

「地域」の観点からサイトリニューアルのポイントを調査・検証

～ 重視7割・満足3割 ユーザーに近い“情報の見つけやすさ”がカギ ～

インターネットユーザーの位置情報であるIP Geolocationデータ（※1）を開発販売するサイバーエリアリサーチ株式会社（本社：静岡県三島市、代表取締役社長：山本敬介）は、全国のインターネットユーザー500人を対象に、旅行系サイトでの「地域情報」に関するアンケート調査を2009年2月24日から25日に実施。調査から、ユーザー付近の地域情報に関するニーズの高さが浮き彫りになった他、エリアターゲティング（※2）によるWEBサイトの地域最適化で“情報の探し易さ”“わかりやすさ”が向上したユーザーが6～8割を占め、これらの機能がサイトの魅力アップや提供企業の印象アップ（ブランディング）に繋がることがわかりました。

※1 IPアドレスとその利用地域やネットワーク接続環境などを関連付けたIPアドレスデータベース
※2 ユーザーの地域に応じてWEB上の表示コンテンツを切り替える仕組み

■調査背景

サイバーエリアリサーチはWEB上でユーザーの地域に応じた情報配信を可能にする、インターネットユーザーの位置情報データを開発販売しています。WEB上での「地域情報」や地域最適化した情報配信についての実態・ニーズを把握する為、旅行系サイトを対象に今回の調査を実施しました。

■調査・検証結果概要（詳しくは別紙をご参照ください）

旅行系サイトの利用目的は、約6～8割が“情報収集”、約6割が“サイトでの予約・購入”。国内ツアーやチケットの購入では、6～8割程度が付近の地域を出発地に設定し、“遠方の情報は見ない”とするユーザーが6割以上を占めました。

旅行系サイト訪問時に重視する項目とその項目への満足度について調べたところ、ユーザーの7～8割が“サイトの機能や全体的な情報量”を重視しており、サイト機能への満足度は比較的高いことがわかりました。一方で、“**情報の見つけやすさ・到達しやすさ**”の項目では、**7～8割が重視しているものの、満足しているのは3～4割**。重視度と満足度のギャップが大きいといえました。

旅行系サイト上の地域情報へのユーザーニーズとして、

1. 多くの**地域情報**を求めている
2. 自分の**周辺情報**だけあればよい
3. 地域情報を**素早く見つけて到達**したい ことが挙げられました。

上記の地域情報のニーズを満たした場合の効果では、“**サイトの魅力アップ**”に加え、“**サイトを提供する企業の印象が良くなる**”など、他サイトとの**差別化**に役立つとの回答を得られました。

実際にエリアターゲティングによって地域情報を最適化した検証サイトを作成。その使用感を調査したところ、ユーザーの**6割程度がこの機能に魅力**を感じ、約7割が“**便利になった**”“**情報を探し易くなった**”と回答。また、半数以上が“**興味が高まる**”“**サイト利用機会が増える**”と回答し、エリアターゲティングを実施した場合に、サイトへの集客強化とユーザービリティ向上に効果があることが示唆されました。

調査結果のレポートはこちらをご覧ください

10人中7人が「わかりやすくなった」というサイトリニューアルのポイントとは？
<http://www.arearesearch.co.jp/information/090414.html?id=pr>

■会社概要

社名： サイバーエリアリサーチ株式会社 <http://www.arearesearch.co.jp/?id=pr>
本社： 静岡県三島市一番町18-22 アーサーファーストビル4F 東京支社：東京都中央区日本橋1-2-10 東洋ビル5F
代表者： 代表取締役 山本 敬介 資本金： 6,975万円
事業内容：
・ IP Geolocationデータベース「SURFPOINT」の制作販売
・ 地域情報発信ASPサービス「どこどこJP」の提供
・ アクセスログ解析ASPサービス「らくらくログ解析」の提供
・ Web顧客開拓ツール「らくらく顧客開拓」の提供
・ Webサイト制作やブログ構築などWebマーケティング支援

■本件に関する報道関係お問合わせ

サイバーエリアリサーチ株式会社 広報担当：木ノ内
TEL：055-991-5544 FAX：055-991-5540 E-mail：info@arearesearch.co.jp

調査概要

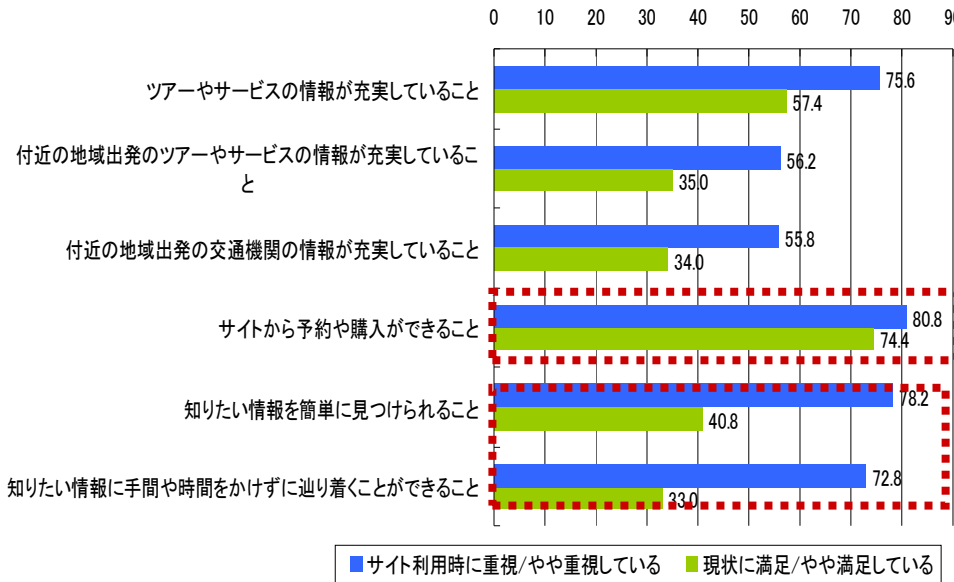
調査方法：インターネットリサーチ

調査期間：2009年2月24日～25日

有効回答数：500件

調査対象：過去半年以内に旅行系サイトで地域に関わる情報を利用したことがある全国のインターネットユーザー

Q. あなたが“旅行系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目にどの程度満足していますか。(N=500)

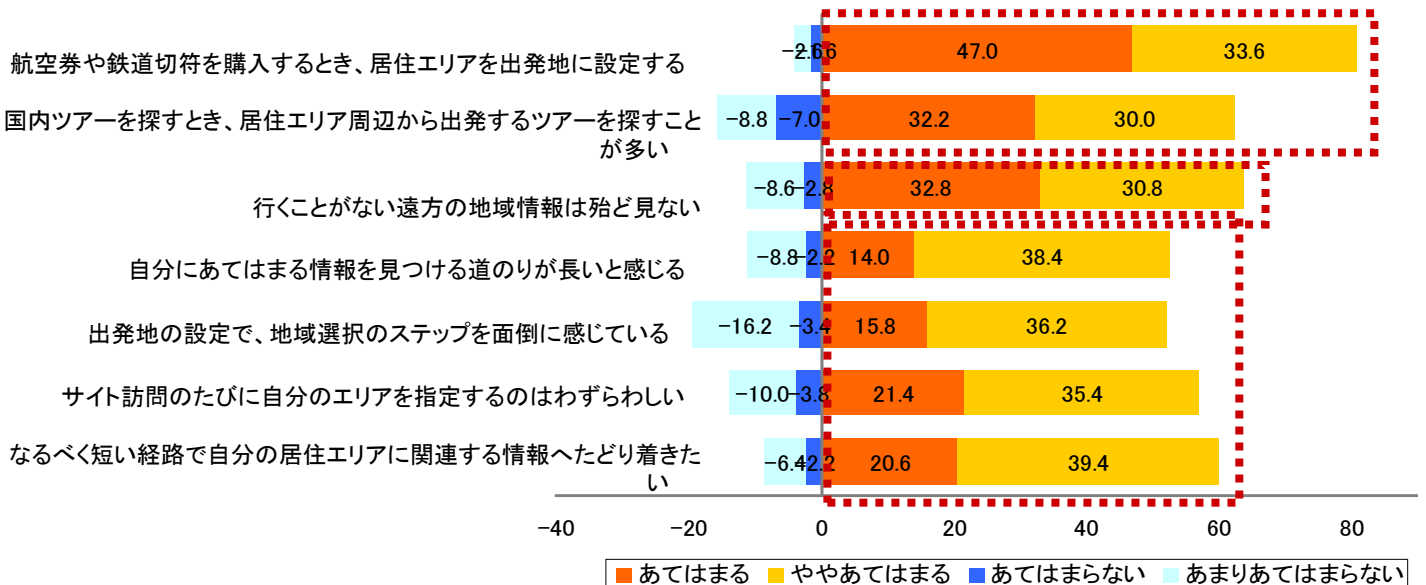


サイト利用時に重視しているユーザーの割合が最も高い「サイトからの予約や購入」の項目については、需要と満足度に大きなギャップはない。

一方で、「知りたい情報を簡単に見つけられること」「手間や時間をかけずに情報にたどり着けること」といった、ユーザビリティの項目については、重視しているユーザーが多いにもかかわらず、満足しているユーザー割合は低かった。

つまり、情報を見つけやすくすることの重要性が高いといえた。

Q. あなたが“旅行系サイト”を閲覧・利用する際、以下の項目についてどのように感じていますか。(N=500)



ツアーや航空券を探すとき、出発地は居住エリア周辺が6～8割を占めることがわかった。また、行くことがない遠くの地方の情報については見ないユーザーが6割以上を占めたことから、ユーザーは特に居住エリア周辺の情報を求めていることがわかった。

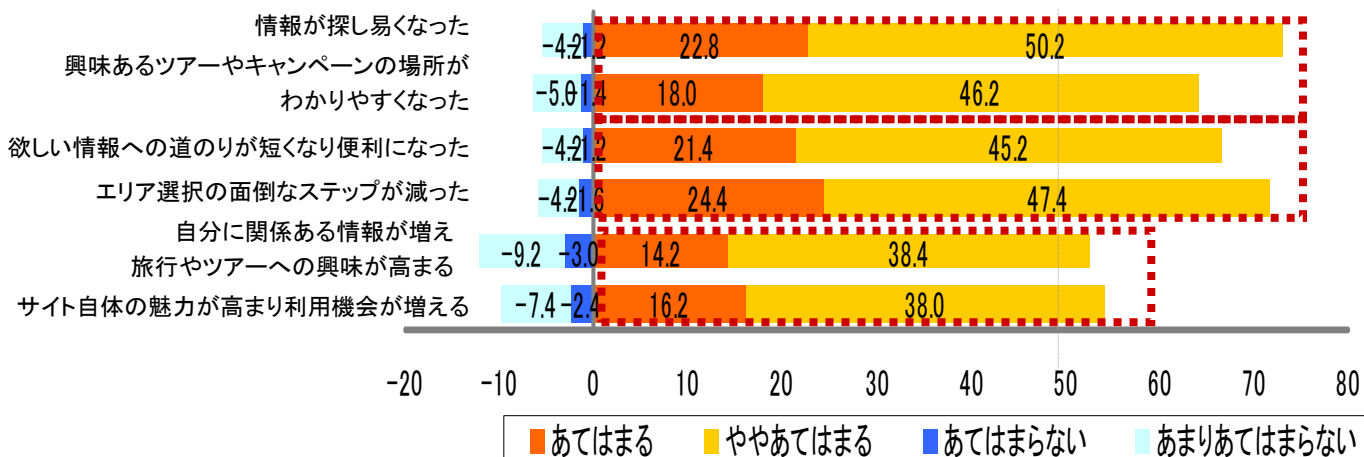
さらに、付近の地域情報への道のりを長く感じたり、地域選択がわずらわしいと感じるユーザーは半数以上、そして情報への経路を短くしたいユーザーは6割いることから、地域情報を素早く見つけて到達したいニーズが明らかになった。

Q. ユーザーの地域を自動で判別して、それぞれの地域の情報を切り替えて配信するサイト(図参照)があったらどうでしょうか？(N=500)



図. ユーザーの地域を判別して地域情報を最適化した検証サイト(図は茨城県から見た場合)

- ① 地域タブの切り替え
- ②④ ユーザーの地域周辺発のキャンペーンやセールツアー情報
- ③ 出発地を自動入力
- ⑤ 近くの店舗情報を表示
- ⑥ 地域情報を使ったおまけコンテンツ
- ⑦ 広告の地域配信



「情報を探し易くなった」「わかりやすくなった」が7割を占め、ユーザーへのストレスを軽減できることがわかった。
 また、「面倒なステップが減った」「便利になった」も7割あり、サイトユーザビリティ向上に役立つといえた。さらに半数以上が「興味が増しサイト利用が増える」と回答し、地域別の情報配信がサイト利用の動機付けにも役立つといえた。