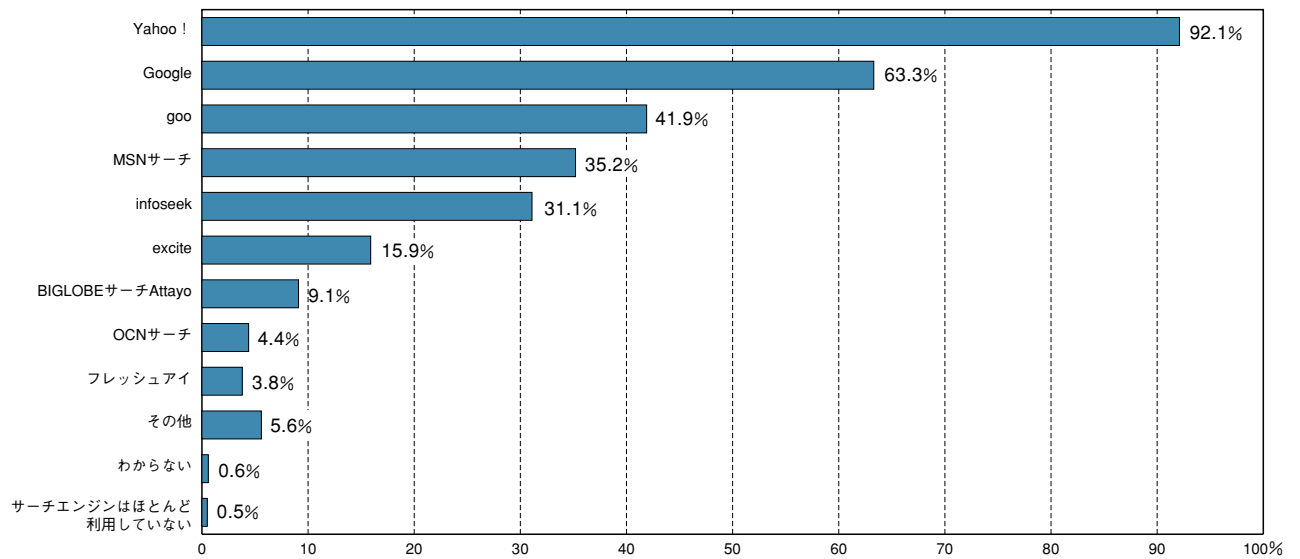


サーチエンジン・検索サービス

検索サービス利用率のトップはYahoo!の92.1%、Googleも63.3%で堅調

資料2-4-7 利用している検索サービス（複数回答） N=1,600

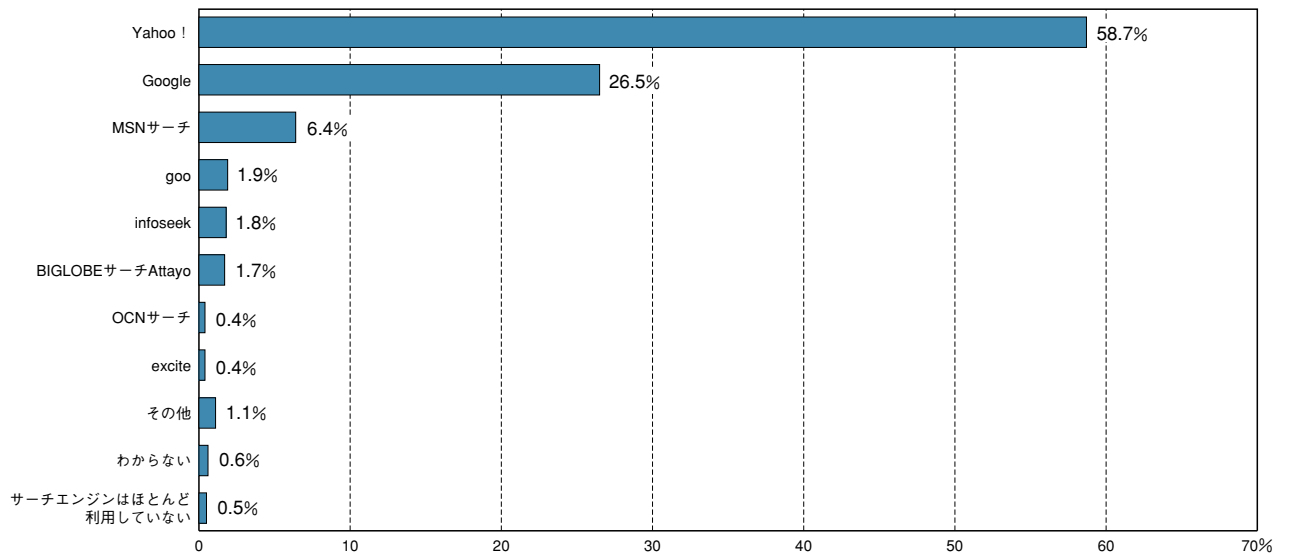


利用している検索サービスは、「Yahoo!」が92.1%で最も多く、昨年よりもさらに利用率を伸ばしている。Googleは一昨年から昨年ほどの伸びはみられないにしても、利用率の伸びは安定している。GoogleがYahoo!を除く検索サイトや企業サイトにサーチエンジン技術を提供していることを考えると、Googleとは認識せずに利用しているユーザーも多いと推測される。

©impress,2005

単一回答でも半数以上がYahoo!の検索サービスを利用

資料2-4-8 最も利用している検索サービス（単一回答） N=1,600



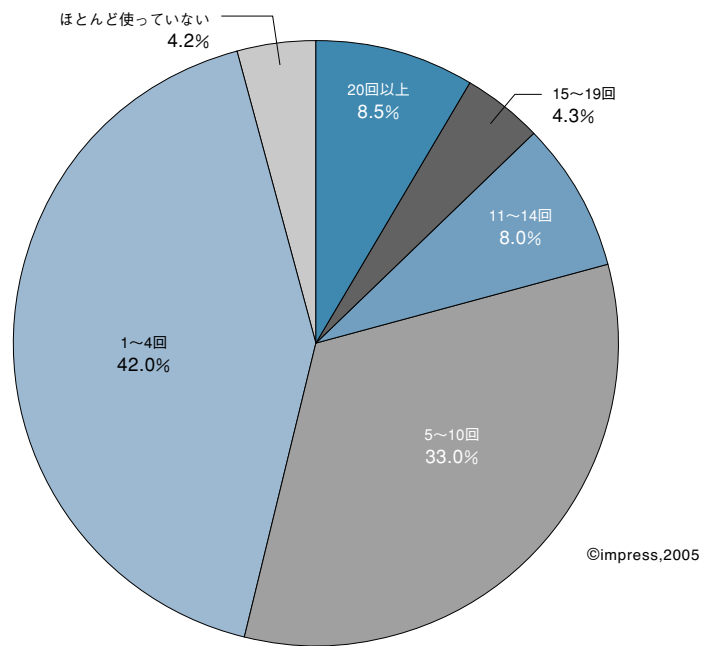
最もよく利用する検索サービスサイトも「Yahoo!」、次いで「Google」と複数回答と同様の結果である。しかし、「Yahoo!」が昨年よりも高くなったのに対し、「Google」は利用率が低下した。これは、昨年と回答者属性が異なることなども一因と思われる。

©impress,2005

サーチエンジン・検索サービス

過半数が1日5回以上の検索サービスを利用

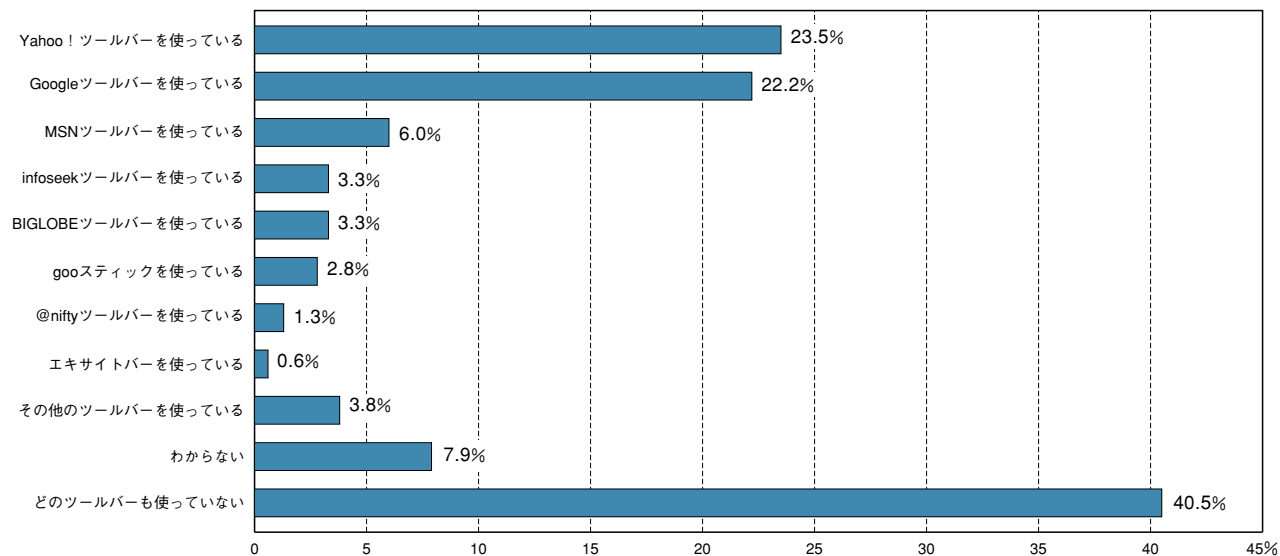
資料2-4-9 検索サービスの利用頻度 N=1,592



検索サービスは9割以上のユーザーが利用しており、1日5回以上利用しているユーザーが過半数の53.8%を占めている。決まったサイトを見るのではなく、検索をしながら情報を摂取するのが一般的な利用方法であることがわかる。

検索ツールバーの利用は「Yahoo!」と「Google」が拮抗

資料2-4-10 利用している検索ツールバー（複数回答） N=1,592

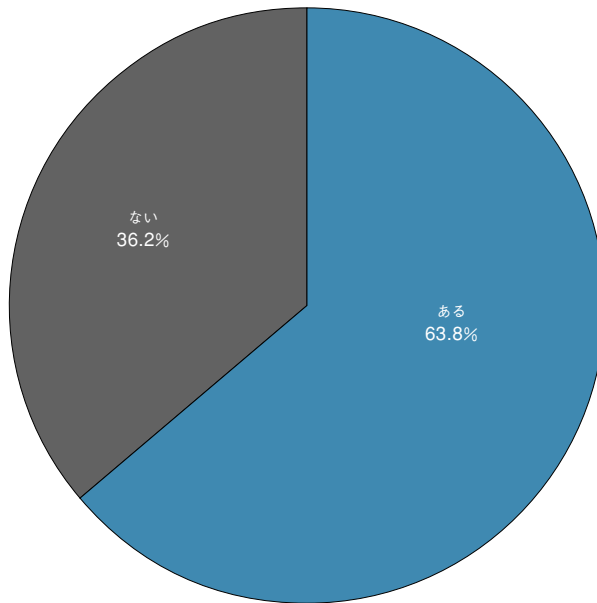


インストールすれば検索サイトにアクセスしなくても使える検索ツールバーは「Yahoo! ツールバー」の23.5%、「Google ツールバー」の22.2%がほかのツールバーを引き離し、利用率が高い。一方で、「どのツールバーも使っていない」が40.5%を占めている。

[サーチエンジン・検索サービス]

約6割が検索エンジン連動型広告のクリック経験を持つ

資料2-4-11 検索エンジン連動型広告のクリック経験の有無 N=1,592



©impress,2005

検索エンジン連動型広告とは、ポータルサイトのサイト検索結果の上部に検索ワードに関連したテキスト広告を出す比較的新しい広告手法で、Googleが運営するアドワーズ広告、Yahoo!やMSNなど多くのパートナーサイトを持つオーバーチュア広告などが代表的なものとなっている。約6割のユーザーがこの検索エンジン連動型広告をクリックした経験が「ある」と回答している。



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp