

【報道関係各位】

～マクロミルの携帯リサーチ MobileMill の新サービス～
受験コミュニティサイト『uchico』より中学生・高校生を中心とするモニタを構築

2010年3月3日
 株式会社マクロミル
 (証券コード：東証一部 3730)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表取締役会長兼社長：杉本哲哉）は、若年層への携帯電話調査サービスを強化するため、株式会社サミーネットワークス（本社：東京都港区、代表取締役社長：大野政昭）が運営する受験コミュニティ携帯サイト『uchico（うちこ）』の会員から、中学生・高校生を中心とする携帯調査モニタを共同で構築、3月3日よりサービス提供することをお知らせいたします。

◆ **中高生を中心とする『uchico モニタ』の概要**

このたびサービス提供を開始する『uchico モニタ』は、株式会社サミーネットワークスが中学生・高校生をターゲットに運営する、携帯電話で遊びながら勉強できる無料受験コミュニティサイト『uchico』の会員約60万人を母集団として、モニタの募集・構築を行いました。

有効モニタ数は16,512人(2010年2月23日時点)で提供開始し、今後もモニタ数の増強を図ってまいります。リサーチ料金は、5問・100サンプル回収で11万円からとなります。

『uchico モニタ』は、中学生・高校生を対象にした携帯電話の利用実態や受験・進路に関する意識調査、そのほか興味関心事項などのマーケティングリサーチに活用することができます。

◆ **調査目的にあわせて選べる、マクロミルの携帯調査モニタ**

昨今、若年層を中心に携帯電話を主な情報収集・発信手段とする消費者が増加しており、企業のマーケティング担当者は、携帯ユーザ独自の消費行動、メディア接触状況等を把握すべきマーケティング課題として注目し始めています。このような背景から、マクロミルではさまざまなバリエーションの携帯調査モニタを構築して、携帯リサーチサービスの強化を図っています。

マクロミル携帯調査モニタ

携帯調査モニタ名称	有効モニタ数	特徴
モバイルモニタ	19万5164人 (2010年2月1日現在)	全国約89万人のマクロミルモニタ（PCによる登録会員）の中から、携帯電話調査への協力に同意した会員により構成。大規模モニタから希望の条件で対象者を抽出し、写真調査や消費行動直後の意識調査などさまざまな携帯調査を行うことができます。
ミルモバモニタ	5万5389人 (2010年2月1日現在)	マクロミルがモバイルサイトのみで募集した携帯モニタ。モバイル親和性が高いことから、若年層やモバイル端末をメインに活用している消費者を対象とする調査に適しています。
【新サービス】 uchico モニタ	1万6512人 (2010年2月23日現在)	サミーネットワークス運営の無料受験コミュニティサイト「uchico」会員から募集した携帯モニタ。「中学生」や「高校生」を対象とする調査に活用できます。

マクロミルは、今後も企業のマーケティング課題解決をサポートすべく、付加価値の高いマーケティングリサーチサービスの開発・提供を目指してまいります。

【参考】uchico モニタによる携帯調査結果

中学生・高校生の携帯電話利用状況に関する調査 (一部抜粋)

『uchico モニタ』を用いて実施した携帯アンケート結果をご紹介します。

調査対象 : 全国の携帯電話を所有している中学生・高校生 1,222 名 (中学生 573 名 高校生 649 名)

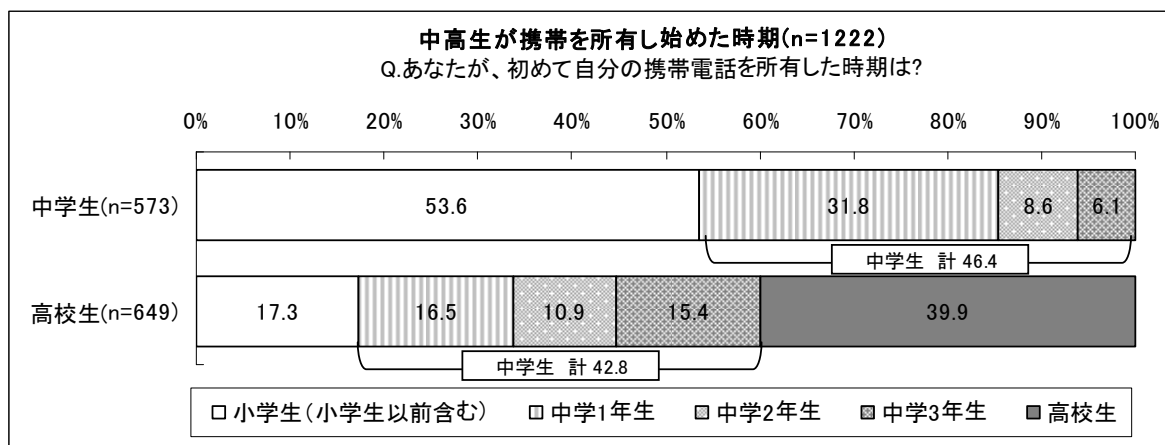
[マクロミル uchico モニタ]

調査手法 : 携帯電話を用いたインターネットリサーチ

調査期間 : 2009 年 11 月 27 日～2010 年 2 月 14 日

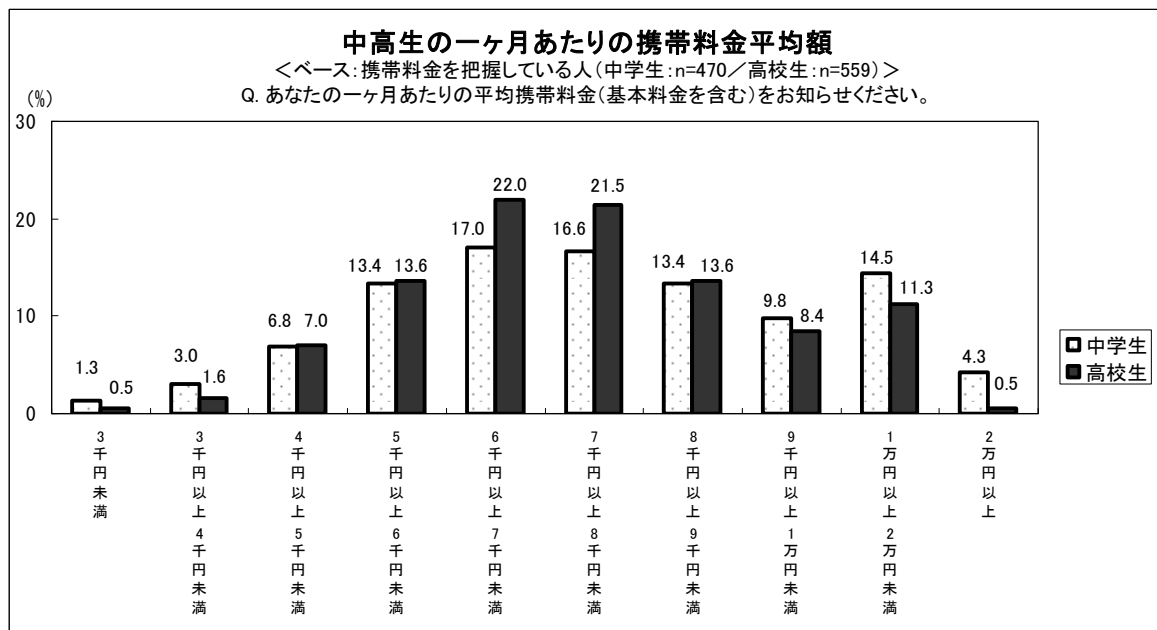
●中学生の 54%が、「小学生の時から」携帯電話を所有。

初めて携帯電話を所有した時期を尋ねると、中学生では「小学校から」という回答が 54%と最多でした。一方、高校生では、初めて携帯電話を所有した時期は「中学生」が 43%、「高校生」は 40%となっており、若年層ほど携帯電話を所有し始める時期が早期化していることがうかがえる結果となりました。



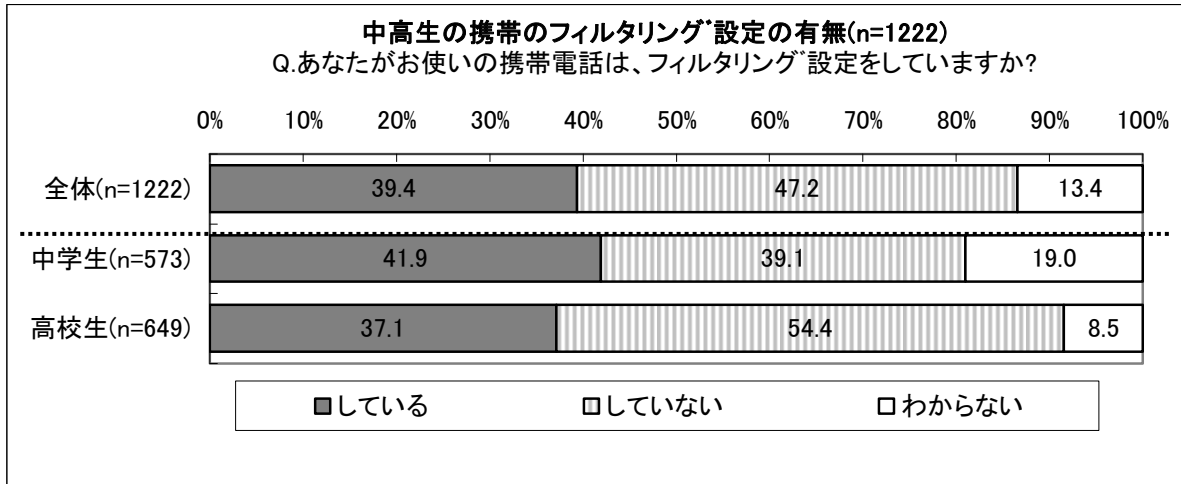
●1ヶ月の携帯電話料金、中学生・高校生ともに 平均6千円～8千円

中学生と高校生に、1ヶ月あたりの携帯料金を尋ねると、月額平均6,000円～8,000円がボリュームゾーンとなりました。



● 中学生・高校生約 4 割が携帯フィルタリングを設定

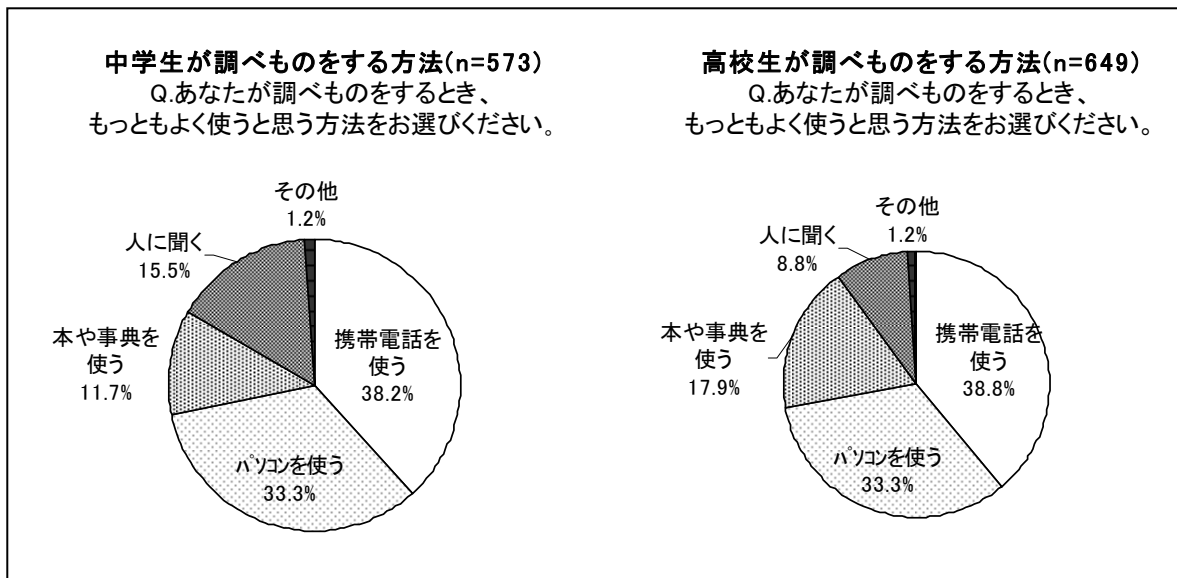
現在使用している携帯電話にフィルタリング設定をしているかどうか尋ねたところ、中学生の 42%、高校生の 37%が「している」と回答しました。



● 調べものをする方法は、中学生・高校生ともに「携帯電話」がトップ

調べものをするときに使う方法を尋ねると、中学生・高校生ともに「携帯電話」が約 4 割とトップになりました。次いで、「パソコン」が 3 割となっています。

「本や事典を使う」という回答は、高校生で 18%、中学生では 12%にとどまりました。



※ この結果は、『uchico モニタ』を使用した携帯電話調査結果の一部です。

本調査の詳細につきましては、お問合せくださいますようお願いいたします

【 受験コミュニティサイト uchico について 】

受験コミュニティサイト『uchico』は、中高生をターゲットに株式会社サミーネットサークスが運営する、「励ましあい、教え合って、遊びながら勉強する」ことをコンセプトとした無料の携帯受験コミュニティです。15分で弱点を診断できる「ケータイ模試」や、飽きずに学べる「うごく参考書」、仲間と情報交換をしたり気持ちを分かち合う「みんなのキモチ掲示板」など、“勉強”を“遊び”に変えるコンテンツをメインサービスとし、60万人以上の無料会員が登録しています。

無料受験コミュニティサイト uchico(うちこ) URL: <http://uchico.jp/>
株式会社サミーネットサークス URL: <http://www.sammy-net.jp/>

【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、インターネットを活用した市場調査サービス「ネットリサーチ」のリーディングカンパニーです。企業の商品開発・サービス改善等のマーケティング活動を支援するため、国内・海外の消費者を対象とするさまざまなリサーチサービスの提供を行っています。

社名 ■株式会社マクロミル
本社 ■東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075
URL ■www.macromill.com
設立 ■2000年1月31日
資本金 ■9億3,035万円 ※2009年9月末現在
上場取引所 ■東証一部 (証券コード: 3730)
代表者 ■代表取締役会長兼社長 杉本 哲哉 (すぎもと・てつや)
従業員数 ■301名 (うち、契約社員8名) ※2009年1月末現在
グループ会社 ■ブランドデータバンク株式会社
株式会社マクロミルワープ
Macromill Korea, INC. (韓国)
事業内容 ■1) インターネットを活用した市場調査 (ネットリサーチ)
2) 携帯電話を活用した市場調査 (モバイルリサーチ)
3) 世界各国の消費者を対象とした市場調査 (グローバルリサーチ)
4) 消費者購買動向調査および購買動向データの提供 (QPR™)
5) ネットリサーチ専用 ASP システム AIRs の提供
6) リサーチの企画設計・集計・分析サービス
7) その他リサーチサービス (定性調査など)
およびマーケティングに関するコンサルティング業務

— 本件に関するお問い合わせ先 —

株式会社マクロミル 広報担当: 西沢・小能 (おのう)
東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075
TEL: 03-6716-0707 FAX: 03-6716-0701
E-mail: press@macromill.com