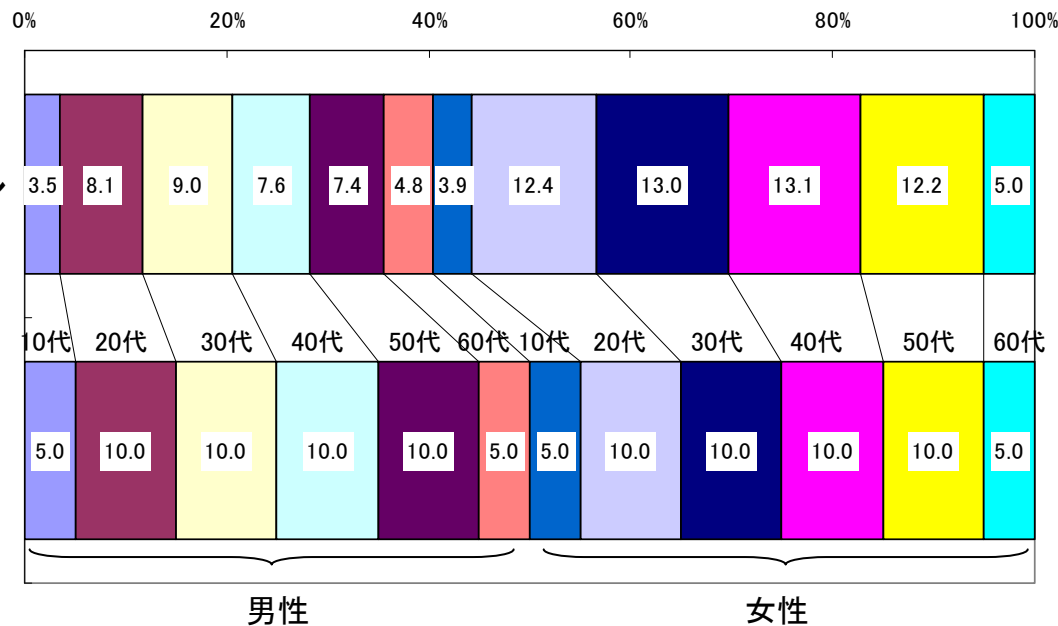
性別



性年代別

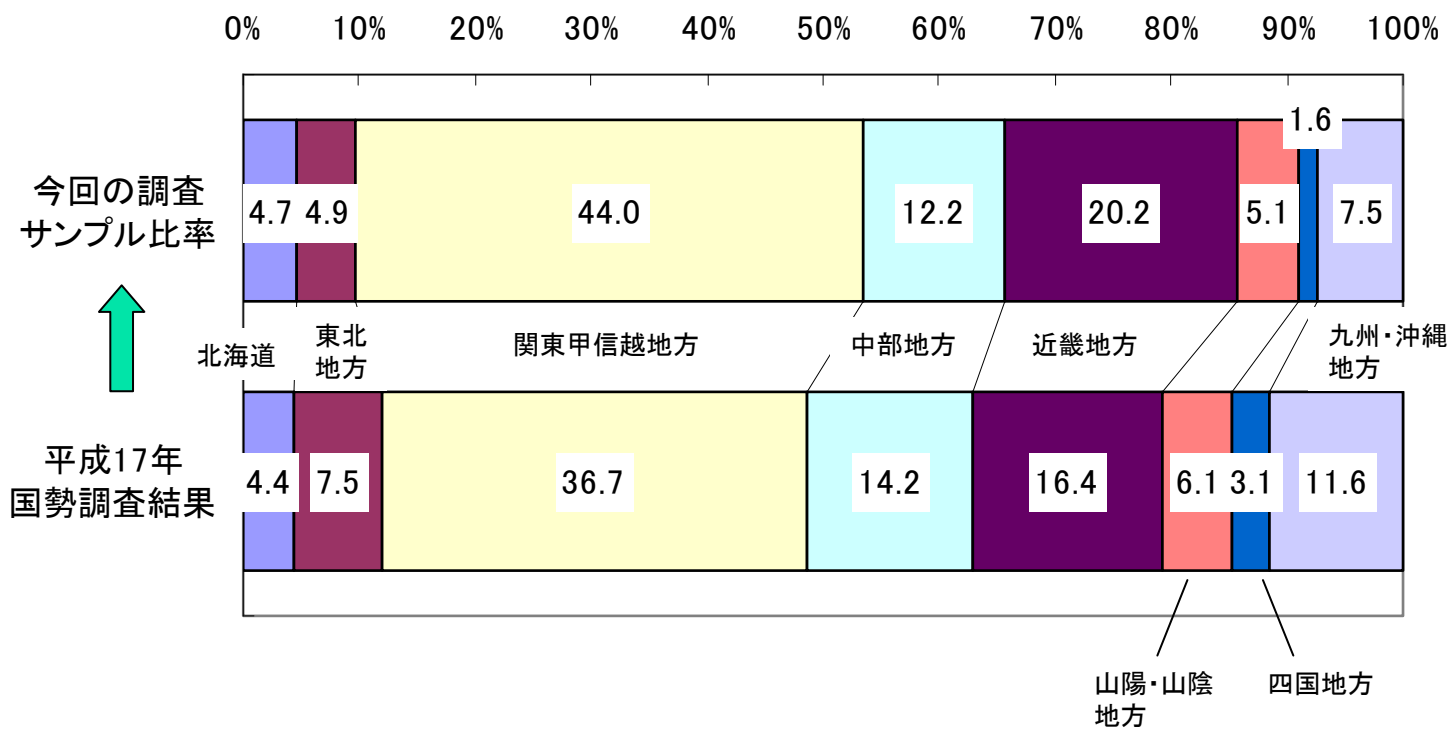
収集サンプル

調査設計



収集サンプルの内訳(地域別)

- 平成17年国勢調査の人口構成比と比較して、関東甲信越地方、近畿地方の構成比率が高かった



Webサイト別収集サンプル数

■ 総サンプル数: 1707名

■ 出現率の低いWebサイトについても、50サンプル以上を収集

スクリーニング調査

	収集サンプル数	出現率
--	---------	-----

Webサイト調査

	収集サンプル数	収集サンプル割合
--	---------	----------

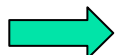
スクリーニング調査

	収集サンプル数	出現率
--	---------	-----

Webサイト調査

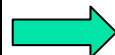
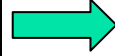
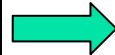
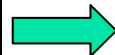
	収集サンプル数	収集サンプル割合
--	---------	----------

全体		5719	100.0
1	Yahoo!	4816	84.2
2	Google	3283	57.4
3	goo	1303	22.8
4	MSN	1305	22.8
5	Ask.jp	183	3.2
6	Yahoo!トラベル	1042	18.2
7	楽天トラベル	1524	26.6
8	じゃらんnet	1020	17.8
9	JTB	782	13.7
10	Yahoo!地図	2620	45.8
11	Google Map	1530	26.8
12	マピオン	1188	20.8
13	Map Fan Web	704	12.3
14	Yahoo!路線情報	2237	39.1
15	乗換案内	1756	30.7
16	駅探	487	8.5
17	NAVITIME	114	2.0
18	ぐるなび	2142	37.5
19	グルメぴあ	613	10.7
20	Yahoo!グルメ	725	12.7
21	ホットペッパーグルメサイト	776	13.6



全体		1707	100
		1404	82.2
		1151	67.4
		355	20.8
		309	18.1
		45	2.6
		425	24.9
		508	29.8
		397	23.3
		320	18.7
		693	40.6
		429	25.1
		405	23.7
		271	15.9
		659	38.6
		622	36.4
		254	14.9
		59	3.5
		672	39.4
		218	12.8
		300	17.6
		376	22.0

全体		5719	100.0
22	YouTube	1389	24.3
23	Google Video	206	3.6
24	Yahoo! Video	432	7.6
25	MySpace.com	44	0.8
26	Clip Life	11	0.2
27	Excite翻訳	1185	20.7
28	Yahoo!翻訳	1000	17.5
29	訳してねっと	41	0.7
30	Google言語ツール	273	4.8
31	Cross translation	8	0.1
32	Yahoo!辞書	1274	22.3
33	goo辞書	689	12.0
34	Excite辞書	517	9.0
35	英辞郎	148	2.6
36	Weblio	57	1.0
37	Wikipedia	1669	29.2



全体		1707	100
		547	32.0
		71	4.2
		224	13.1
		14	0.8
		2	0.1
		488	28.6
		380	22.3
		20	1.2
		149	8.7
		1	0.1
		420	24.6
		237	13.9
		216	12.7
		97	5.7
		4	0.2
		444	26.0

調査結果報告

■ 検索サイト

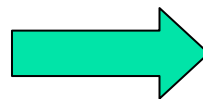
■ 旅行・地図・経路情報サイト

■ グルメサイト

■ 映像サイト

■ 翻訳・辞書・事典サイト

■ サイト間の相関関係

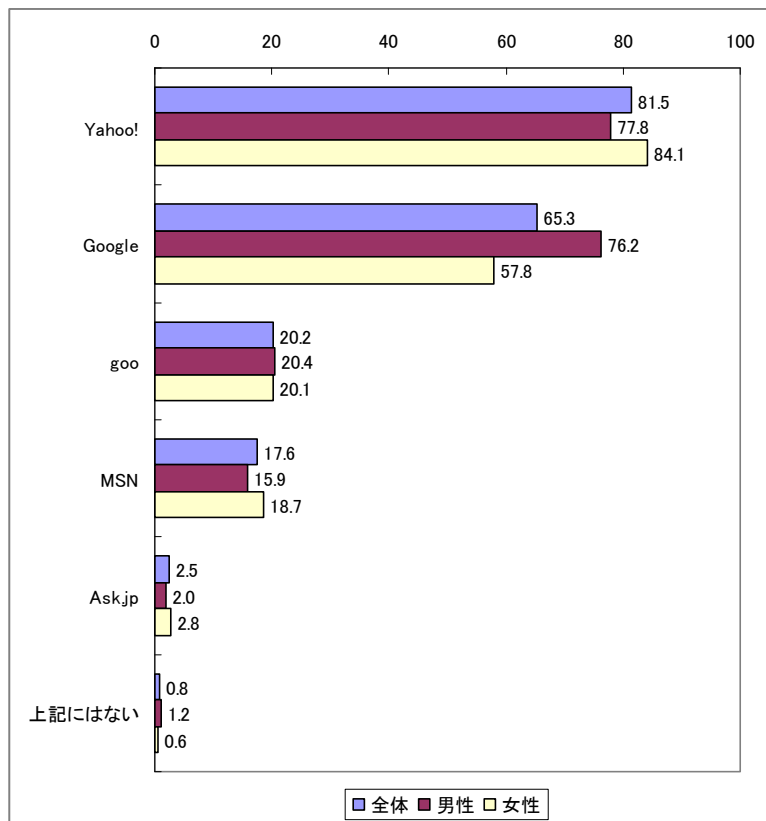


- Yahoo!
- Google
- goo
- MSN
- Ask.jp

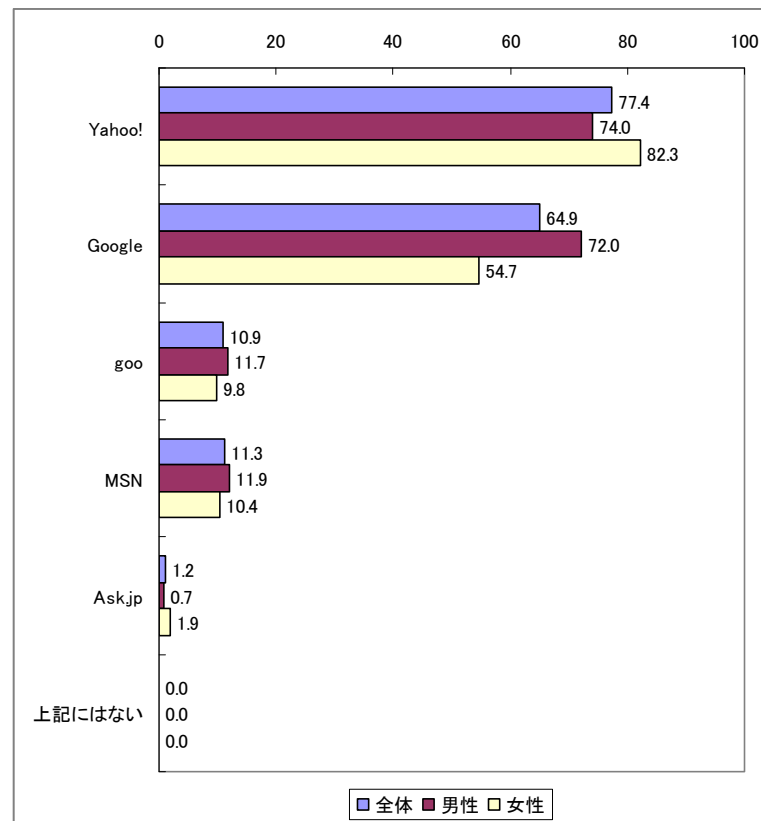
現在利用している検索サイト

- Yahoo!、Googleの利用が多い

プライベートでの利用



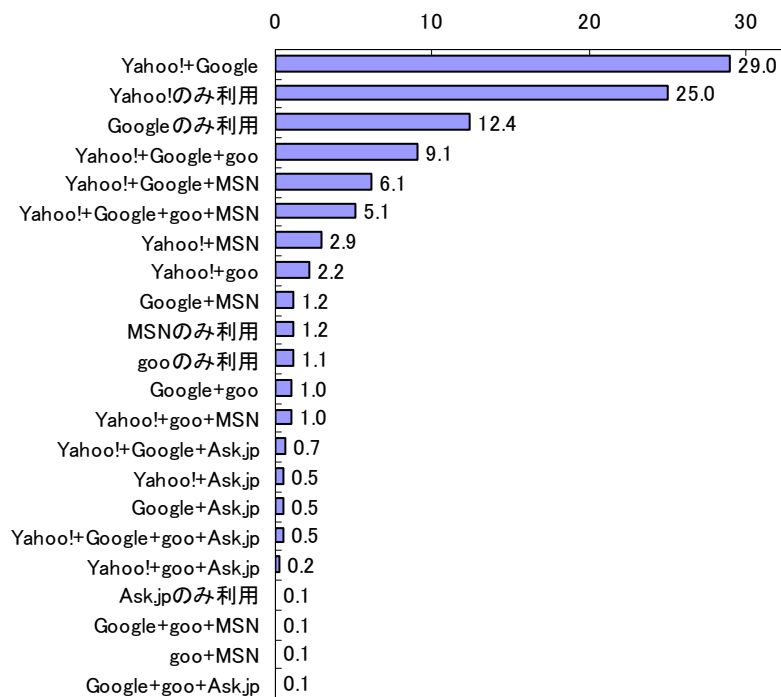
仕事・業務での利用



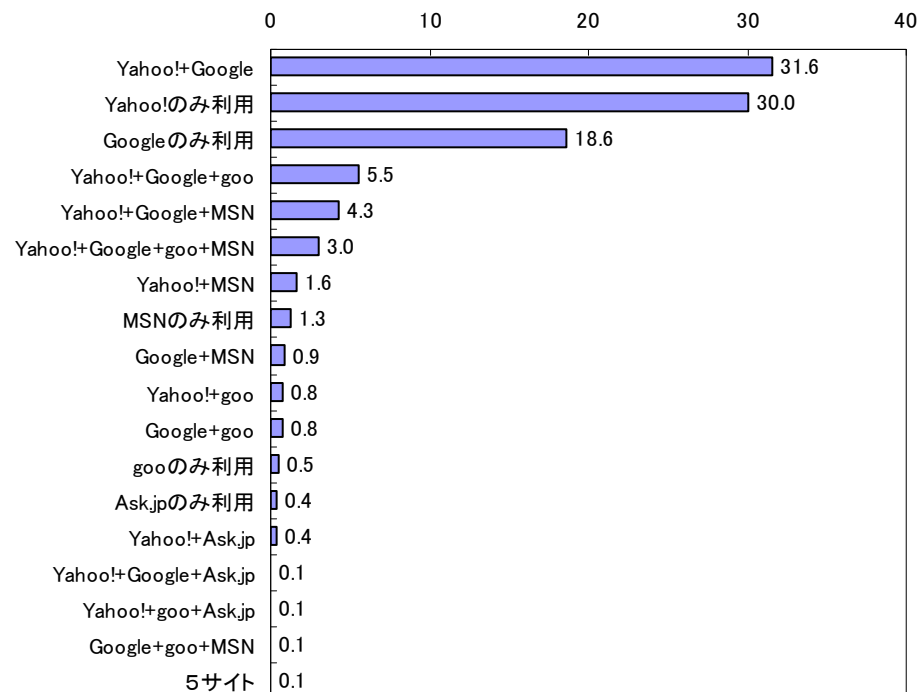
検索サイトの利用組み合わせ

- プライベート、仕事ともに、Yahoo!とGoogleを併用する人が最も多い
- Yahoo!、Google、Yahoo!+Googleの利用者で7～8割を占める

プライベートでの利用



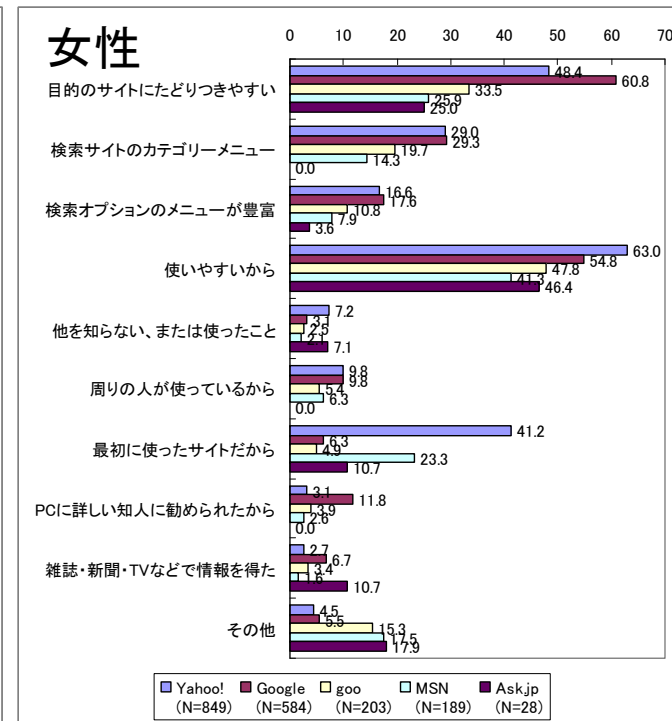
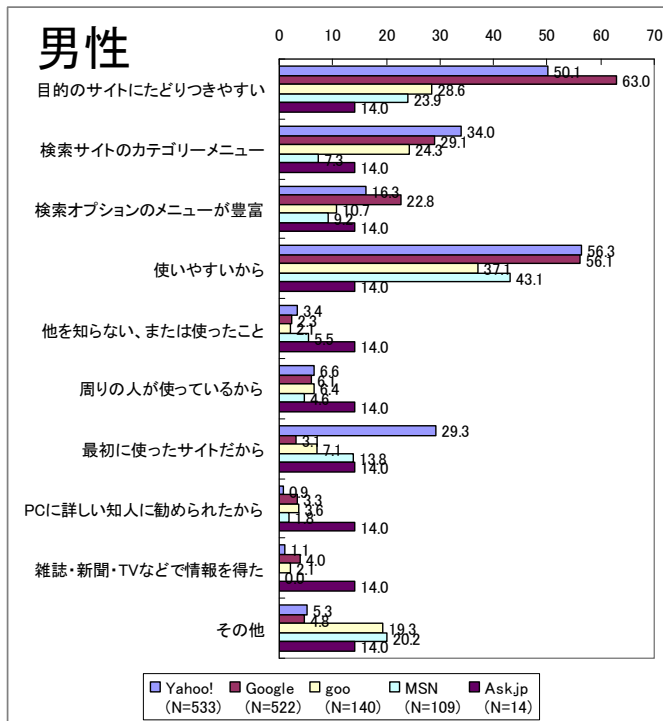
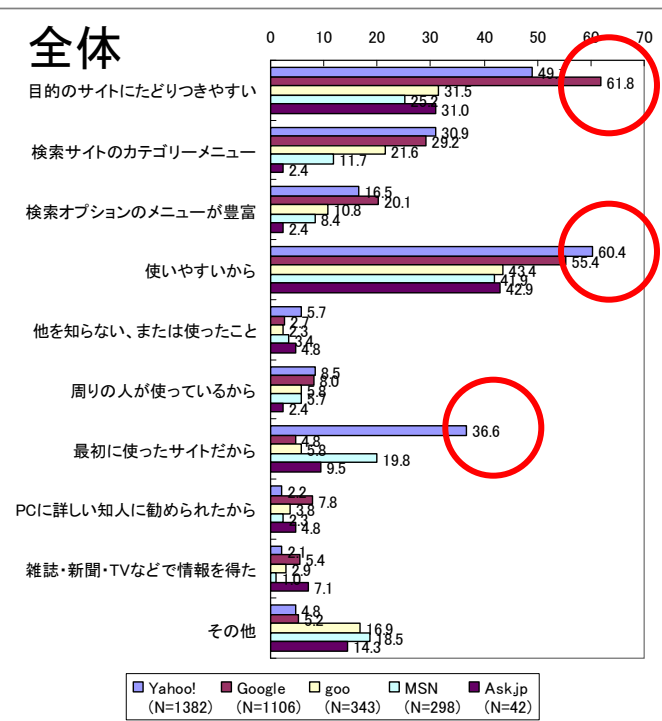
仕事・業務での利用



検索サイト利用理由(プライベートでの利用)

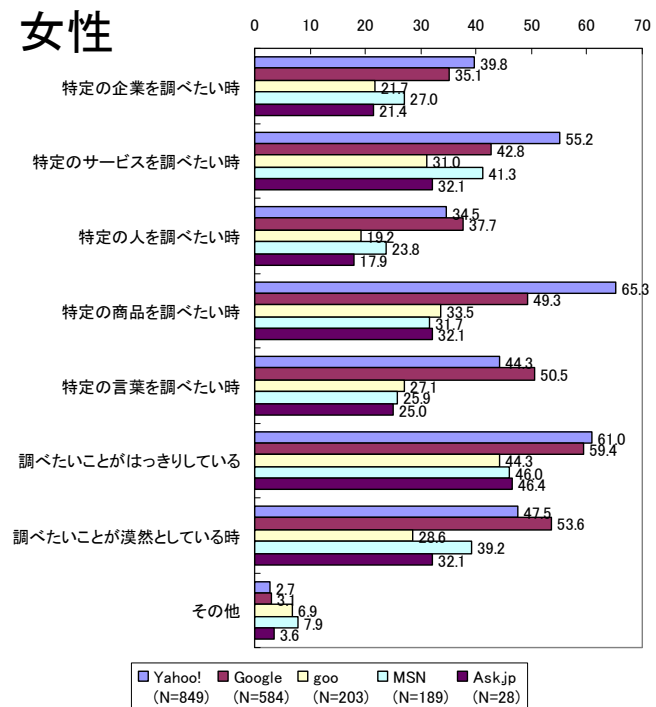
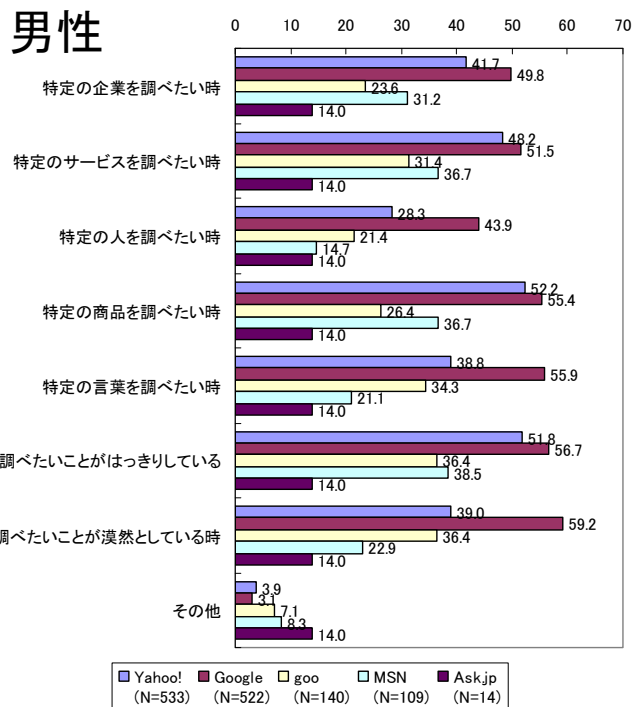
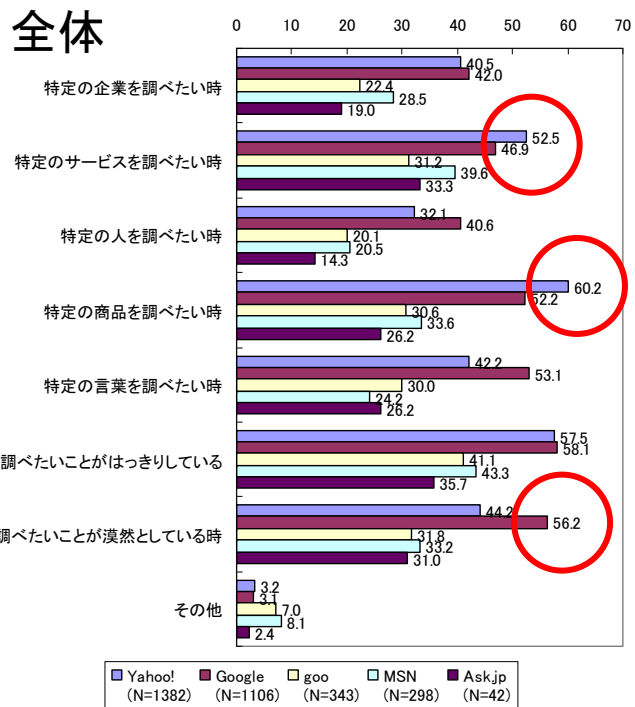
- Googleは「目的のサイトへたどりつきやすさ」
- Yahoo!は「使いやすい」「最初に使ったサイト」

※仕事・業務での利用も同様の傾向



検索サイトの利用機会（プライベートでの利用）

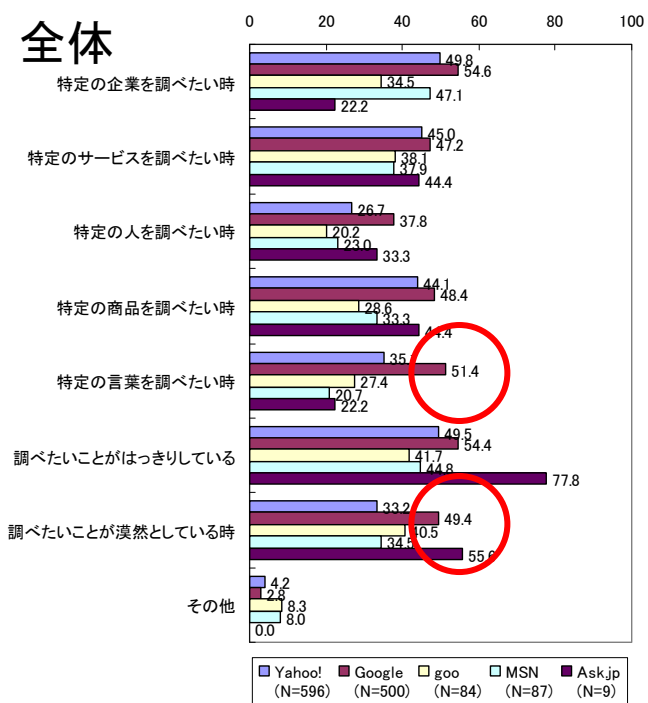
- Yahoo!は、「特定のサービス」、「特定の商品」
- Googleは、「調べたいことが漠然としているとき」



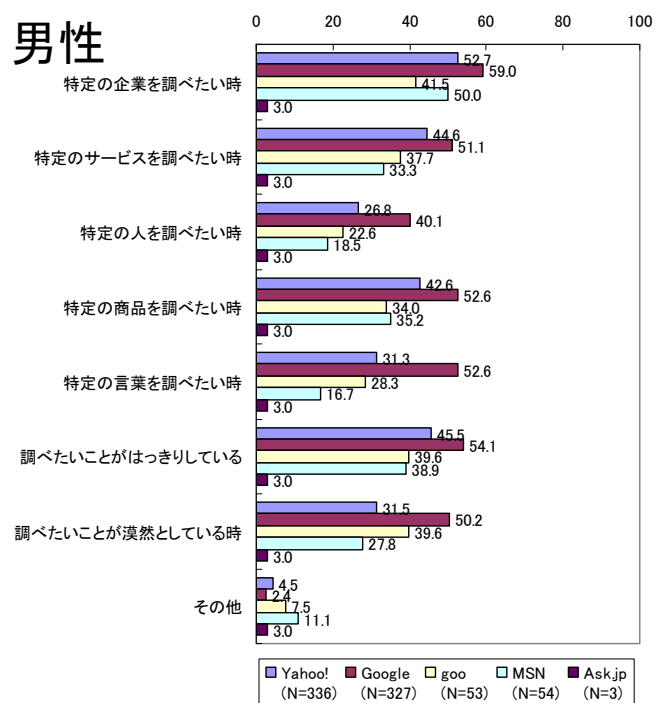
検索サイトの利用機会（仕事・業務での利用）

- Googleでは、「特定の言葉」、「調べたいことが漠然としているとき」

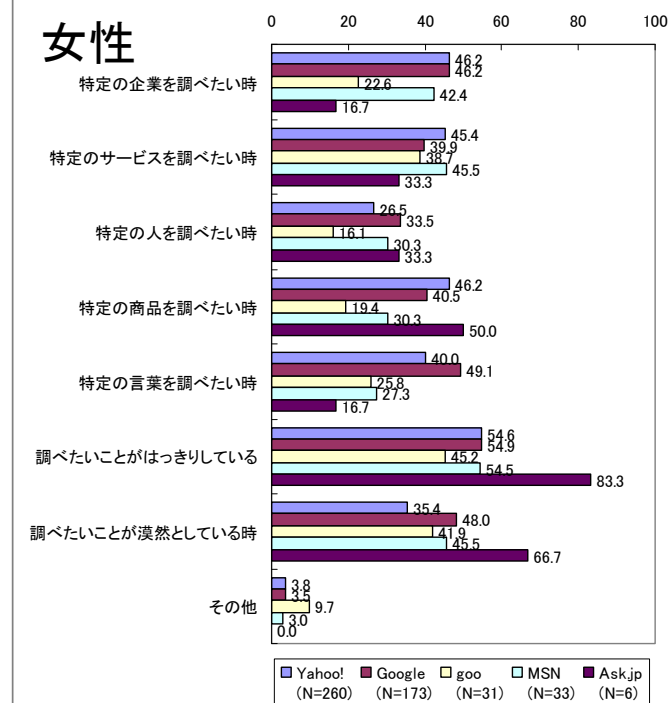
全体



男性

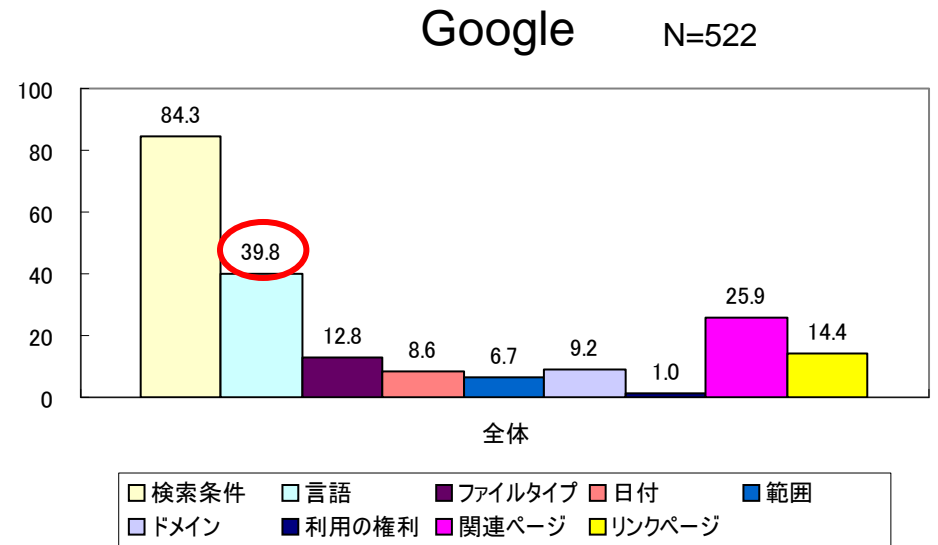
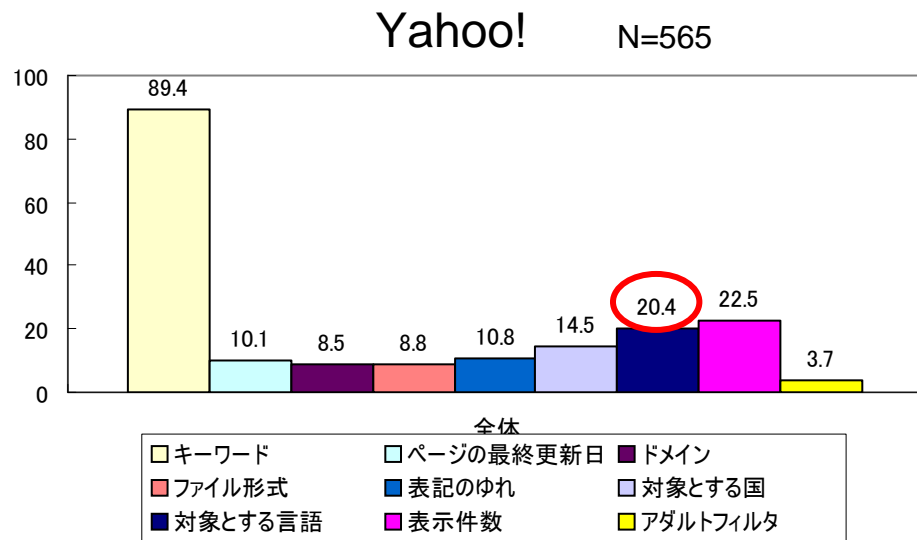


女性



検索オプションの利用状況 (Yahoo! vs. Google)

- Googleは、検索対象とする「言語」の利用比率が高い



キーワード:

- すべて含む
- 順番も含め完全に一致
- 少なくとも一つを含む
- 含めない

※ 言葉の順番も含めて完全に一致するページを探したり、特定の単語を含むページを検索対象から除外したりする場合に使用します。

また、ページ内で検索の対象とする部分を指定することもできます。

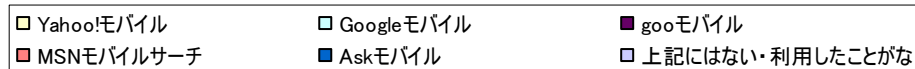
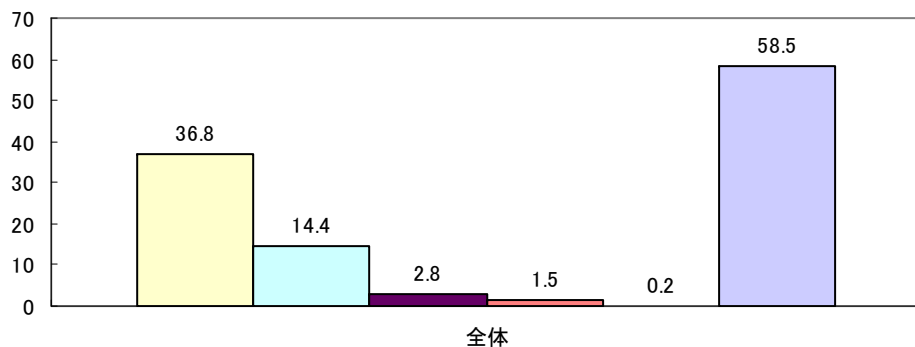
検索条件:

- すべてのキーワードを含む
- フレーズを含む
- いずれかのキーワードを含む
- キーワードを含めない

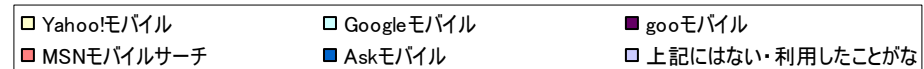
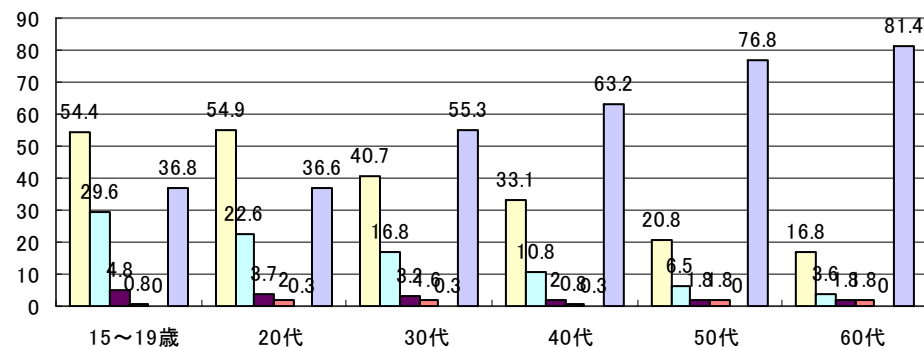
携帯検索サイト利用経験

- 4割程度の人が利用経験あり
- 若い年代ほど利用経験が高い

全体

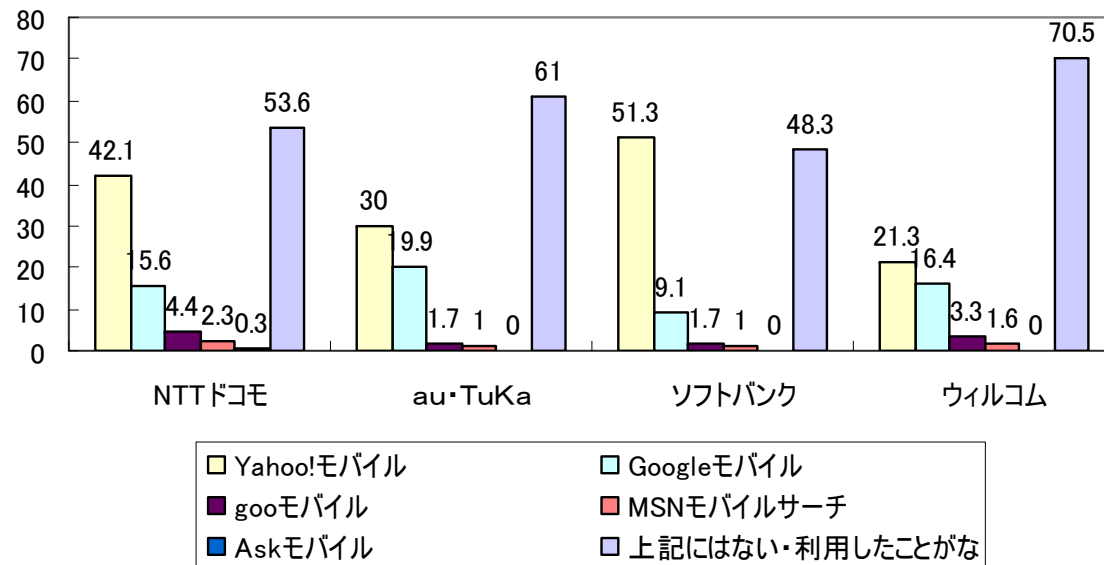


年代別



携帯検索サイト利用経験(携帯キャリア比較)

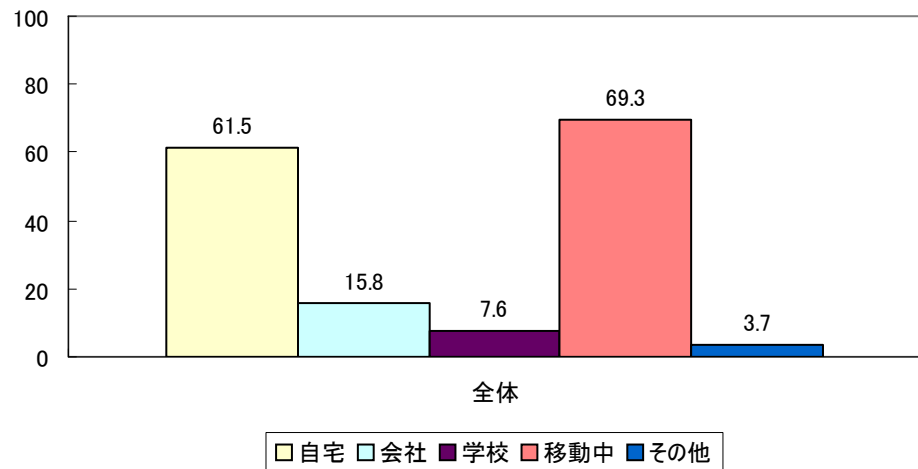
- 携帯電話のキャリアによらず、Yahoo!モバイルの利用経験が最も高い



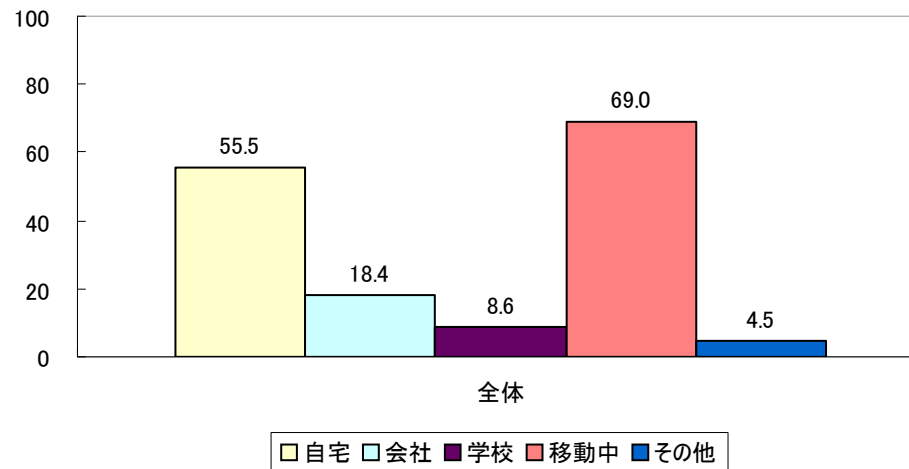
携帯検索サイト利用場所

- 自宅内での利用が5～6割程度存在する

Yahoo!モバイル利用者 N=628



Googleモバイル利用者 N=245





分析結果のまとめ(検索サイト:利用実態)

- 検索サイトは、一つのサイト利用者より、複数のサイトを併用する人が多く、目的や状況に応じた使い分けが進んでいる
 - プライベートでの利用: 1サイト利用:39.8%、複数サイト利用:60.2%
 - 仕事・業務での利用: 1サイト利用:50.8%、複数サイト利用:49.2%
 - Yahoo!+Googleの2サイト利用者が最も多い(プライベート:29.0%、仕事・業務:31.6%)
 - 女性より男性のほうが、複数サイト利用者の割合が多い
- 検索サイトの利用理由の傾向
 - Yahoo!は「使いやすさ」(60.4%)や「初めて使ったサイト」(36.6%)
 - Googleは「目的のサイトへのたどり着きやすさ」(61.8%)
- 検索サイトの利用機会の傾向
 - Yahoo!は「特定の商品」(60.2%)や「特定のサービス」(52.5%)
 - Googleは「調べたいことが漠然としているとき」(56.2%)
- 現在利用している検索サイトに関する満足度は概ね高い
 - 「使いやすさ」「目的サイトへのたどり着きやすさ」の視点で、「満足」+「やや満足」が80%



分析結果のまとめ(検索サイト:改善要望)

【検索機能に関して】

- あいまいな言葉からでも、何とか検索出来るような**あいまい検索機能**が充実すればもっといいなと思います。
- 検索する時に、**文書が長くなっても検索**ができればいい
- 検索オプションに「言葉の意味」や「この商品を扱っている」など、特殊なものを追加して欲しい。
- **絞込み検索**の充実
- AND条件、OR条件、除外条件などが指定できるようにして欲しい。
- 複数のキーワードで適切な絞込みができるようにして欲しい。

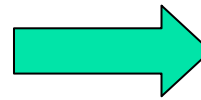
【検索結果に関して】

- 情報の新しい順とか参照量が多い順とか**色々な順番で検索順位が表示**されるようになればなお良い。
- 同じサイトのものは関連づけて表示されるようにして欲しい。
- データベースの更新を的確にしてほしい。(時々削除されたページ情報が残っていることがある)
- ブログとか辞書とかHPとか、**はっきりした表示**(マークでも可)がどこかについていたらもっと、不要なクリックをしなくてもいいと思います
- ブログの一文は無視してほしい。実際に必要な情報が得られない。

調査結果報告

■ 検索サイト

■ 旅行・地図・経路情報サイト



■ グルメサイト

■ 映像サイト

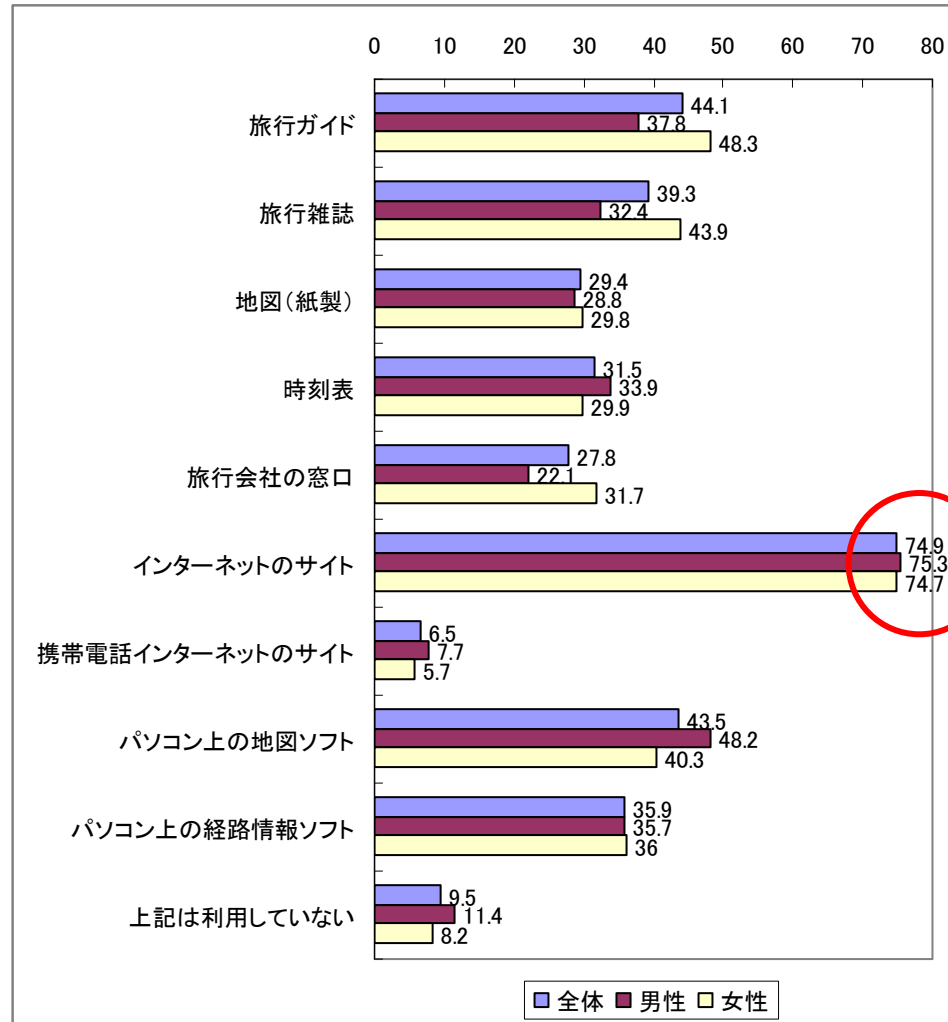
■ 翻訳・辞書・事典サイト

■ サイト間の相関関係

- Yahoo! トラベル
- 楽天トラベル
- じゃらんnet
- Yahoo! 地図
- GoogleMap
- マピオン
- MapFanWeb
- Yahoo! 路線情報
- 乗換案内
- 駅探
- NaviTime

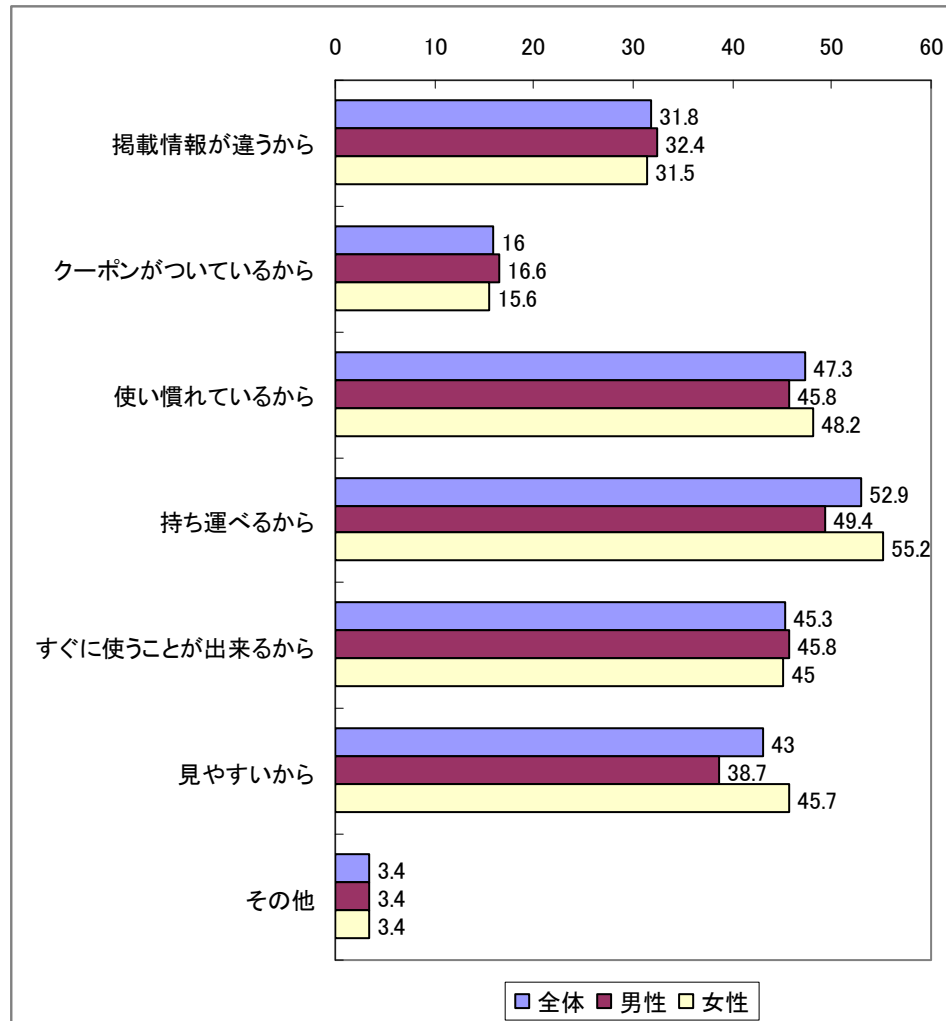
旅行時に利用する情報メディア

● 7割以上がインターネットサイトを利用



インターネット以外の情報メディアの利用理由

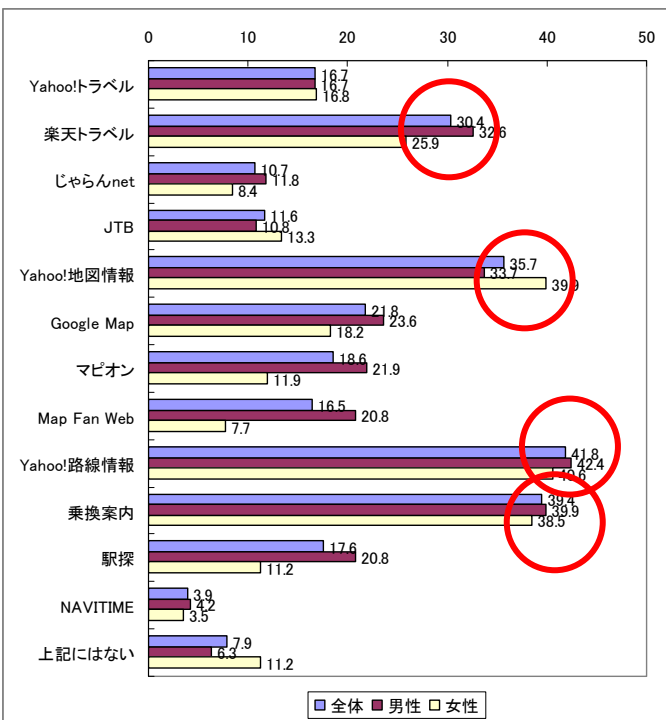
- 「使い慣れているから」、「持ち運べるから」、「すぐに使うことができるから」など



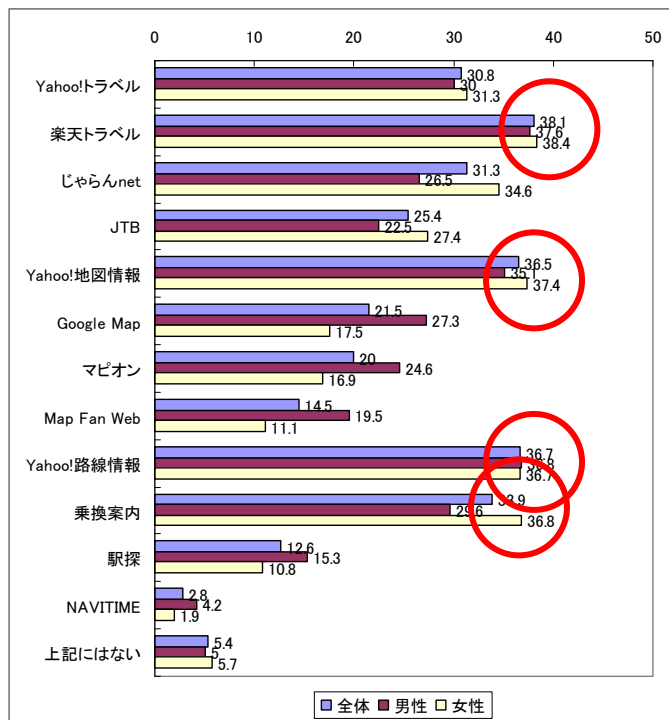
現在利用している旅行・地図・経路情報サイト

- 旅行サイトでは楽天トラベル、地図サイトはYahoo!地図情報、経路情報サイトではYahoo!路線情報と乗換案内の利用割合が高い

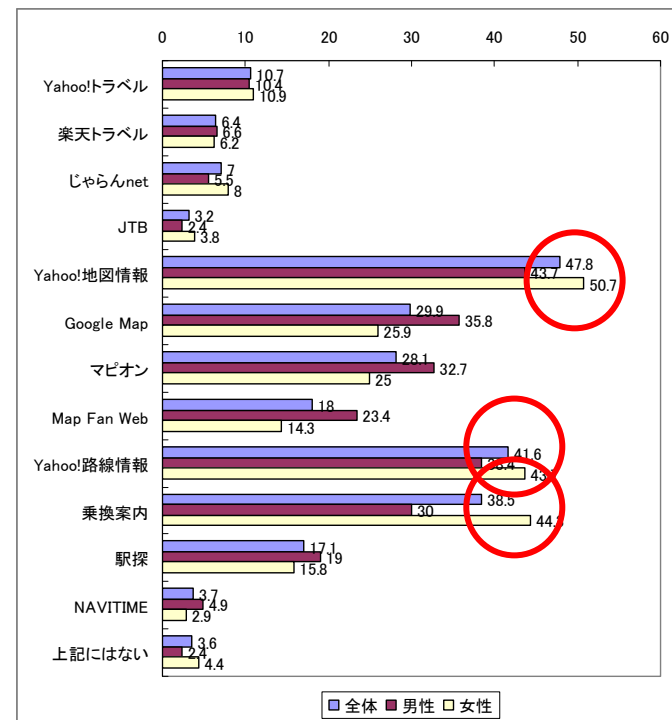
出張での利用



旅行での利用



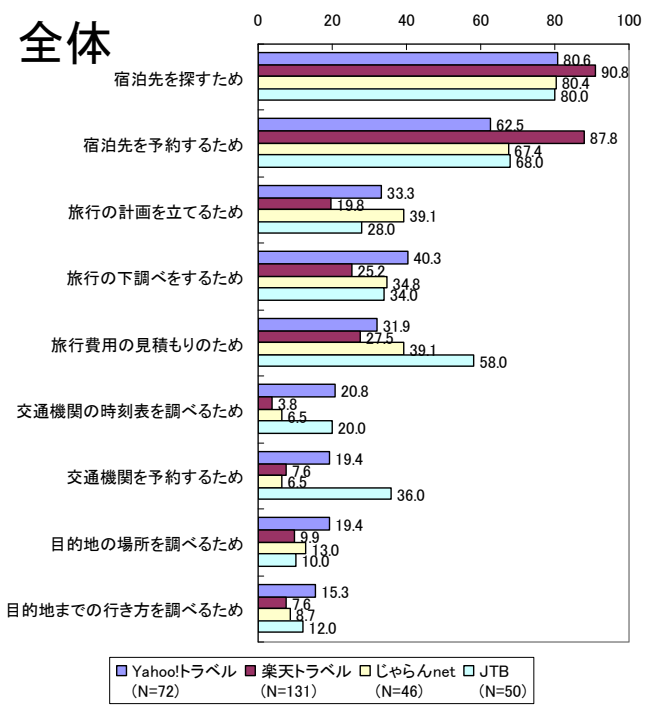
近場での利用



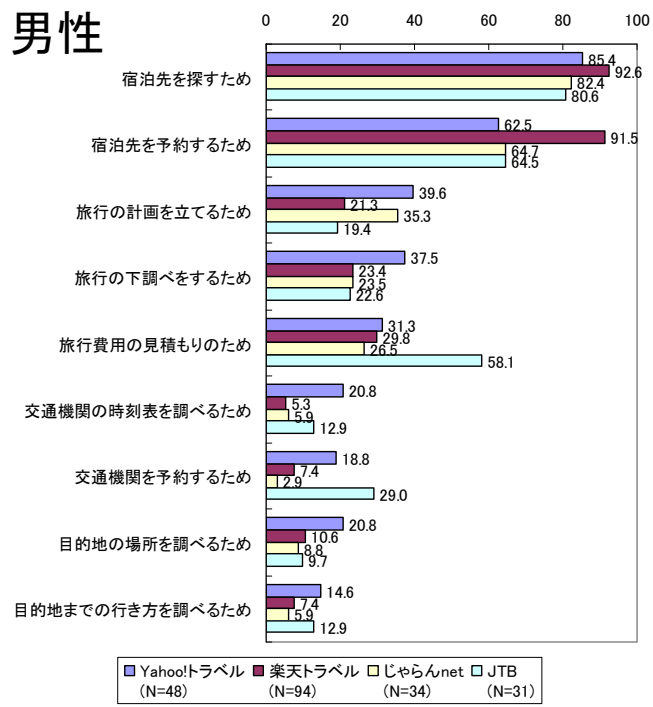
旅行サイト利用目的(出張での利用)

- 楽天トラベルは宿泊先探しや宿泊先の予約
- JTBは旅行費用の見積もり、交通機関の予約

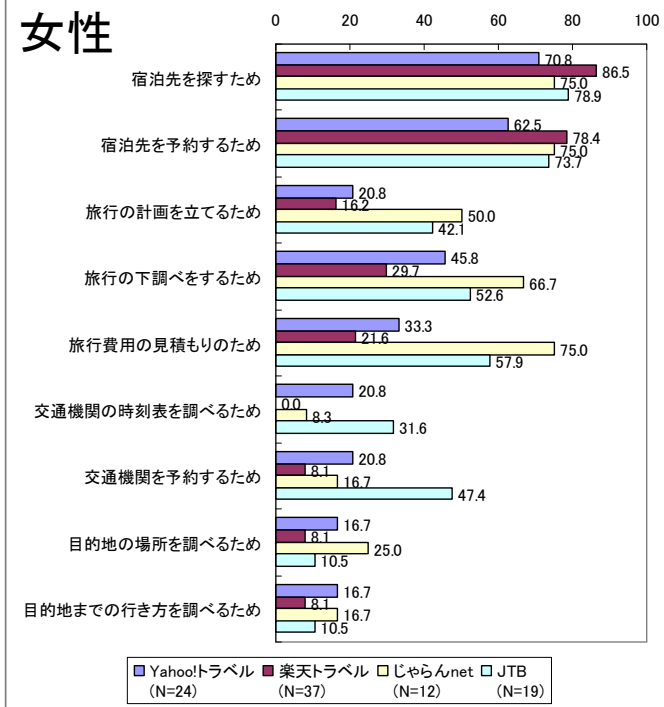
全体



男性

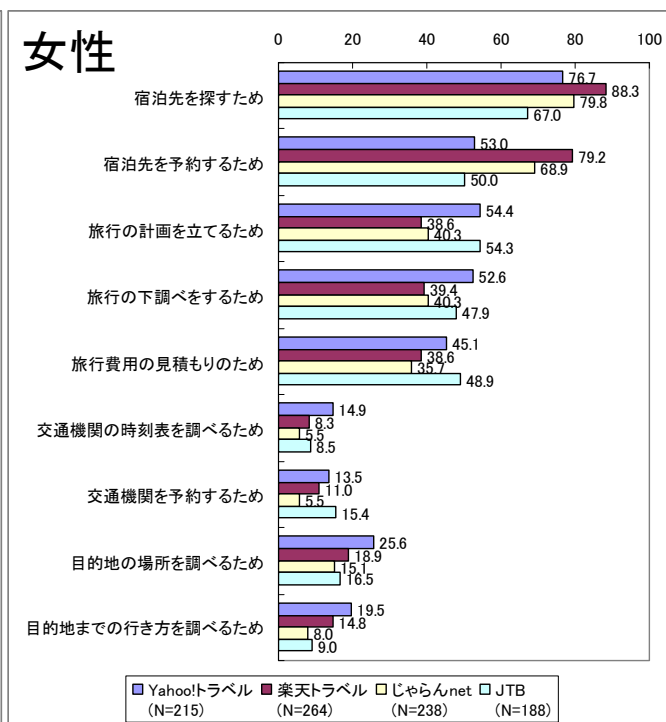
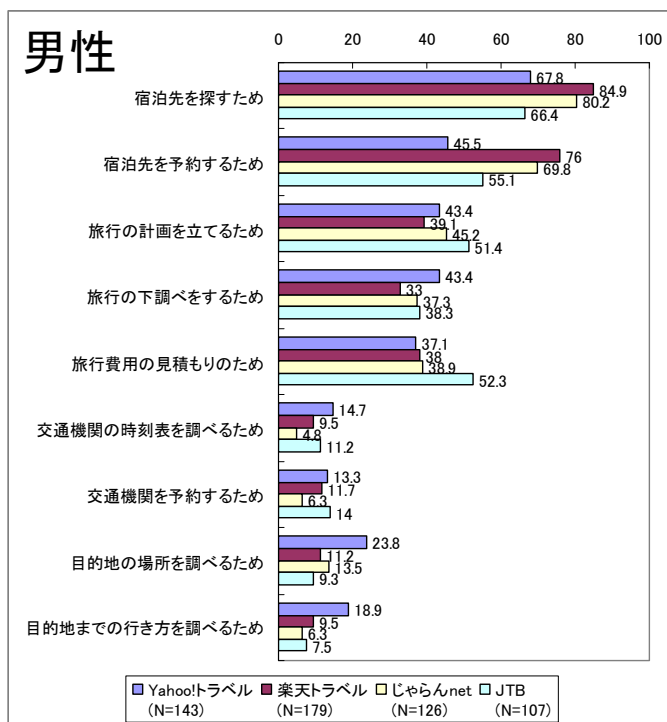
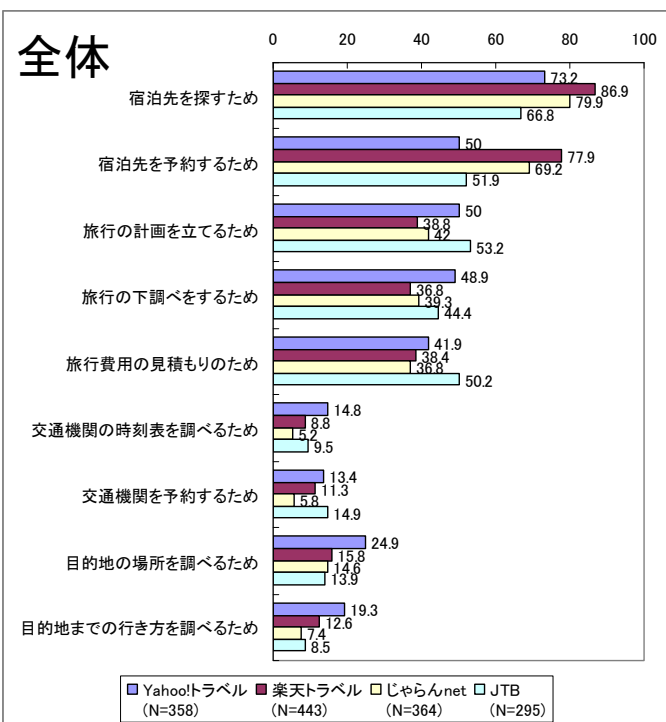


女性



旅行サイト利用目的(旅行での利用)

- 楽天トラベル、じゃらんnetは宿泊先探しや宿泊先の予約
- JTBは旅行費用の見積もり



旅行サイトの利用サービス

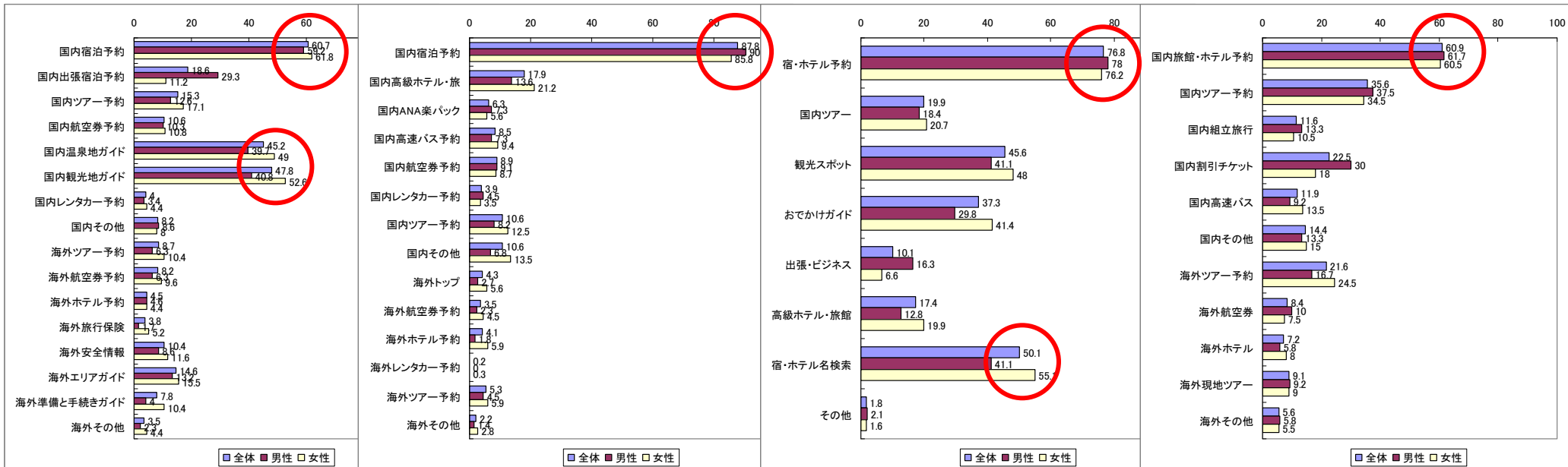
- 楽天トラベルは「国内宿泊予約」がほとんど
- Yahoo!トラベルは、宿泊のほかに温泉地や観光地ガイドが利用されている

Yahoo!トラベル

楽天トラベル

じゃらんnet

JTB





分析結果のまとめ(旅行・地図・経路サイト:利用実態)

- インターネットサイトの利用は7割以上
- 旅行サイト、地図旅行サイトは一つのサイトの利用が多い
 - 旅行サイトは楽天トラベルの利用割合が高い(出張:48.9%、旅行:35.1%)
 - 地図サイトはYahoo!地図情報の利用割合が高い(出張:45.2%、旅行:46.3%、近場おでかけ:44.5%)
- 旅行サイトは目的に応じて選択されている
 - 楽天トラベル、じゃらんnetは、宿泊先探しや宿泊先の予約
 - JTBは、旅行費用の見積もりや交通機関の予約
- 経路情報では複数サイトの併用が見られる
 - Yahoo!路線情報(出張:48.1%、旅行:48.9%、近場おでかけ:45.8%)
 - 乗換案内(出張:33.5%、旅行:37.1%、近場おでかけ:36.4%)
- 旅行・地図・経路サイトの選択時には、使いやすさ、掲載情報の豊富さを重視

分析結果のまとめ(旅行・地図・経路サイト:改善要望)

【全般に】

- 携帯でも「かんたん携帯」とかあるんだから、情報サービスももっと**万年初心者に優しい**サイトがあってもいいと思う。
- 情報量が多いのはとても良いと思うが、**誰でも簡単に使える**物が良い。特に地図や路線図が複雑。

【旅行サイトに関して】

- ホテル、**旅館のHPとリンク**していないことが不思議です。見られたらまずいのですかね。
- 旅行雑誌のように、定期的に、観光スポットを特集して、宿や名所や名物を紹介したり、そこから**宿や、オフィシャルページにリンク**するような感じになったら、とても便利だし、楽しいページなのでしょっちゅうアクセスすると思う。
- 検索先のその場で予約、もしくは**リンクを貼る**などの誘導が欲しい

【地図サイトに関して】

- 地図で目標物になるような建物の情報がもっと多くなると良い
- 地図がもっと使いやすいといいと時々思う。拡大、縮小などが思ったようにいかないことがある。
- 地図上で目的地までのルートの子ミレーションをわかり易く見たい。

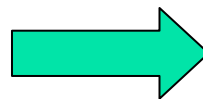
【経路情報サイトに関して】

- 各駅停車を乗り継ぐなど、時間は遅くても安い経路を知りたいときにも、そういう結果が出るような**検索方法**もできるとうれしい。
- JRのHPでも調べにくい踊り子号などの特別列車の情報を一覧で見たい。
- はっきりした地名や駅名が分からないときは、使えないので、「**こちら辺からこちら辺**」的な**あいまい検索 & おおまか検索**が欲しい
- 経路情報サービスの**検索条件**を細かく指定できるようにして欲しい(経由地・特急の使用不使用など)

調査結果報告

- 検索サイト
- 旅行・地図・経路情報サイト
- **グルメサイト**
- 映像サイト
- 翻訳・辞書・事典サイト

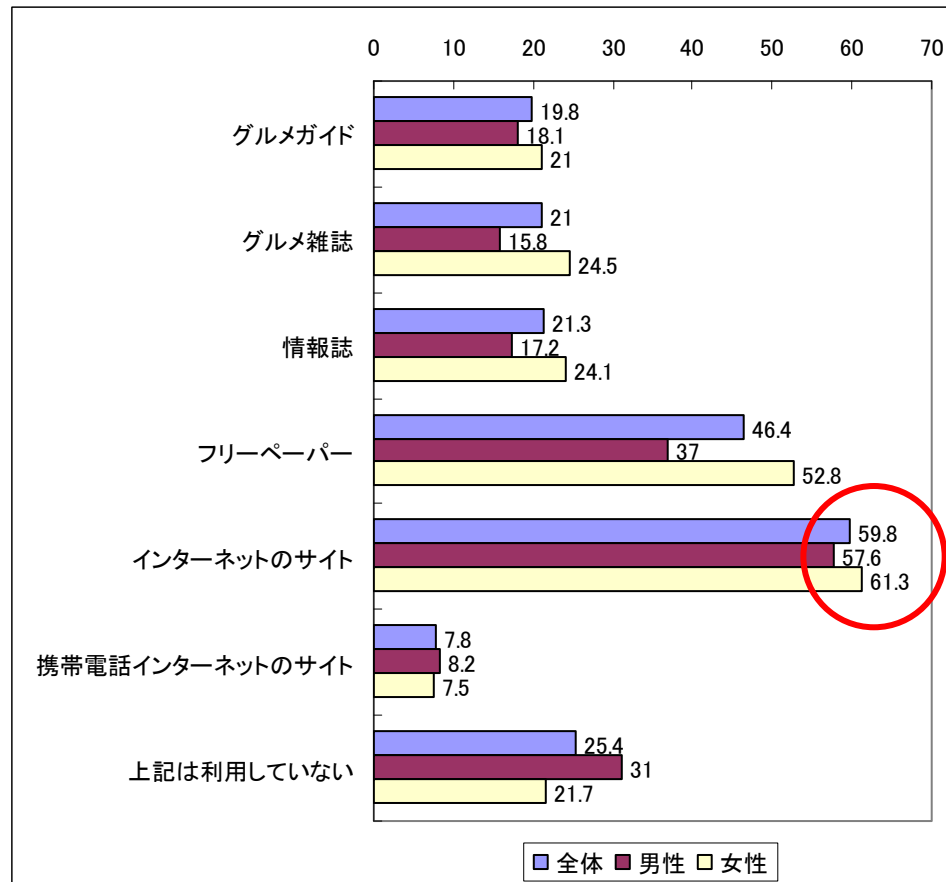
- サイト間の相関関係



- ぐるなび
- グルメぴあ
- Yahoo! グルメ
- ホットペッパー

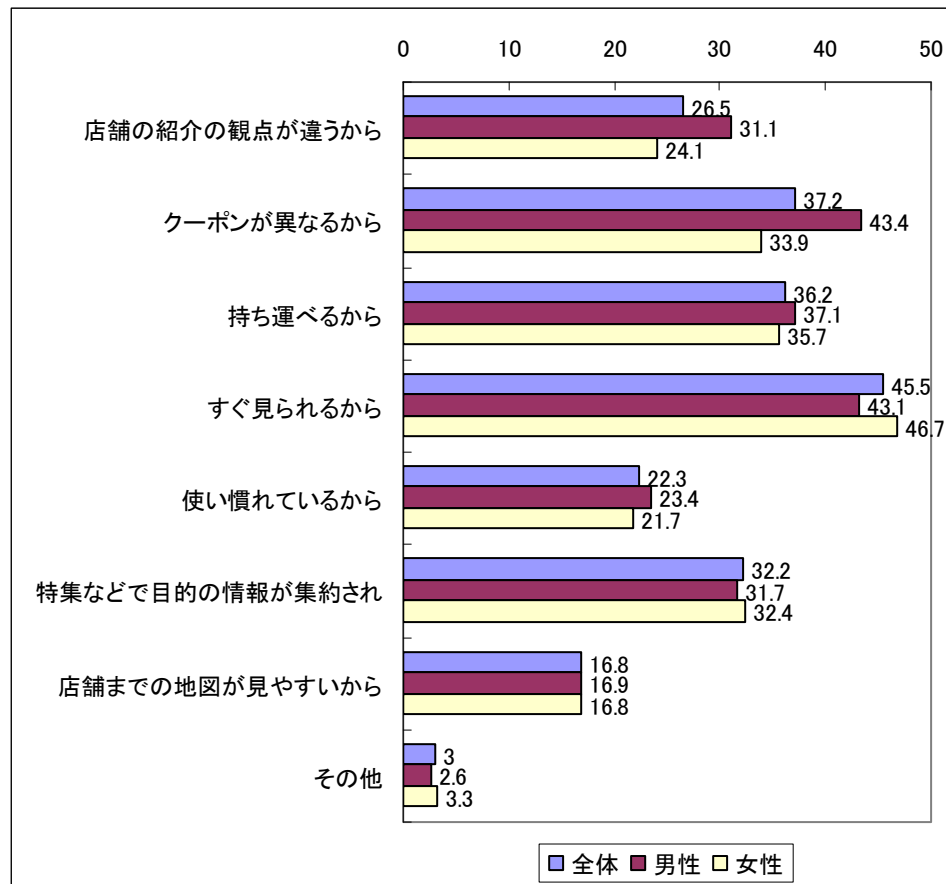
レストラン探索に利用する情報メディア

- インターネットサイト、あるいは、フリーペーパーの利用が多い



インターネット以外のメディアの利用理由

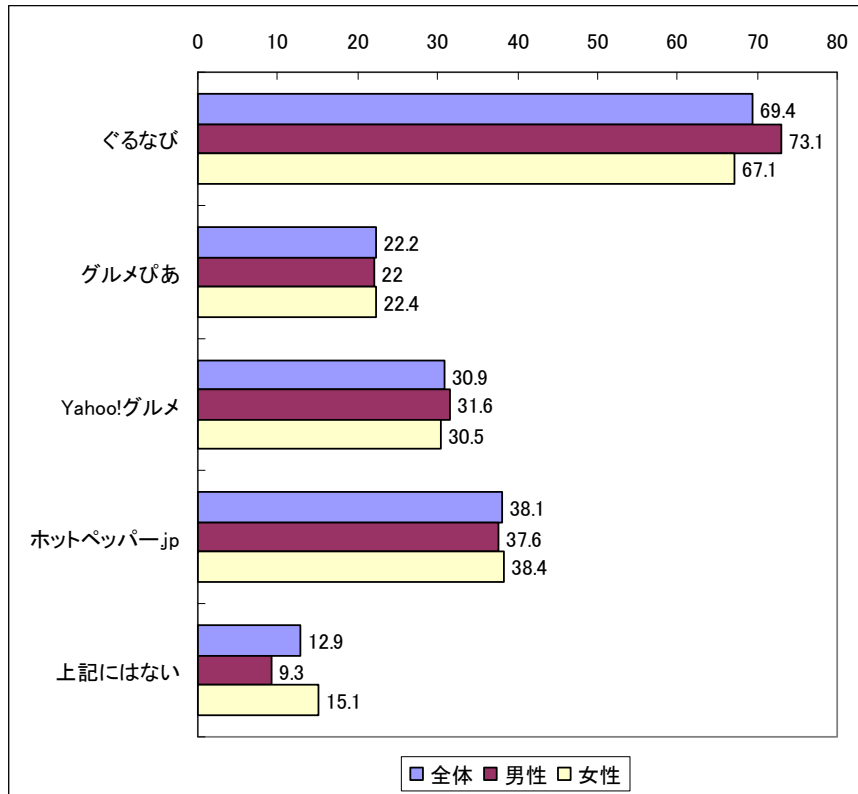
- 「すぐ見られるから」、「クーポンが異なるから」、「持ち運べるから」など



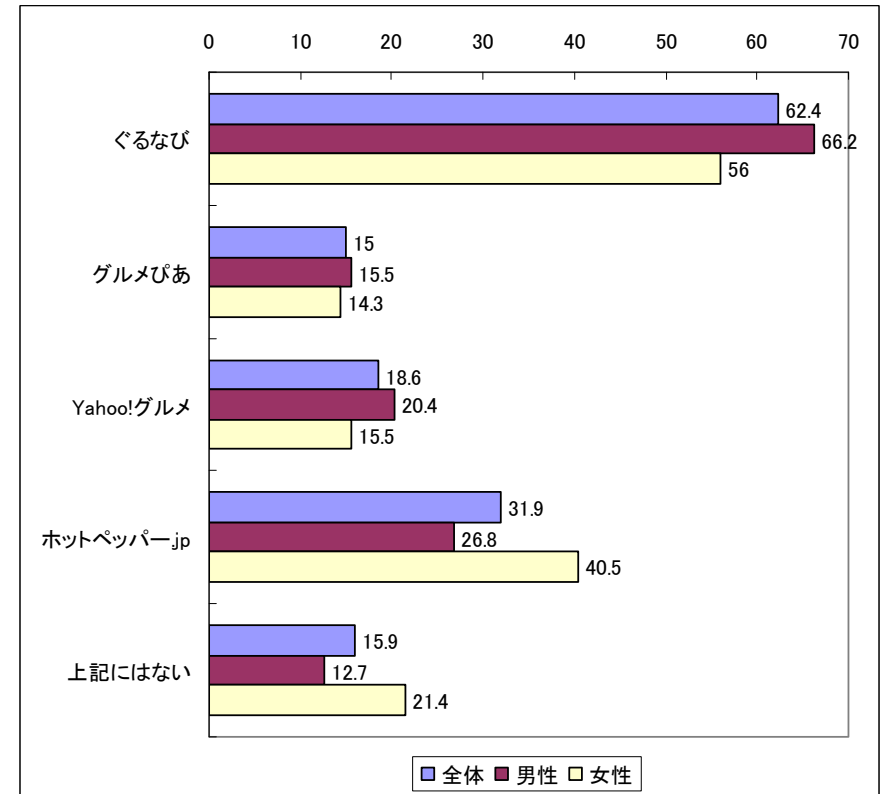
現在利用しているグルメサイト

- ぐるなびの利用が最も多く、次いでホットペッパー

プライベートでの利用



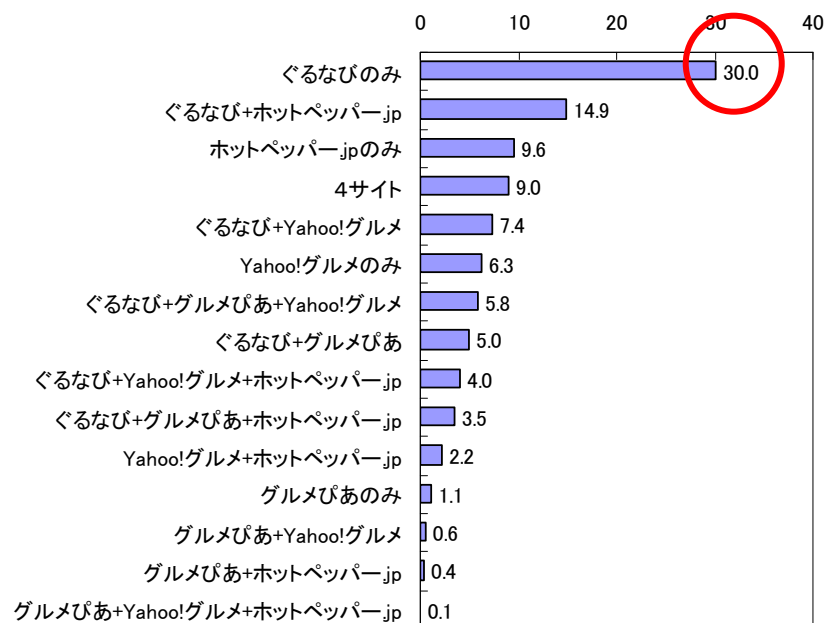
仕事・業務での利用



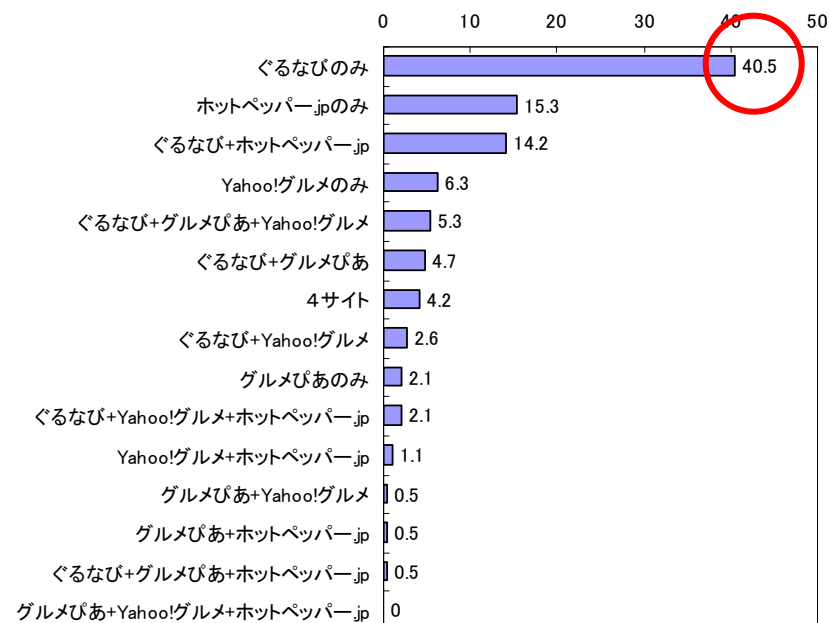
利用サイトの組み合わせ

- ぐるなび単独の利用が最も多い
- ぐるなび、ホットペッパー、ぐるなび+ホットペッパーの利用者で5~7割の利用

プライベートでの利用



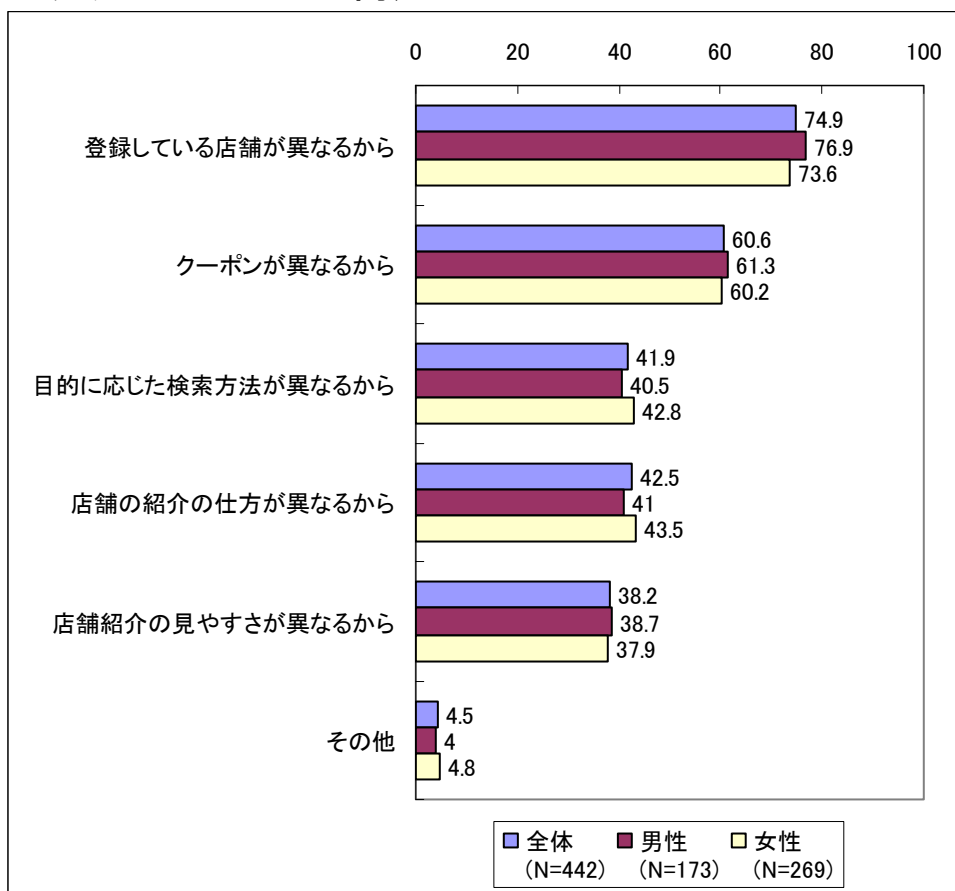
仕事・業務での利用



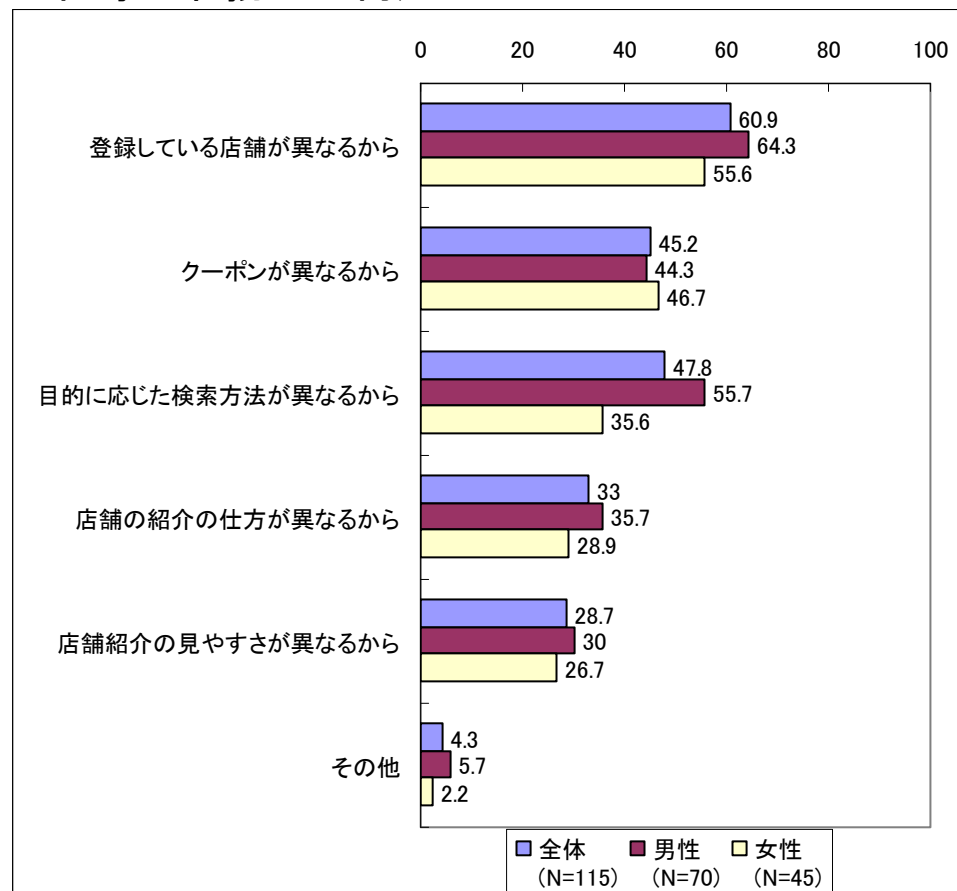
複数サイト利用理由

- 登録店舗の数や、クーポンの違い、検索方法の違い、など

プライベートでの利用



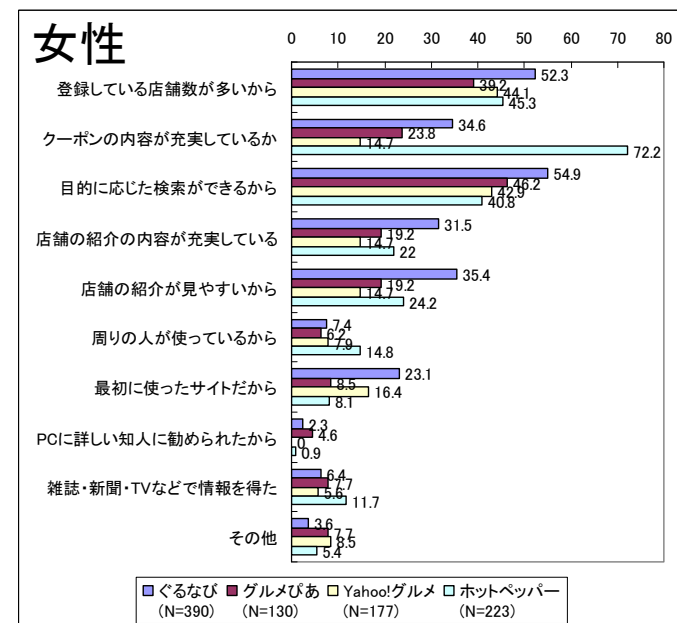
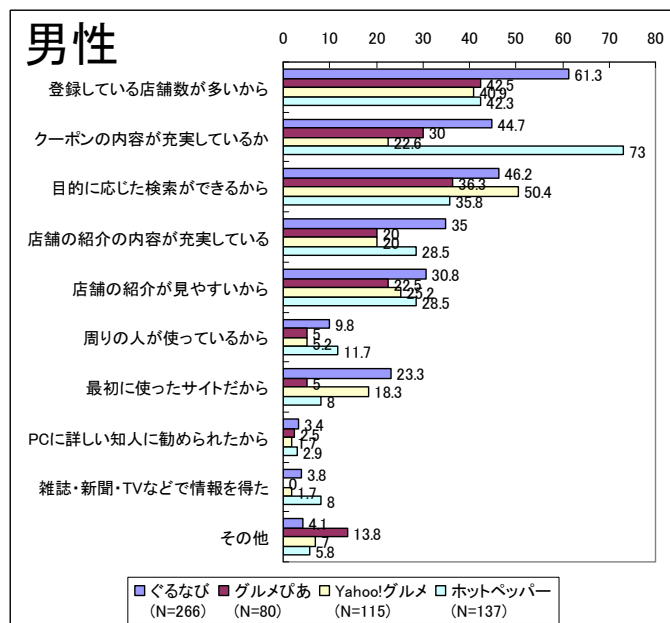
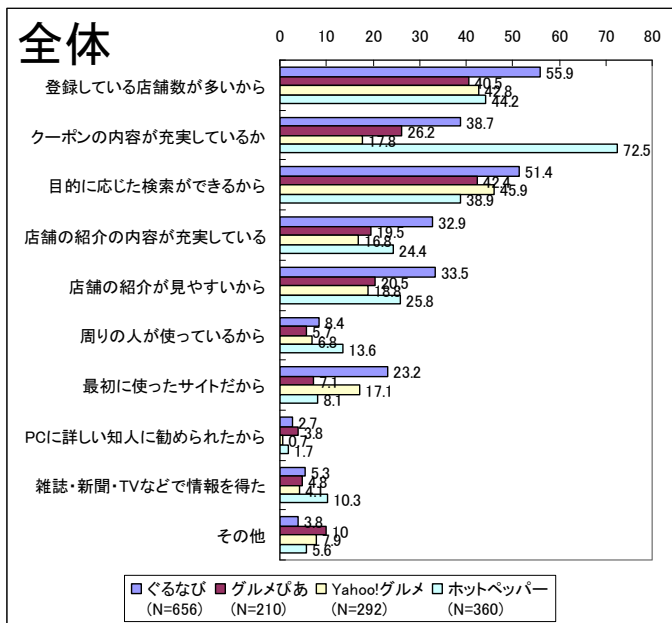
仕事・業務での利用



グルメサイト利用理由(プライベートでの利用)

●ぐるなびは、登録店舗の多さ、ホットペッパーはクーポン内容の充実

※仕事・業務での利用も同様の傾向





分析結果のまとめ(グルメサイト:利用実態)

- インターネットサイトの利用は約6割
- 「ぐるなび」と「ホットペッパー」の利用者が多い
 - ぐるなび(プライベート:69.4%、仕事・業務:62.4%)
 - ホットペッパー(プライベート:38.1%、仕事・業務:31.9%)
 - Yahoo!グルメ(プライベート:30.9%、仕事・業務:18.6%)
 - グルメぴあ(プライベート:22.2%、仕事・業務:15.0%)
- また、「ぐるなび」と「ホットペッパー」を併用する人も多い
 - ぐるなびのみ(プライベート:30.0%、仕事・業務:40.5%)
 - ホットペッパーのみ(プライベート:9.6%、仕事・業務:15.3%)
 - ぐるなび+ホットペッパー(プライベート:14.9%、仕事・業務:14.2%)
- サイトの選択理由
 - 「ぐるなび」は登録店舗数の多さやコンテンツの種類
 - ホットペッパーはクーポン内容の充実

分析結果のまとめ(グルメサイト:改善要望)

【検索機能に関して】

- 「ランチ」「千円以下」「食べ放題」などの**複数検索**ができるようにしてほしい
- **検索条件**をもっと詳しく最初に入れて絞り込めるようにしてほしい。1つの条件で絞り込んでわからなかったら、また全体から別の条件を入れる事しか出来ないときがあった。
- 検索の条件を上手く設定できるシステムがほしい。

【クーポンに関して】

- クーポンがあっても夜が多い。ランチにもつけてほしい！！
- クーポンが利用できる店舗を多くしてほしい。雑誌と同等位の店舗数とクーポン利用できるようにしてほしい。
- クーポンを出しているところがあまりないので、クーポンを出してくれるお店をもっと増やしてほしい。

【店舗に関して】

- 綺麗なイメージばかりの写真などが多いが、お店に実際行くとちょっと違う場合がある。時間制限などが掲載されていない場合があり、来店し初めて知ることがあるので**細かく表示**してほしい
- もう少し、**登録店を増やして**ほしい。本当に知りたいときに知りたい情報がないことが多い。
- 登録店をもっと増やしてほしいことおよび常に**最新情報**に気をつけてほしいこと。
- 大都市だけでなく、地方都市の店をもっと紹介してほしい。
- 首都圏はだいたい飽和状況なので、地方での部分をもっと充実させてほしい
- 地元の店を試しに検索すると登録されている数が少なくてがっかりする

【口コミ情報に関して】

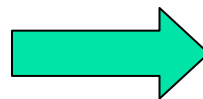
- 口コミ情報誌や専門家のアドバイスなどを情報として付加してほしい
- 口コミ情報から、満足度を現してほしい



調査結果報告

- 検索サイト
- 旅行・地図・経路情報サイト
- グルメサイト
- **映像サイト**
- 翻訳・辞書・事典サイト

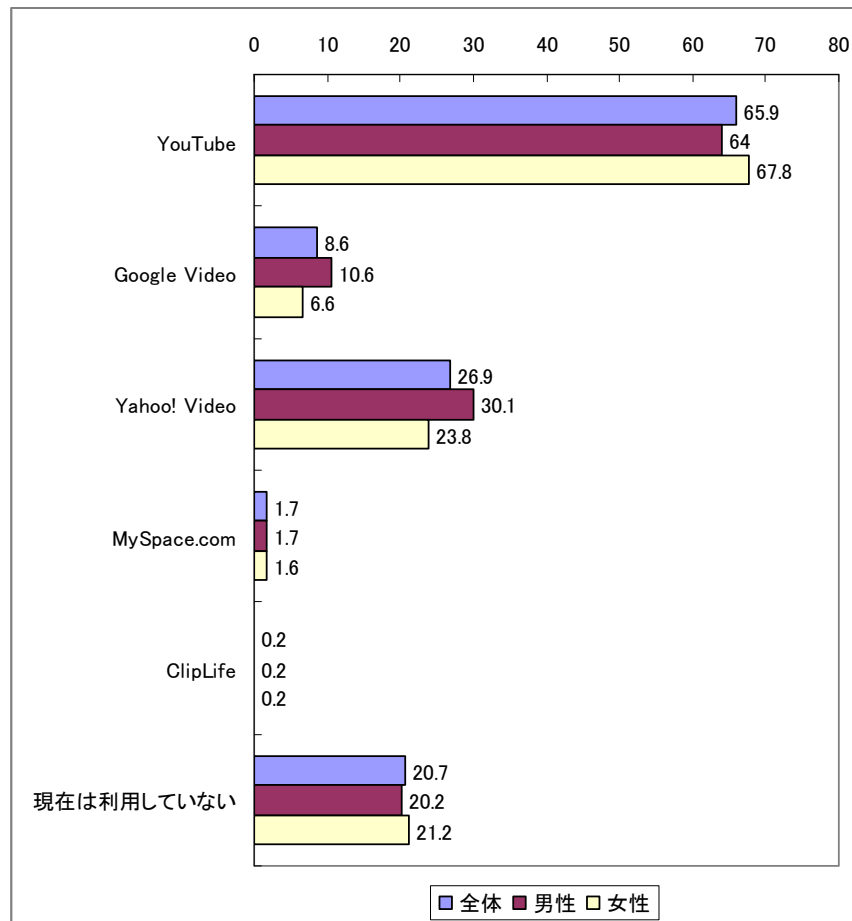
- サイト間の相関関係



- YouTube
- Google Video
- Yahoo! Video
- MySpace.com
- ClipLife

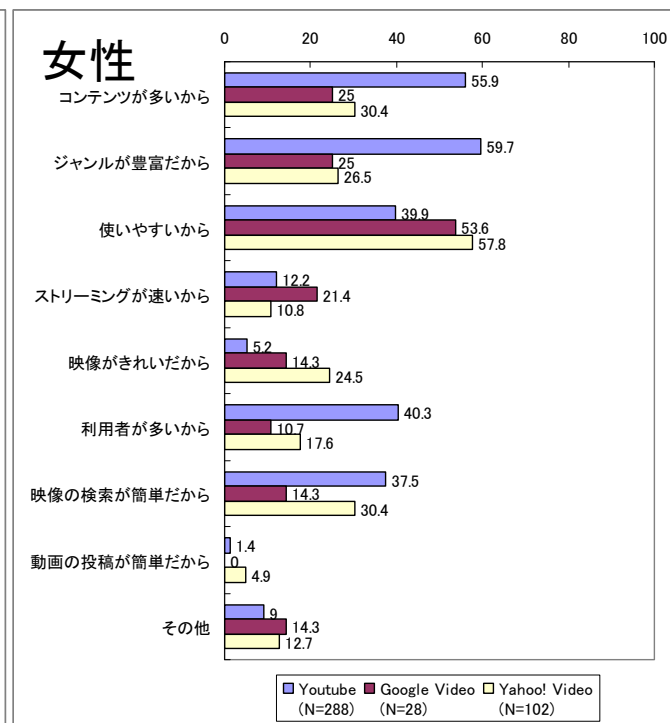
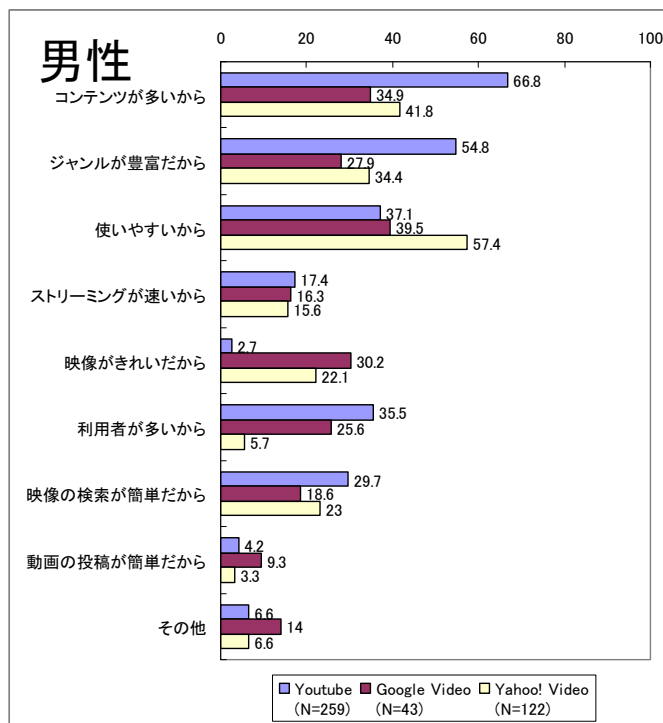
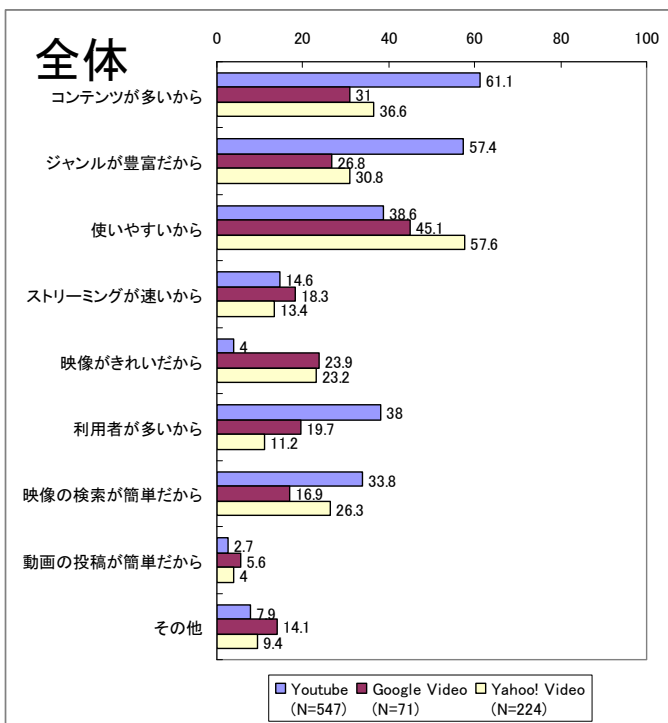
現在利用している映像サイト

- YouTubeの利用者が7割弱



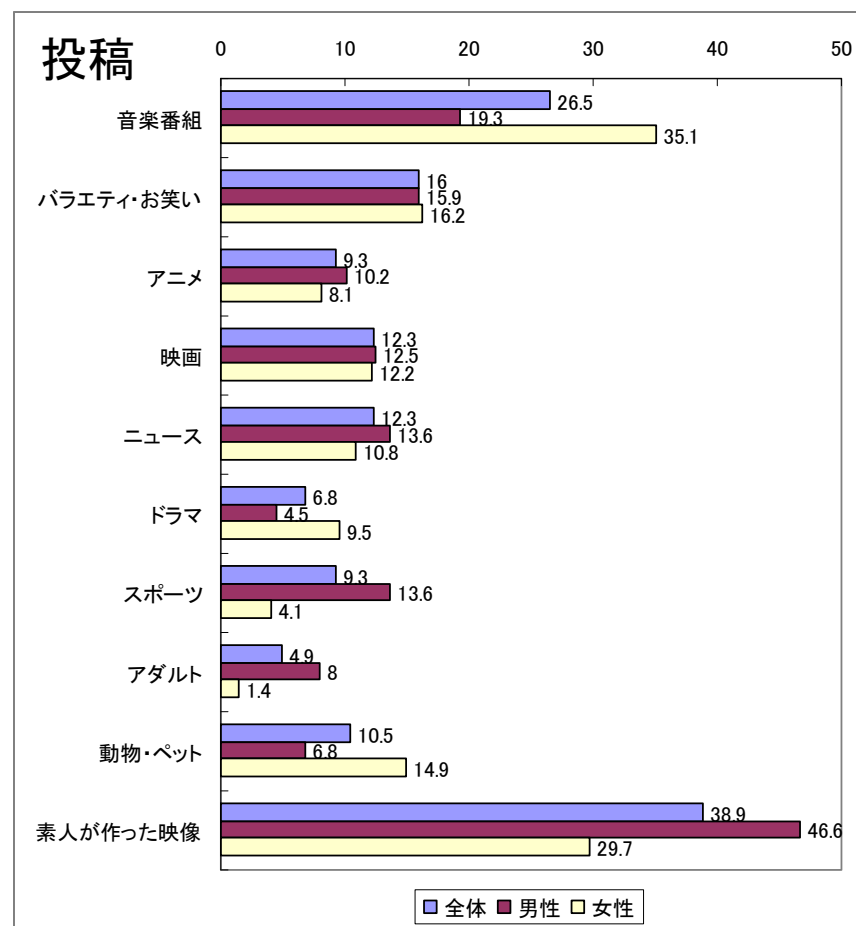
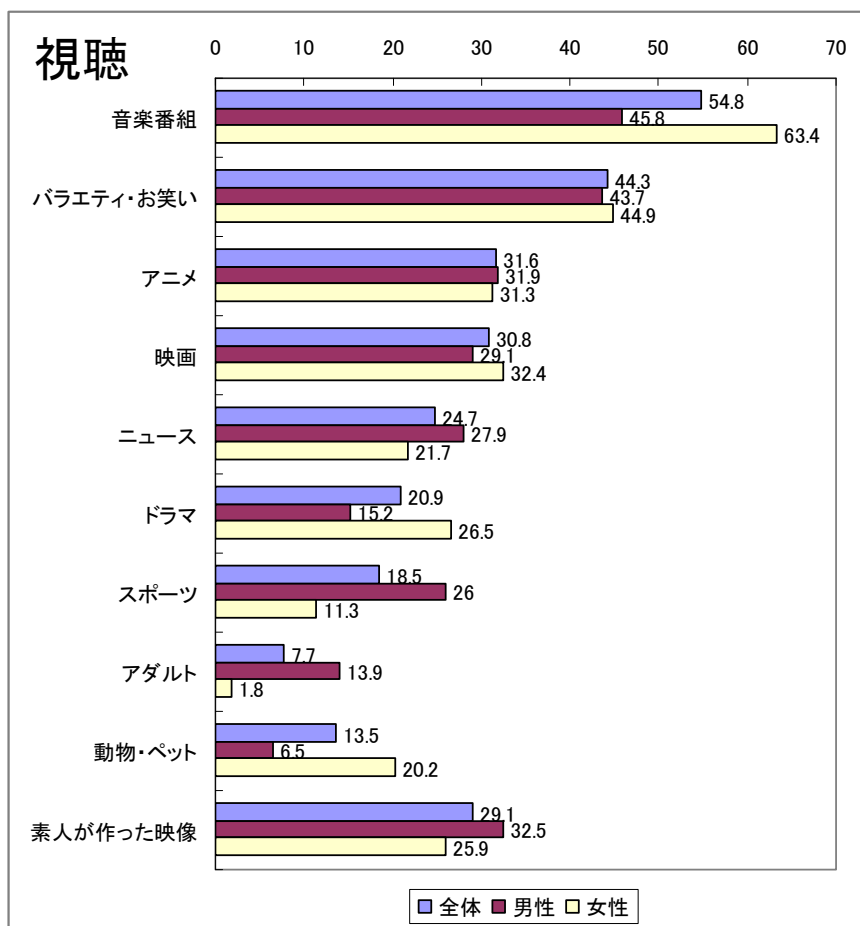
映像サイト利用理由

- YouTubeは、コンテンツの多さ、ジャンルの豊富さ
- Yahoo! Videoは、使いやすさ



映像サイト利用コンテンツ

- 音楽番組、バラエティ・お笑いの視聴が多い
- 男性はスポーツ、女性は音楽番組、ドラマ、動物・ペットが多い





分析結果のまとめ(映像サイト:利用実態)

- 映像サイトの中で、YouTubeの利用者が約7割
- ただし、全モニタ(1,707名)に対するYouTube利用者の割合は約3割
- YouTubeはコンテンツの多さや種類の豊富さが支持されている
- 利用コンテンツの傾向
 - 1位が音楽番組(54.8%)、2位がバラエティ・お笑い(44.3%)
 - 素人が作った映像は5位(29.1%)
 - スポーツは男性に支持
 - 音楽番組、ドラマ、動物・ペットは女性に支持
- 映像の投稿者は利用者の2割程度



分析結果のまとめ(映像サイト:改善要望)

【検索機能に関して】

- リンク先がない場合は検索結果に表示されない方がいい
- 検索に引っかかるように画像とは**関係ないキーワード**を書いてあり、見たいものと違う動画が出てくること。カテゴリやキーワードの登録個数を制限していただきたい。
- **キーワードに全く関係ない**と思われるものが多々紛れ込むことがある。上記の点を改善していただきたい。
- 映像の**シーンそのものを検索**できるとおもしろそう

【画質に関して】

- もう少し画質が綺麗だと良い。ユーザーが集中する時間を表示するページがあると便利。
- 投稿者の文章によると、オリジナルのビデオはもっと画質がいいらしい。せめてあのブロックノイズだけでも何とかならないものか
- もっと画質をきれいにしたい。ストリーミングが遅くて、再生が頻繁に止まることも不満

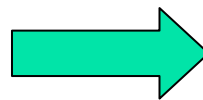
【コンテンツに関して】

- テレビ局などとタグを組んで、合法的に昔のテレビ番組などが見られたらよいと思います。
- 著作権に関るものでも、ある程度の制限を設けて個人的に楽しめるようにしてほしい
- 一般の人が投稿して映像をサイトにあげるより、色々なメディアが過去の映像を無料で公開してくれた方が、見てるこちらも安心して見れるので嬉しいです。
- 違法コンテンツをこれからも見ることができるよう、がんばって欲しい



調査結果報告

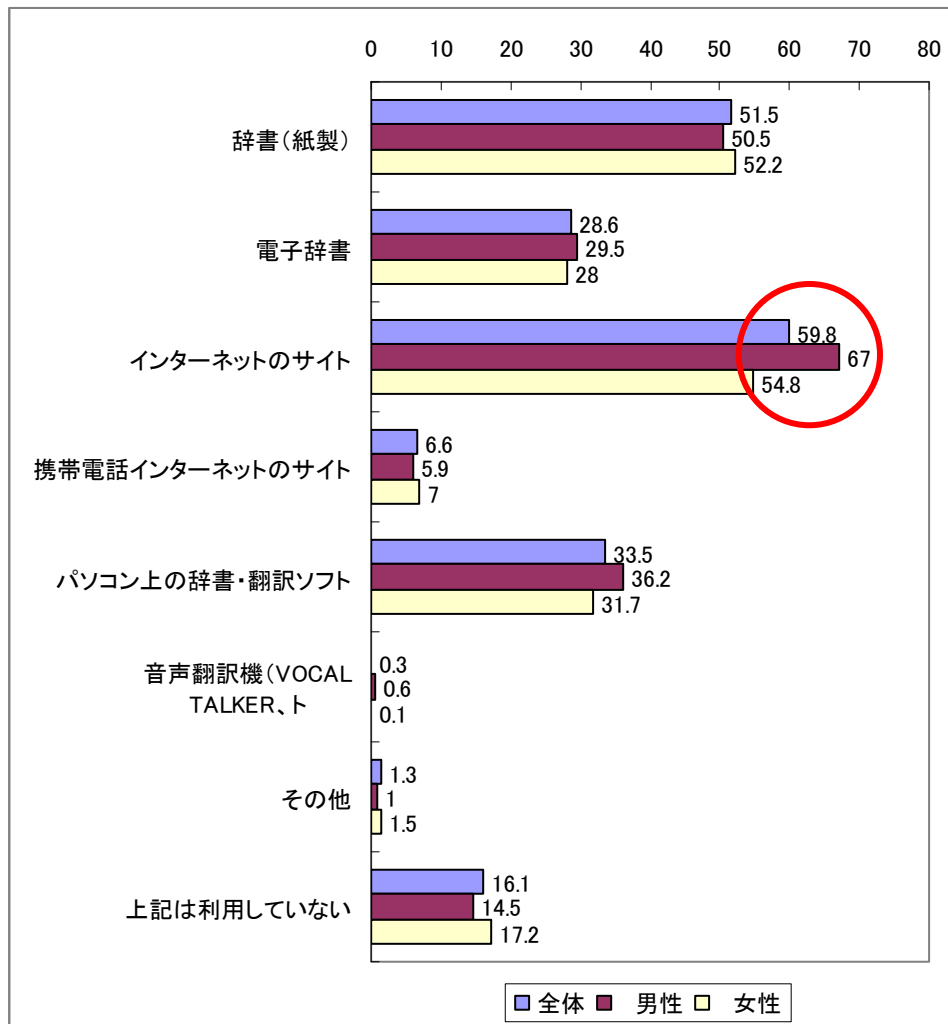
- 検索サイト
- 旅行・地図・経路情報サイト
- グルメサイト
- 映像サイト
- **翻訳・辞書・事典サイト**
- サイト間の相関関係



- Excite 翻訳
- Yahoo! 翻訳
- 訳してねっと
- Google 言語ツール
- Cross Translation
- Yahoo! 辞書
- goo 辞書
- Excite 辞書
- 英辞郎
- Weblio
- Wikipedia

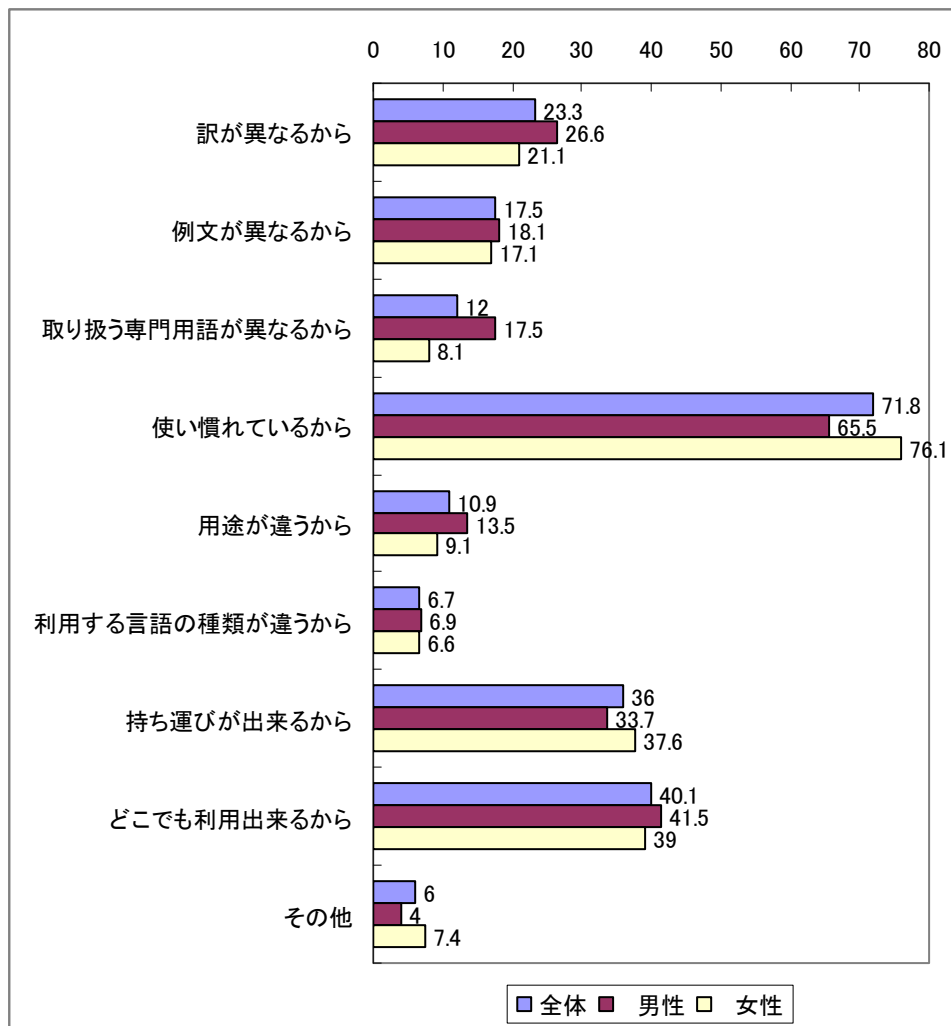
辞書等の利用

● インターネットサイトの利用が6割程度



インターネット以外の辞書等の利用理由

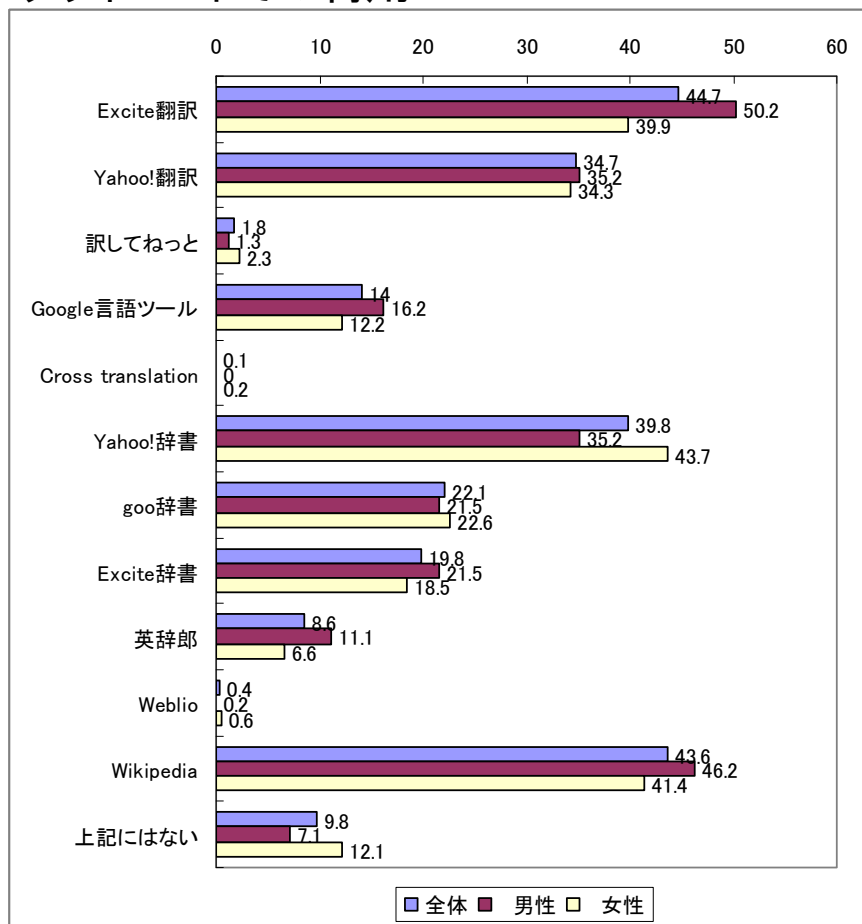
- 「使い慣れているから」、「どこでも利用できるから」、「持ち運びができるから」など



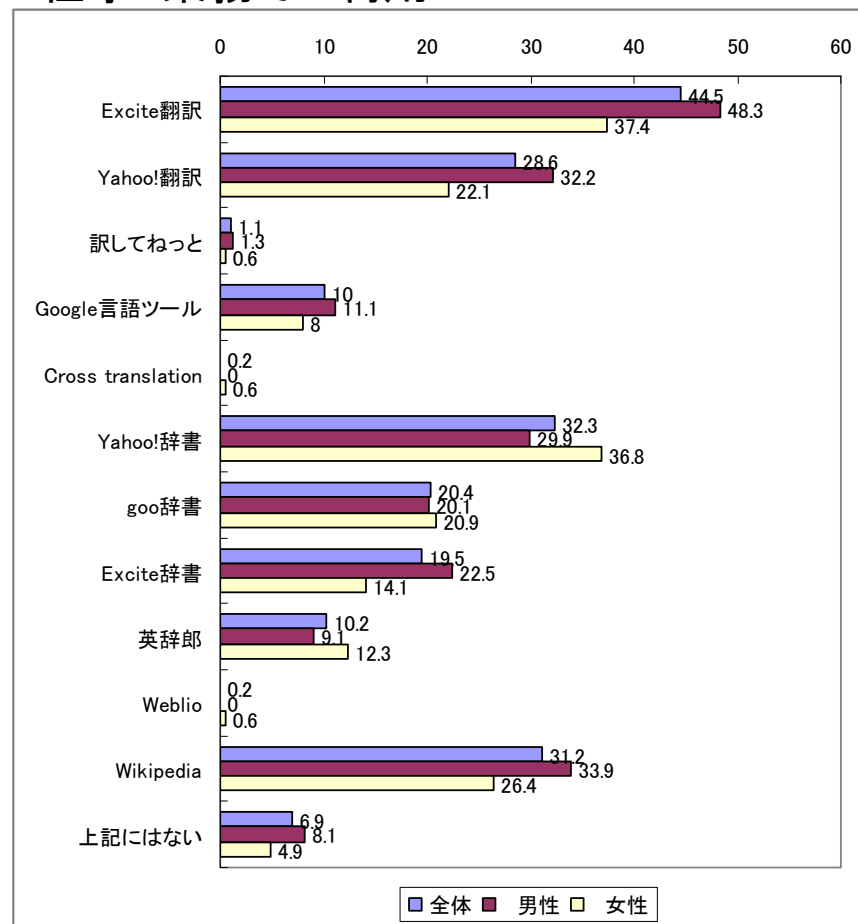
現在利用している翻訳・辞書・事典サイト

- Excite翻訳、Yahoo!辞書、Wikipediaの利用が多い

プライベートでの利用



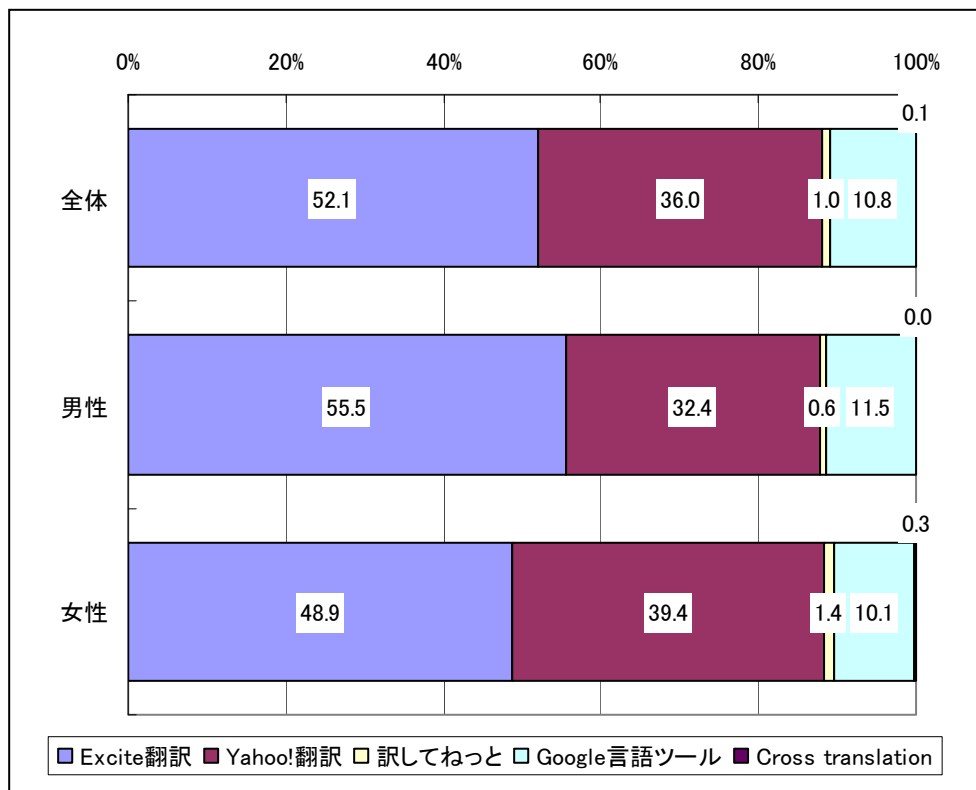
仕事・業務での利用



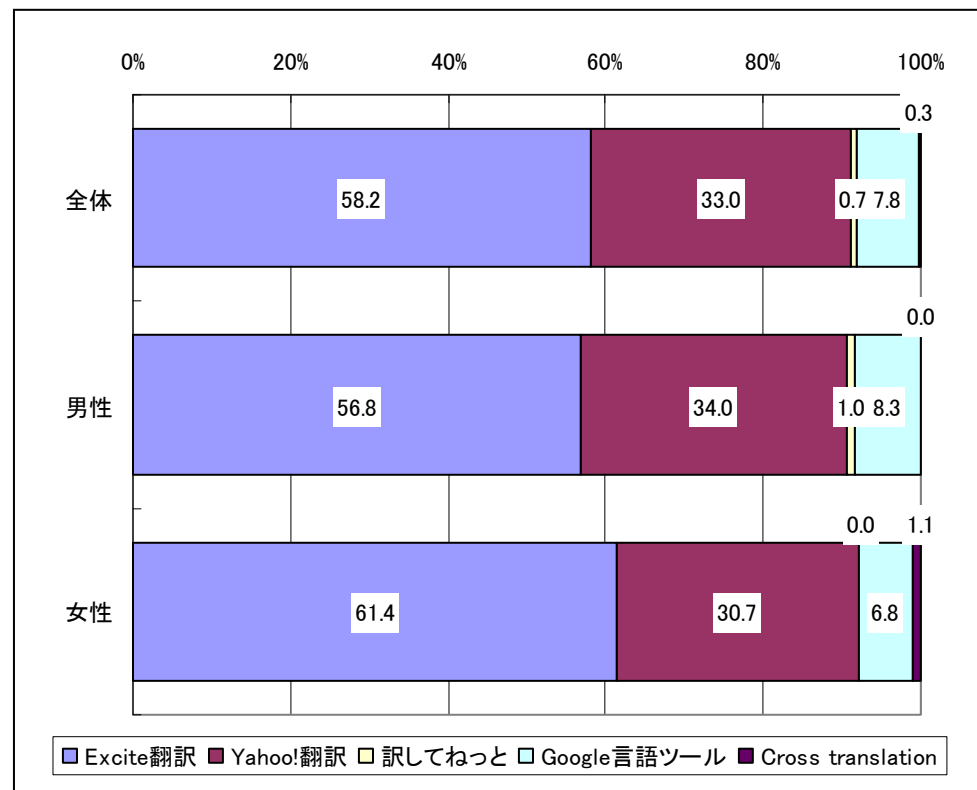
最も利用する翻訳サイト

- Excite翻訳の利用が5～6割

プライベートでの利用



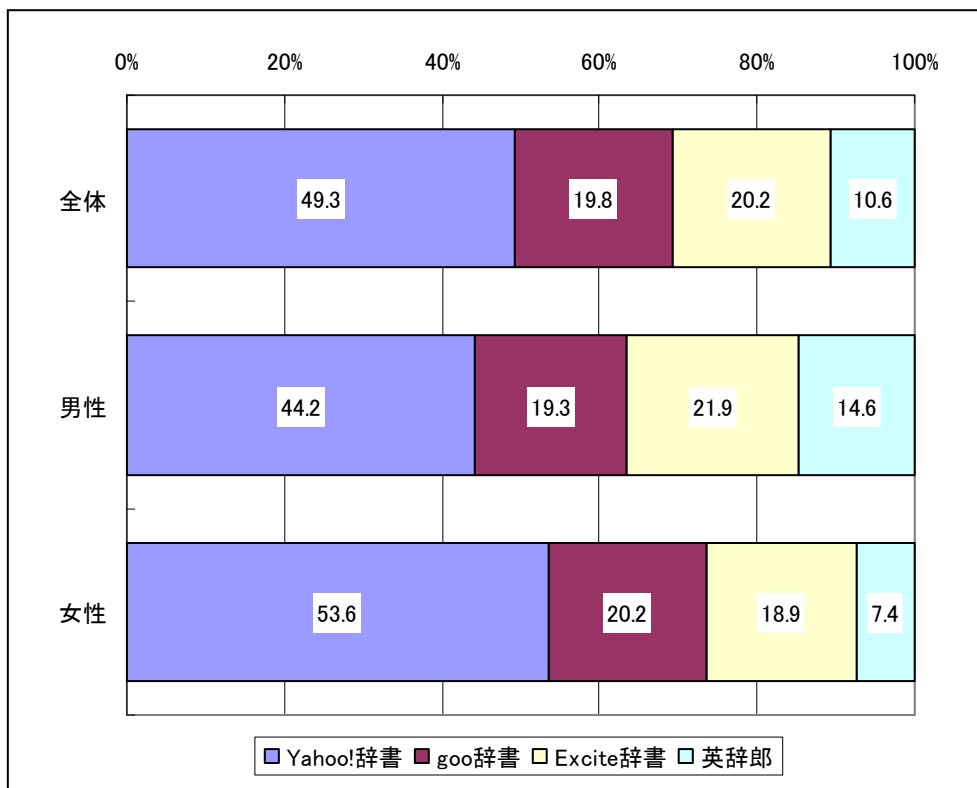
仕事・業務での利用



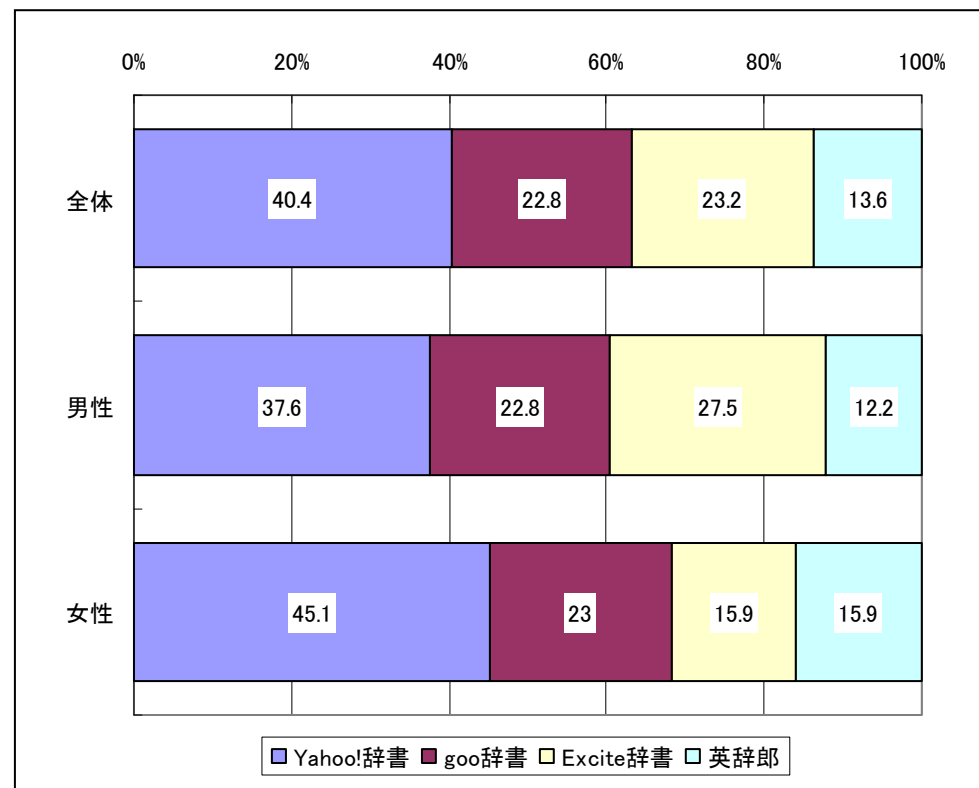
最も利用する辞書サイト

- Yahoo!辞書の利用が4～5割

プライベートでの利用

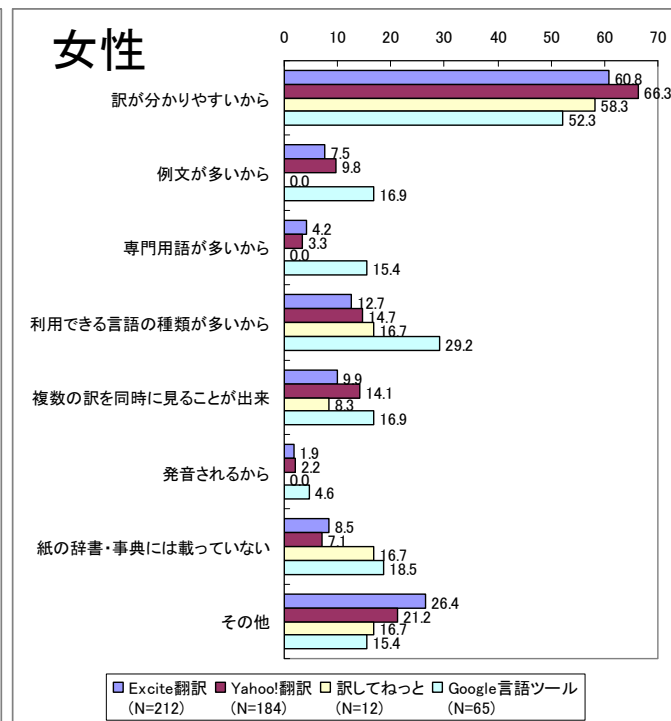
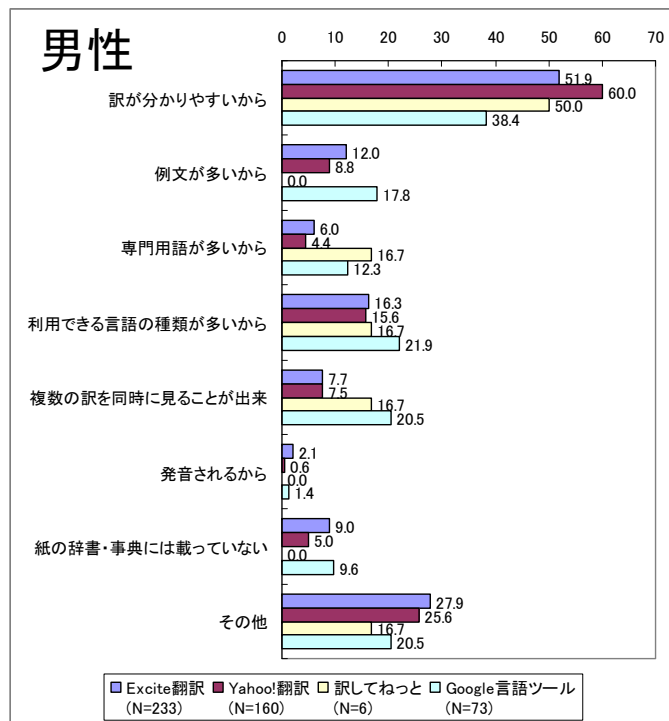
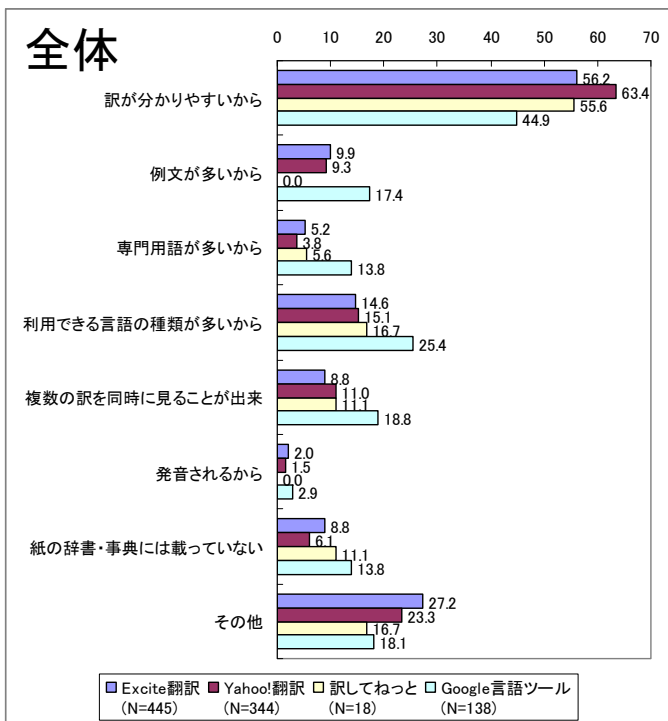


仕事・業務での利用



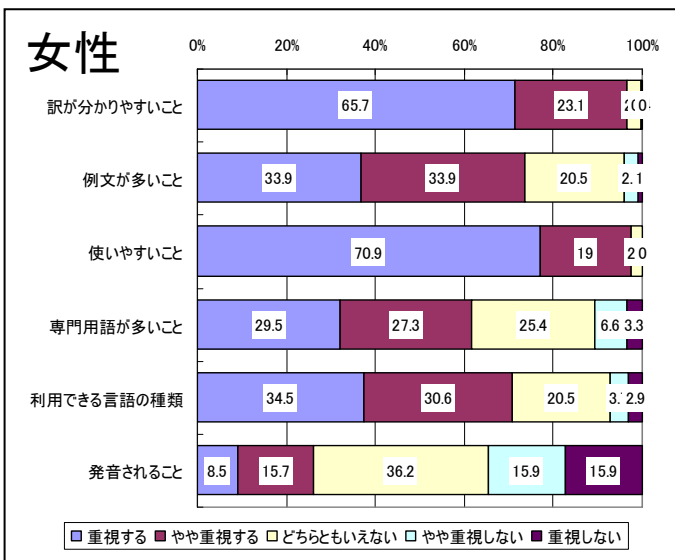
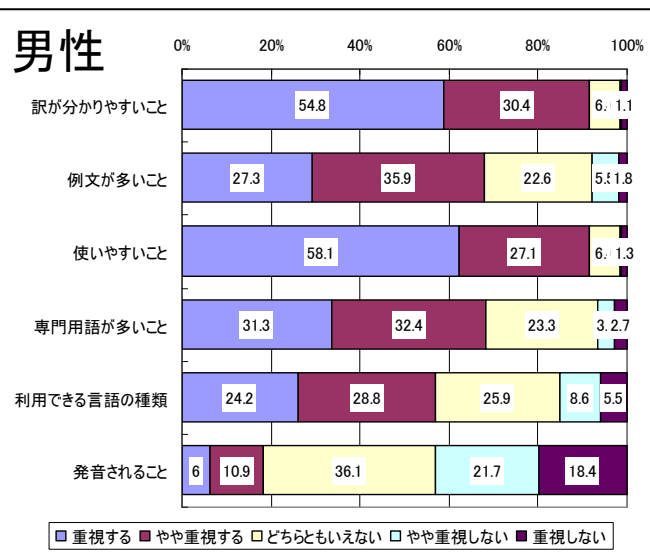
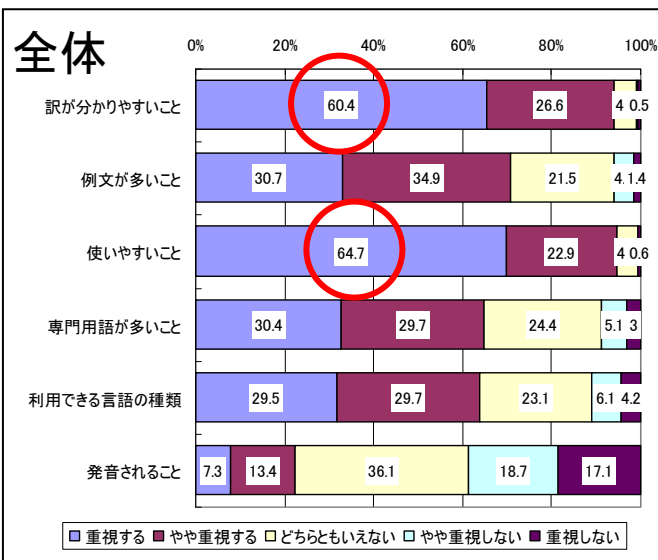
翻訳サイト利用理由

- Yahoo!翻訳は、訳の分かりやすさ
- Google言語ツールは、利用できる言語の多さ、複数の訳が同時に見れる



翻訳・辞書・事典サイト選択時の重視点

- 「訳が分かりやすいこと」、「使いやすいこと」を重視





分析結果のまとめ(翻訳・辞書・事典サイト:利用実態)

- インターネットサイトの利用は約6割
- 翻訳サイトはExcite翻訳とYahoo!翻訳の利用が多い
 - Excite翻訳(プライベート:44.7%、仕事・業務:44.5%)
 - Yahoo!翻訳(プライベート:34.7%、仕事・業務:28.8%)
- 辞書サイトはYahoo!辞書の利用が多い
 - Yahoo!辞書(プライベート:39.8%、仕事・業務:32.3%)
- Yahoo!翻訳、Yahoo!辞書の利用は、ポータルサイトとしてのYahoo!の利用によるものと推測される
- 翻訳・辞書・事典サイトの選択時の重視点は、「訳が分かりやすいこと」、「使いやすいこと」

分析結果のまとめ(翻訳・辞書・事典サイト:改善要望)

【翻訳サイトに関して】

- ①誤訳を減らす。②専門分野選択肢を造る。③英語経由でない日×直訳。
- きちんとした日本語になるように翻訳してほしい(無料だからかな、とは思っておりますが)
- もうすこし丁寧な訳をしてもらいたいです。少し杜撰なところが目に付きます。
- 単語の意味は一つではないので、いくつか翻訳文の候補が出るようになったらいいと思う
- 翻訳の場合、単語ごとにどのような意味で使うか選択できるようにしてからそれを踏まえて翻訳してくれたらいいなあと思いました。
- 文法的な訳だけでなくもっと日常的に省略されて使われるような訳も訳せるようにしてほしい。

【辞書サイトに関して】

- その言葉の前後をさらりと、紙の辞書のように見ることがあればねえ。
- もっと色々な専門用語を取り入れて辞書機能を高めていただきたいです。
- カタカナ言葉のスペルを知りたいので、カタカナ言葉で検索できるようにしてほしい。
- 例文をもっと多く載せてほしい
- アバウトな言葉をインプットしても考えられる候補を表示してほしい

【事典サイトに関して】

- より情報が欲しい場合には、次々に簡単に情報をみにいけるような機能があるといい。
- 訳を何種類か表示して、それぞれに例文を載せて欲しい。新しい使い方や、スラングを載せるなど、常に最新情報に更新して欲しい。
- 検索方法などを判りやすくしてほしい。



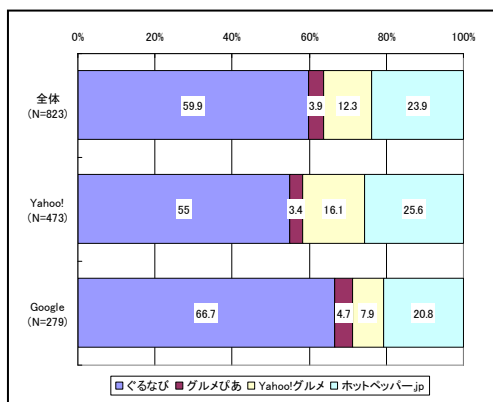
調査結果報告

- 検索サイト
 - 旅行・地図・経路情報サイト
 - グルメサイト
 - 映像サイト
 - 翻訳・辞書・事典サイト
-
- **サイト間の相関関係**

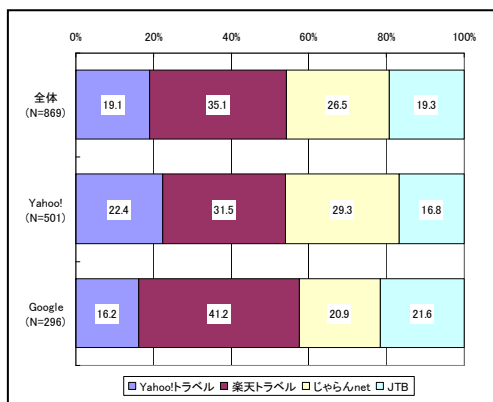
検索サイトと他サイトとの関係

- 最も利用している検索サイトがYahoo!とGoogleの利用者を比較

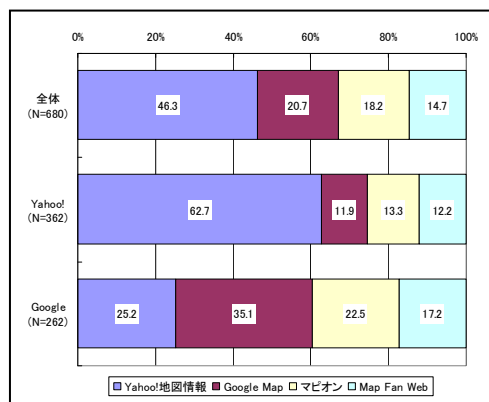
グルメサイト



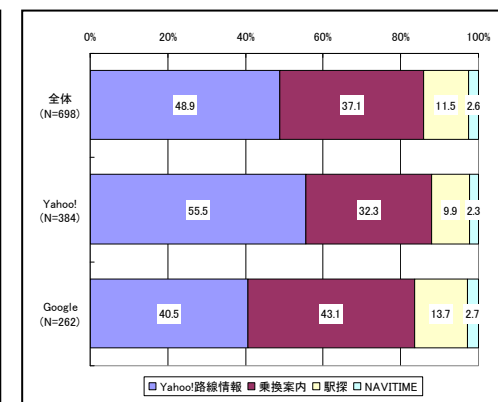
旅行サイト



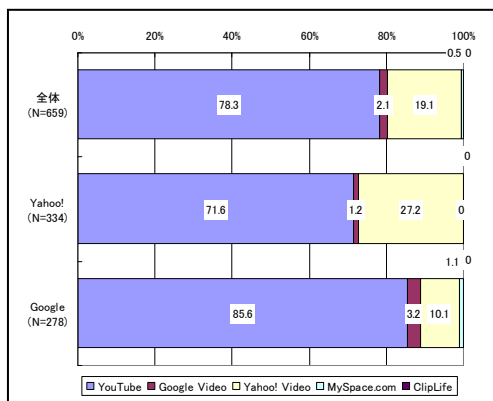
地図サイト



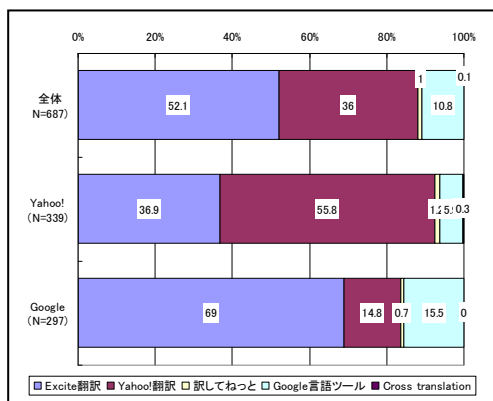
経路情報サイト



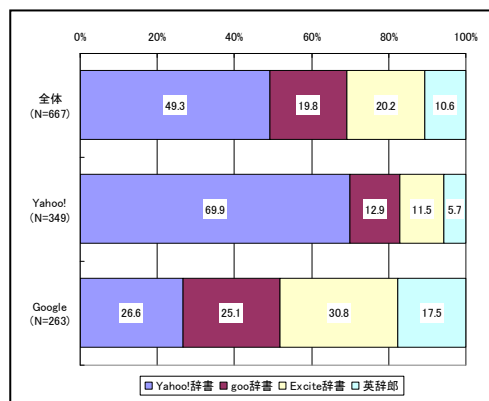
映像サイト



翻訳サイト



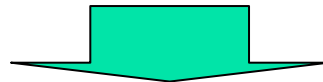
辞書サイト



分析結果のまとめ(サイト間の相関関係)

■ 検索サイトと他サイトとの関係

- Yahoo!(最)利用者は、以下のサイトの利用比率も高い
 - Yahoo!地図(62.7%)、Yahoo!経路情報(55.5%)、Yahoo!翻訳(55.8%)、Yahoo!辞書(69.9%)
- Yahoo!(最)利用者は、以下のサイトで利用比率が低い
 - Yahoo!グルメ、Yahoo!トラベル



- Yahoo!利用者は、ポータルサイトとして、Yahoo!の多様なサービスを利用する傾向が強い
- ただし、グルメサイト、旅行サイトは、他に強いサイトが存在し、相関が低い
- 一方、Googleは、Webサイト検索ツールとして利用されていると推測される



終わりに(2007年度の取り組み)

■ 2006年度調査データの詳細分析

- 自由記述欄の分析
 - 自由記述欄(約50項目)の記述内容の分類
 - 技術課題の抽出
- 相関関係の発見的分析(データの組合せによる)

■ 今後の取り組み

- 昨年度調査に対する補強調査
 - 不十分だったデータの収集(映像系サイトの利用実態、携帯端末での利用実態など)
 - 特定サービスに関する詳細調査



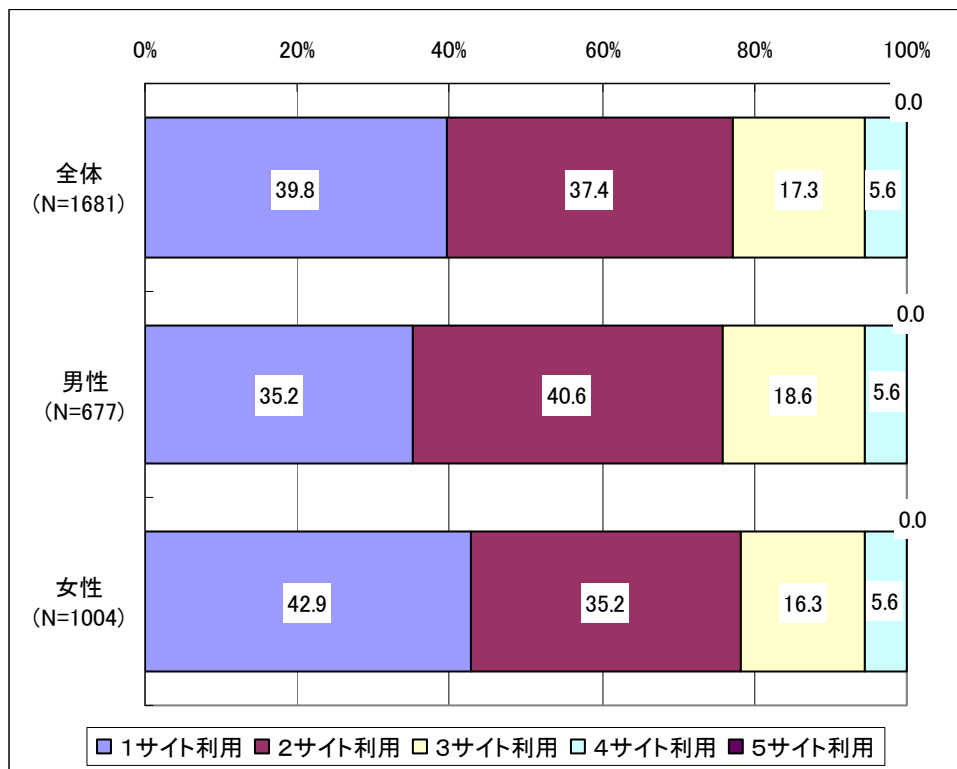
ご清聴ありがとうございました。

以下、付録
(その他のアンケート結果)

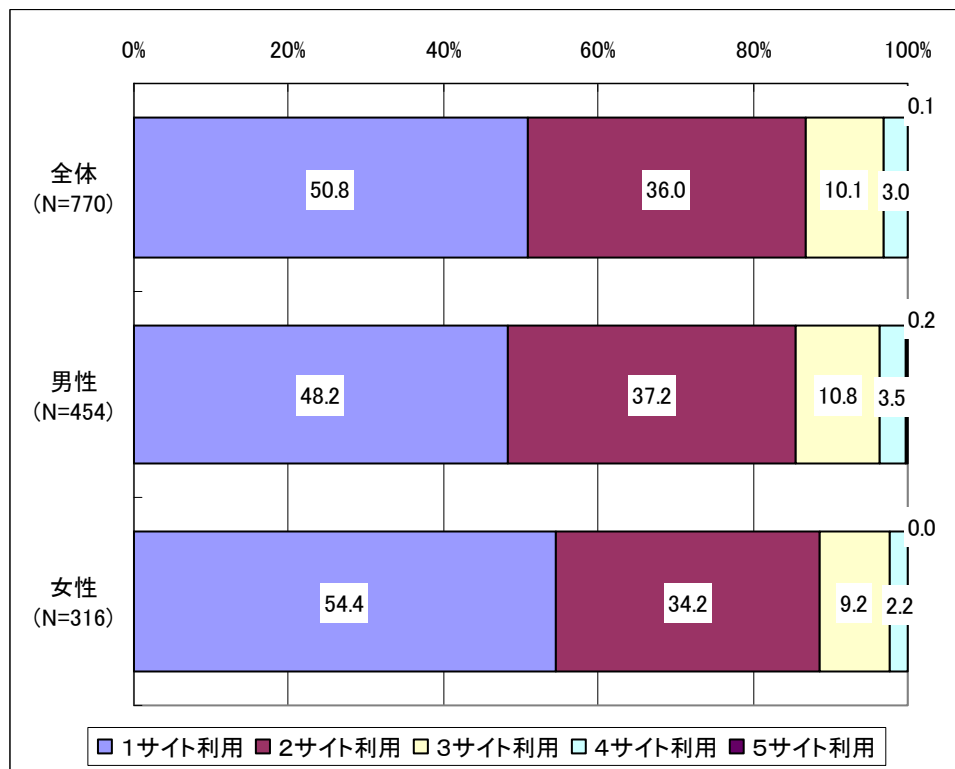
検索サイトの利用数

- 女性より男性の方が複数利用が多い
- 仕事・業務よりプライベートでの方が複数利用が多い

プライベートでの利用



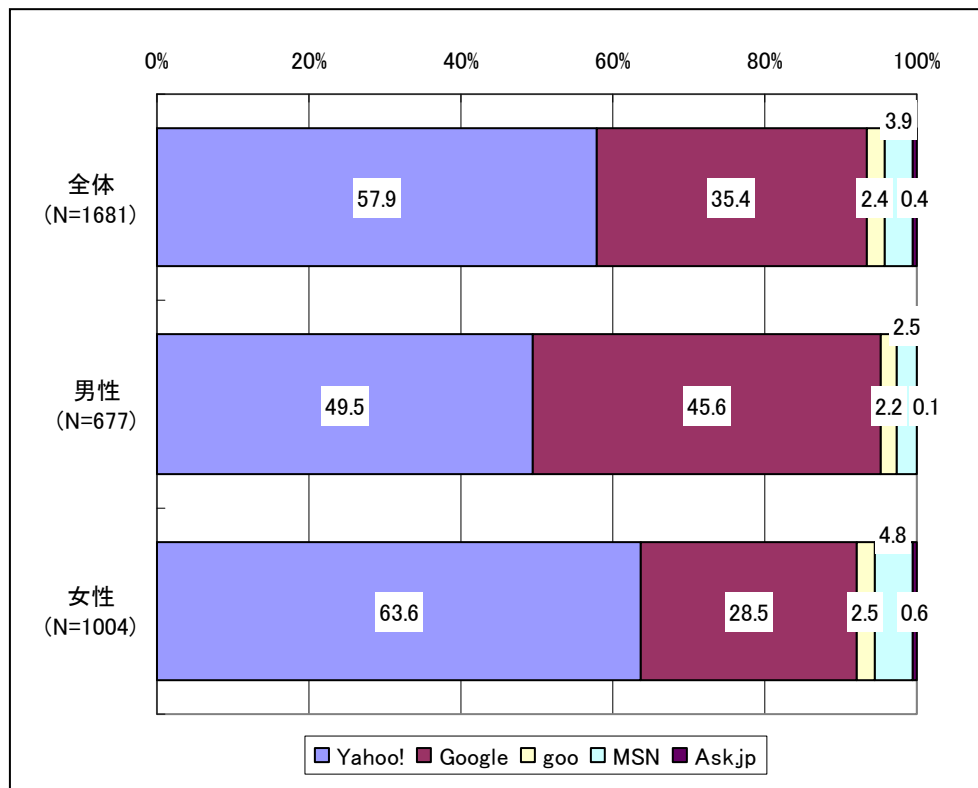
仕事・業務での利用



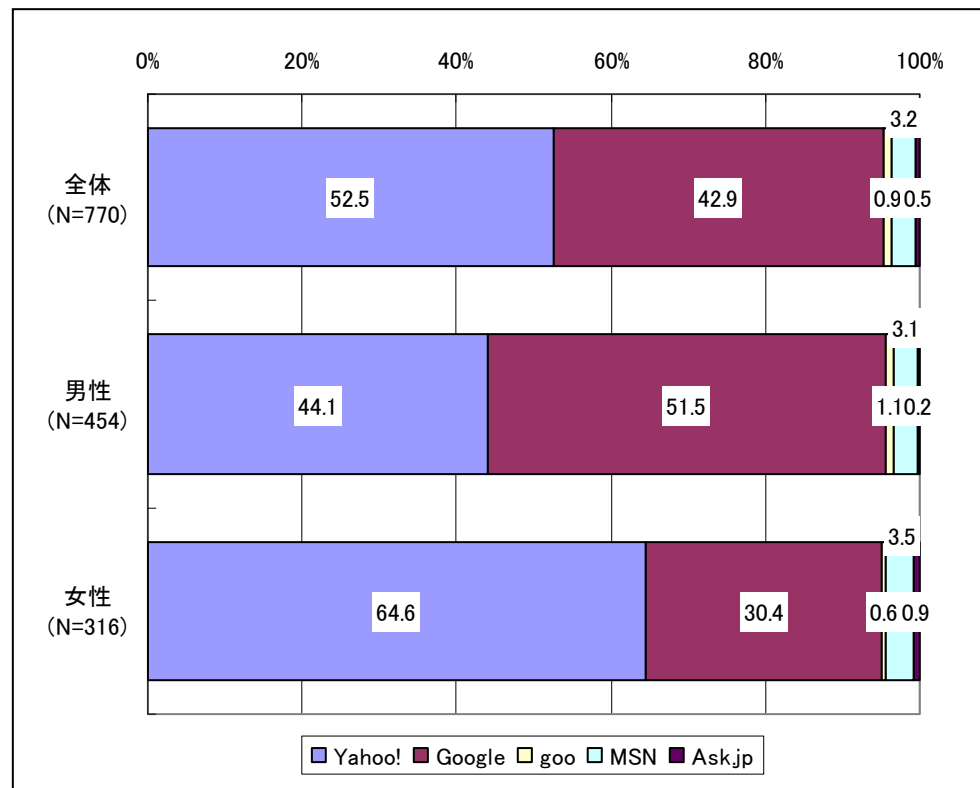
最も利用している検索サイト

- 男性は仕事・業務でGoogle利用の比率が高い

プライベートでの利用



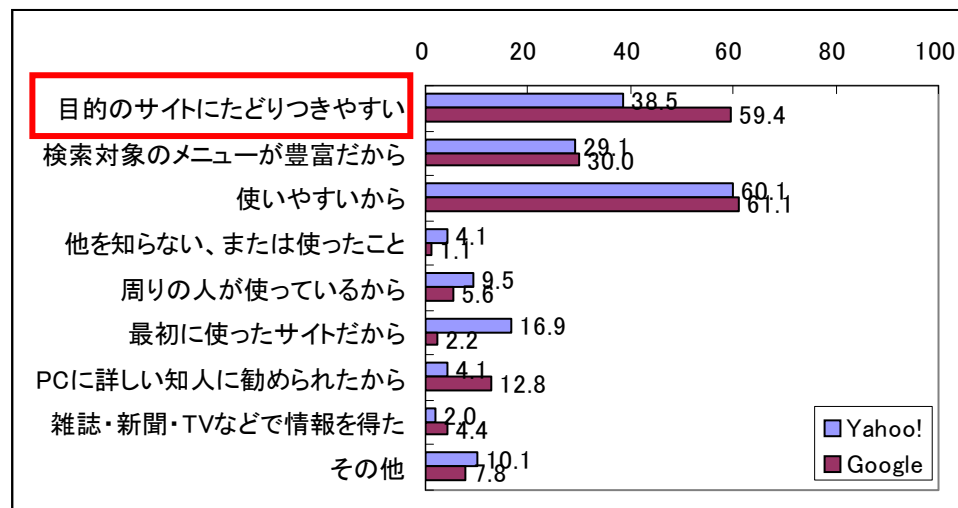
仕事・業務での利用



最利用検索サイトの変更理由

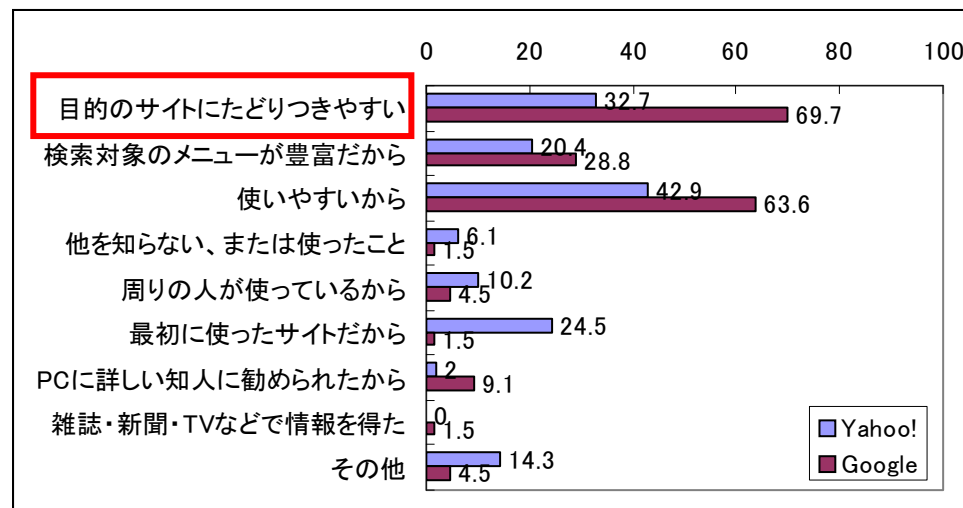
- Googleは「目的のサイトへたどりつきやすさ」
- Yahoo!は「使いやすい」「最初に使ったサイト」

プライベートでの利用



Yahoo!利用者 = 148人、Google利用者 = 180人

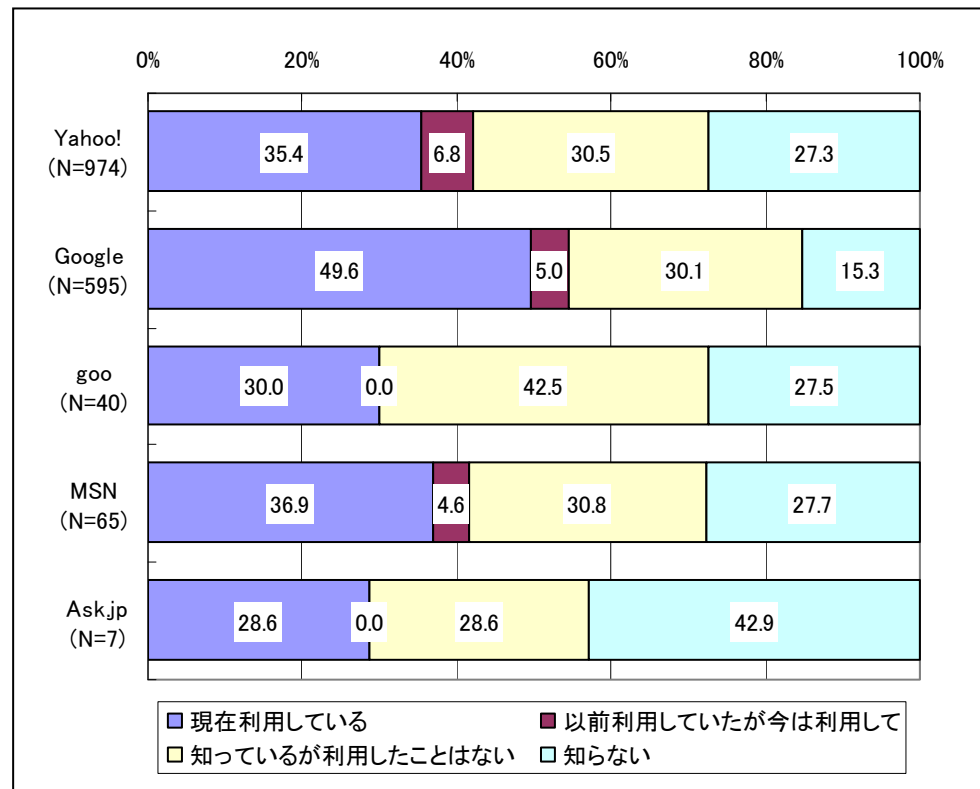
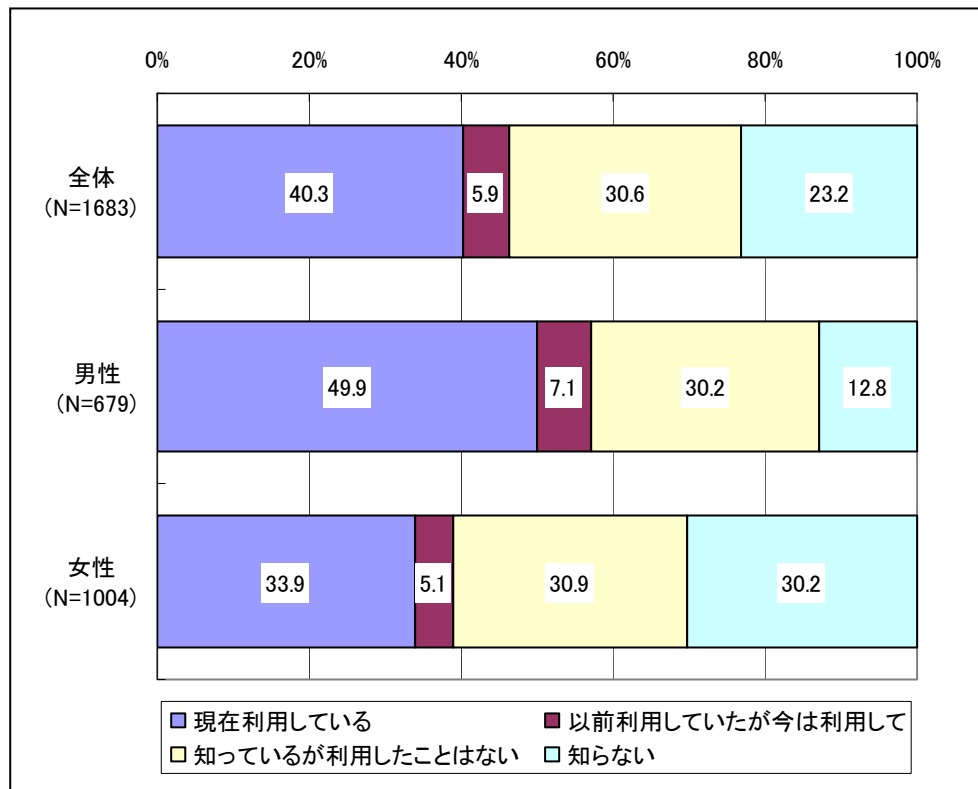
仕事・業務での利用



Yahoo!利用者 = 49人、Google利用者 = 66人

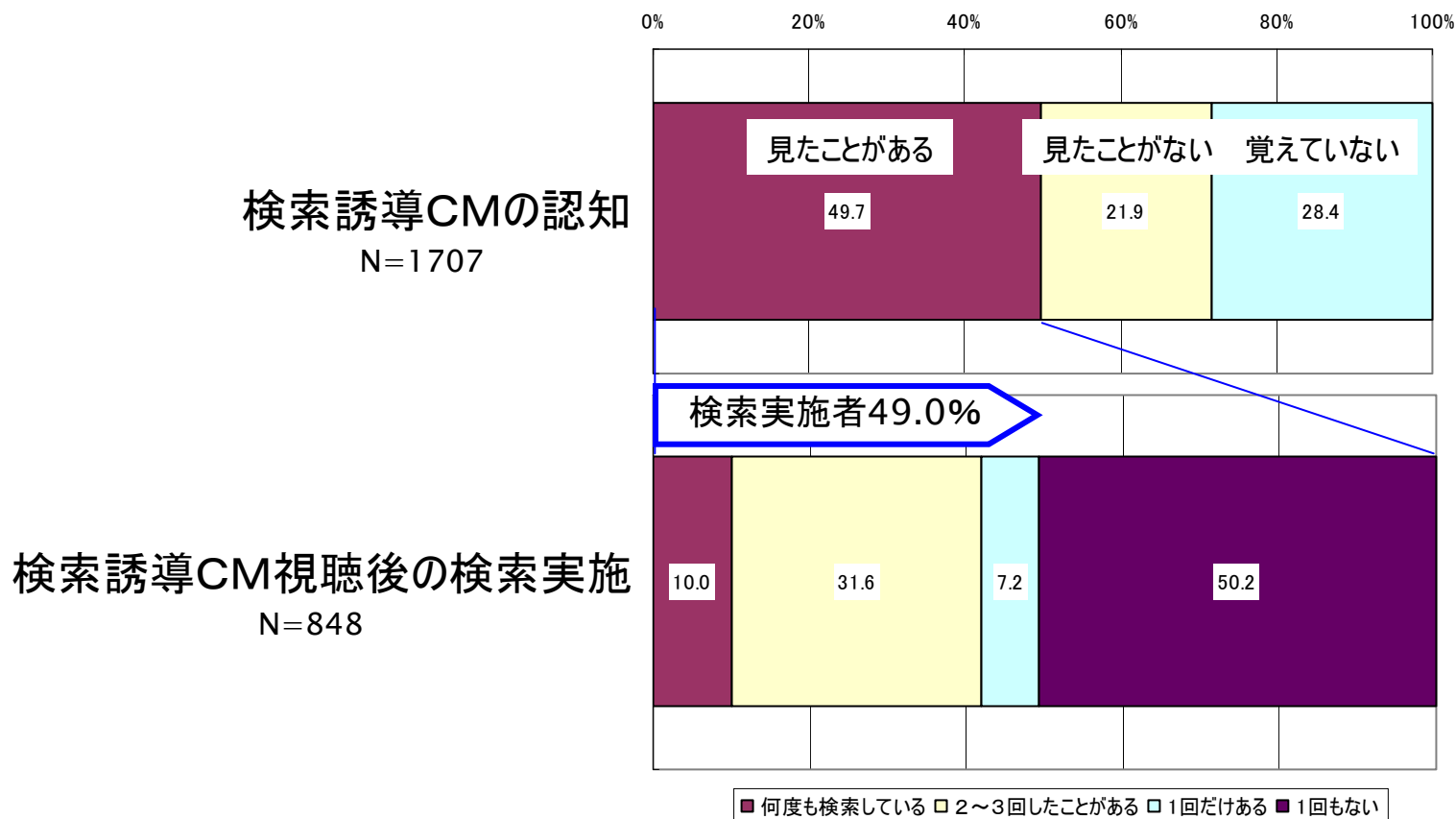
検索オプションの利用

- 男性の5割、女性の3割強は、現在検索オプションを利用（検索サイト利用者）
- Google利用者の利用が多い



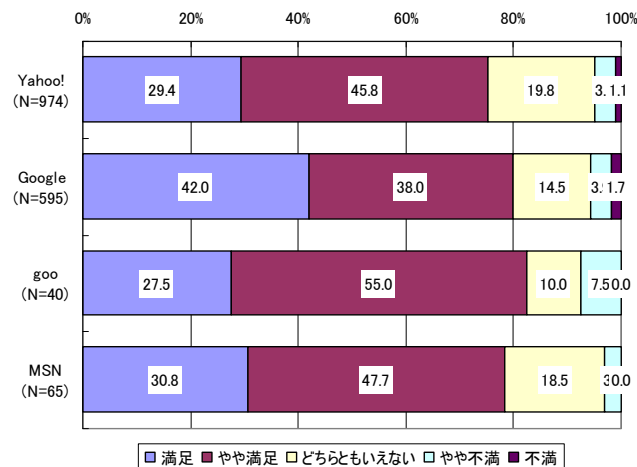
検索誘導CMの認知-検索実施状況

- 5割程度の人が検索誘導CMを認知しているが、実際に検索を行ったことがあるのはそのうちの5割程度

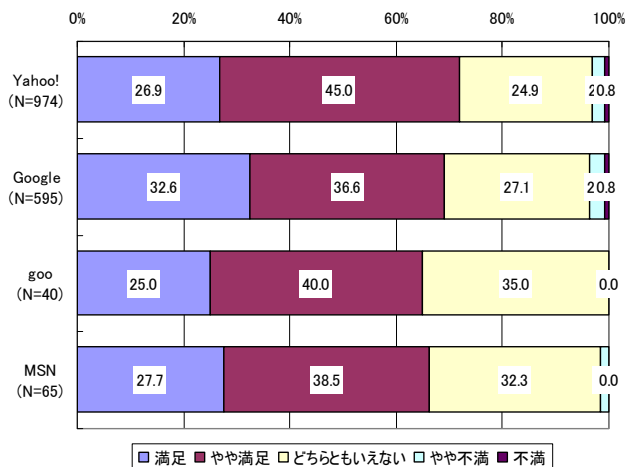


検索サイト利用満足度

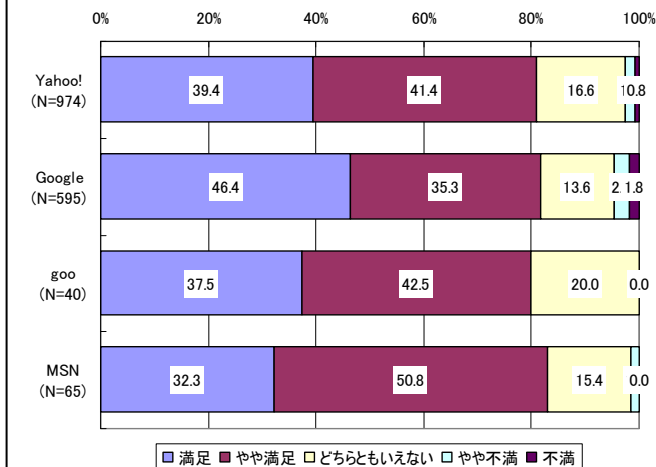
目的のサイトにたどりつきやすいこと



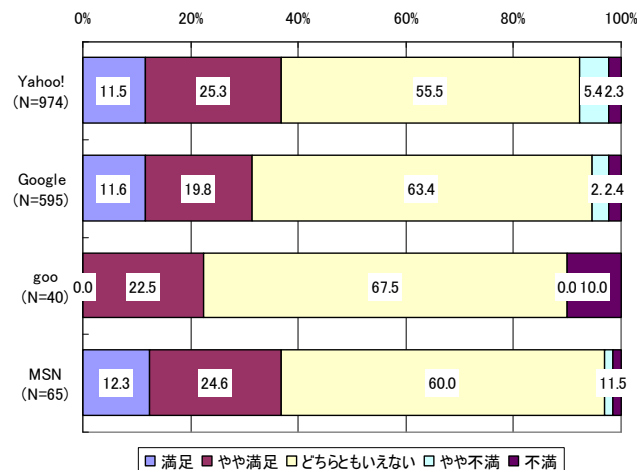
検索対象のメニューが豊富なこと



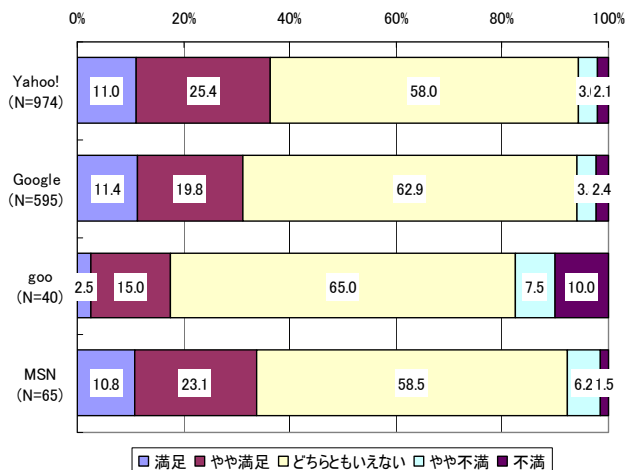
使いやすいこと



周りの人が使っていること



雑誌・新聞・TVなどで情報が流れていること

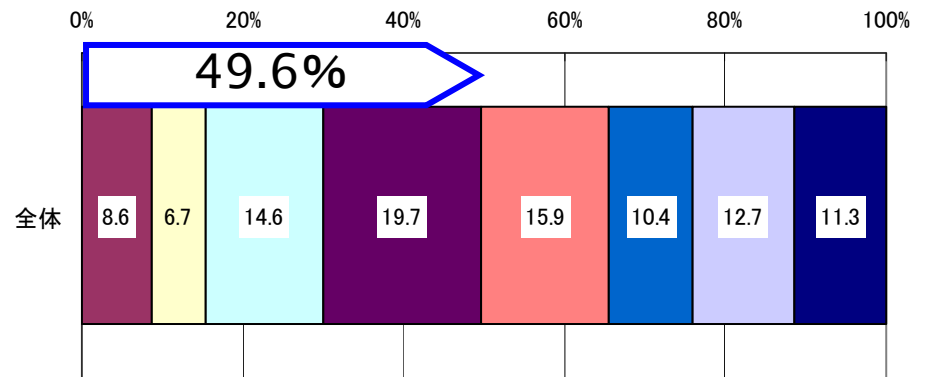


プライベートでの利用

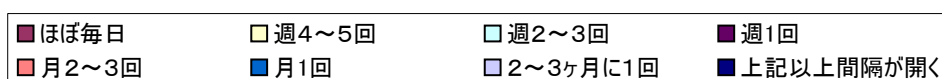
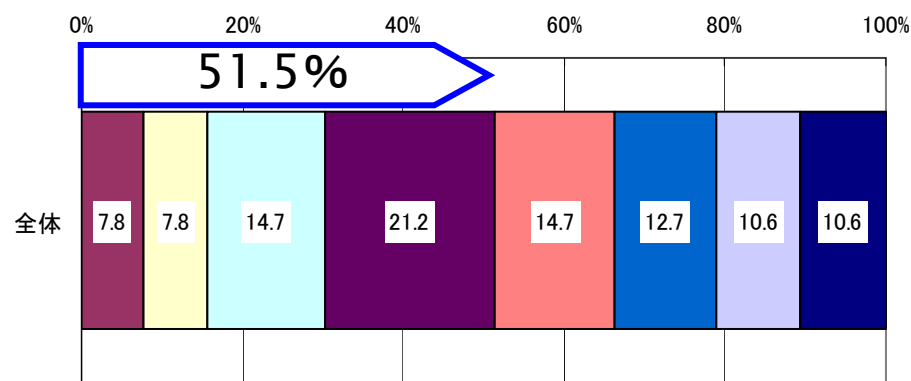
携帯検索サイト利用頻度

- 1週間に1回以上の利用者が5割程度

Yahoo!モバイル利用者 N=628



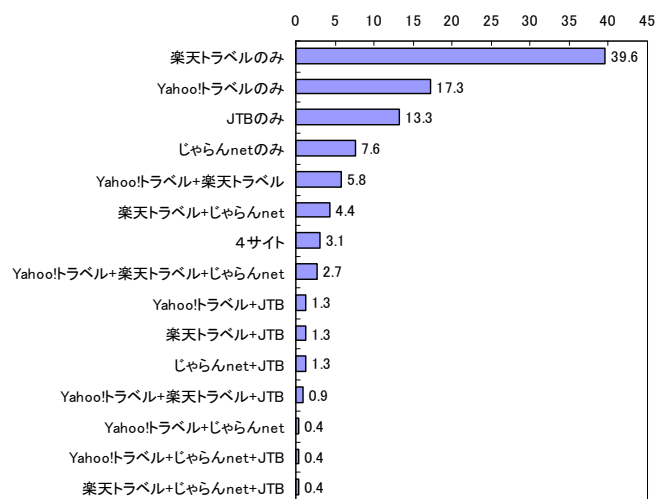
Googleモバイル利用者 N=245



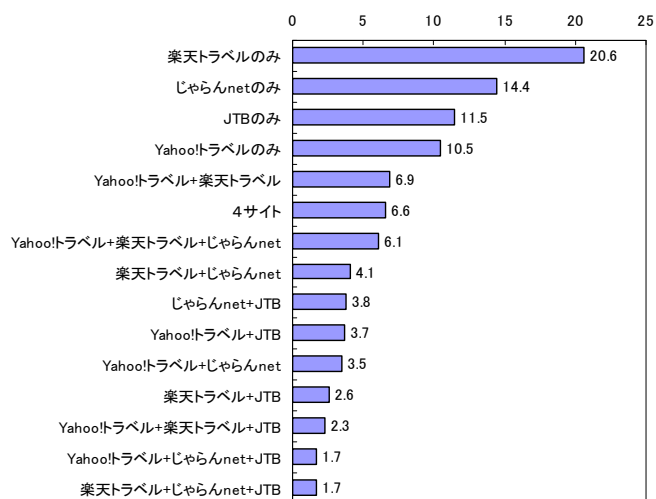
利用している旅行サイトの組み合わせ

- 組合せ的な利用より、単独サイトの利用が多い

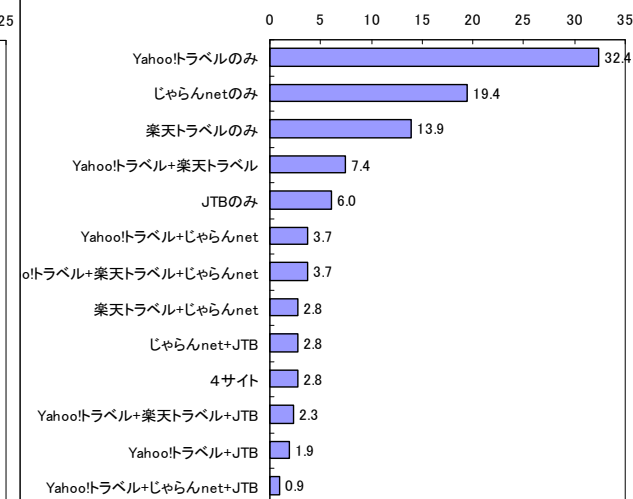
出張での利用



旅行での利用



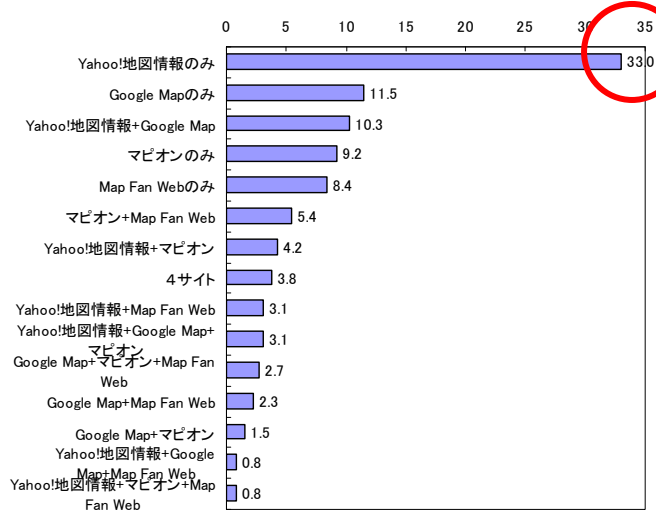
近場での利用



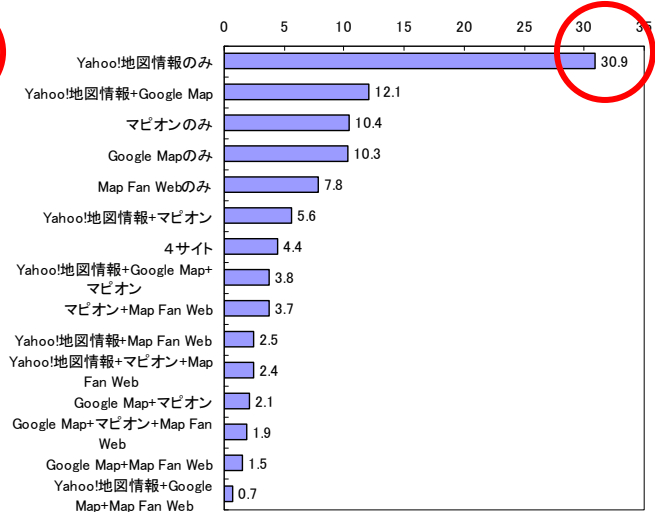
利用している地図サイトの組み合わせ

- Yahoo!地図情報の単独利用が多い

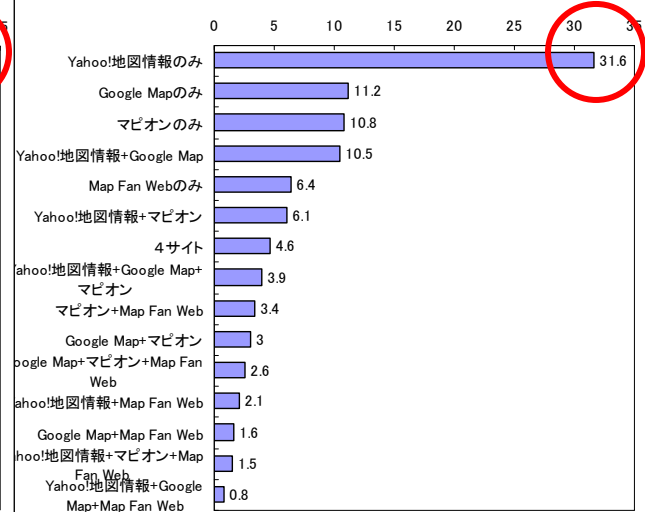
出張での利用



旅行での利用



近場での利用



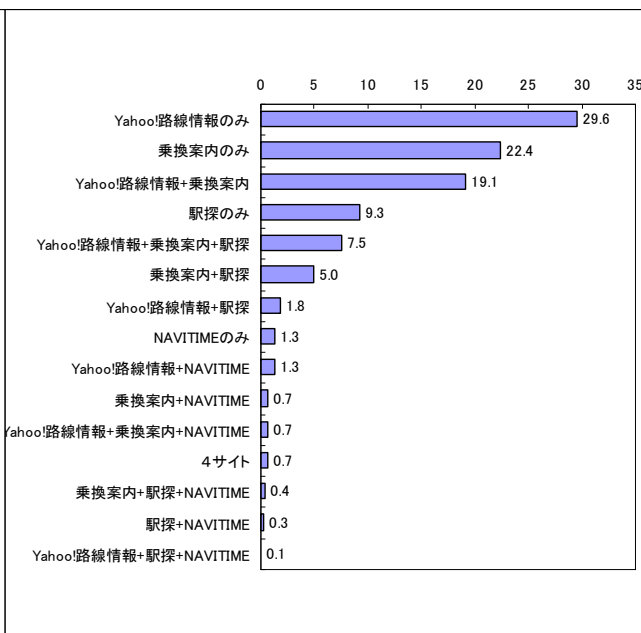
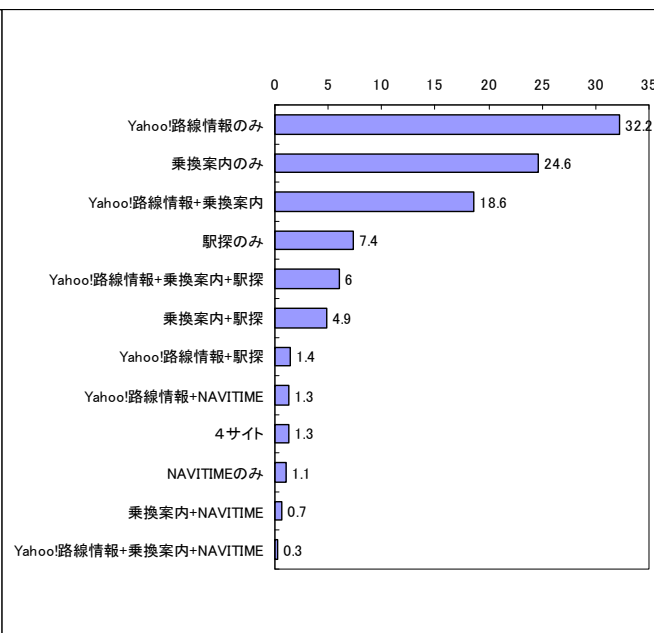
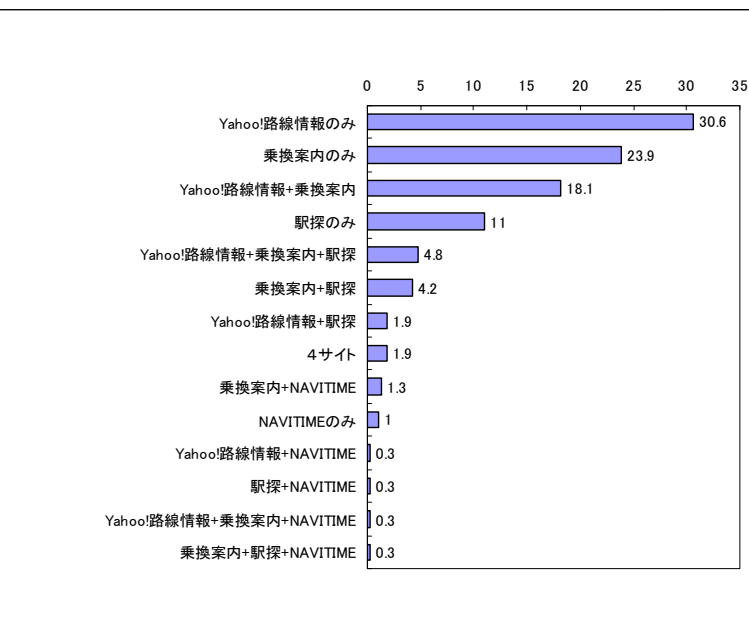
利用している経路情報サイトの組み合わせ

- Yahoo!路線情報、乗換案内の単独利用、及びその組み合わせ利用が多い(7割強)

出張での利用

旅行での利用

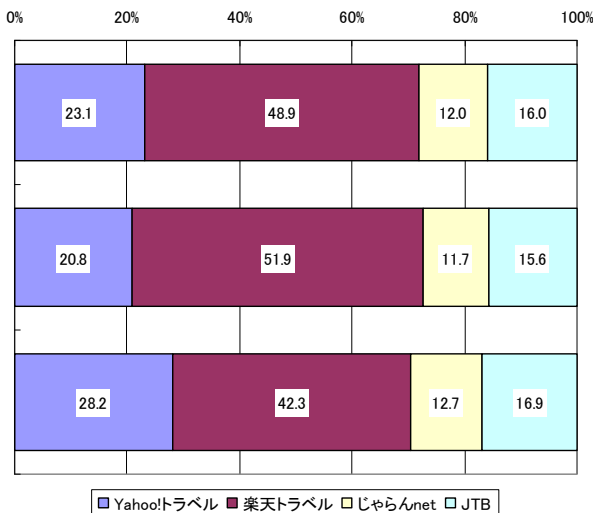
近場での利用



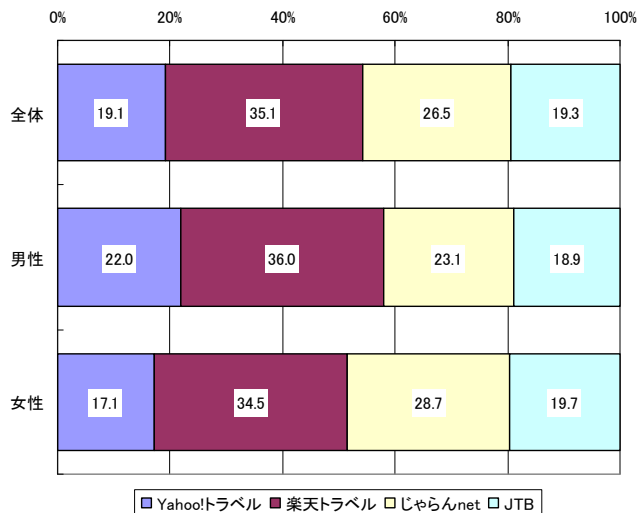
最も利用している旅行サイト

- 出張・旅行では「楽天トラベル」の利用率が高い
- 旅行では楽天トラベルに利用が減少し、じゃらんnetの利用が増加

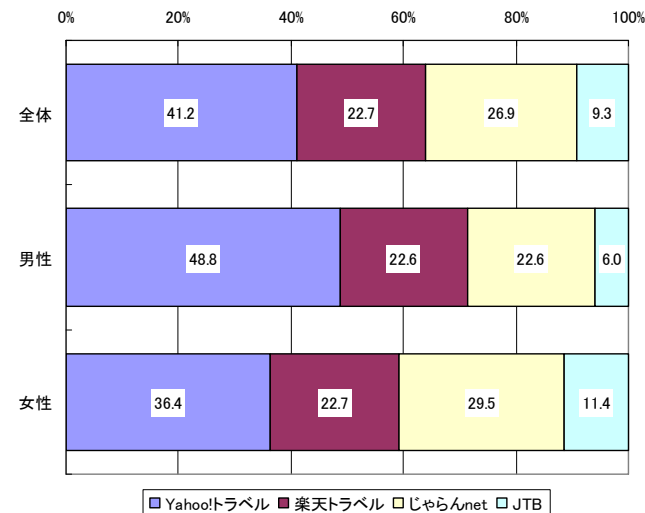
出張での利用



旅行での利用



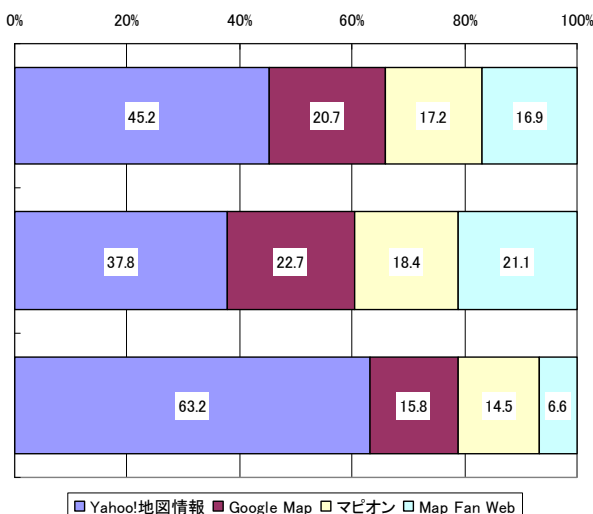
近場での利用



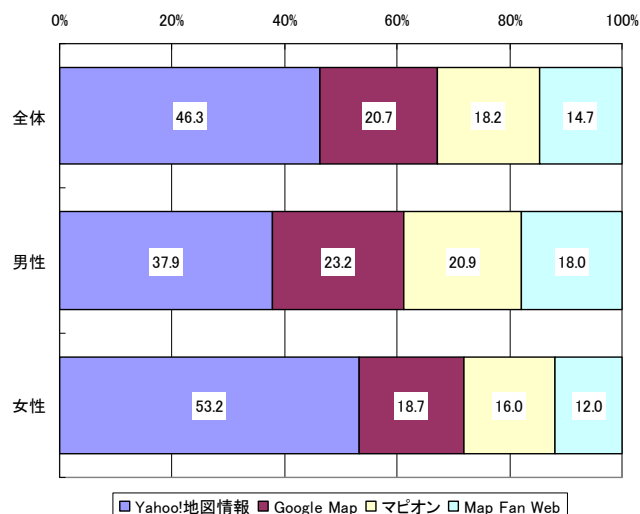
最も利用している地図サイト

- Yahoo!地図情報の利用比率が最も高い
 - 特に、女性のYahoo!地図情報の利用比率は50%以上

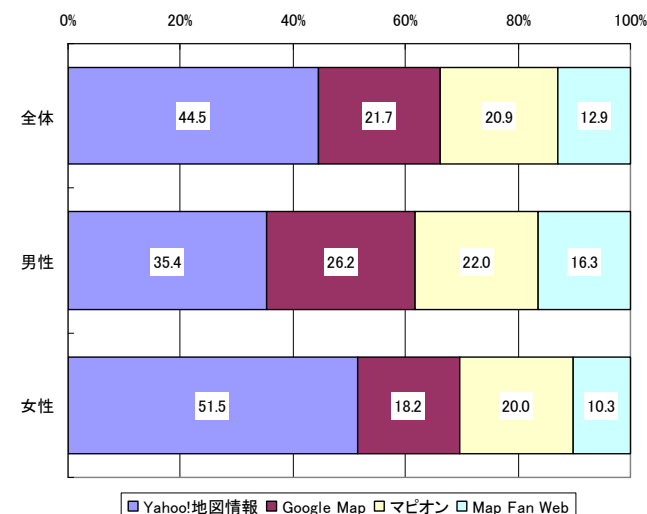
出張での利用



旅行での利用



近場での利用



最も利用している経路情報サイト

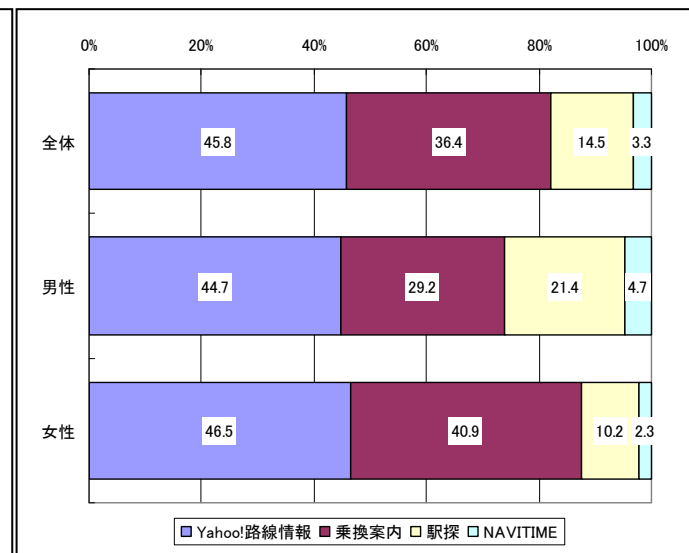
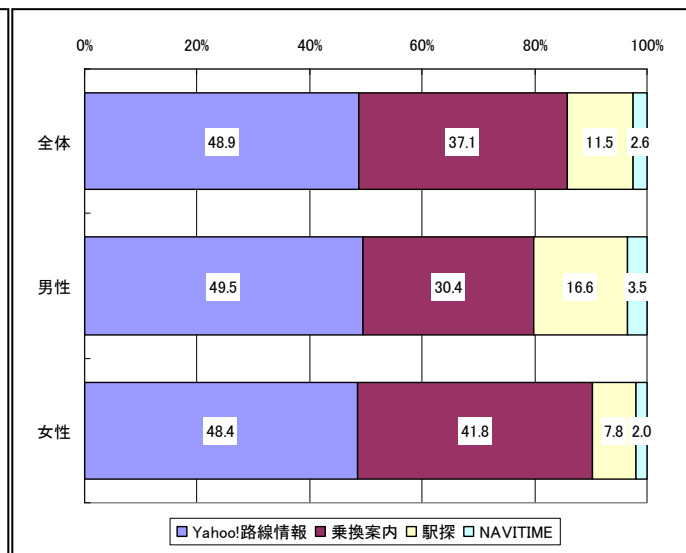
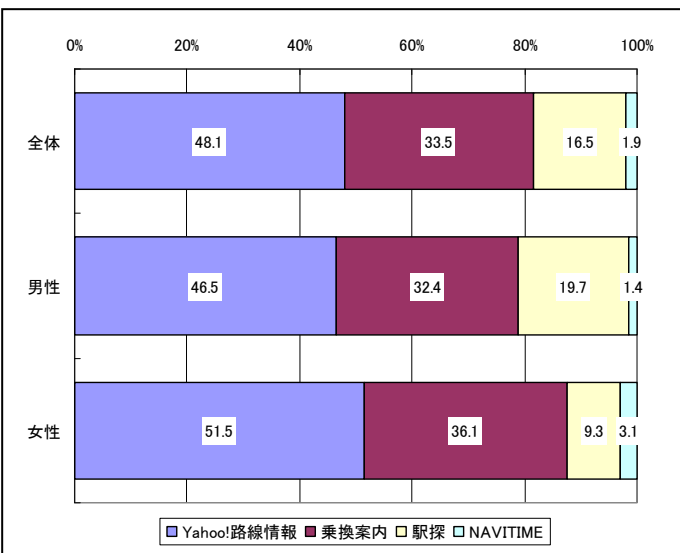
● Yahoo!経路情報の利用比率が最も高い

- 男性、女性ともYahoo!経路情報は50%弱の利用比率
- 男性は駅探、女性は乗換案内の利用比率が高い

出張での利用

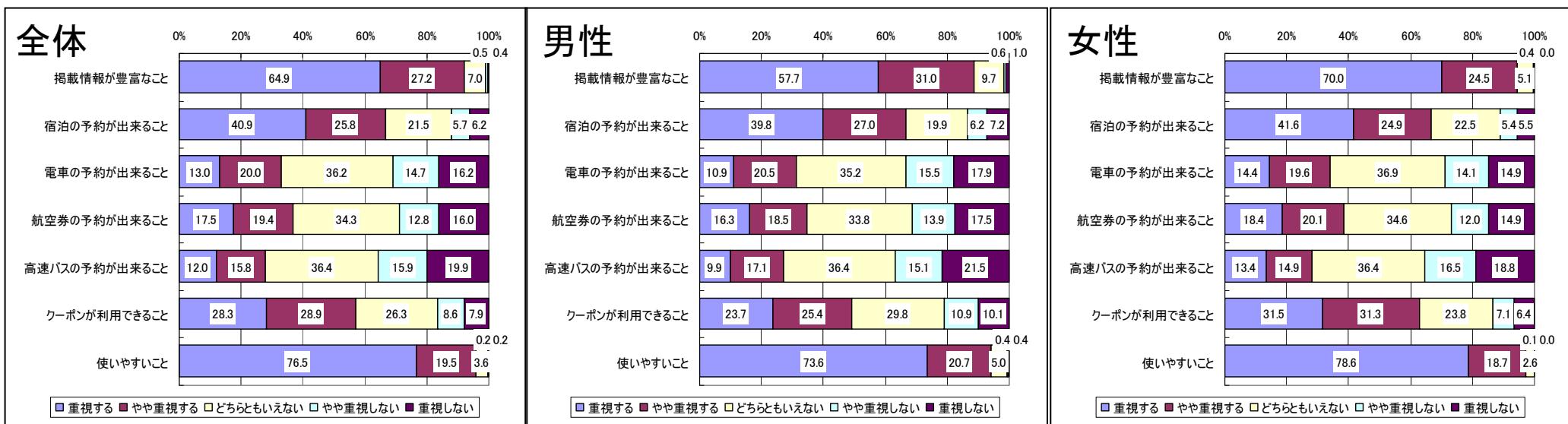
旅行での利用

近場での利用



旅行・地図・経路情報サイト利用時重視点

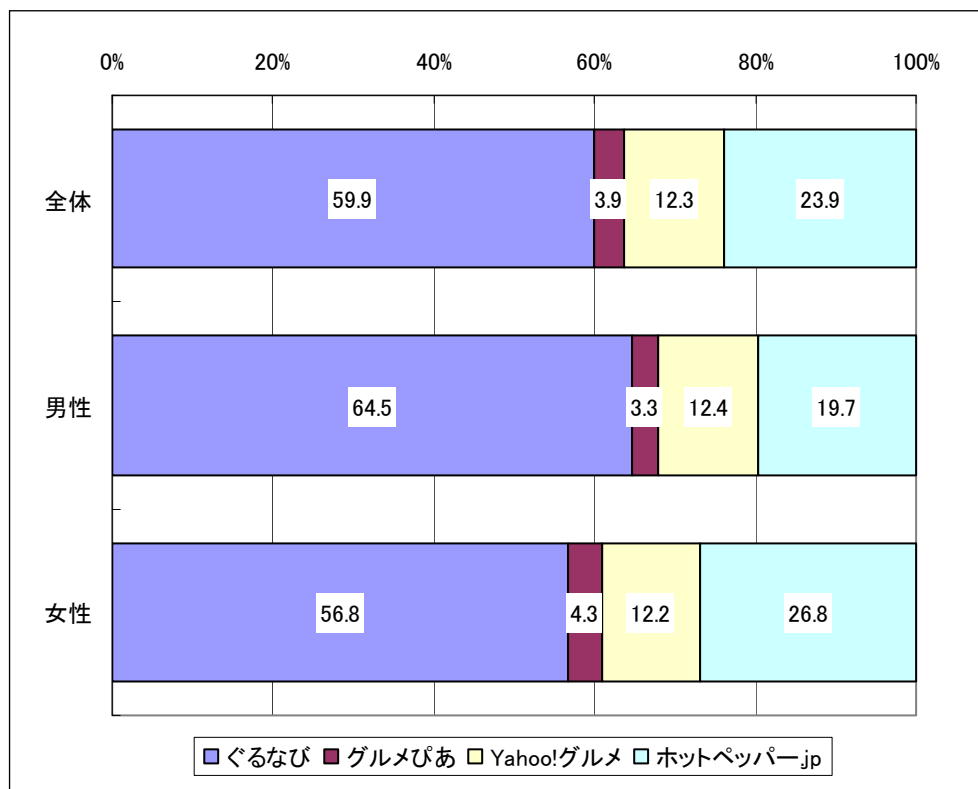
- 使いやすいこと、掲載情報が豊富なことが重視されている



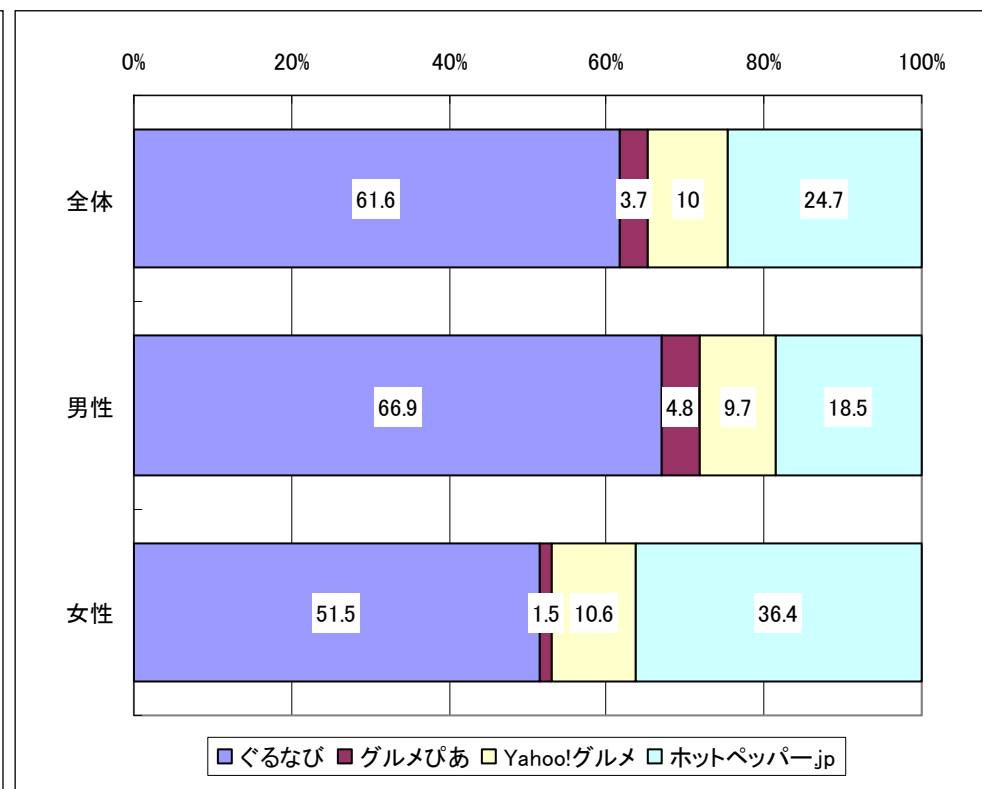
最も利用するグルメサイト

- ぐるなびの利用が最も多く、次いでホットペッパー
- 女性はホットペッパーの利用が多い

プライベートでの利用



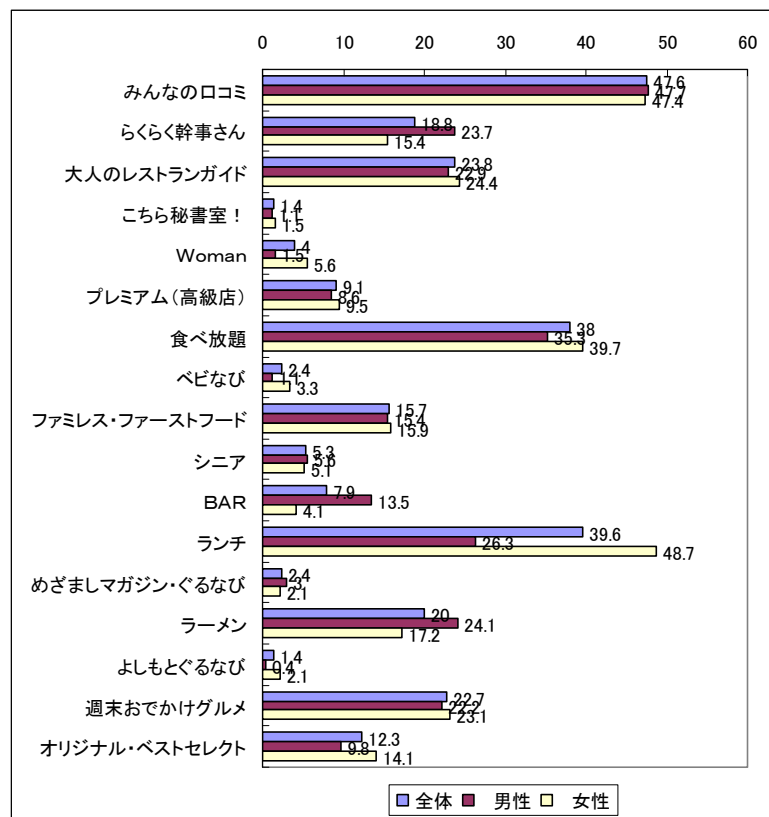
仕事・業務での利用



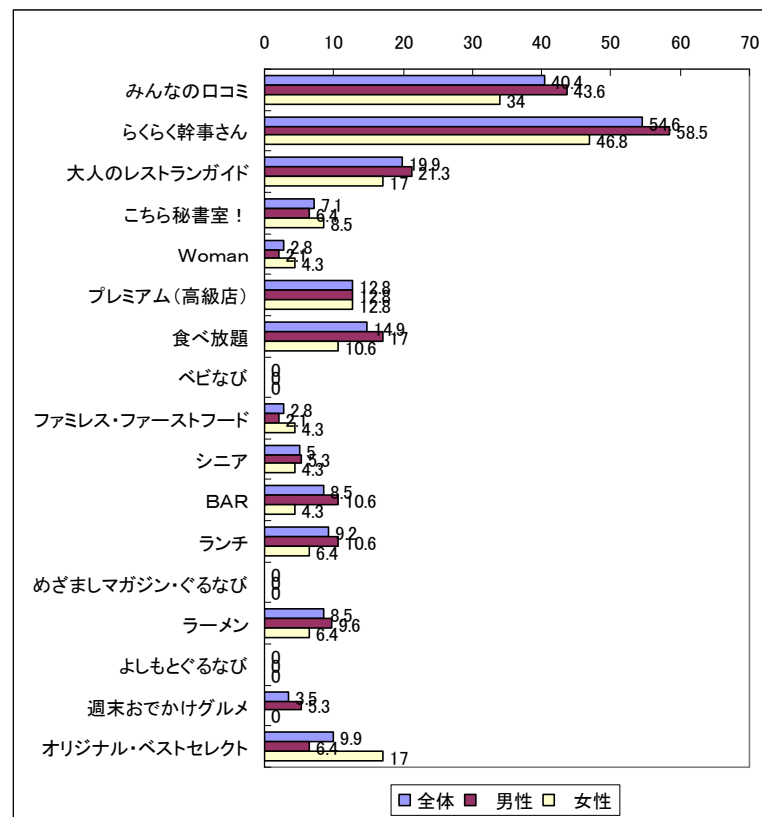
ぐるなび利用サービス

- プライベートでは、「みんなのロコミ」、「食べ放題」、「ランチ」など
- 仕事・業務では、「らくらく幹事さん」、「みんなのロコミ」など

プライベートでの利用



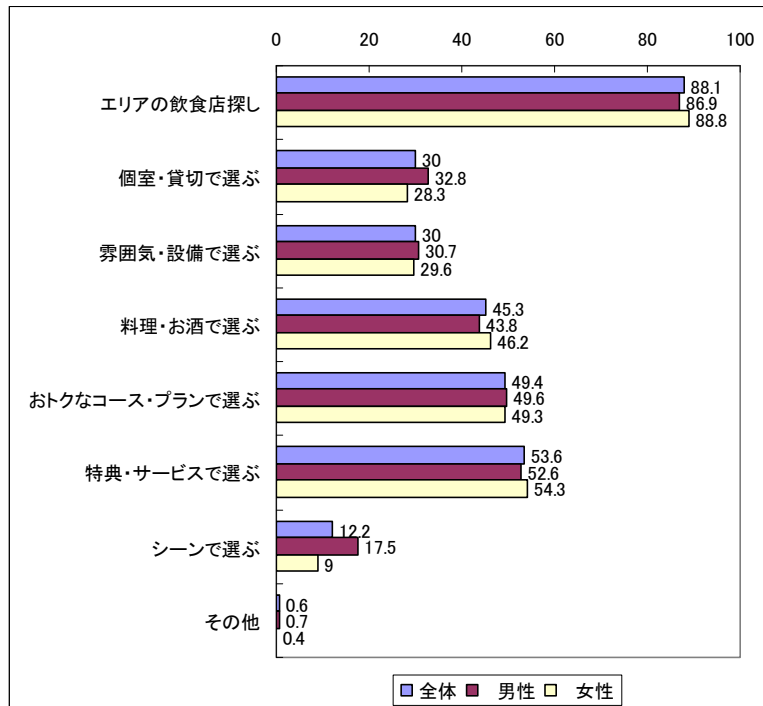
仕事・業務での利用



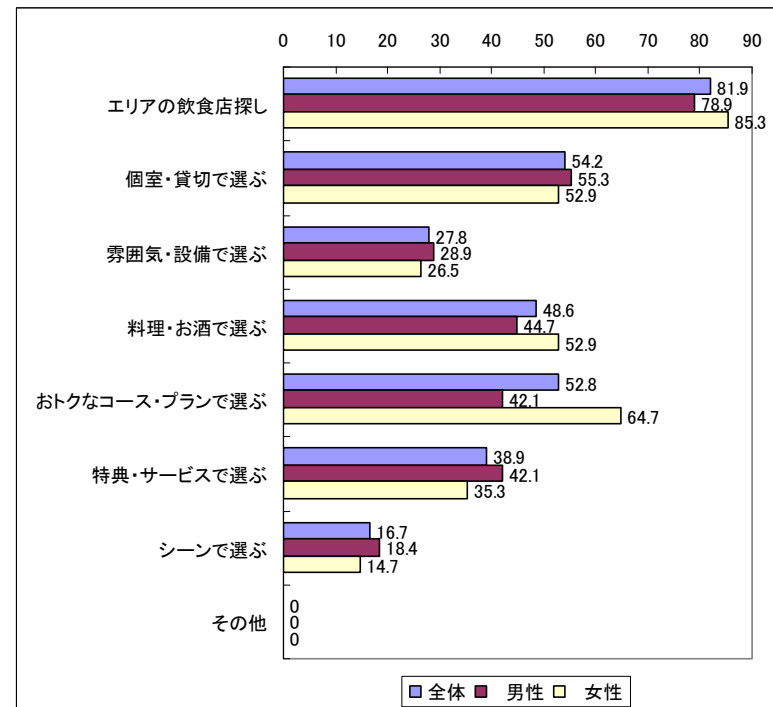
ホットペッパー利用サービス

- 「エリアの飲食店探し」、「特典サービスで選ぶ」、「おトクなコース・プランで選ぶ」など

プライベートでの利用

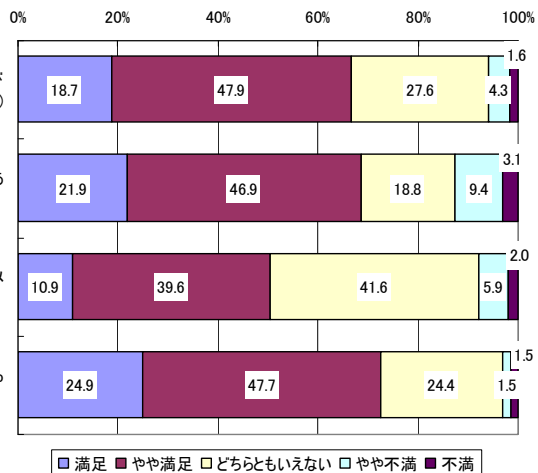


仕事・業務での利用

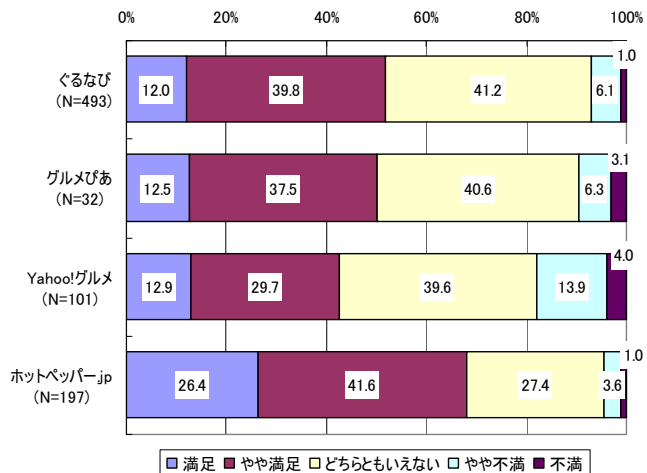


最利用グルメサイト満足度(最利用サイト別)

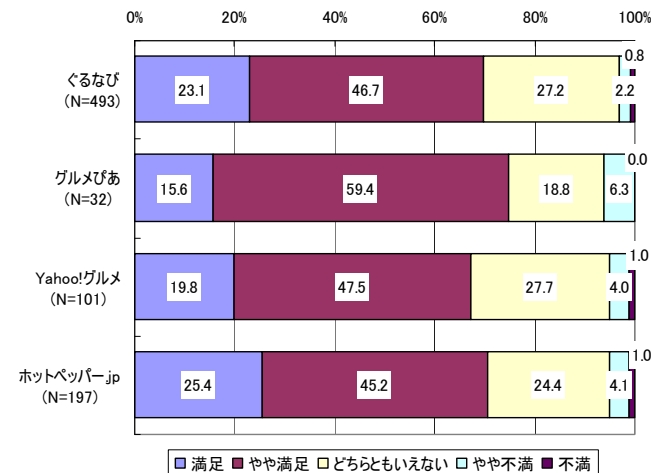
登録している店舗数



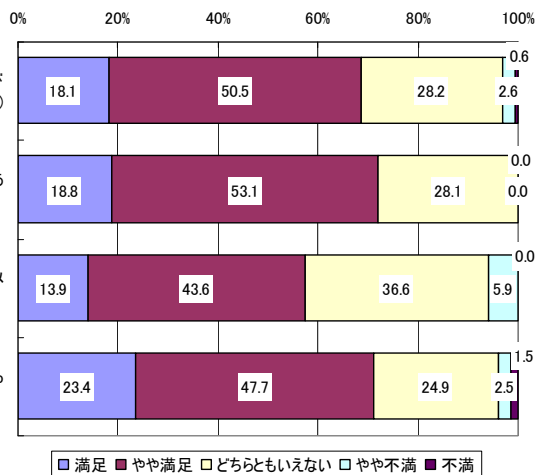
クーポンの内容



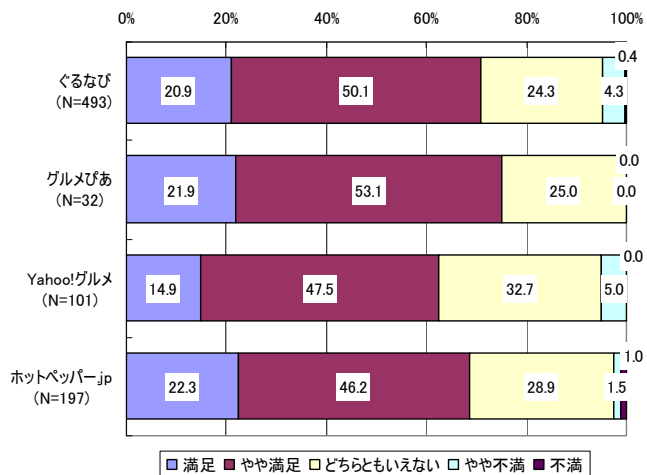
検索の使いやすさ



店舗の紹介内容



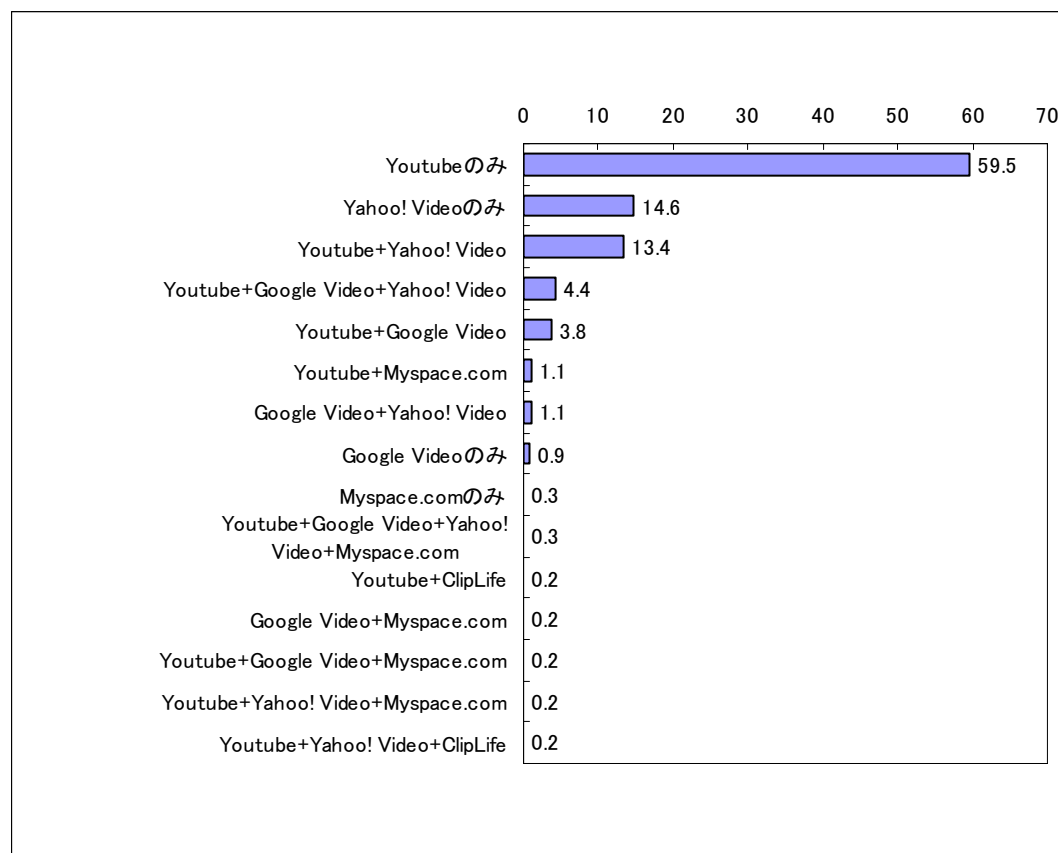
店舗紹介の見やすさ



プライベートでの利用

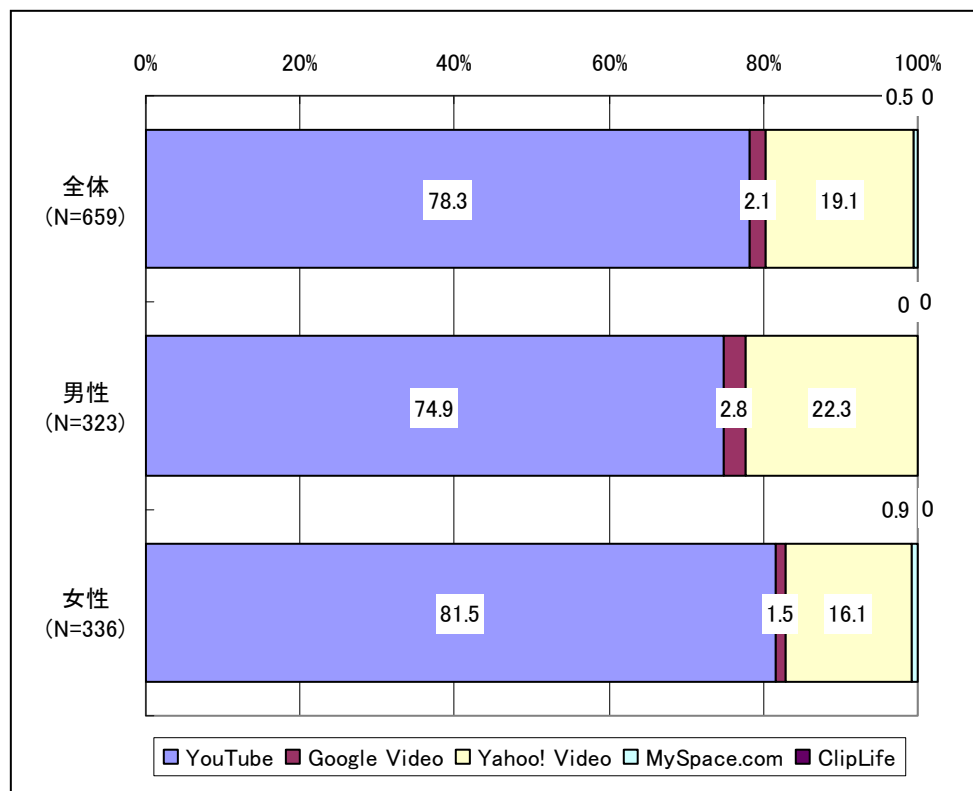
利用している映像サイトの組み合わせ

- YouTube単独の利用が約60%
- 複数サイトの利用は少ない



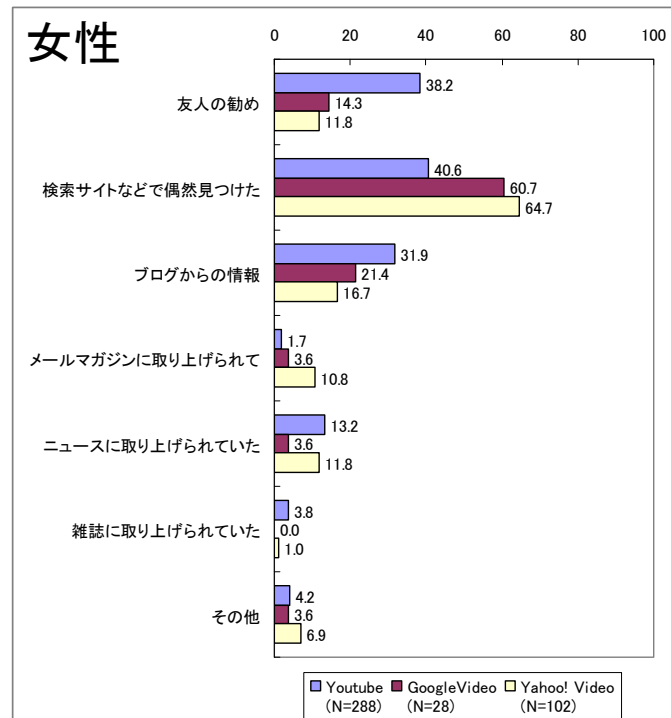
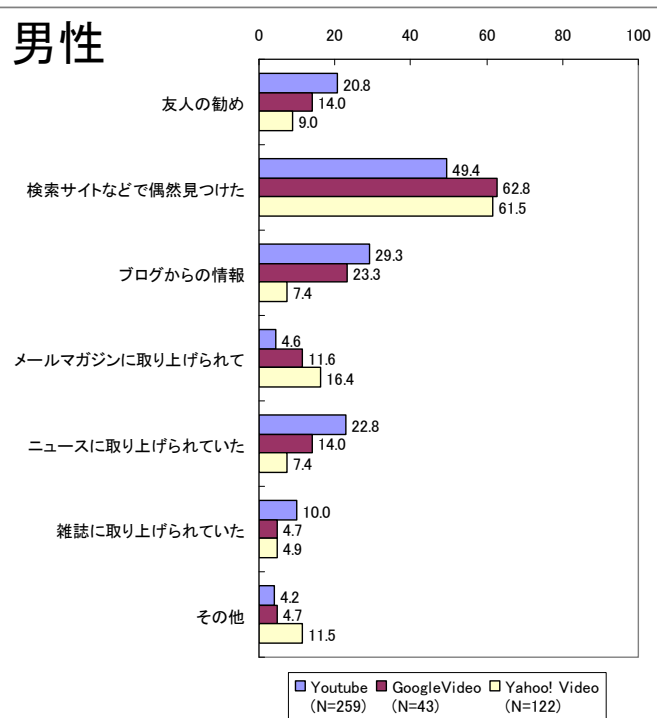
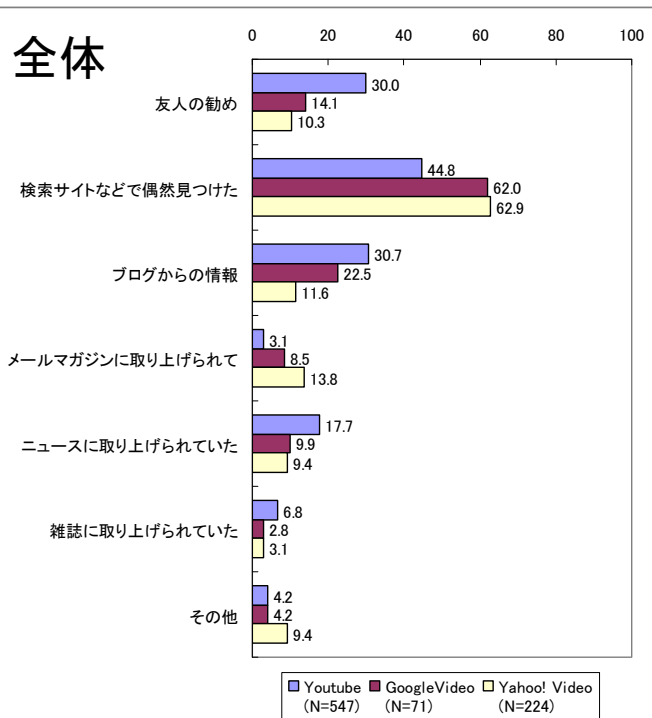
最も利用している映像サイト

- 8割近くがYouTubeを最も利用している
- Yahoo! Video利用者は2割程度



映像サイト利用きっかけ

- 「検索サイトで偶然見つけた」ことが多い
- YouTubeは、「友人の勧め」や「ブログからの情報」も多い

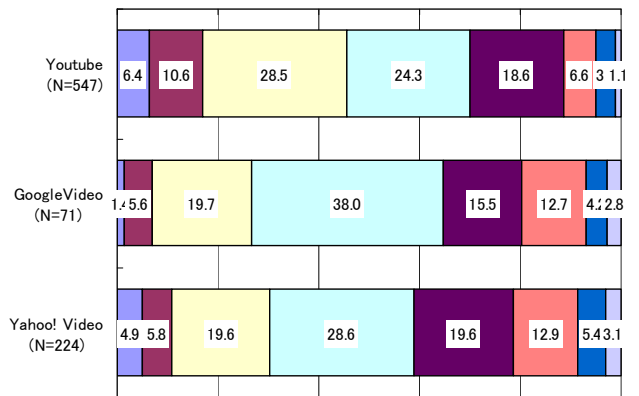


映像サイト視聴頻度

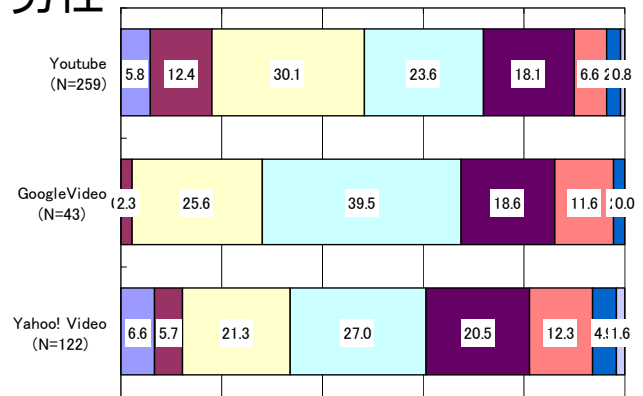
● YouTube利用者の視聴頻度は高い

- 週2～3回以上の視聴が男性で5割、女性で4割強

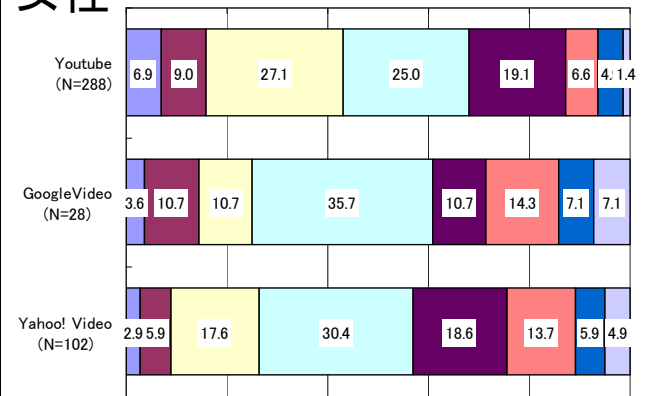
全体 0% 20% 40% 60% 80% 100%



男性 0% 20% 40% 60% 80% 100%

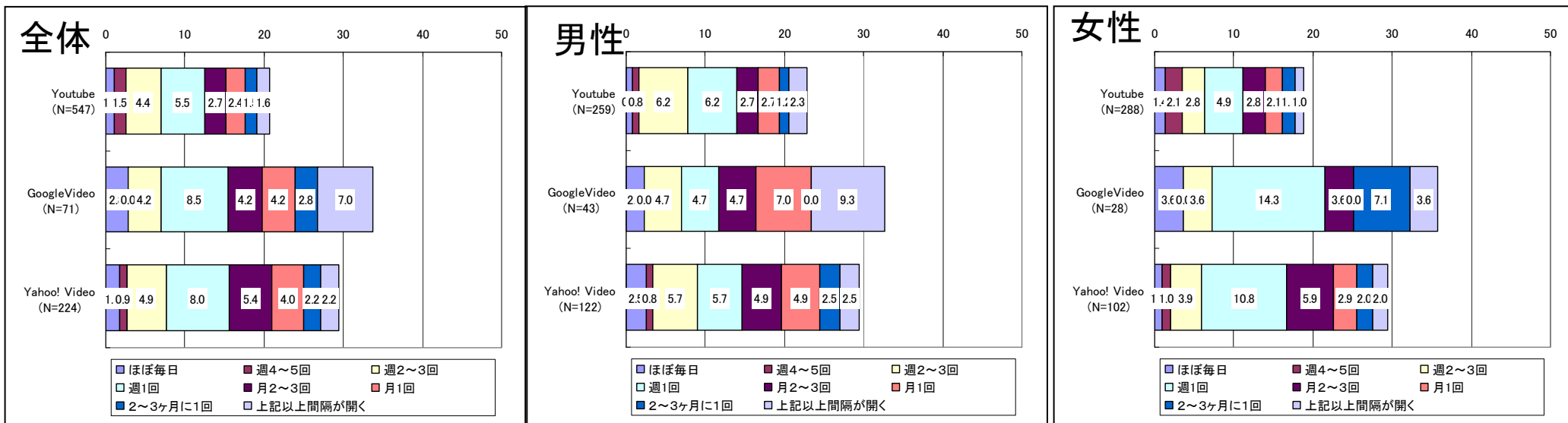


女性 0% 20% 40% 60% 80% 100%



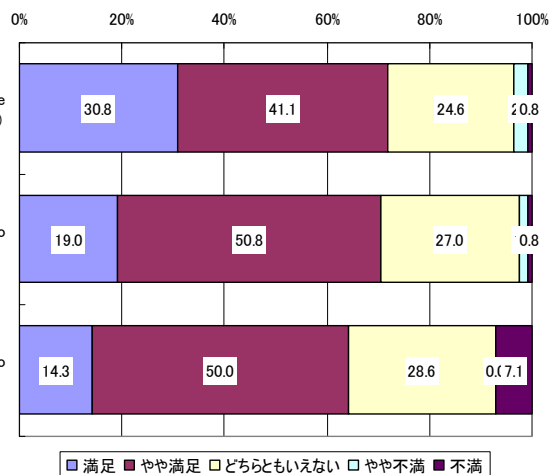
映像サイト投稿頻度

● YouTube利用者の投稿経験者は2割程度

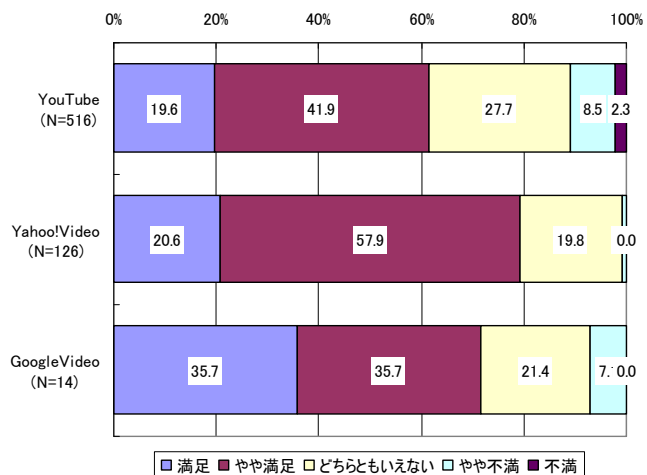


最利用映像サイト満足度(最利用サイト別)

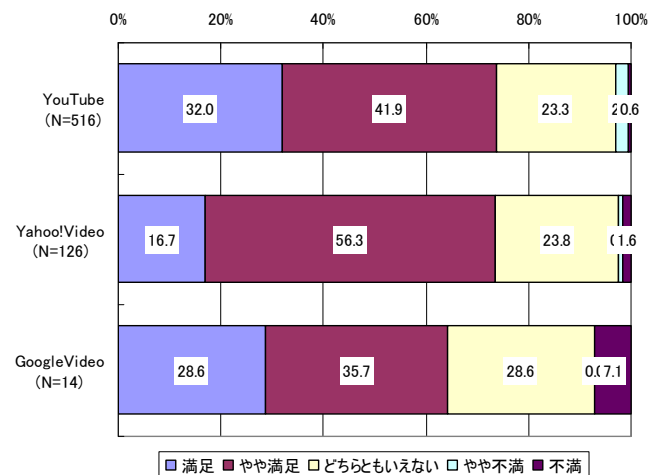
コンテンツの多さ



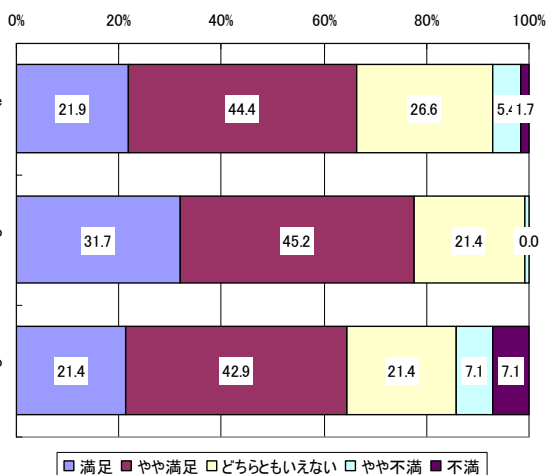
コンテンツの検索しやすさ



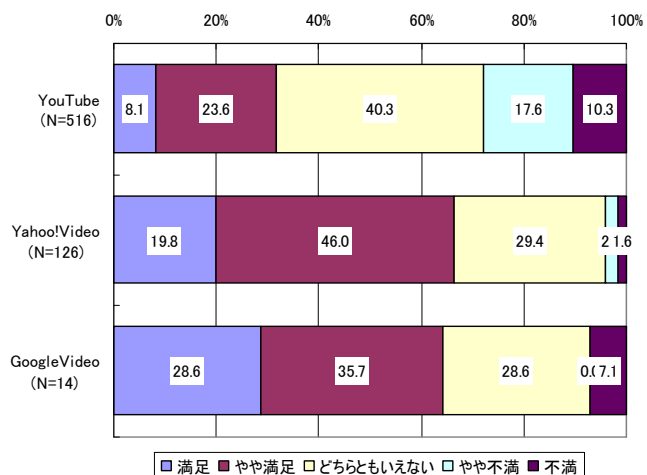
ジャンルの豊富さ



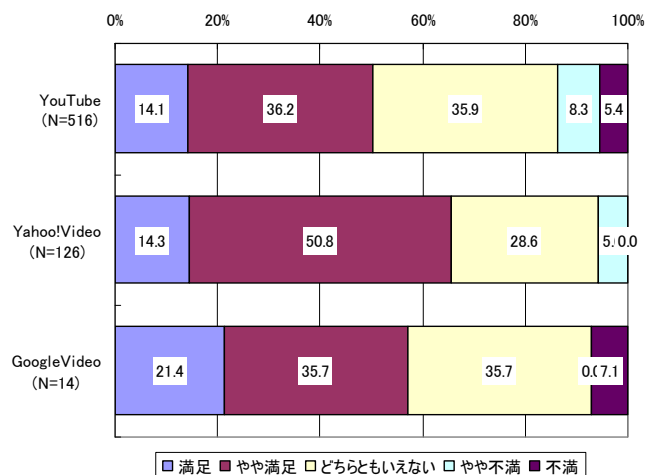
使いやすさ



画質の良さ



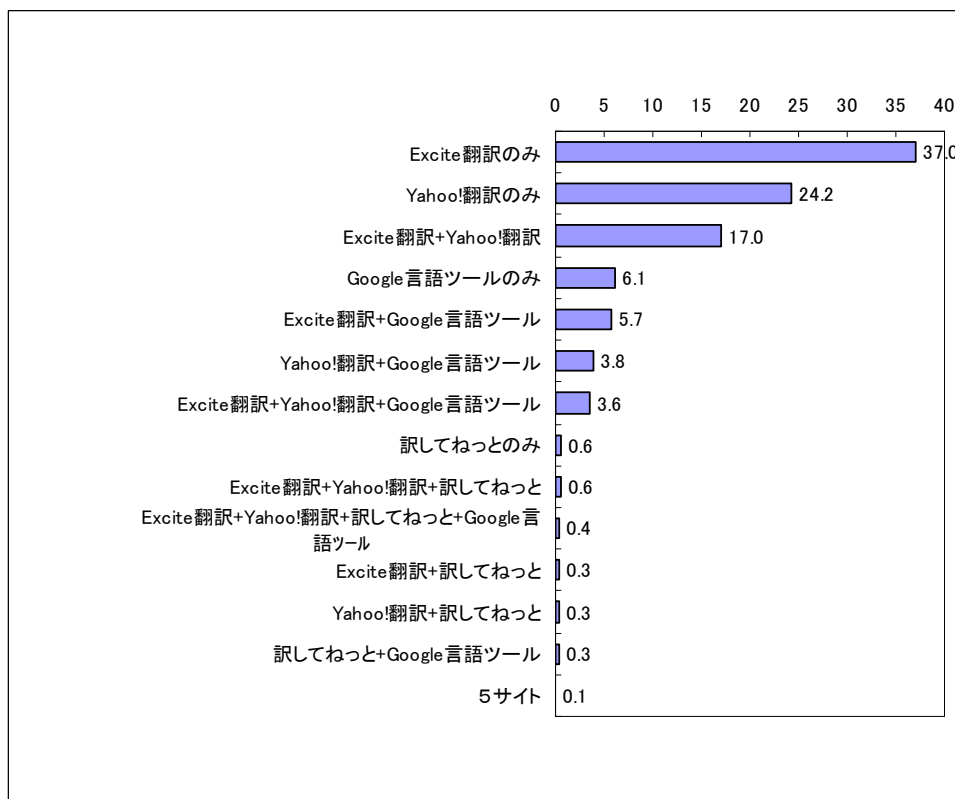
ストリーミングの速さ



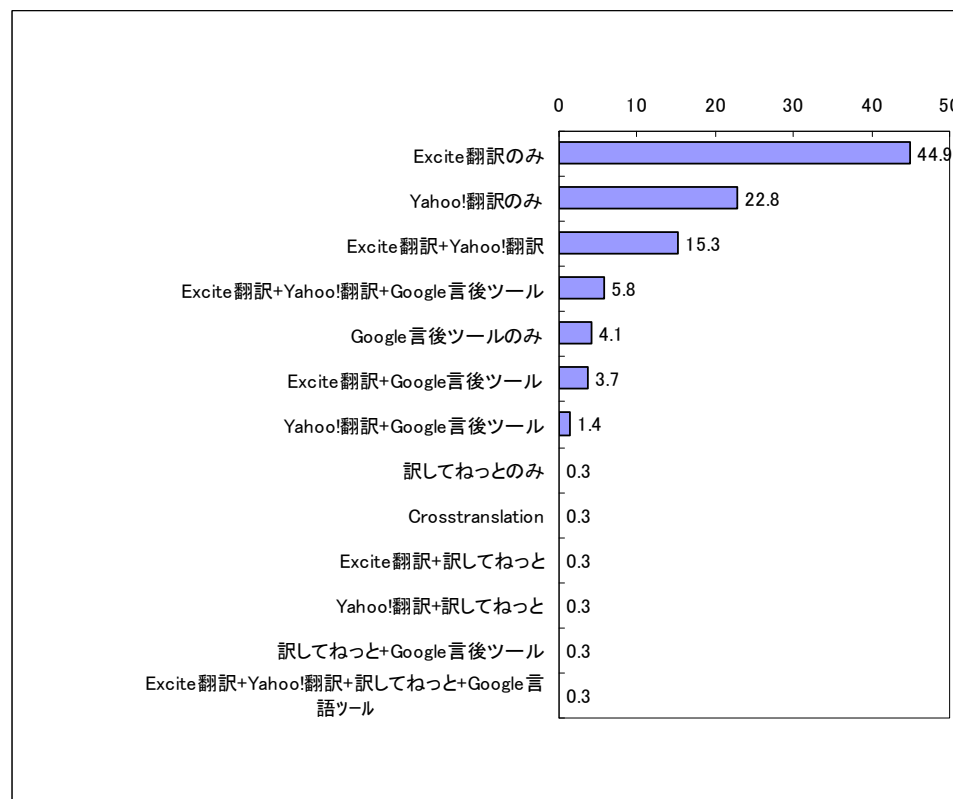
利用翻訳サイトの組み合わせ

- Excite翻訳、Yahoo!翻訳及び上記2サイトの併用者が多い

プライベートでの利用



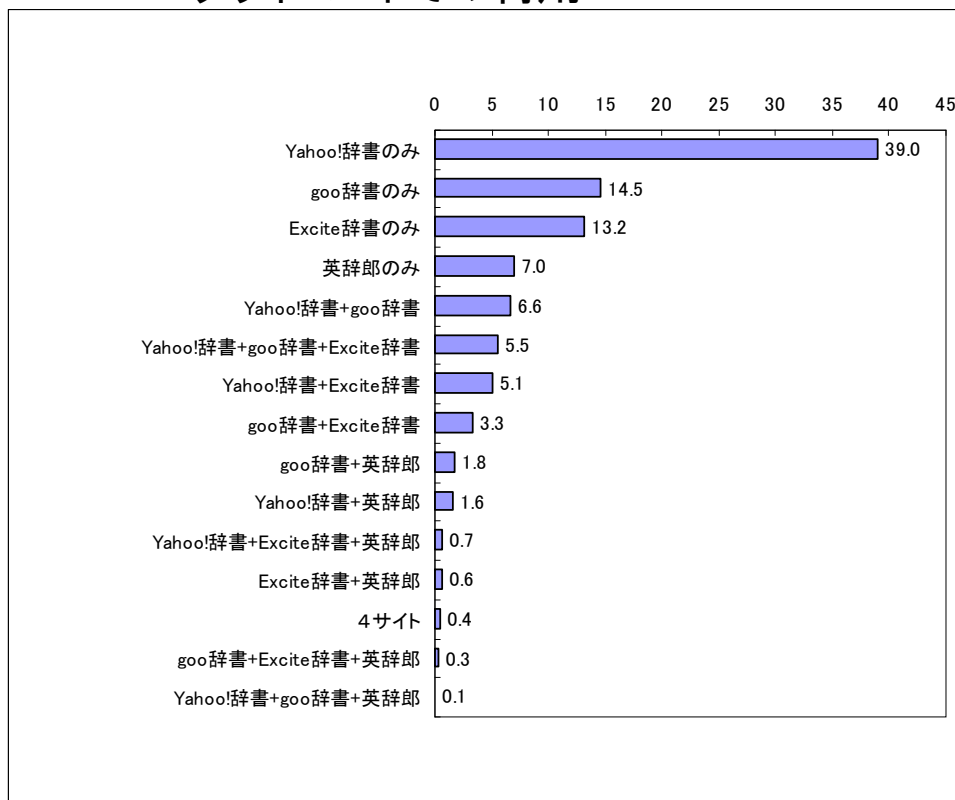
仕事・業務での利用



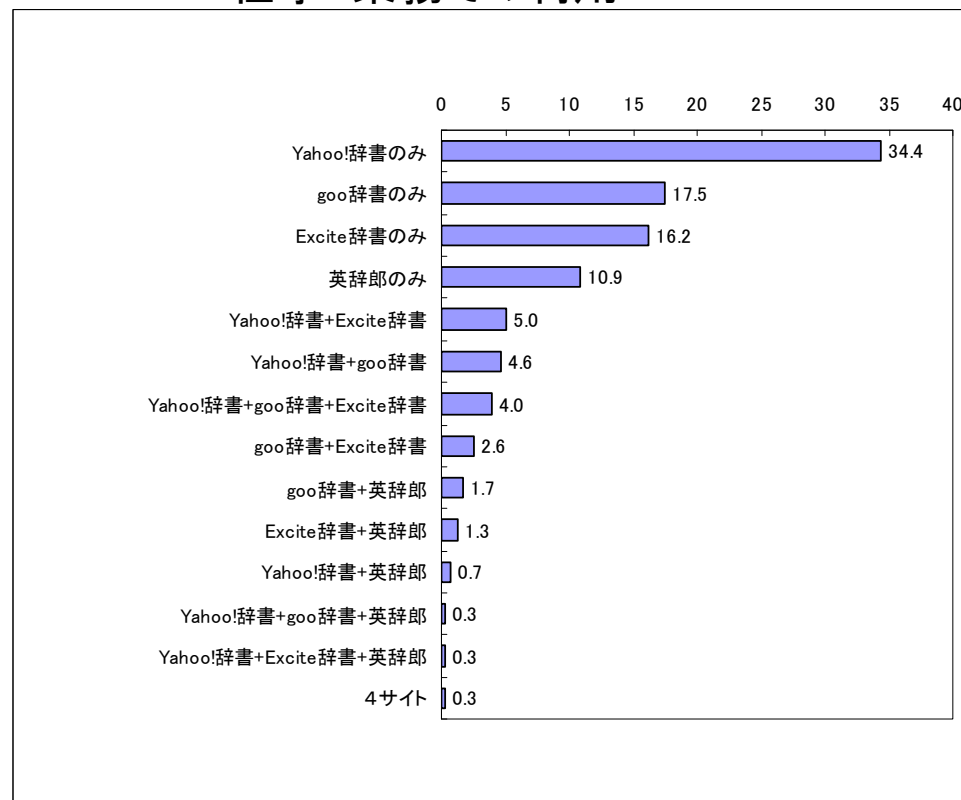
利用辞書サイトの組み合わせ

- Yahoo!辞書の利用割合が高い
- 単独サイトの利用割合が高い

プライベートでの利用



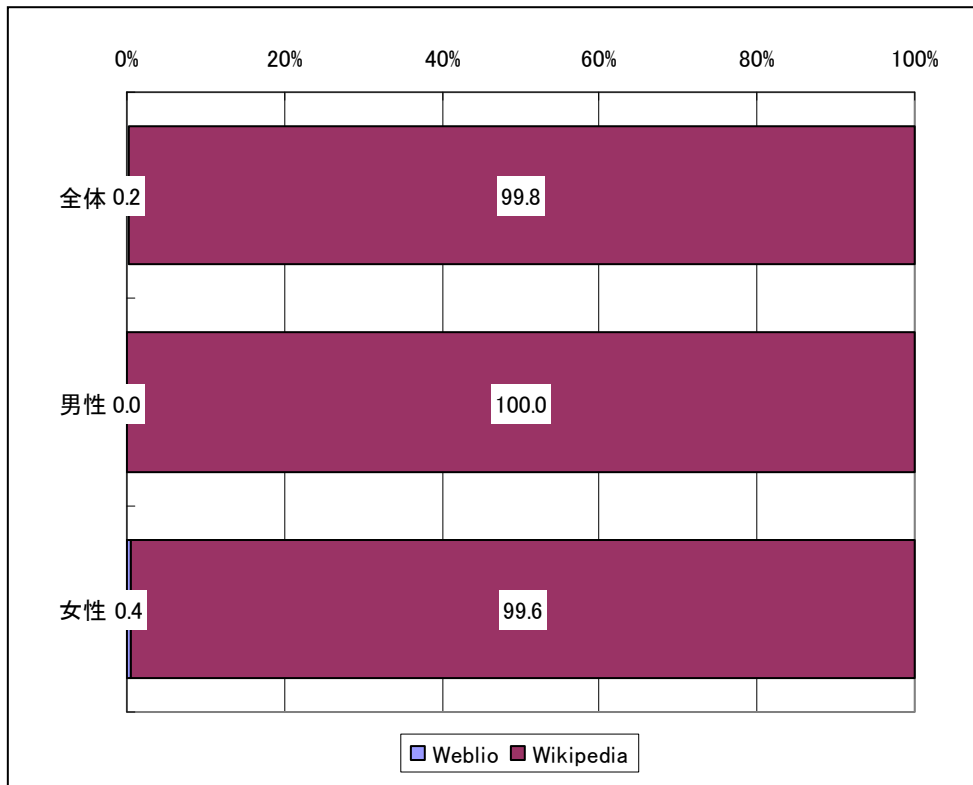
仕事・業務での利用



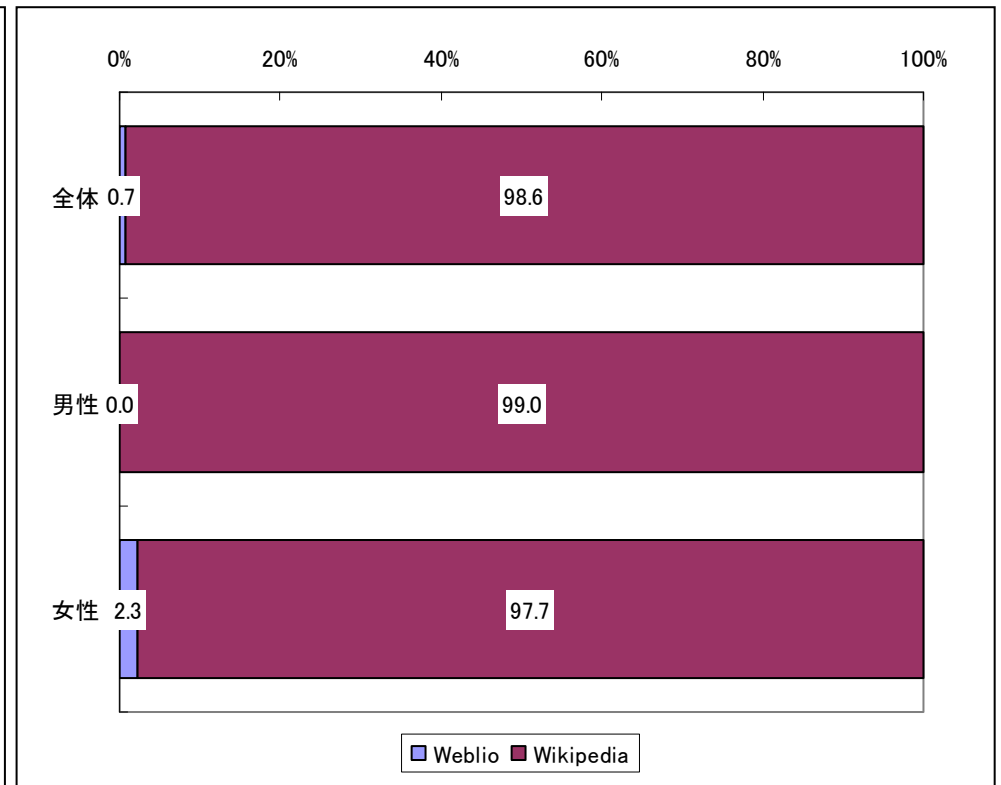
最も利用する事典サイト

- ほとんどがWikipedia

プライベートでの利用



仕事・業務での利用



辞書・事典サイト利用理由

- 英辞郎は、例文の多さ、専門用語の多さ
- Wikipediaは、紙の辞書・事典に載っていない情報がある

