

文教大学情報学部 社会調査ゼミナール研究報告

情報追求力と検索サイト

2007 年 2 月

情報学部 広報学科 3 年

最上洋輔

情報追求力と検索サイト

目次

第1章 研究概要

1. 1	研究の背景と目的	・・・1
1. 2	研究の方法	・・・2
(1)	進捗経緯	
(2)	調査の概要	
1. 3	成果の概要	・・・3

第2章

2. 1	調査回答者の概要	・・・4
2. 2	文教大学生のパソコン環境	・・・4
(1)	パソコン利用状況	
(2)	パソコン利用歴	
2. 3	インターネット利用用途	・・・6
2. 4	検索の利用状況	・・・7
2. 5	検索サイトの利用状況とユーザ比較	・・・8
a	使用検索サイトの比率	
b	ユーザと使用ブラウザ	
c	ユーザとインターネット利用頻度	
d	ユーザとインターネット用途	
e	ユーザと検索量	
f	ユーザと検索ジャンル	
2. 6	使用ユーザの情報に対する態度の因子分析	・・・12
a	情報への態度	
b		

第3章	まとめと今後の課題	・・・16
-----	-----------	-------

参考文献	・・・18
------	-------

参考資料1	単純集計結果
-------	--------

情報追求力とインターネット検索サイト

第1章 研究の概要

1 研究の背景と目的

現在インターネットは生活に欠かせないものとなりつつある。利用人口は増加の一途をたどる。それによりインターネットはより身近なものとなり情報を得ることがとても容易になった。利用人口の増加に伴い敷居も低くなるのは当然の流れといえるが、情報量も莫大なものとなるだろう。しかしその情報を得るには何らかの検索をする必要がある場合が多いだろう。検索ひとつするにでもインターネット上には様々な検索サイトが存在し、得られる結果も違うことも少なくない。不特定多数の人々が存在するインターネットの世界で正しい、欲しい情報を得るには使用するツールの正しい理解が必要である。

現在日本では検索サイトは Yahoo が最も使用されている。しかし実際のデータを見ると欧米圏では Google のほうがシェアは広い。私は検索を行う際、主に Google を使用している。自分のパソコンも高校入学時にはあった。当時、同じようにパソコンを持っていた友人に聞くとほとんど Google を使っていることが多い。特に Yahoo の検索エンジンである YST (Yahoo! Search Technology) が確立するまでは Google のほうが圧倒的に使われていた (Yahoo でも 2004 年 5 月頃までは Google の検索エンジンを使用していた。当時の Yahoo の検索エンジンで検索できるのは Yahoo で登録してあるページのみだった) 頃からパソコンをやっていたユーザなら Yahoo に対し良い性能のイメージは持たない人が多いのだろう。

しかし大学入学後、パソコン室で友人と一緒に作業をしていると使用するサイトが Yahoo のほうがダントツに多い。そのほとんどが大学入学後にパソコンを買った者や、持っていてほとんど使用したことが無いといった初心者ばかりであった。そういった人達がなぜ Yahoo を使用するのか。YST 自体の性能の良さか、それとも別に原因があるのか。それを調べるのがなぜ Yahoo が日本でトップとなりえたのか、なぜ Google が日本ではトップとなれないのかといったものの回答に近づくのではないだろうか。利用者の実態を調べその理由、原因を解明する。

1. 2 研究の方法

(1) 進捗経緯

- ・ 7 月：研究テーマの決定
- ・ 10 月：調査票最終案
- ・ 11 月：学内で調査実施、集計、分析
- ・ 12 月：研究成果提出

(2) 調査の概要

a. 調査意図・仮説

検索サイトの Yahoo と Google を主に主眼にあて、使用される実状にどのような違いがあるのか、Yahoo に対し Google のユーザはよりパソコンに詳しいと考え学生のパソコン利用状況、検索サイトの利用状況を調べて違いを調べることを主な目的である。

また Google は Yahoo と違いトップページでは検索しか行えない。ゆえに情報を得るには自分が入力し、探さなくてはならない。よって使用するユーザのほうがより情報に対しより積極的に取り入れる姿勢をとるものと仮説を立て調査、研究を行う。

b. 主な質問項目

- ・ パソコンの利用状況
- ・ インターネットの利用状況
- ・ 検索サイトの利用状況
- ・ 情報に対する認識

c. 調査対象者と方法

・ 調査対象者

文教大学生で、授業クラスは社会学特殊講義 B とデジタル映像論

・ 調査方法

手渡しの配布と回収によるアンケート調査

・ 配布数と回収数

配布数：130 票

回収数：113 票（有効回収数：111 票）

1. 3 成果の概要

まずパソコンはもはや身近なものどころか、なくてはならない物となりつつあるのではないかと調査結果をみて思えた。またインターネットについても同様に利用状況は高いといえよう。技術が発展するにつれてますます利用は増加すると推測される。しかしながら半分以上が自分をライトユーザであると認識をしており、環境に反して技術、知識を伴っていないことが多いようだ。この分析では情報を探し、求める度合いを情報追求力として扱い、その度合いと検索サイトの使用具合の関係を主に調査した。

検索サイトの利用は Yahoo がほとんどを占めた。Google は使われてはいるのだが、メインで使うとなると Yahoo との差がでた。また現在のパソコンは「windows」が主流となっているためブラウザも「Internet explorer」が使われている。無設定ならトップページがMSNであることが多いはずと考え、それによってある程度の利用を見込んでいたMSNだったがこの調査ではほとんど使われていなかった。

またサイトを使用する傾向としても「性能の良さ」や、「使いやすさ」ももちろんだがそれと同程度に「なんとなく」や「有名だから」という意見も存在した。会社について、検索技術内容について把握しているのも決して多くはなく、ブランド力が大きく関わっていることも予測ができるだろう。また近年の YahooBB がとった宣伝効果（街頭でのモデム配布、スタジアム、オークション等）といったものも知名度の高さに大きく関わっているだろう。

[謝辞]

本研究においては、調査の実施に際して多くの学生諸氏から回答を頂いた。この調査協力に対しては心から御礼を申し上げる次第である。調査票を作成するまでの過程では、ゼミのメンバーをはじめとして、多くの方から示唆を頂いた。また研究の実施全般にたいしては、指導教授の八ッ橋先生から様々な示唆を頂いた。これらの皆さんに対して、改めて謝意を表します。

第2章 研究の成果

2.1 調査回答者の概要

調査対象者は文教大学湘南校舎の学生111名で、授業中に手渡しによる配布と回収を行った。なお、回答標本は無作為抽出で作成していないために、母集団から見て標本に偏りを生じる可能性がある。そこで回答者の分布を、表2-1-1と表2-1-2で確認しておく。表2-1-1の学年別の分布では、3年に集中している。また表2-1-2の性別の分布では男子の割合が多くなっている。これらの偏りは、回答者全体の分布にはそれなりの影響を与える可能性があり解釈時には注意が必要である。しかしクロス集計やグループの平均などの層化を行った集計では、影響は限定されと考えられる。

表2-1-1 回答者と母集団の比較；学年別分布 2006.10 末時点である。

	1年	2年	3年	4年	無回答	計
回答者	0.0 (0)	0.0 (0)	92.8 (103)	6.3 (7)	0.9 (1)	100.0 (111)
湘南キャンパス 学生	27.7 (942)	26.4 (899)	23.0 (784)	22.9 (780)	— —	100.0 (3405)

表2-1-2 タイトル；性別別分布

	男子	女子	無回答	計
答者	64.0 (71)	35.5 (39)	0.5 (1)	100.0 (111)
湘南キャンパス 学生	52.0 (1770)	48.0 (1635)	— —	100.0 (3405)

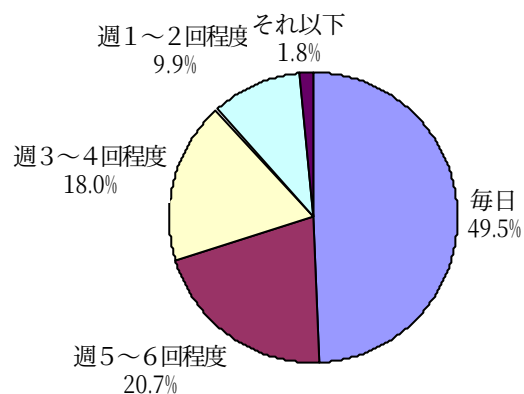
2.2 文教大学生のパソコン環境

(1) パソコンの利用状況

文教大学生は約9割以上が自宅にパソコンを所有していると答えた。また学校内にも数多くのパソコンがある。そのためか主に利用する場所を尋ねると、「自宅」が86.2%、「学校」が12.8%、「ネットカフェ」が0.9%となった。また1週間のインターネットの使用状況を問うと、この設問では「毎日」がほぼ半分を占めた。このインターネットの

普及具合が確認でき、集計に必要である検索サイトへの接触が高い確率で実現しているものとする。

図 2-2-1 1週間のネット利用状況 n= 111

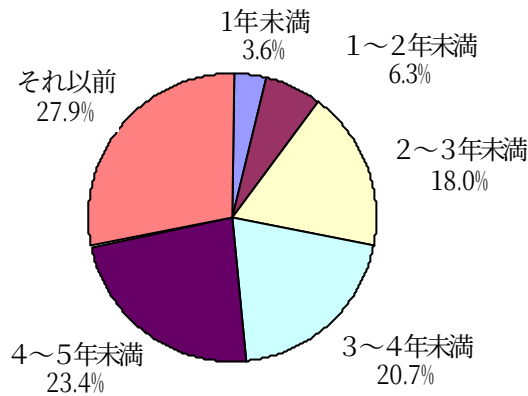


(2) パソコン利用歴

はじめてパソコンを使った時期については 57.8%が「5 年以上前」と答えた。調査対象者の 92.8%は「3 年」なのでほとんどが高校前後にはパソコンに触れていたと推測できる。また定期的に使い始めた頃を問うと、大学入学後が半数を越えている。文教大学のパソコン設置数の多さもこの値に影響していると思われる。

次にインターネット利用歴への回答を図 2-2-2 に示す。2～3 年以降で比率が大きく増加している。調査対象が 3、4 年生であることの影響あると思われる。それでも「5 年以上前」からも多く、インターネットの普及具合が窺える。

図 2-2-2 インターネット利用歴 n=111

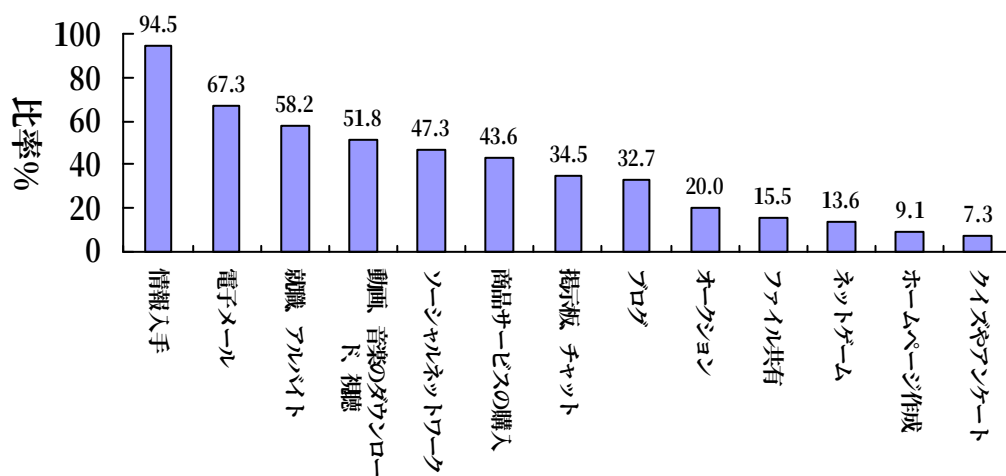


2.3 インターネットの用途

インターネットの利用用途についての集計結果を図 2-2-3 に示す。「情報入手」が約 9 割、他に「動画、音楽のダウンロード、視聴」、「ソーシャルネットワーク」の約 5 割、に注目したい。「動画、音楽」については最近話題の動画共有サイトそして音楽配信サービスの影響が考えられる。「ソーシャルネットワーク」についてはもはやHPやブログよりも高い数値であることにソーシャルネットワークの普及具合が推測できる。

また調査対象が 3 年生以上だったため「就職、アルバイト関連」が多くなったものとも考えられる。

図 2-3-1 インターネットの用途(n=110)



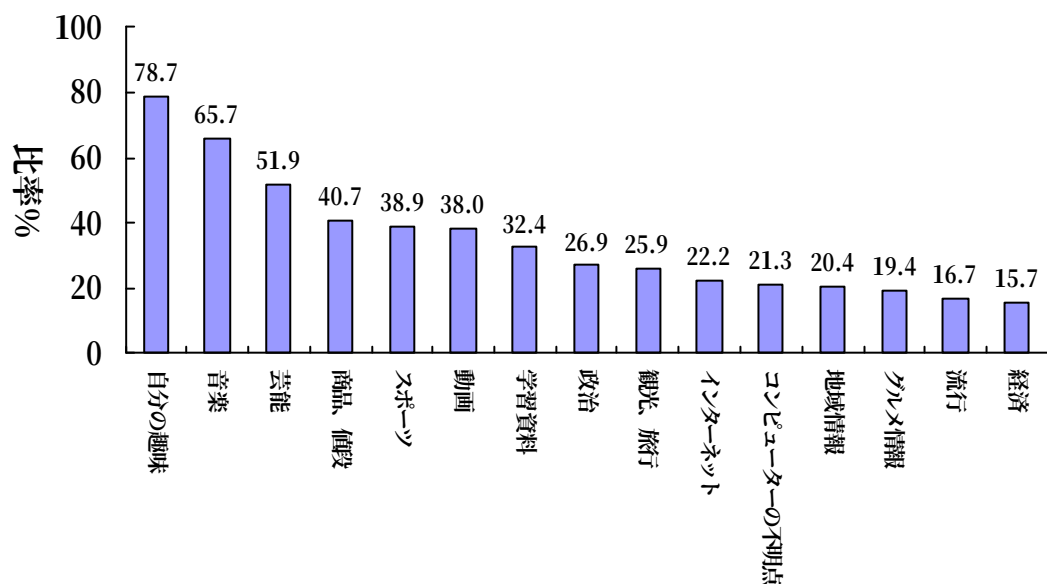
2.4 検索の利用状況

検索をするジャンルについて図2-4-1に示す。「自分の趣味」「音楽」「芸能」が5割を超えた。検索については98%の人が利用すると答えた。ほぼ全員がするといっても過言ではない。

また検索結果をどこまでチェックするかについては集計結果の図示は省略するが、

「2～3ページ」が最も多く46.3%次いで「5ページ以上」が20.4%、「3～5ページ」が18.5%と2ページ以降まで見るのが8割を超えた。

図2-4-1 インターネット検索ジャンル(n=108)



2.5 検索サイトの利用状況とユーザ比較

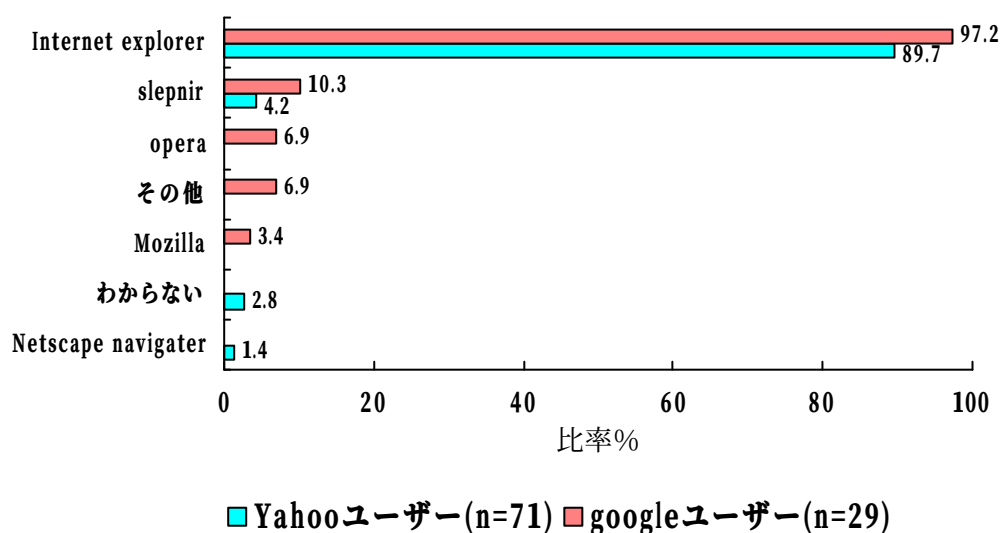
a. 使用検索サイトの比率

一番使われている検索サイトはYahooで96.3%である。次いでGoogleが74.3%と共に高い数値である。「MSNサーチ」は13.8%と低い。そして最も利用するサイトで聞くとYahooは64.0%に対しGoogleは26.1%まで減少した。「MSNサーチ」に至っては2.7%となった。

b. ユーザと使用ブラウザ

まず検索サイトに Yahoo と Google を最も使うユーザの間で使用ブラウザを比較した。その結果は Internet explorer が圧倒的に使われているのが一目瞭然である（図 2－5－1）。また注目すべき点は他のブラウザだろう。Yahoo に比べ Google ユーザのほうは使用ブラウザが多岐にわたっているのがわかる。また Yahoo ユーザは使用ブラウザがわからないと答えたのも少数だが存在した。以上によりユーザのパソコンへの詳しさが Google より多少劣る傾向があるものとする。

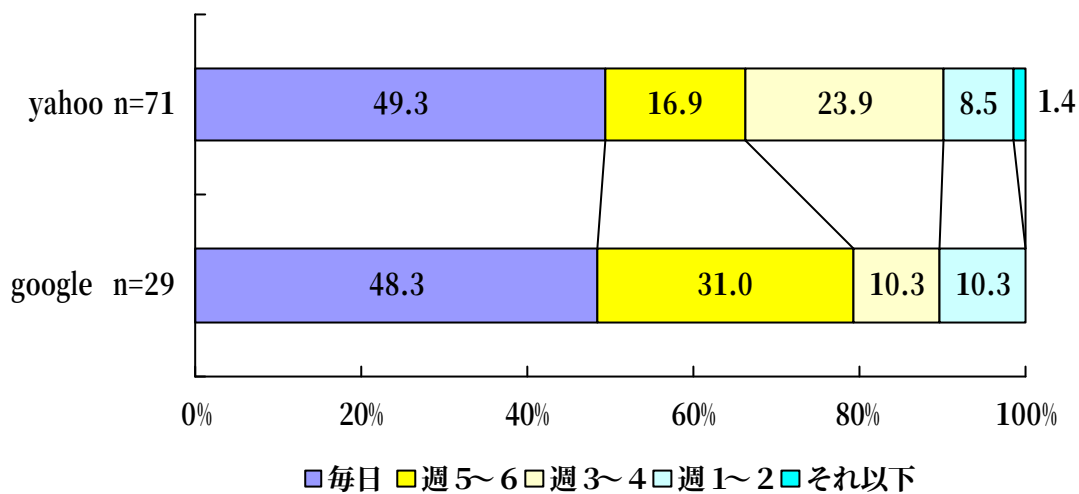
図 2－5－1 最も使う検索サイトと使用ブラウザ



c. ユーザとインターネット利用頻度

次にインターネット利用頻度で考察する。最も使用する検索サイトとインターネット利用頻度を図 2－5－2 に示す。毎日使用は共に約半分ずつとなった。しかし週 5～6 回までを含むと Google のほうが Yahoo より 14% 高くなった。平均値でその利用具合を比較すると Google は 5.6 、Yahoo は 5.35 となる。Google ユーザのほうによりインターネット利用率の高い傾向があるといえるだろう。

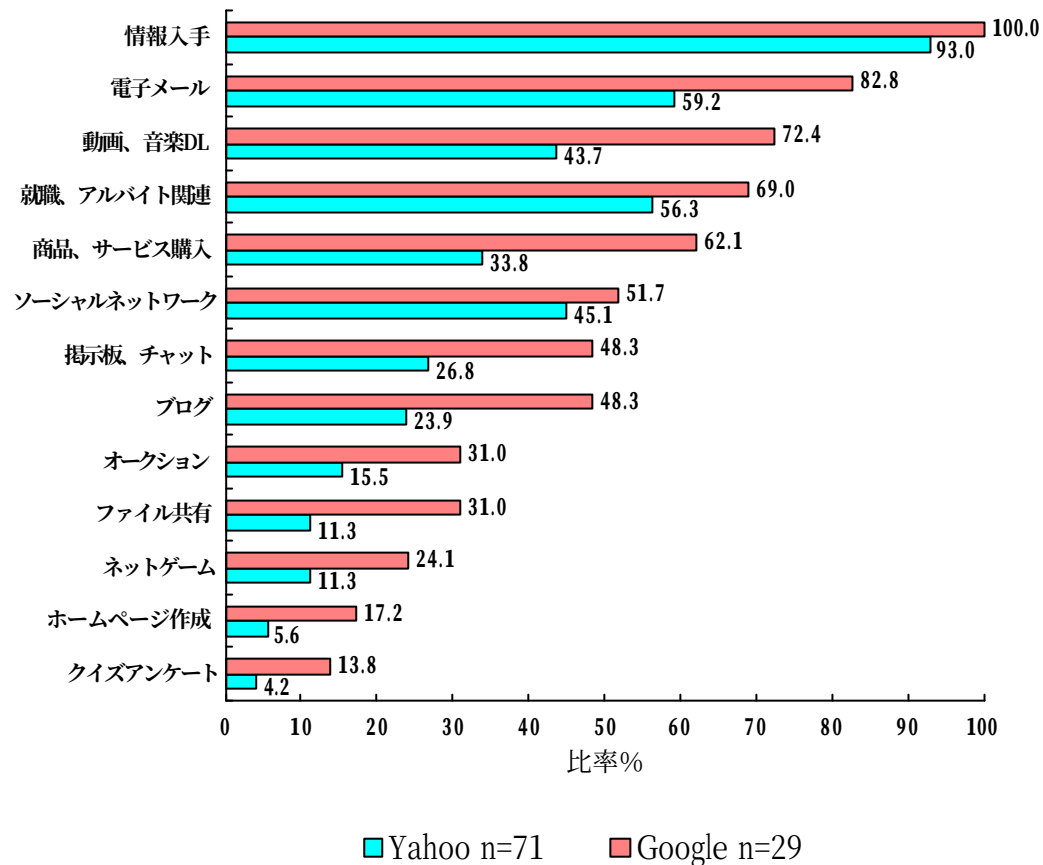
図2-5-2 検索サイト別のインターネット利用頻度 (χ^2 検定 $p=0.360$)



d. ユーザとインターネット用途

次に使用検索サイト別のインターネット用途を比較する。図2-5-3に示した通り全ての項目において Yahoo ユーザより Google ユーザのほうは利用用途が多岐にわたっていることがわかるだろう。特に「電子メール」「動画、音楽ダウンロード」「商品、サービス購入」「掲示板、チャット」「ブログ」についてはそれぞれが20%以上と多くの差がついている。項目の順序自体も双方に大きな差はほとんどなく利用用途はほぼ固定されていると考えてよいだろう。

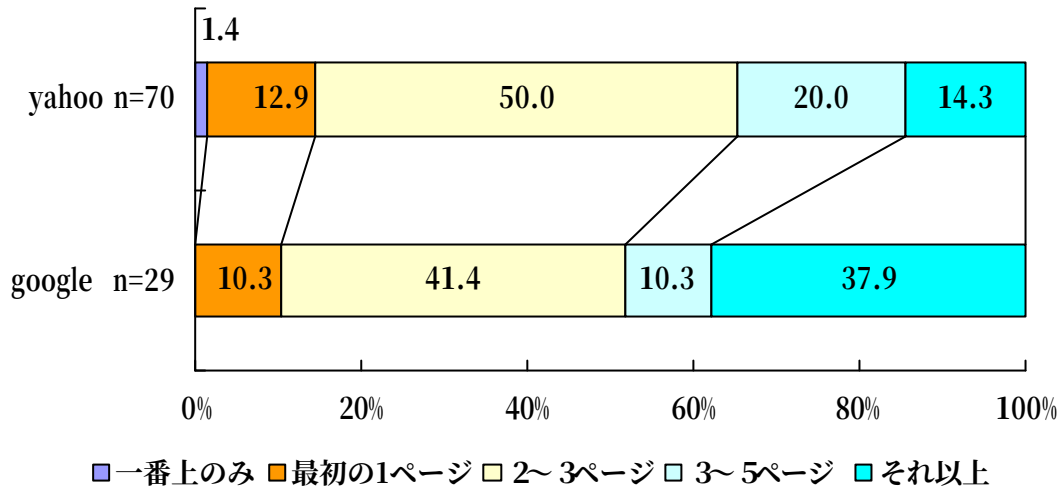
図 2- 5- 3 使用検索サイトとインターネット用途



e. ユーザと検索量

検索サイトと検索量の違いを図 2- 5- 4 に示す。検索時にどのページまでチェックするかという設問に対しともに「2～3 ページ」という回答が一番多く票が集まった。ここで注目すべき点は Google ユーザによる「それ以上」の回答数の多さだ。38%と Yahoo ユーザの 14%に対し 20%以上も差をつけている。Google ユーザのほうがより多くの検索結果をチェックする傾向が強いようである。

図 2-5-4 使用検索サイトと検索量 (χ^2 乗 $p=0.222$)

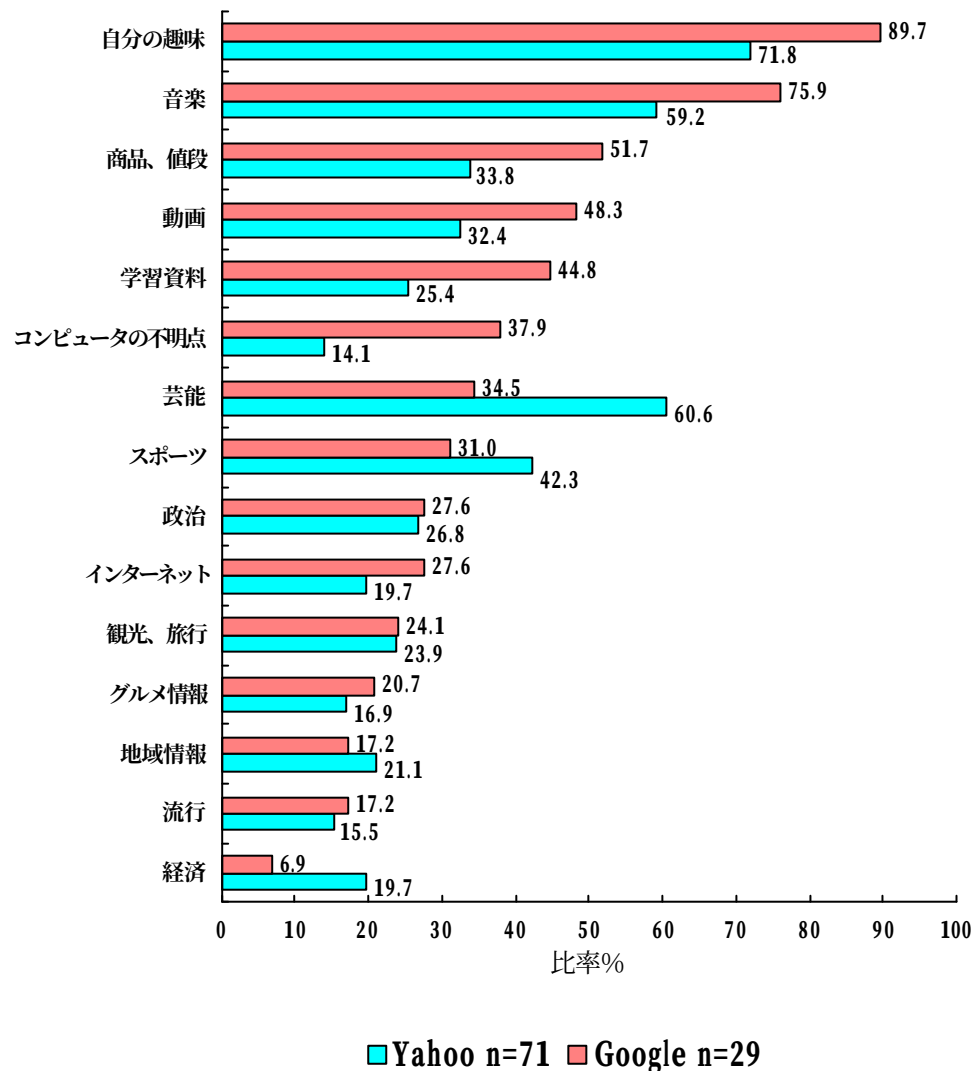


f. ユーザと検索ジャンル

使用サイトによる検索ジャンルを図 2-5-5 に示す。仮説としては Google ユーザのほうが情報に対し欲求が多く、より PC を使いこなすため検索するジャンル也多岐にわたり使うというものだ。結果は仮説通りに Google ユーザの検索ジャンルは豊富かつ使われている頻度が多いことがわかる。注目すべき点は Yahoo ユーザによる「芸能」、「スポーツ」、「経済」だ。この 3 点は Google に対し 10% 以上の差をつけた。特に顕著なのが芸能で 60% と Google の 34% に比べ 26% 高い。この原因として Yahoo と Google のトップ画面の違いというものがあるだろう。互いトップ画面を見比べるとシンプルな Google に対し、Yahoo は様々なトピックが並ぶ。そのトピックには最近の主なニュースが並ぶ、そして利用者はそれを見て興味がわけばその事項の検索にも繋がるのである。それに対して Google はそれらの検索は基本的には自分でするしかない。情報のソースに接する機会自体が減少しているのだ。その点でこれらの項目が Yahoo に対し低くなったのだろう。

しかし「政治」についてもニューストピックとして上げられやすく、そのことが言えやすい項目と思えるのだがこの項目は例外となり双方でほとんど違いは見られなかった。それについては調査対象が学生だったため、政治に関する無関心さも表れた結果といえるだろう。

図 2-5-5 使用検索サイトと検索ジャンル



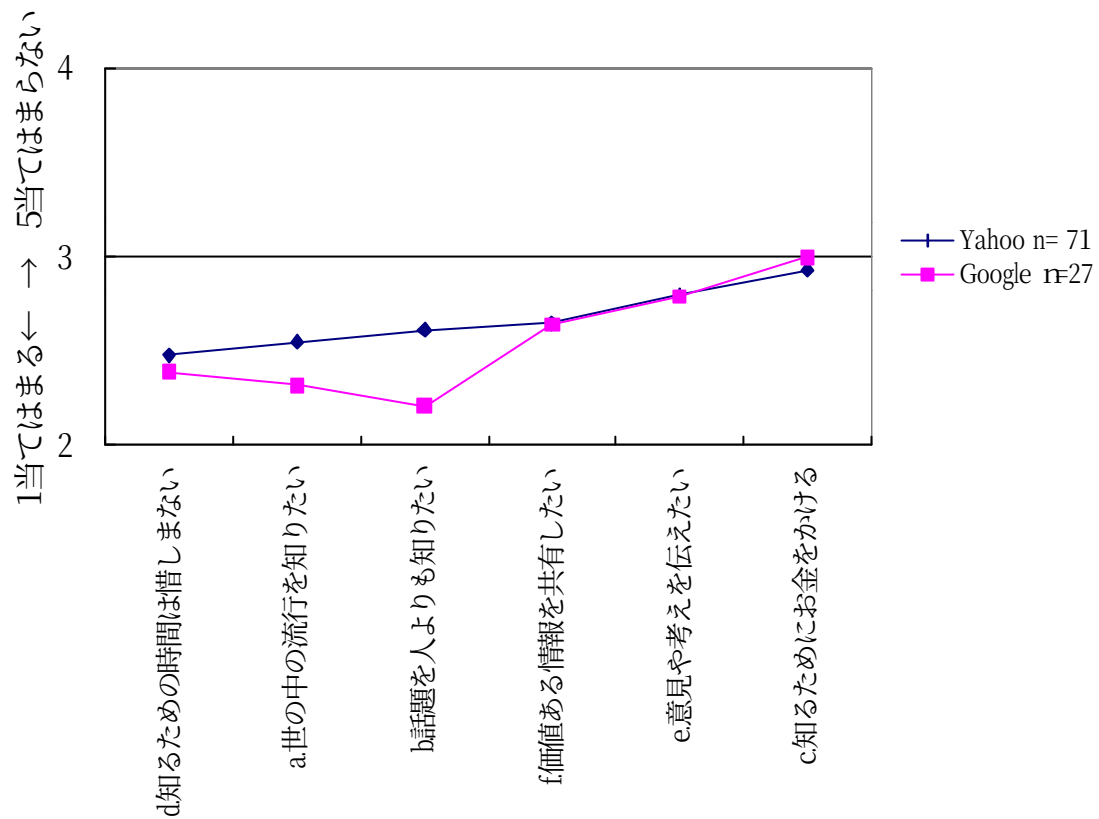
2. 6 使用ユーザの情報に対する態度

a. 情報への態度

設問では情報に対しての態度を解明する設問を6つ用意した。例えば「情報を入手するのにかける時間は惜しまない」、「世の中の話題を人よりも知りたい」といったものである。図2-6-1で使用サイトによる情報への態度を比較した。「知るための時間は惜しまない」、「世の中の流行を知りたい」、「話題を人よりも知りたい」の3項目で Google ユーザが Yahoo ユーザより高い数値となった。d. で Google ユーザのほうが多くの検索結果をチェックする傾向があると出ているため、この結果とあわせ Google ユーザのほうが

より情報を求めようとする傾向がある。全体的にも情報を知ることに関しては両者が関心を示すのに対し、情報を発信することには関心は低いようだ。またお金は使うということには両者とも抵抗があるようだ。

図 2-6-1 使用サイトと情報への態度



b. サイト別の情報に対する態度の因子分析

次に情報に対する態度についてユーザにどのような傾向が現れるのかを調査した。その結果を表2-6-1に示す。調査では「A.世の中の出来事や流行は人よりも早く知りたい方である」、「B.世の中で話題になっていることは人よりも詳しく知りたい方である」のような情報の欲求について「1. あてはまる」から「5. 全くあてはまらない」の5段階で、回答者の受け止め方を調査した。これら情報に関する6個の項目について因子分析を行った。3つの因子が抽出され、分散の80%以上がカバーされている。

各因子の名称は第一因子：情報認知度、第二因子：情報追求度、第三因子：情報共有度である。

表2-6-1 情報態度の因子分析結果

因子（平方和、寄与率）	因子の内容
第1因子（1.7、29.1%） fac31:情報認知度	B. 世の中の出来事を人より詳しく知りたい A. 出来事や流行を人より早く知りたい ◎出来事を人よりも広く知っておきたい度合いを示す
第2因子（1.7、28.9%） fac32:情報追求度	C. 詳しく知るためにお金を惜しまない D. 詳しく知るためには時間を惜しまない ◎お金や時間を惜しまず情報を追求する度合いを示す。
第3因子（1.4、24.2%） fac33:情報共有度	E. 価値のある情報は多くの人に伝えたい F. 詳しく知るためには時間を惜しまない ◎自分の情報を他人と共有したいとする度合いを示す

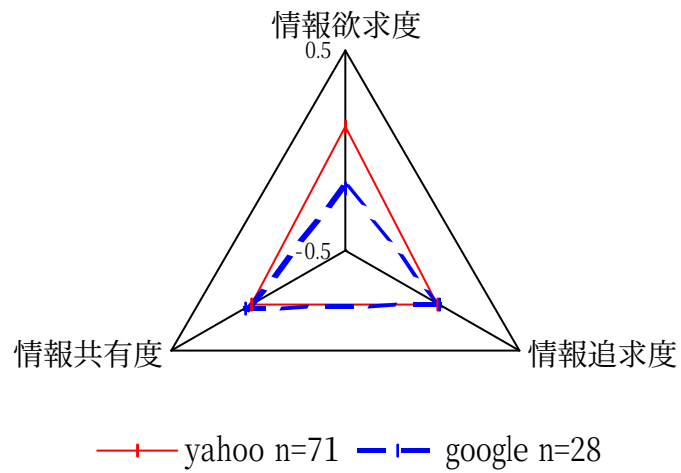
平方和と寄与率はバリマックス回転後の値である。寄与率の合計は82.2%である。

次にこれらの因子が利用検索サイトにどのような影響を及ぼすかを調べるために因子得点の平均を調べた。このデータが標準化された場合、平均値は0となり、強い傾向は負、弱い傾向は正となる。このため以下では数値が低いほど因子の傾向が強いことを示している。

使用サイト別の情報態度の因子得点を図2-6-1に示す。因子得点には有意差はない。第一因子が $p=0.165$ で一番差異があり、Google ユーザのほうが情報に対する欲求は強い傾向が理解できる。他の項目は両者の差が極めて少なくユーザの違いによるものはほ

とんどないものといえるだろう。

図 2-6-1 使用サイト別情報態度因子得点



第3章 まとめと今後の課題

Yahoo ユーザと Google ユーザの違いという大きな違いはあまり見られないようである。しいてあげれば有意差はないが情報追求度が高い傾向があるほうが Google ユーザであるといった具合だろう。またその追求する情報もより多岐に富んでいて、情報を得るために使いこなせる必要があるので PC の知識も若干上回るようだ。

大学生のパソコンの利用状況は非常に高く、1週間でみればほぼ全員が1回は使う、半分以上は毎日使うと生活に欠かせない道具となりつつあると実感した。インターネットもパソコン普及とともに利用人口を確実に増やしている。しかしそのもととなっている技術や知識については欠いていることも多く使えてはいるが、使いこなしている人は多いとは言えなさそうである。使いこなすためにも様々な両者の特性を理解した上で使い分けることがより大切になるのではないか。日本でのキーワード検索について言えば、Google の技術的な先行度合いは、あまり見えなくなっている。圧倒的な更新速度とカバー力は健在だが他社もそういった機能をカバーしてきて、現在は、更に外部のデータベースとの連携等々、プラスαで競うようになっている。外部の情報源との連携は、各種情報源を持っている Yahoo のほうが強力であるといえる。また日本語の処理においては Yahoo の方が、より正確な結果が出るように動いている。Google はヒット数こそ多く見るが、質問のタイプによっては、関連性他エンジンに比べかなりの差がつくことも少なくはない。ただ、マイナーな情報を調べる時や、新しい情報を調べたい時には、やはり Google のデータベースの大きさと収集能力が役に立つといえるだろう。

ただし、Yahoo も Google がカバーしきれない範囲を持っているし、規模では決して負けているわけではない。それぞれの長一短を理解した上で使い分けるのが最も良いのではないだろうか。また Yahoo と Google のユーザの傾向としては当初の仮説の通りに近いものとなったといえるのではないか。Google ユーザのほうがよりコンピュータに対する使い方の用途は広いようである。

今回の反省点は Yahoo と Google の比較をしようとしていたのにそれを的確に示すことのできる設問が少なかった点だ。各サイトでの利用用途、利用内容等について聞く設問の作り方ができればもっと良いデータがとれた可能性もあったかもしれない。必要性のあまり感じられない設問を置いた一方、あったほうが良い設問を置かなかった、集計が終わった時点でそれを生かすための新たな設問が浮かぶ等、もっと製作段階でもっと考えておけばよかったと、非常に悔いの残るものとなった。また仮説をはっきりと証明するほどの有

意なデータを用意できなかった点も同様だ。傾向自体はほぼ仮説に似たデータは出たと思えるのだが統計的に有意といえるまでのものはそうそうに多くはなかった。この集計結果を用いてまた1から制作できればより良いものができだろうという思いである。

また、こちらが意図している回答とは違う回答をされてしまった質問もあり、言葉の使い方をもっとき気つけなければならない。仮説を説明するのにあわせた設問の設定と回答者の立場に立った調査票の作成が今後の課題といえるだろう。

参考文献

検索エンジンマニア

<http://www.accessup.org/kensaku/>

総務省情報通信政策研究所 インターネット概観統計表（平成17年改訂）2006年1月

ジェフ・ルート・佐々木俊尚 検索エンジン戦争 アспект 2005年8月5日

鈴木将司 ヤフー！グーグル SEO 対策テクニック 翔泳社 2005年12月1日

森羅万象 インターネット検索の達人 工学社 2002年12月

NTT データ 2004 インターネットによる情報化の動向 アンケート調査年鑑 2005 年度版

読売広告社 mdi ラボ・ハイレイフ研究所 ブロードバンド生活読本 日科技連出版所 2002年3月29日

伊藤裕子 (2005) 「コミュニケーションにおけるブログの位置づけ

<http://www.bunkyo.ac.jp/~mediares/2005/sem12/2itohf.PDF>

資料 1 単純集計結果

検索サイトに関する調査 (2006.11)

広報学科 3 年 ハツ橋ゼミ

【調査対象層】文教大学生

【配布・回収数】 130 票 回収数 113 票 有効回収数 111 票

問1. あなたは自宅にパソコン（以下 PC）がありますか。(1 つに○) n=111

1. 有る 93.7	2. 無い 6.3
------------	-----------

問2. あなたが主に PC を利用する場所はどこですか。(1 つに○) n=111

1. 自宅 84.7	2. 学校 12.6	3. ネットカフェ 0.9	4. その他 無回答 1.8
------------	------------	---------------	----------------

問3. 1 日平均してどの程度 PC を使いますか。(1 つに○)

(TV 視聴、音楽再生の使用を除く) n=111

1. 30 分未満 12.6	2. 1 時間未満 20.7	3. 2 時間未満 27.0
4. 3 時間未満 22.5	5. 3 時間以上 16.2	無回答 0.9

問4. 1 週間にどのくらいの頻度で PC を使いますか。(1 つに○)

(TV 視聴、音楽再生の使用を除く) n=111

1. 毎日 52.3	2. 週 5～6 回程度 19.8	3. 週 3～4 回程度 19.8
4. 週 1～2 回程度 7.2	5. それ以下 0.9	

問5. あなたが主に使用している OS の種類は何ですか。(あてはまる全てに○) n=111

1. Windows 99.1	2. McIntosh 1.8	3. Linux	4. その他 1.8
-----------------	-----------------	----------	------------

問6. あなたがはじめて PC を使ってからどのくらいたっていますか。(1 つに○) n=111

1. 1 年未満	2. 1 年以上～2 年未満 1.8	3. 2 年以上～3 年未満 11.7
4. 3 年以上～4 年未満 9.0	5. 4 年以上～5 年未満 20.7	6. それ以上前 56.8

問7. あなたが定期的に PC を使用するようになってどのくらいたっていますか。

(1 つに○) n=111

1. 1 年未満 9.9	2. 1 年以上～2 年未満 9.9	3. 2 年以上～3 年未満 30.6
4. 3 年以上～4 年未満 21.6	5. 4 年以上～5 年未満 16.2	6. それ以上前 11.7

問8. あなたの周囲に PC やインターネットについて自分より詳しい人はいますか。

(1 つに○) n=111

1. いる	93.7	2. いない	5.4	無回答	0.9
-------	------	--------	-----	-----	-----

ここからはインターネットについてお聞きします。

問9. あなたのインターネット（以下ネット）歴はどのくらいになりますか。

(1 つに○) n=111

1. 1 年未満	3.6	2. 1～2 年未満	6.3	3. 2～3 年未満	18.0
4. 3～4 年未満	20.7	5. 4～5 年未満	23.4	6. それ以上前	27.9

問10. あなたのネットの利用頻度はどのくらいですか。(1 つに○) n=111

1. 毎日	49.5	2. 週5～6 回程度	20.7	3. 週3～4 回程度	18.0
4. 週1～2 回程度	9.9	5. それ以下	1.8		

問11. あなたが Web を見るために何を使っているかをお答え下さい。

(あてはまる全てに○) n=111

1. Internet Explorer	95.5	2. Mozilla	0.9	3. Opera	1.8	4. Sleipnir	6.3
5. Netscape Communicator	0.9	6. その他	1.8	7. わからない	1.8		

問12. あなたのネットの利用用途をおこたえください。(あてはまる全てに○) n=111

1. 電子メール	67.3	2. 情報入手	94.5	3. 商品、サービスの購入	43.6
4. クイズやアンケート	7.3	5. 掲示板、チャット	34.5		
6. 動画、音楽のダウンロード、視聴	51.8	7. オークション	20		
8. 就職、アルバイト関連	58.2	9. ネットゲーム	13.6	10. HP 作成	9.1
11. ブログ	32.7	12. ソーシャルネットワーク	47.3		
13. ファイル共有	15.5	14. その他	7.3		

問13. あなたは activemail 以外のフリーメールのアドレスをもっていますか。

又持っているならそれはどれですか。(当てはまる全てに○) n=111

1. 持っていない	20.9	2. Yahoo メール	51.8	3. hotmail	51.8
4. Gmail	1.8	5. その他	19.1		

問14. あなたは検索を利用しますか。(1 つに○) n=111

1. 利用する	97.3	2. 利用しない→問23へ	1.8	無回答	0.9
---------	------	---------------	-----	-----	-----

問15. あなたは検索された結果をどこまでチェックしますか。(1 つに○) n=108

- | | | | | | |
|-------------|------|--------------|------|-------------|------|
| 1. 一番上の項目のみ | 1.8 | 2. 最初の1ページのみ | 11.7 | 3. 2～3ページまで | 45.0 |
| 4. 3～5ページまで | 18.0 | 5. それ以上 | 19.8 | 無回答 | 3.6 |

問16. あなたが日常で探す情報ジャンルをお答えください。(当てはまる全てに○) n=108

- | | | | | | | | |
|-----------|------|-------------|------|---------------|------|---------|------|
| 1. 政治 | 26.9 | 2. 経済 | 15.7 | 3. 芸能 | 51.9 | 4. スポーツ | 38.9 |
| 5. 地域情報 | 20.4 | 6. グルメ情報 | 19.4 | 7. コンピュータの不明点 | 21.3 | 8. 学習資料 | 32.4 |
| 9. 観光、旅行 | 25.9 | 10. 音楽 | 65.7 | 11. 動画 | 38.0 | 12. 流行 | 16.7 |
| 13. 商品、値段 | 40.7 | 14. インターネット | 22.2 | 15. 自分の趣味 | 78.7 | 16. その他 | 15.7 |

問17. あなたが利用する検索サイトをお答えください。(当てはまる全てに○) n=108

- | | | | | | | | |
|-----------|------|------------|------|-----------|------|-------------|-----|
| 1. Yahoo! | 96.3 | 2. MSN サーチ | 13.8 | 3. Google | 74.3 | 4. Infoseek | 5.5 |
| 5. goo | 17.4 | 6. Excite | 2.8 | 7. その他 | 3.7 | | |

問18. あなたが最も利用する検索サイトをお答えください。(1 つに○) n=108

- | | | | | | | | |
|-----------|------|------------|-----|-----------|------|-------------|-----|
| 1. Yahoo! | 64.0 | 2. MSN サーチ | 2.7 | 3. Google | 26.1 | 4. Infoseek | |
| 5. goo | 1.8 | 6. Excite | | 7. その他 | 1.8 | 無回答 | 3.6 |

問19. 最も利用する検索サイトについてお聞きします。

そのサイトを利用する理由はなんですか。(当てはまる全てに○) n=108

- | | | | | | | | |
|----------|------|---------------|------|----------|------|----------|-----|
| 1. 有名だから | 26.5 | 2. 使いやすい | 34.2 | 3. 性能がいい | 10.3 | 4. 薦められて | 1.9 |
| 5. なんとなく | 23.9 | 6. 他のサイトを知らない | | 7. その他 | 3.2 | | |

問20. 最も利用する検索サイトについてお聞きします。

そのサイトの検索技術についてどの程度知っていますか。(1 つに○) n=108

- | | | | |
|-------------------|------|---------------------|------|
| 1. 検索の仕組みをよく知っている | 13.5 | 2. 検索の仕組みをだいたい知っている | 36.0 |
| 3. 深くは知らない | 48.6 | 無回答 | 1.8 |

問21. 最も利用する検索サイトについてお聞きします。

そのサイトを運営している会社についてどの程度知っていますか。(1 つに○)

n=108

- | | | | |
|------------------|------|--------------------|------|
| 1. 会社についてよく知っている | 2.7 | 2. 会社についてだいたい知っている | 23.4 |
| 3. 深くは知らない | 72.1 | 無回答 | 1.8 |

問22. あなたが最も利用する検索サイトについてお聞きします。

そのサイトで得られる情報に満足していますか。(1 つに○) n=108

1. 非常に満足している	9.9	2. まあ満足している	69.4	3. どちらともいえない	12.6
4. あまり満足していない	5.4	5. 不満がある	0.9	無回答	1.8

問23. あなたは自分でどの程度 PC を使っていると思いますか？(1 つに○) n=111

1. ヘビーユーザ	18.9	2. ライトユーザ	52.3
3. どちらでもない	16.2	4. わからない	12.6

問24. 次の項目について、あなたはどの程度あてはまりますか。

A～G のそれぞれについて当てはまる番号1 つに○をつけてください

	あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりないあてはまらない	まったくあてはまらない	無回答
A. 世の中の出来事や流行は誰よりも早く知りたいほうである n=111	20.7	38.7	18.9	18.0	1.8	1.8
B. 世の中で話題になっていることは人よりも詳しく知りたい方である。 n=111	18.0	40.5	23.4	12.6	3.6	1.8
C. 関心のあることを詳しく知るためにはある程度お金がかかってもかまわない方である。 n=111	18.0	20.7	27.0	20.7	10.8	2.7
D. 関心のあることを詳しく知るためには時間を惜しまない方である。 n=111	22.5	38.7	18.0	16.2	1.8	2.7
E. 自分の意見や考えを多くの人に伝えたい方である。 n=111	13.5	28.8	32.4	18.9	4.5	1.8
F. 価値のある情報を手に入れたら、それを多くの人に伝えたい方である。 n=111	16.2	35.1	27.9	14.4	4.5	1.8

最後にあなた自身についてお聞きします。

F1. あなたの性別 n=111

1. 男	64	2. 女	35.5	無回答	0.5
------	----	------	------	-----	-----

F2. あなたの学年 n=111

1. 1 年次	2. 2 年次	3. 3 年次	92.8	4. 4 年次	6.3	無回答	0.9
---------	---------	---------	------	---------	-----	-----	-----

F3. あなたの学科 n=111

1. 広報	63.1	2. 経営	12.6	3. システム	22.5
4. 国際関係		5. 国際コミュ	0.9	6. 健康栄養	無回答 0.9

