

# 1 全国の情報流通

## - 情報流通量が加速度的に増加

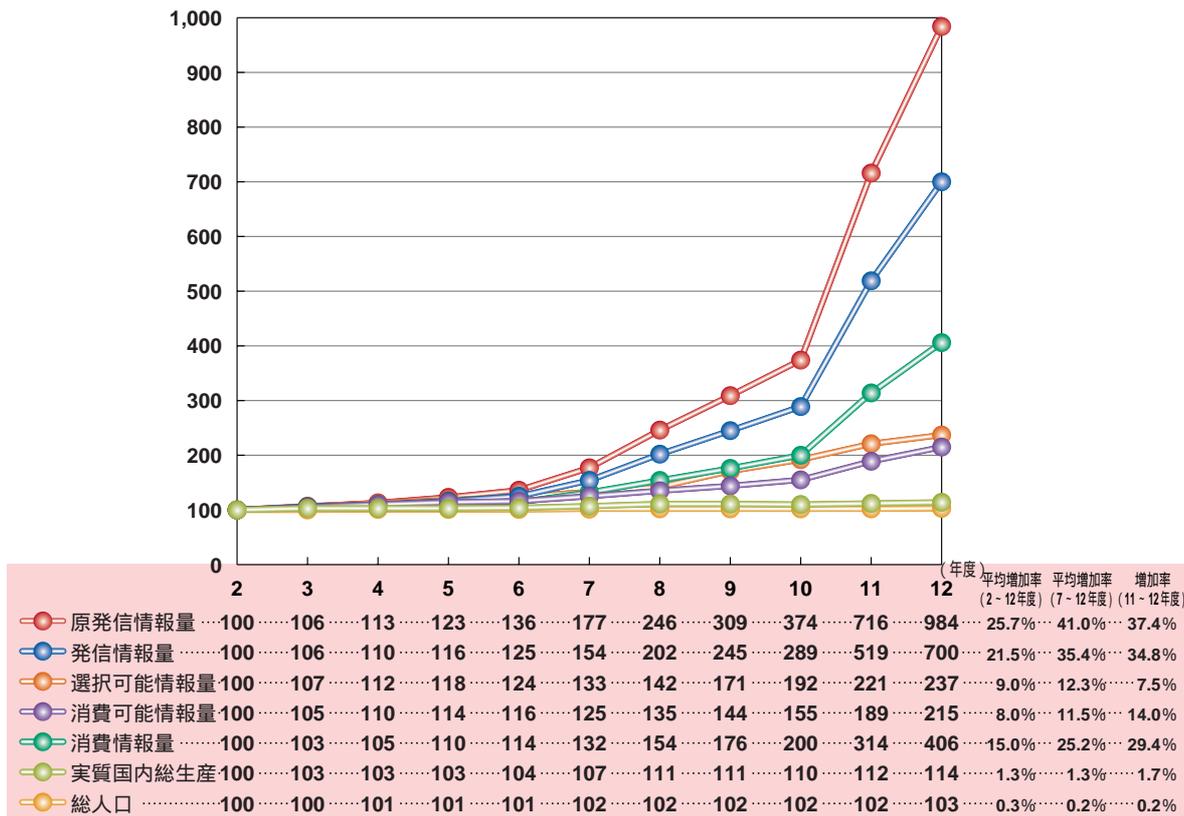
我々は、膨大な量と多様な性質をもった情報が流通する情報環境の中で生活をしている。情報環境は、

放送、新聞、雑誌等のマスメディアによって形成される社会的情報環境と、通信、郵便、対話等の対人的なパーソナルメディアによって形成される対人的情報環境に大きく分類される。インターネットは、パーソナルメディアでありながら、マスメディアの性格も兼ね備えている。

総務省では、情報環境を形成する多様な情報流通量を総合的かつ定量的に把握するため、「情報流通センサス調査」<sup>(注)</sup>を行っている。同調査を基に、過去10年間（平成2～12年度）の我が国における情報量の推移をみると、いずれの情報量も一貫して増加しており、とりわけ近年その増加は著しいものとなっている（図表）。過去10年間の年平均増加率につい

てみると、原発信情報量が25.7%、発信情報量が21.5%、選択可能情報量が9.0%、消費可能情報量が8.0%、消費情報量が15.0%となっている。また、過去5年間（平成7～12年度）の年平均増加率は、原発信情報量が41.0%、発信情報量が35.4%、選択可能情報量が12.3%、消費可能情報量が11.5%、消費情報量が25.2%となっている。さらに、対前年度増加率は、原発信情報量が37.4%、発信情報量が34.8%、選択可能情報量が7.5%、消費可能情報量が14.0%、消費情報量が29.4%となっており、いずれの情報量も加速度的に増加していることがうかがえる。これは、情報化、ネットワーク化の進展等に伴い、「専用サービス（データ伝送）」、「ISDN（データ伝送）」の情報流通量が毎年加速度的に増加していることが大きく寄与している。

図表 我が国における情報量の推移（平成2年度を100として指数化）



(出典)「情報流通センサス調査」

(注)「情報流通センサス調査」の概要については、資料2-6-1、情報量の推移については資料2-6-2参照

## 2 地域の情報流通

### - 発信情報量に比べ、消費情報量では地域間格差は小さい

平成12年度における発信情報量について、都道府県別のシェアをみると、東京都（16.9%）が最も大きく、2位の大阪府（6.8%）以下、他の道府県と比較して突出している。また、住民一人当たりの発信情報量をみると、東京都（全都道府県平均の1.9倍）、石川県（同1.9倍）、群馬県（同1.9倍）、奈良県（同1.6倍）、徳島県（同1.6倍）等が大きくなっており、一人当たりでも東京都の発信情報量は他の道府県を大きく上回っていることが分かる。

次に、平成12年度における選択可能情報量について、都道府県別のシェアをみると、発信情報量と同様、東京都（12.6%）が最も大きく、2位の大阪府（8.5%）以下、他の道府県と比較して突出しているものの、発信情報量と比較するとその突出の程度はやや低いものとなっている。また、住民一人当たり選択可能情報量をみると、山梨県（全都道府県平均の1.6倍）、三重県（同1.5倍）、東京都（同1.5倍）、

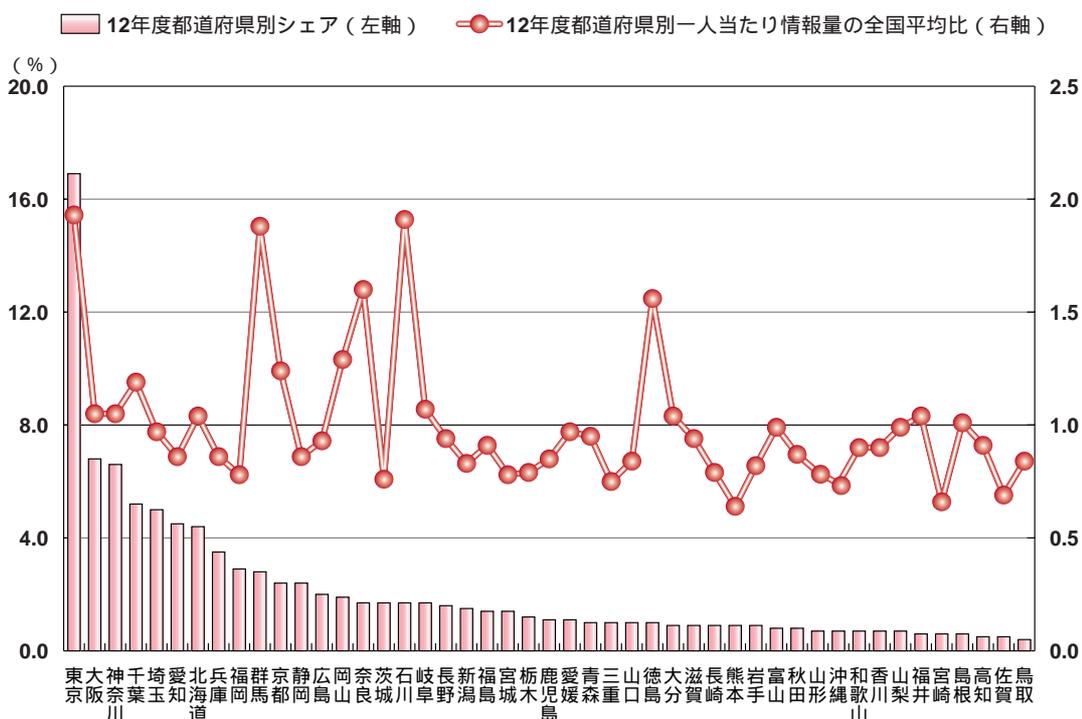
神奈川県（同1.4倍）、大阪府（同1.4倍）、兵庫県（同1.4倍）等において大きくなっている。

さらに、平成12年度における消費情報量について、都道府県別のシェアをみると、発信情報量、選択可能情報量と同様に東京都（11.5%）が最も大きい、2位の大阪府（6.9%）との差は選択可能情報量と同程度にとどまっている。また、住民一人当たり消費情報量をみると、石川県（全都道府県平均の1.5倍）、群馬県（同1.5倍）、奈良県（同1.3倍）、徳島県（同1.3倍）、東京都（同1.2倍）等において大きい、発信情報量、選択可能情報量と比較すると、多くの都道府県は全都道府県平均近くに分布しており、地域間格差は小さいといえる。

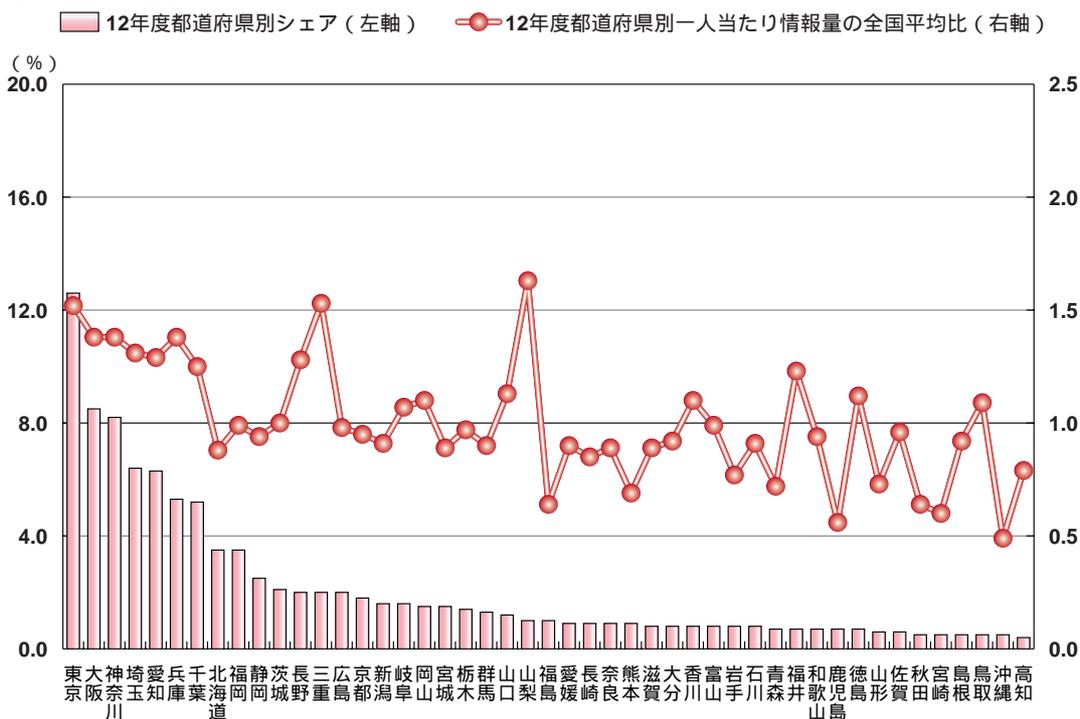
以上のことから、情報流通における地域格差は、発信の段階では大きなものであるものの、消費の段階では比較的小さくなっていることが分かる。

図表 情報流通量の都道府県別シェアと一人当たり情報流通量の全都道府県平均比

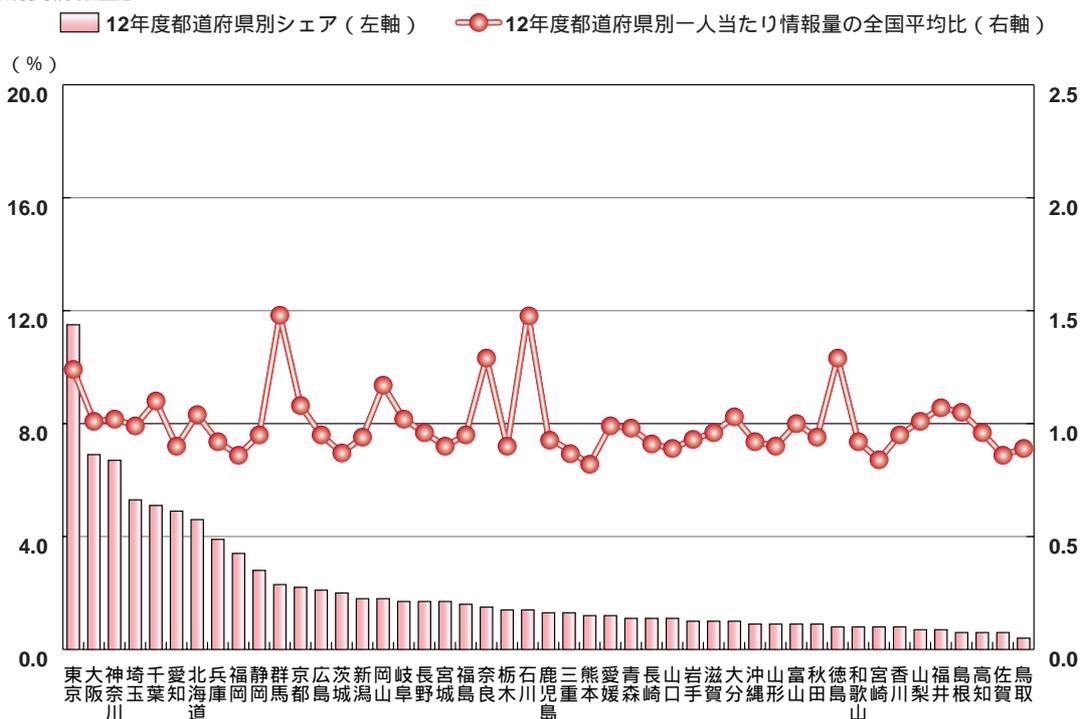
【発信情報量】



【選択可能情報量】



【消費情報量】



- 1 都道府県別シェアは、総量に占める各都道府県の占有率を示す
- 2 一人当たり・全都道府県平均比は、一人当たり情報流通量の全47都道府県の平均に対する比率を倍数で示したものの。なお、全47都道府県の平均(1.0倍)は図中において横線で示している

(出典) 「情報流通センサス調査」