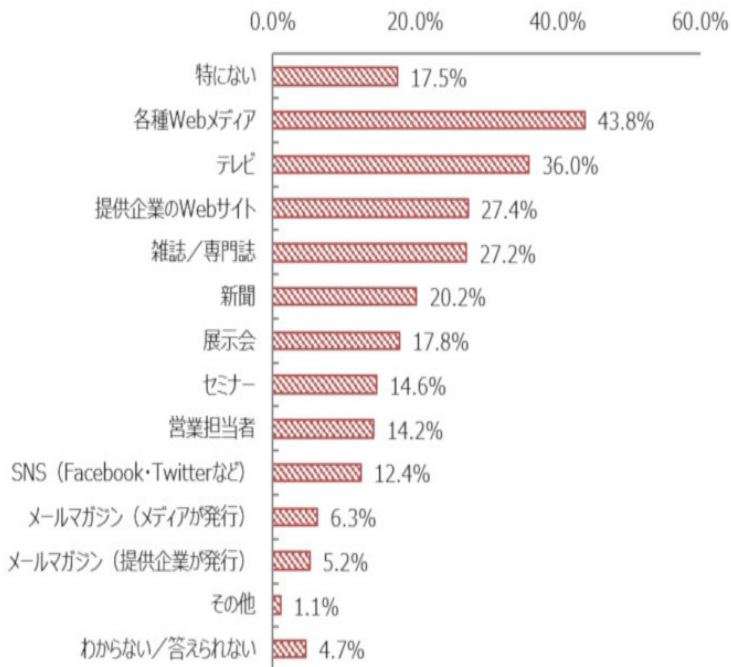


WEBユーザーの動き市場数字 1

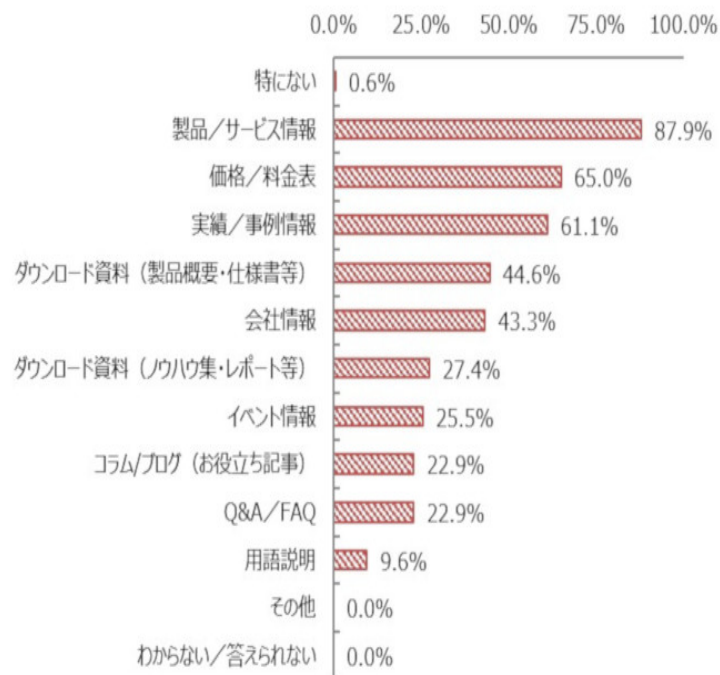
製品やサービスを検討するきっかけ（情報収集初期）はWEBが圧倒的



製品やサービスを検討した際、収集した主な情報源は？

「各種Webメディア」が49.0%でトップ
次いで「提供企業のWebサイト」が35.3%、「テレビ」が31.9%

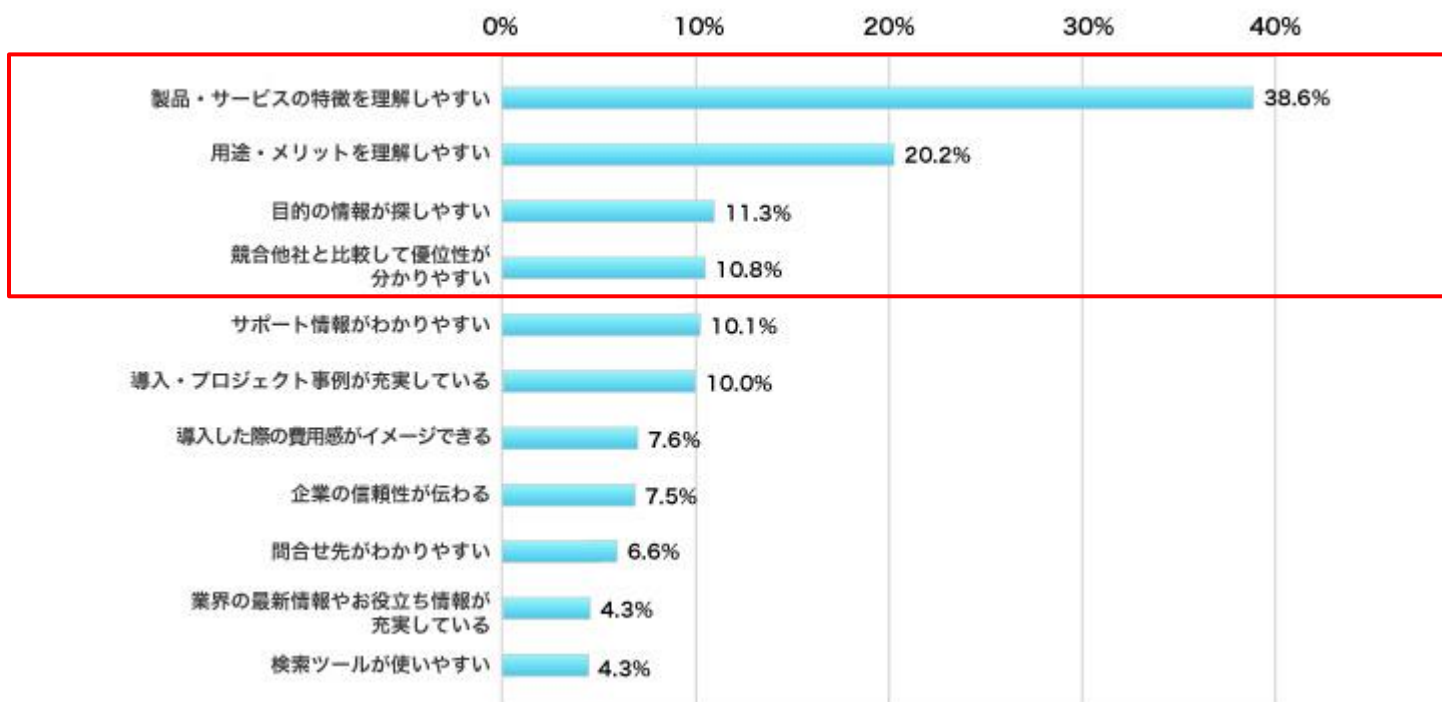
製品やサービスを検討する際に参考にしたWebサイトのコンテンツ



・製品やサービスを検討した際、
参考にしたWebサイトのコンテンツは？

「製品/サービス情報」が87.9%でトップ
次いで「価格/料金表」が65.0%、「実績/事例情報」が61.1%

ユーザーが「良いWEBサイト」とみる視点



企業のWebサイトのアクセス者にサイトを閲覧してどのような印象を持ったかについて質問した回答結果。

最も回答者の割合が高かったのは「製品・サービスの特徴を理解しやすい」(38.6%)。上位にある製品・サービスの特徴を理解しやすい、用途メリットを理解しやすい、競合と比較して優位性が分かりやすいというのは、ユーザーが求めているポイントであると考えられることもできる。サイト改善の際にはこれらのポイントを意識することが重要であるといえるだろう。