

「MCS 2011 体験データ」を無償提供※

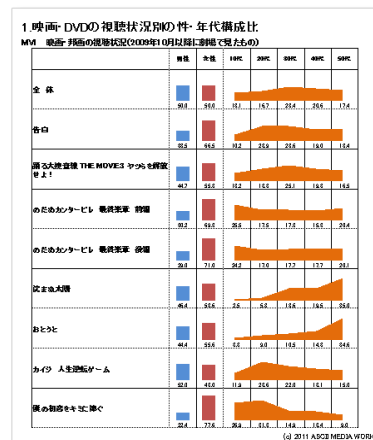
国内最大のネット・コンテンツ調査「MCS 2011」販売開始
ソーシャル、フリーミアム、電子書籍など、最新の消費者動向が明らかに

※2011年3月末日までの期間限定

株式会社アスキー・メディアワークス(本社:東京都新宿区 代表取締役社長:高野 潔)のリサーチ・メディア部門である「アスキー総合研究所」は、株式会社イード(本社:東京都中野区 代表取締役社長:宮川 洋)と協力し、メディア・コンテンツの利用状況に関する1万人規模の調査「MCS(メディア&コンテンツ・サーベイ)」の2011年版、「MCS 2011」の集計結果をまとめましたので、お知らせいたします。

「MCS 2011」では、コンテンツの消費状況やネットの利用状況、さらには好きなタレントやブランド、消費スタイル等について、詳細なアンケートを実施しています。これにより、無料/有料でのコンテンツ・サービスの利用実態や、ソーシャルメディアの浸透度、スマートフォン利用者の実像等、いまの消費者の実像を知るためのデータを得ることができます。

前年版である「MCS 2010」は大きな反響を頂戴し、多くのお客様にご導入いただきました。今回2011年版をリリースするにあたって、昨年同様有償でご提供する製品版のほか、一部の集計データファイルを「MCS 2011体験データ」として、期間限定で無償にてご提供いたします。



MCS 2011 体験データ(サンプル)

MCSは、コンテンツ・ネットに関する国内最大規模の調査です。

・回答者数10,005名。536設問、7,293選択肢

「MCS 2011」からは、例えばこんなことがわかります。

・20代男性のニコニコ動画利用率は48.6%

・mixi利用率は23.5%、Twitterは17.5%、Facebookは3.6%

以下のような多数のお客様が、すでにMCSを導入されています。

・大手広告代理店、コンテンツ制作企業、メディア企業、ネット関連企業、大手メーカーの商品企画・宣伝部門

「MCS 2011 体験データ」を、期間限定で無償提供

「MCS 2011」の全設問のうち約240設問に関して、性別/年代別で集計した結果を2011年3月末日まで、「MCS 2011体験データ」として、Excelファイルで無償提供いたします。詳細は次ページ以降をご覧ください。

【報道関係からのお問い合わせ先】

株式会社アスキー・メディアワークス アスキー総合研究所 (TEL: 03-6866-7338、E-mail: asciiresearch-info@ml.asciimw.jp)

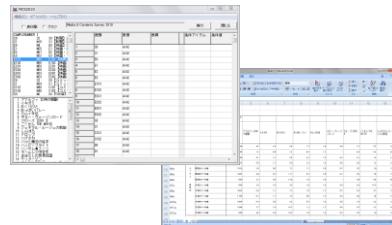
■製品構成

MCS 2011は、Windows上で動作するアプリケーション「MCS 2011 Windows版」と、Webブラウザ上で動作するWebサービス「MCS 2011 Web版」(2011年4月提供開始予定)で構成されます。

「MCS 2011 Windows版」 ※2011年2月28日提供開始

(データを閲覧できるクロス集計ソフト)

全設問のアンケート結果を、グラフ・表形式でExcelに出力できるWindowsアプリケーションです。全設問間で、3次元までのクロス集計が可能です。対応OSはWindows 2000/XP/Vista/7で、Mac OSやMac OS X、Linux等には対応していません。また、集計の実行には、Microsoft Office Excel 2003/2007が必要になります。

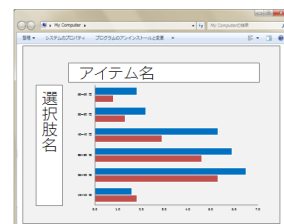


「MCS 2011 Web版」 ※2011年4月提供開始予定

(データを閲覧・集計できるWebサービス)

全設問のアンケート結果を、簡単な操作で集計し、集計結果をグラフとして表示できます。

結果グラフは、操作に応じて迅速に表示されますので、集計表を見てどんなグラフを作るのかを考える——という従来のスタイルではなく、直感的な操作ですぐに結果グラフを見ることができるようになります。



※画面はイメージです

■ライセンス・価格体系

「MCS 2011」は、1ライセンスでWindows版・Web版を併せてご利用いただけます。料金体系は、原則として月額課金となります(一括してお支払いいただくことも可能です)。

ライセンス数	価格(税別)
1	月額50,000円
3	月額70,000円
5	月額100,000円

6ライセンス以上の購入、または広告代理店様の導入については、アスキー総合研究所にご相談ください。なお、Windows版は1ライセンスで1台のパソコンに、Web版は1ライセンスで1名のユーザーが利用できます。また、1ライセンスをご契約いただける単位は、最大で100名程度の部署とさせていただきます。100名を超える規模の部署でご利用になりたい場合は、これもアスキー総合研究所まで直接お問い合わせください。

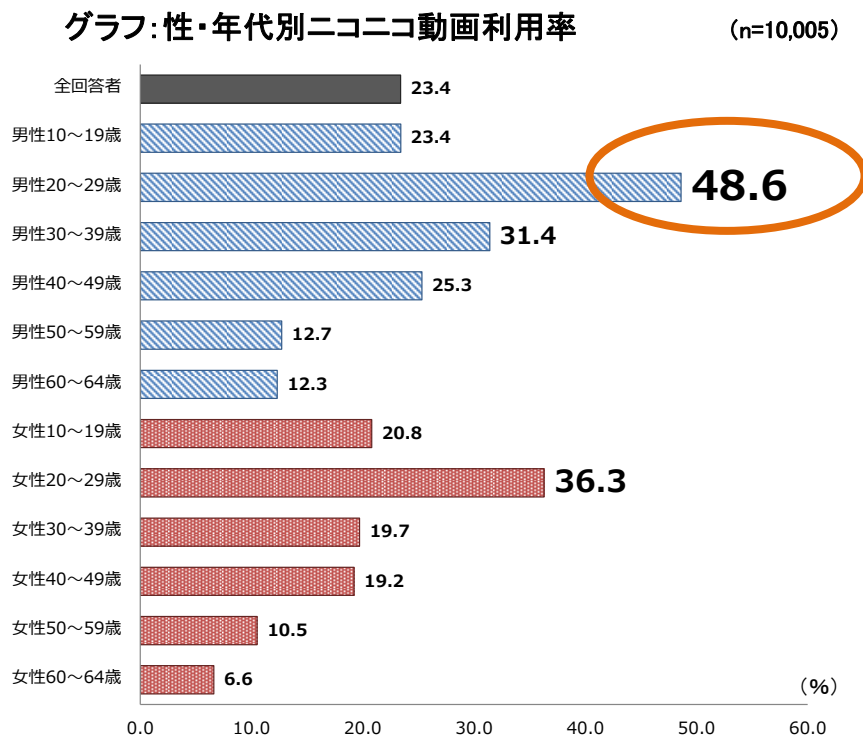
ライセンス、使用許諾の詳細については、アスキー総合研究所のWeb上のQ&A(<http://research.ascii.jp/consumer/contentsconsumer/QA.pdf>)をご覧ください。

「MCS 2011」調査概要

- 調査方式: ネットアンケート・自記式
- 調査対象者: 全国の10~64歳の、男女インターネット利用者(PCから)
- サンプル数: 10,005サンプル
- 調査実施時期: 2010年11月下旬~12月中旬
- 調査主体: 株式会社アスキー・メディアワークス アスキー総合研究所
- 調査実施: 株式会社イード
- 調査項目数: 約536設問、7,293選択肢

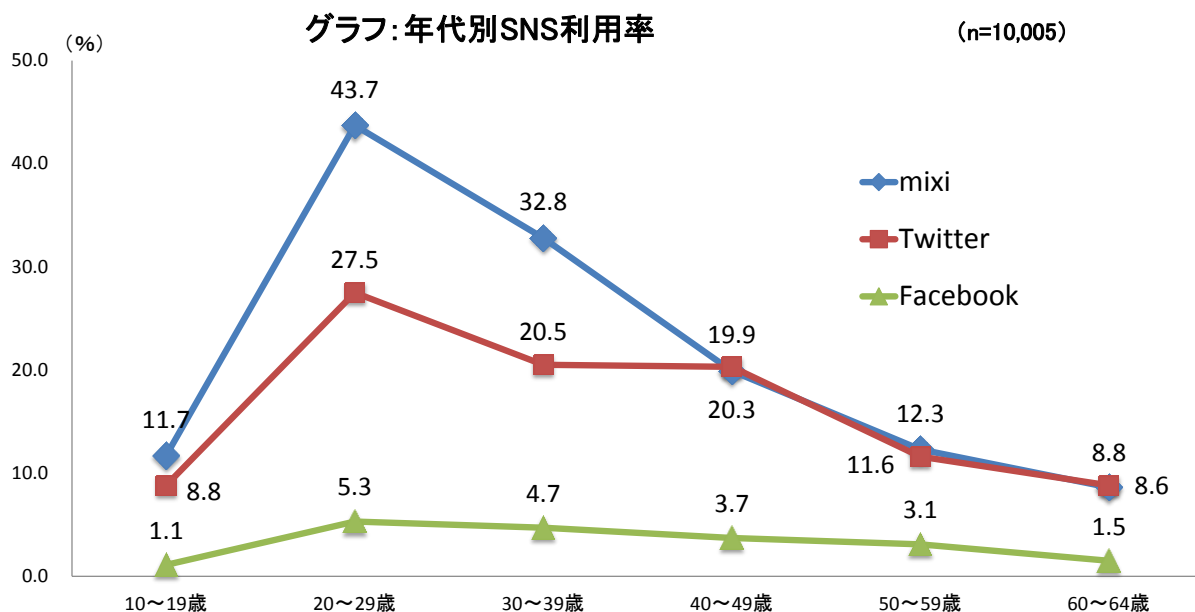
■ご参考:「MCS 2011」による集計例

20代男性のニコニコ動画利用率は48.6%



ニコニコ動画を視聴したことがあるか(PC、スマートフォン、携帯電話、タブレット端末含む)を聞くと、20代男性の約半数は視聴経験があると回答。また、ニコニコ動画に動画を投稿したことがあるかどうかについても、20代男性の3.5%は経験があると回答(全体平均では0.7%)。

Twitter利用率がmixi利用率に肉薄



全体では、mixiの利用率(2010年4月以降の利用の有無)23.5%に対して、Twitterは17.5%と肉薄。40代以上ではTwitterが上回る部分もある。双方とも20代の利用率が最も高いが、20代ではmixiの利用率がTwitterを15%程度上回る。一方で、Facebookの利用率は全体でも3.6%と、mixiに比べればまだまだ低い。

■「MCS 2011 体験データ」の無償提供（2011年3月末まで）

「MCS 2011」の全設問のうち約240設問について、性別／年代別（10歳刻み）で集計した結果データを、Excelファイルで無償提供いたします。

希望される場合は、アスキー総合研究所のWebサイト上で簡単なアンケートにお答えいただき、社名・部署名、氏名、メールアドレス等をご記入いただくと、ダウンロード先URLを通知いたします。

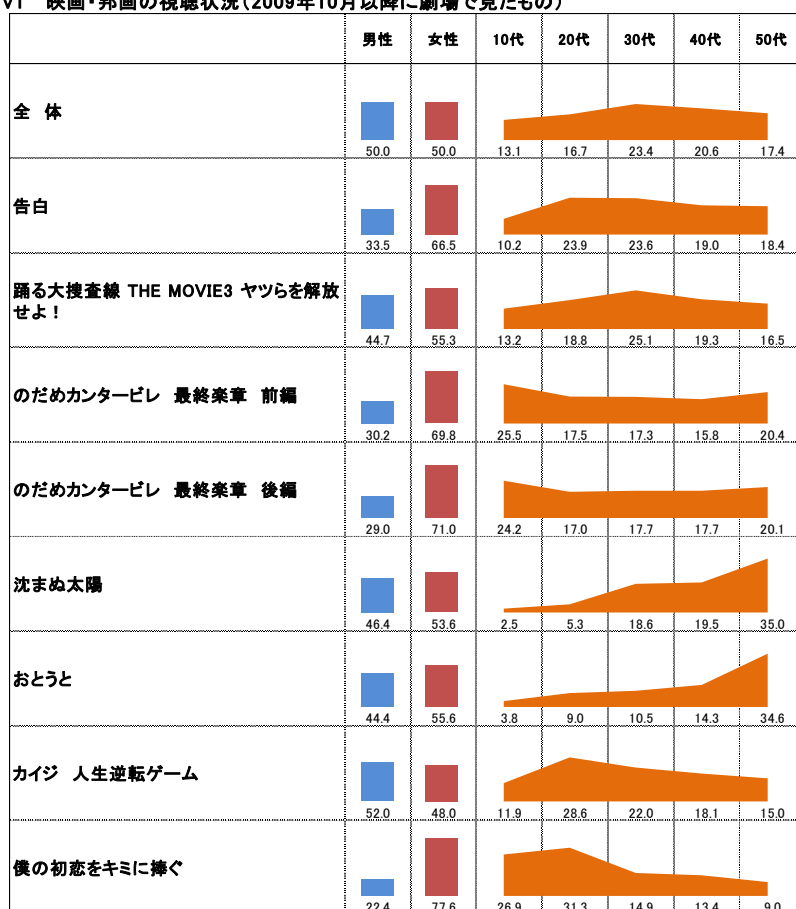
詳しくは、アスキー総合研究所のWebサイト

<http://research.ascii.jp/consumer/contentsconsumer/>
をご覧ください。

「MCS 2011 体験データ」のサンプル

1. 映画・DVDの視聴状況別の性・年代構成比

MV1 映画・邦画の視聴状況（2009年10月以降に劇場で見たもの）



(c) 2011 ASCII MEDIA WORKS

※実際の「MCS 2011 体験データ」とはデザイン等が異なる可能性があります。

グラフの見方

性別・年代とも、該当者に占める構成比です。たとえば、20代が30%となっていた場合、該当者のうちの30%が20代ということを表しています。20代の30%がその項目に該当しているということではありませんので、ご注意ください。

本データ取り扱い時の注意

収録されているデータは、社内外向けの資料や記事、論文、広告などに、自由にご利用いただけます。ただし、本データ自体の配布・販売は、一部・全体に限らず禁止します。本データをご利用になる方は、かならずアスキー総合研究所のWeb上でアンケートにお答えのうえ、ダウンロードしてください（ダウンロード先URLを、第三者に通知・公開することはお控えくださいを）。また、データをご利用になる際は、“アスキー総合研究所「MCS 2011」より”と、出典元を明記してください。

【アスキー総合研究所】 URL: <http://research.ascii.jp/>

アスキー総合研究所は、株式会社アスキー・メディアワークスの法人向けリサーチ・メディア部門です。コンテンツ、カルチャー、およびWeb、PC、携帯電話などによるコミュニケーションを対象として、法人向けに調査・分析データの販売を行っています。

〒160-8326 東京都新宿区西新宿4-34-7

【株式会社アスキー・メディアワークス】 URL: <http://asciimw.jp/>

出版を基盤としながら、コンテンツをクロスメディア、映像までメディアを超えてプロデュースするコンテンツ・プロデュース・カンパニーです。「アスキー」「電撃」という2つのブランドを軸として、《Entertainment》《Business》《Culture》という3つの事業領域にコンテンツを発信しています。

※2008年4月、株式会社アスキーと株式会社メディアワークスが合併いたしました。

【株式会社イード】 URL: <http://www.iid.co.jp/>

デザインとマーケティングを基軸に、リサーチ&コンサルティング事業やITソリューション事業、専門メディアビジネスを手がけるメディア・マーケティングカンパニーです。自動車及びIT機器等のデザイン評価・ユーザビリティ評価など、「人間の感性」に関わる調査・分析を強みにしたマーケティング・リサーチや、IT総合情報ニュースサイト『RBB TODAY』(<http://www.rbbtoday.com/>)、自動車総合情報サイト『レスポンス』(<http://response.jp/>)といった多彩な専門メディアを展開しています。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社アスキー・メディアワークス

アスキー総合研究所 TEL:03-6866-7338 FAX:03-6866-7339 E-mail: asciiresearch-info@ml.asciimw.jp