

日本のブロードバンドユーザー の利活用の特徴

平成23年7月3日

佐野貴子（総務省情報通信政策研究所）

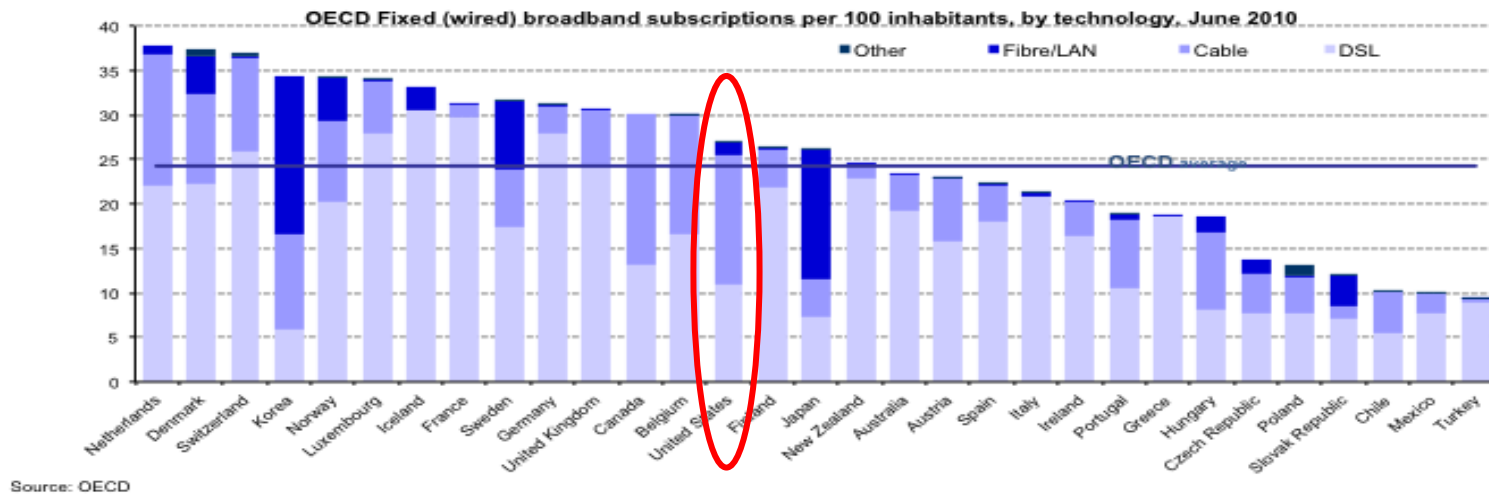
秋吉美都（専修大学准教授）

土屋大洋（慶應義塾大学教授）

1. 調査研究の概要(1)

① 目的

- ・日本においては、光ファイバ等のインフラ整備が進み、世界でも最も安価なサービス利用が可能
- ・ブロードバンド利用については、OECD加盟国中16位。利用が進んでいるとは言えない。



1. 調査研究の概要(2)

ブロードバンド環境を享受する中、日本のブロードバンドユーザーは、どのような利活用をしているのだろうか(大容量データを活用しているのか?)。

② 調査内容

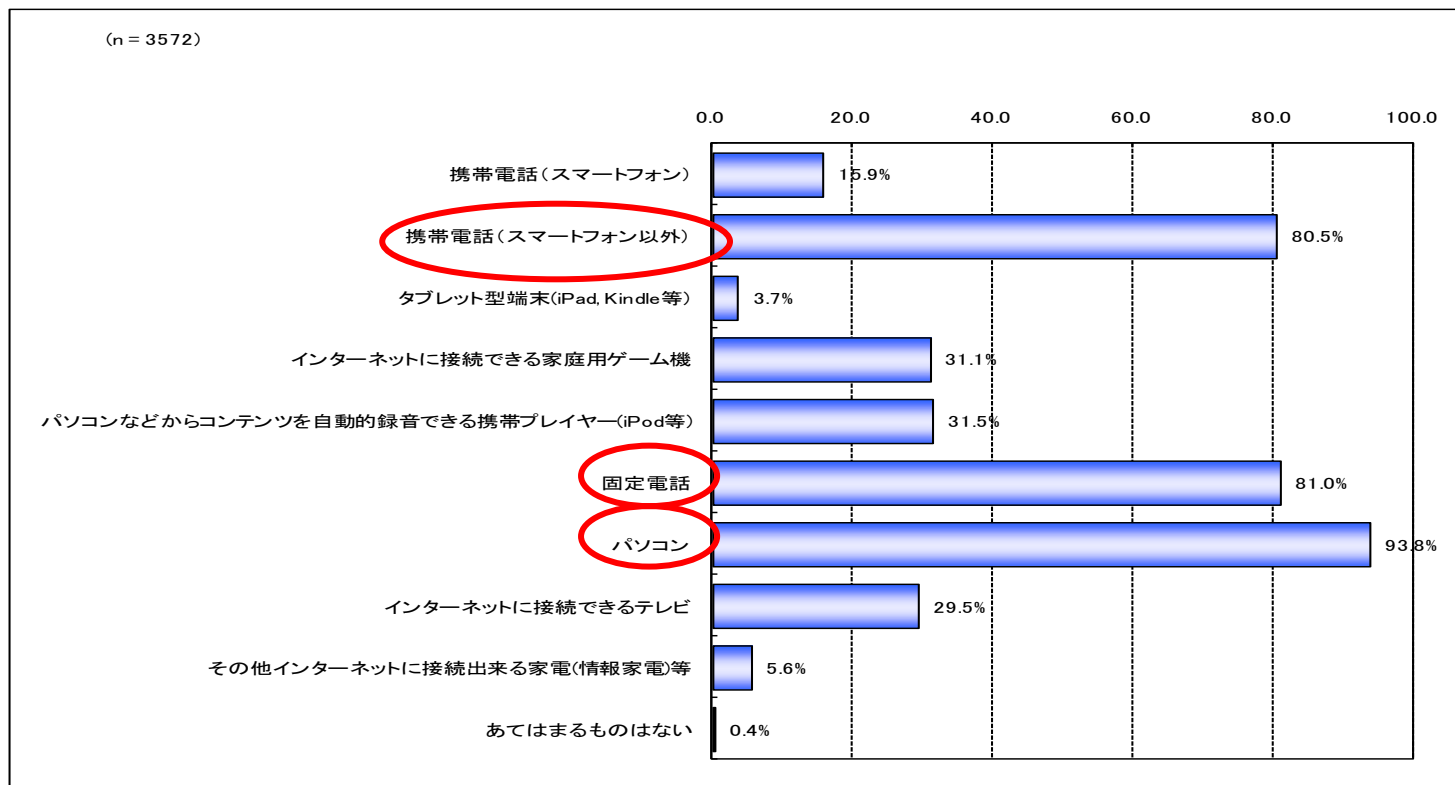
ブロードバンドサービスの利用者に対して、利用しているサービスや利用意識等について、次の様なアンケート調査を実施

- ・設問; 回線契約数、保有デバイス数、利用サービスの内容、専用(個人用)パソコンの有無、固定通信とモバイル通信の利用の差違、利用阻害原因、等
- ・属性; 年齢、性別、学歴、世帯収入、等
- ・有効回答数; 約3,500人

2-1. 利用場所(自宅での利用) 保有デバイス

・個人の自宅で保有しているデバイスについては、パソコンの所有率が最も高い。

[パソコン](93.8%)、次いで[固定電話](81.0%)、[携帯電話（スマートフォン以外）](80.5%)となっている。

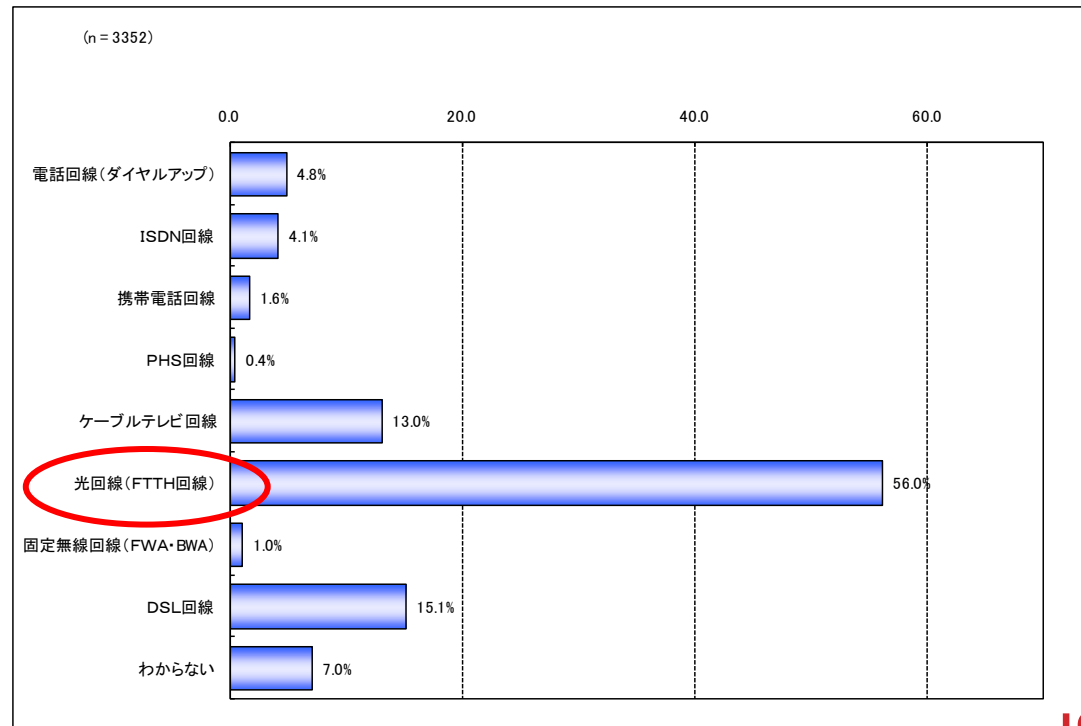


2-1. 利用環境（自宅での利用） パソコンの利用環境

- ・個人の自宅でパソコンを所有している者の多く(78.2%)は、自分専用のパソコンをもっている。

		n	%
1	もっている	2622	78.2
2	もっていない	730	21.8
	全体(n)	3352	100.0

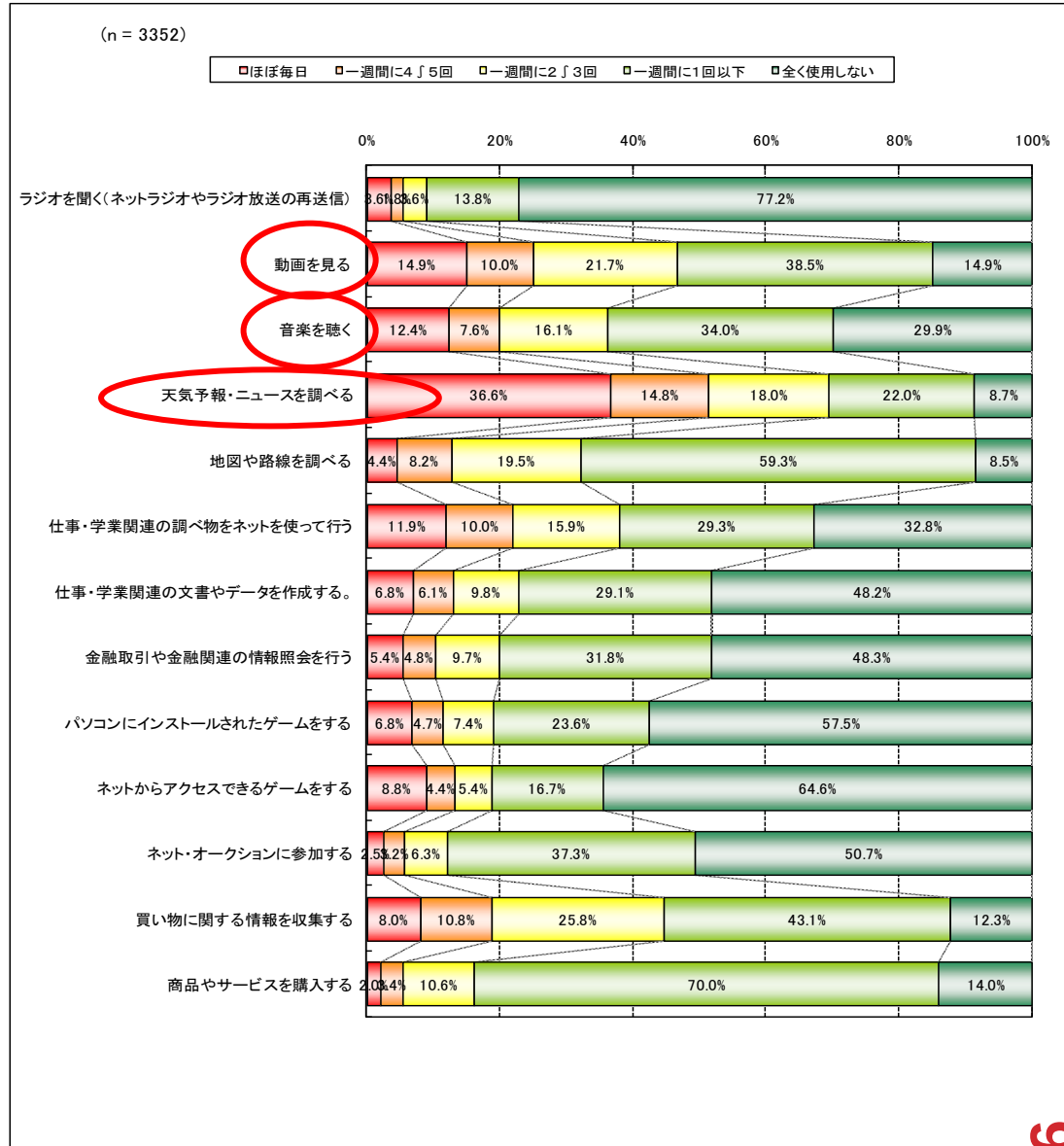
- ・個人の自宅でパソコンを所有している家庭では、光回線（FTTH）の利用が一番多く(56.0%)、ついでDSL回線(15.1%)、ケーブルテレビ回線(13.0%)となっている。



2-1. 利用環境（自宅での利用） パソコンの利用目的

・個人の自宅では、パソコンを情報収集や動画・音楽の視聴に利用している。

ほぼ毎日、[天気予報やニュースを調べる](36.6%)、ついで[動画を見る](14.9%)、[音楽を聴く](12.4%)となっている。



2-2. 利用環境（職場等での利用） パソコンの利用環境①

- ・職場・学校に通っている回答者が約6割(61.7%)、通っていないのか約4割(38.3%)。

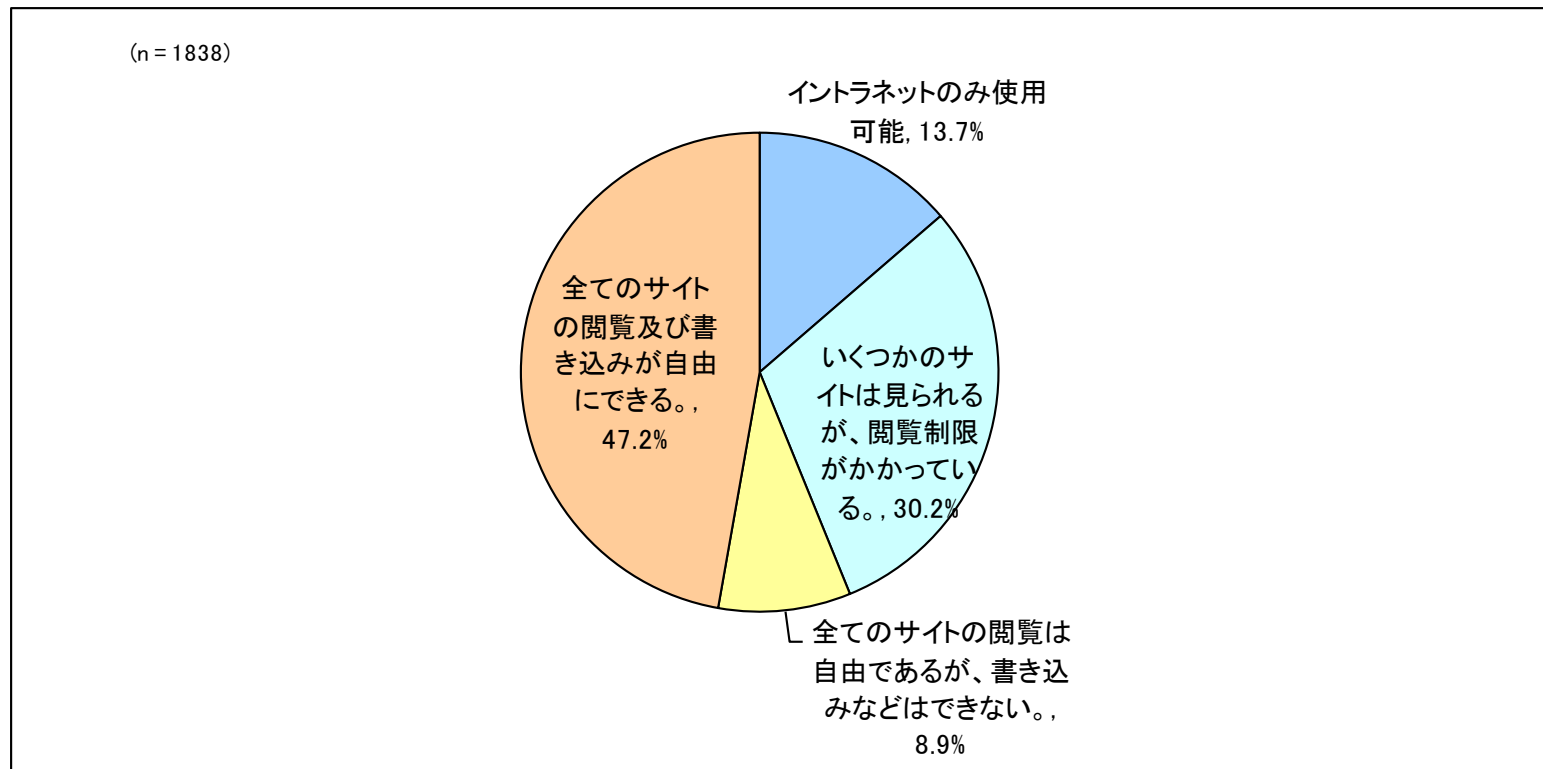
		n	%
1	通っている	2205	61.7
2	通っていない	1367	38.3
	全体(n)	3572	100.0

- ・通っている回答者のうち、職場・学校でパソコンを使用している者は8割以上(83.4%)。

		n	%
1	はい	1838	83.4
2	いいえ	367	16.6
	全体(n)	2205	100.0

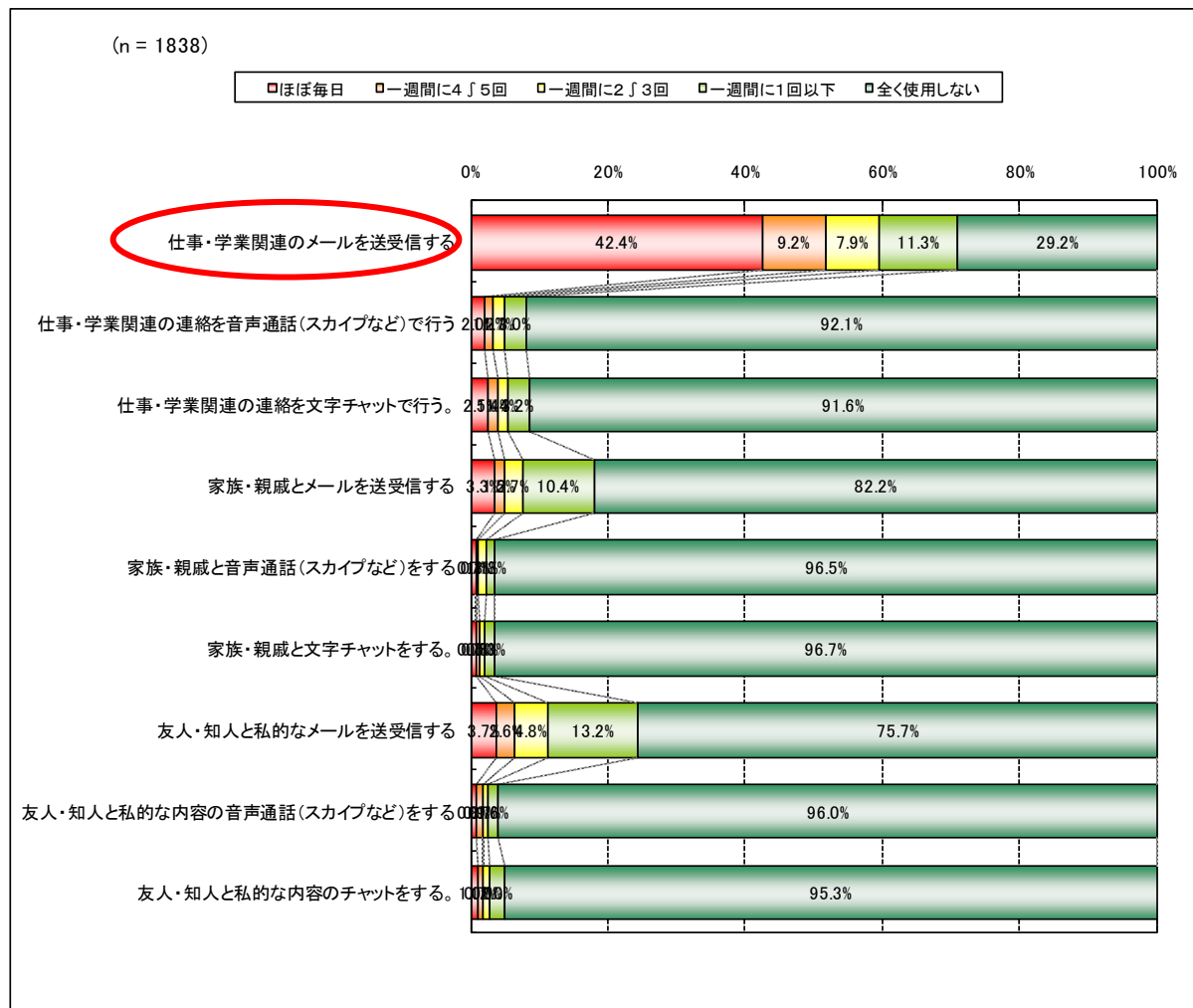
2-2. 利用環境（職場等での利用） パソコンの利用環境②

・職場・学校でパソコンを使用している者のうち、約半数(47.2%)の者が全てのサイトの閲覧及び書き込みが自由など、自由度の高い利用が可能となっている。



2-2. 利用環境（職場等での利用） パソコンの利用目的①

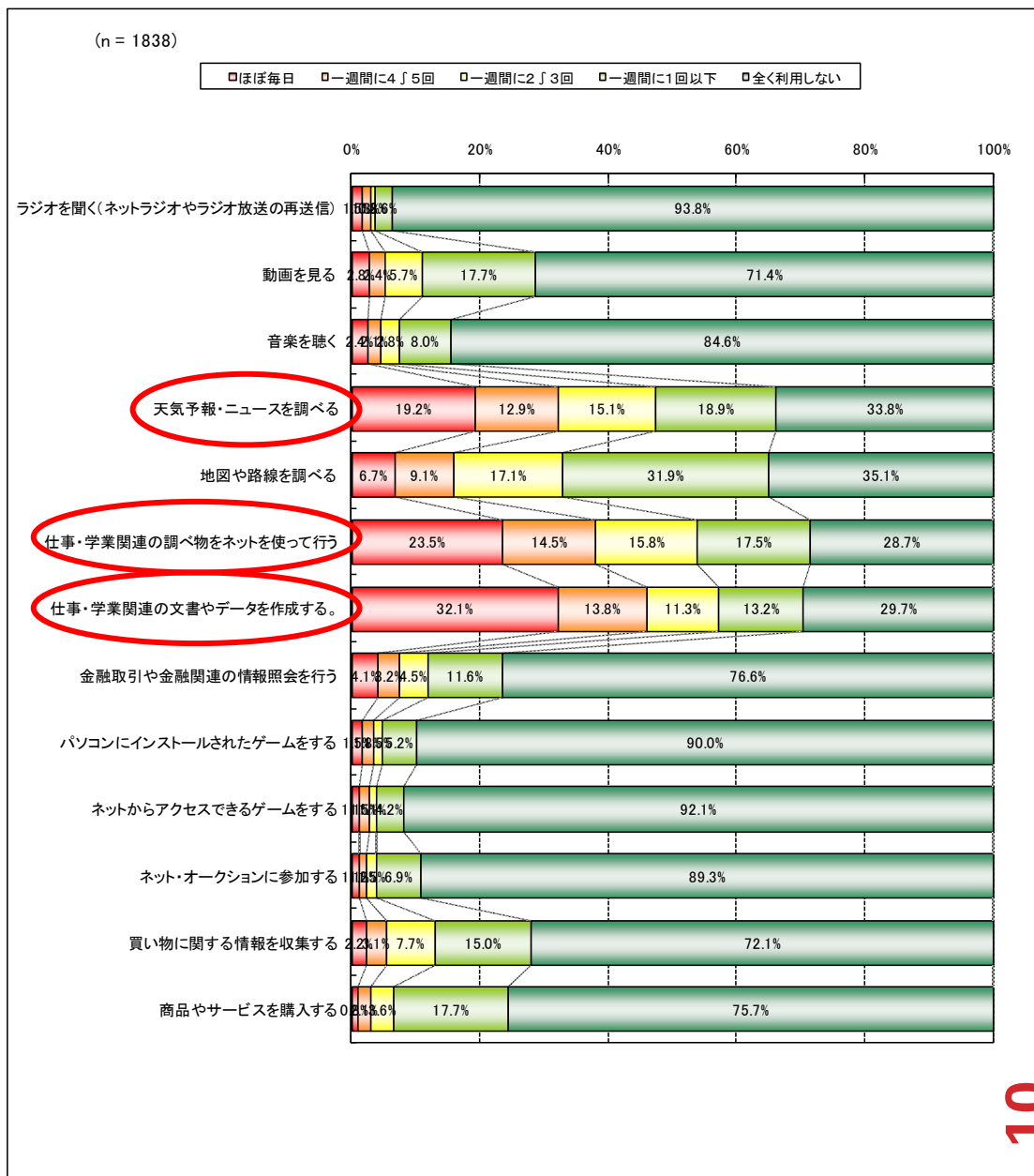
・職場・学校でパソコンを使用している者のうち、約半数(42.4%)の者が、ほぼ毎日仕事・業務関連のメールの送受信を行っている。



2-2. 利用環境（職場等での利用） パソコンの利用目的②

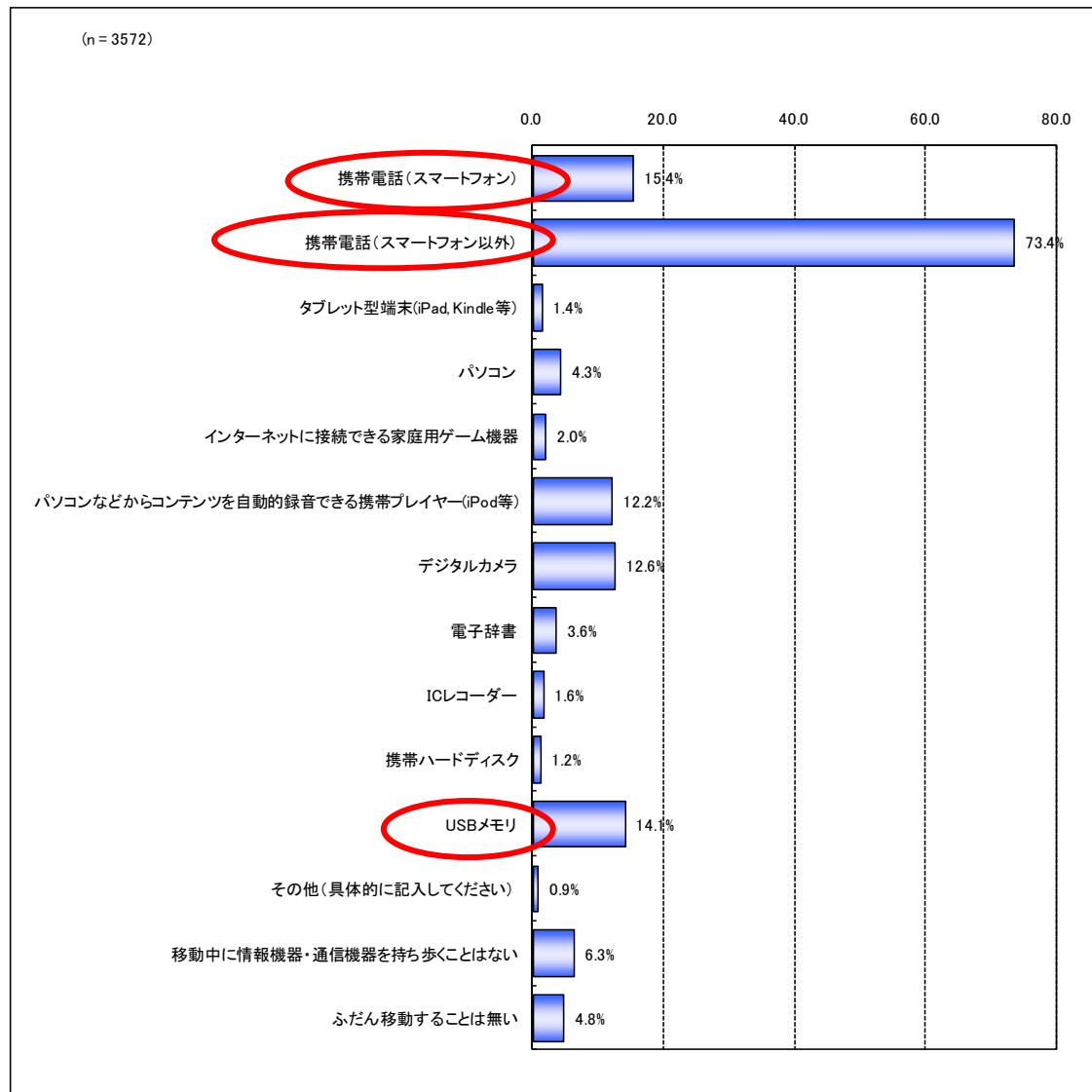
・職場・学校では、パソコンを仕事・学業関連の文書やデータの作成、調べ物などに利用、ブロードバンド利用とはいえない。

ほぼ毎日、[仕事・学業関連の文書やデータを作成する](32.1%)、
ついで[仕事・学業関連の調べ物をネットを使って行う](23.5%)、
[天気予報・ニュースを調べる](19.2%)となっている。



2-3. 利用環境（移動中の利用） 保有デバイス

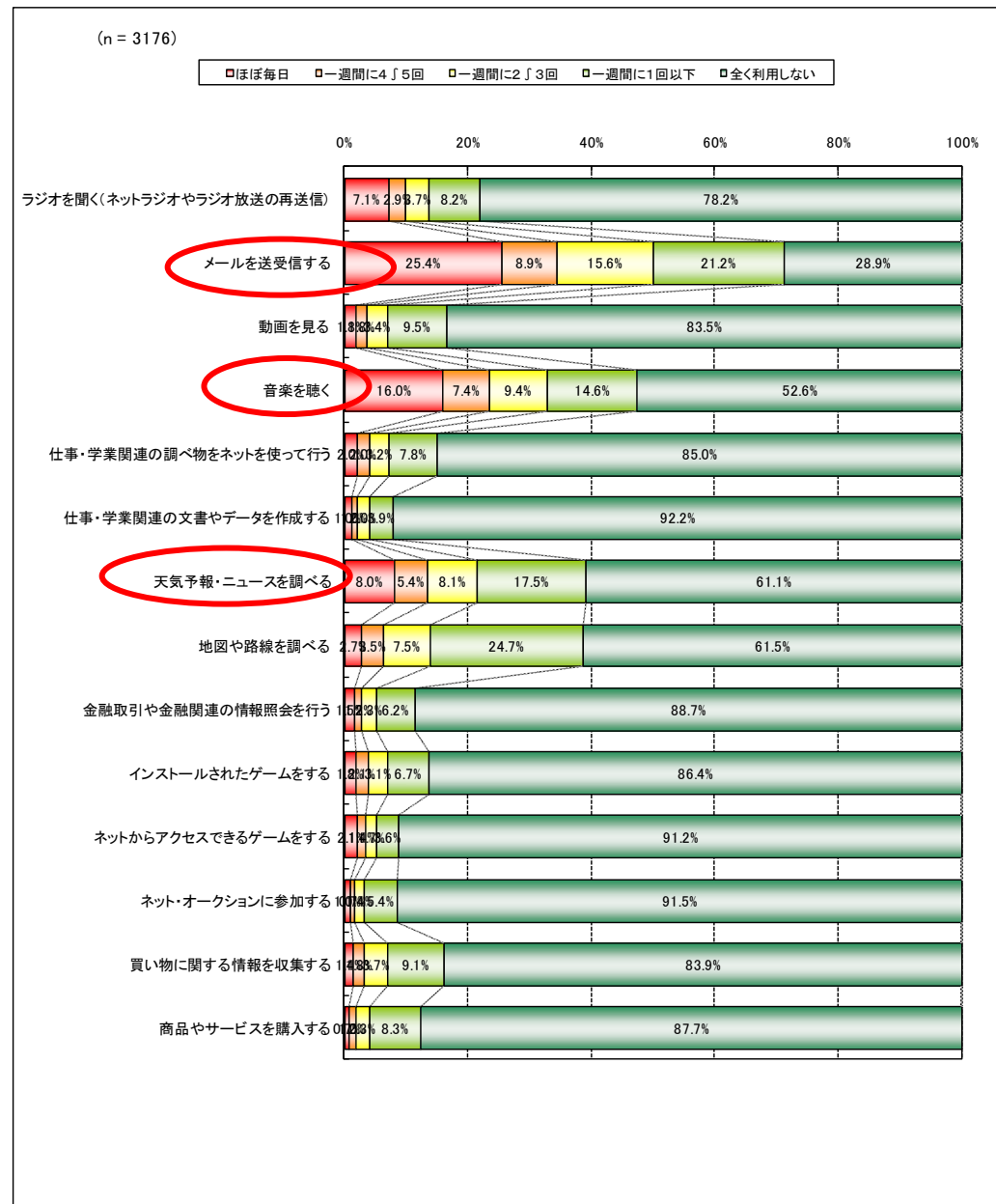
・普段の移動中に持ち歩くデバイスは、スマートフォン以外の携帯が圧倒的に多く(42.4%)、スマートフォン携帯(15.4%)、USBメモリ(14.1%)と続いている。



2-3. 利用環境（移動中の利用） 利用目的

・普段の移動中には、メールの送受信や音楽を聴くことに利用、ブロードバンド利用とは言えない。

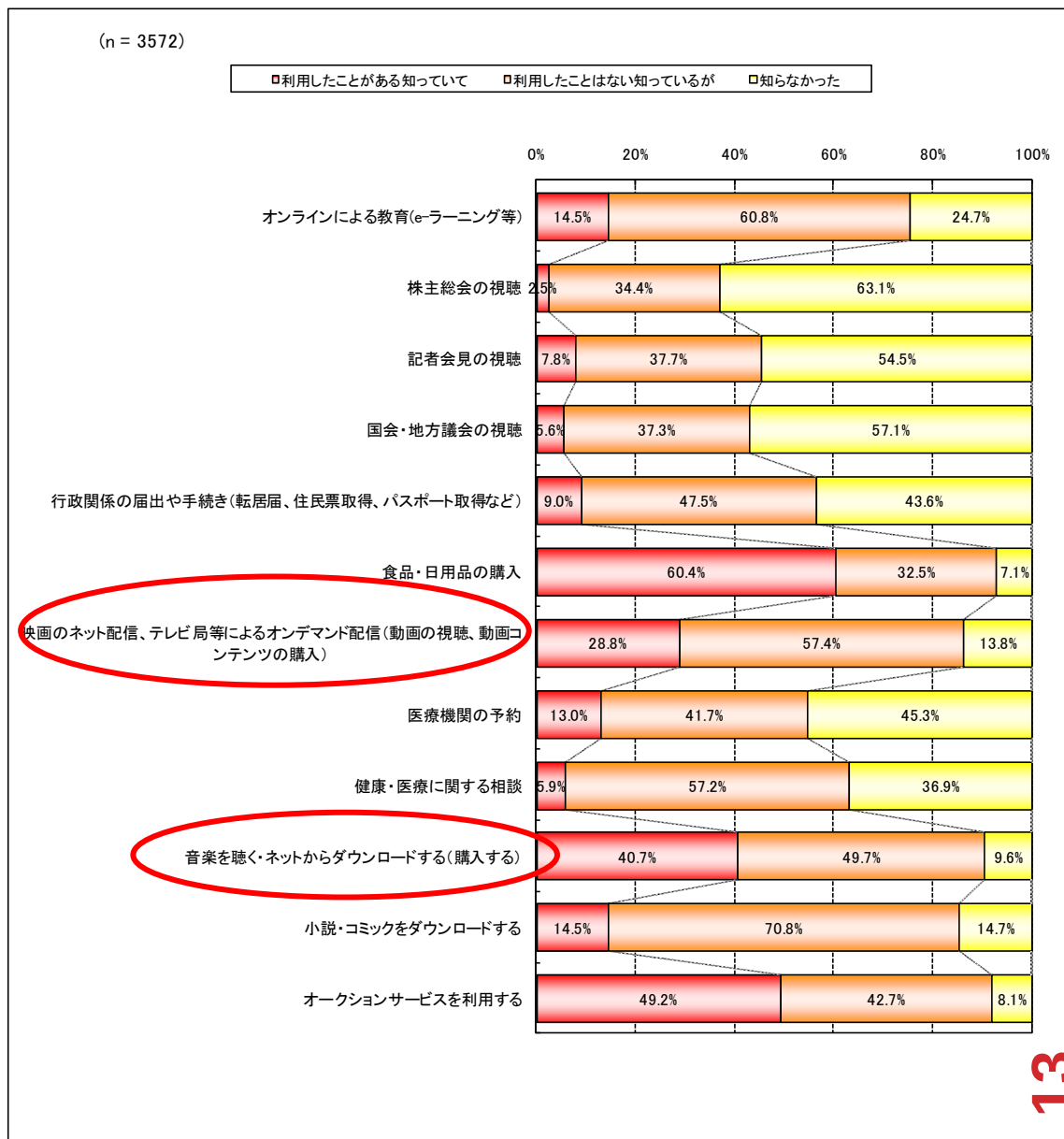
ほぼ毎日、[メールを送受信する](25.4%)、[音楽を聴く](16.0%)、[天気予報・ニュースを調べる](8.0%)と続いている。



3-1. 利用内容 利用可能なサービス

・パソコンから利用できるサービスについて、音楽を聴く、動画の視聴といったブロードバンド利用につながるサービスを経験した者は、一定数存在している。

[音楽を聴く・ネットからダウンロードする](40.7%)、[オンデマンド配信](28.8%)について利用したことがあると回答。

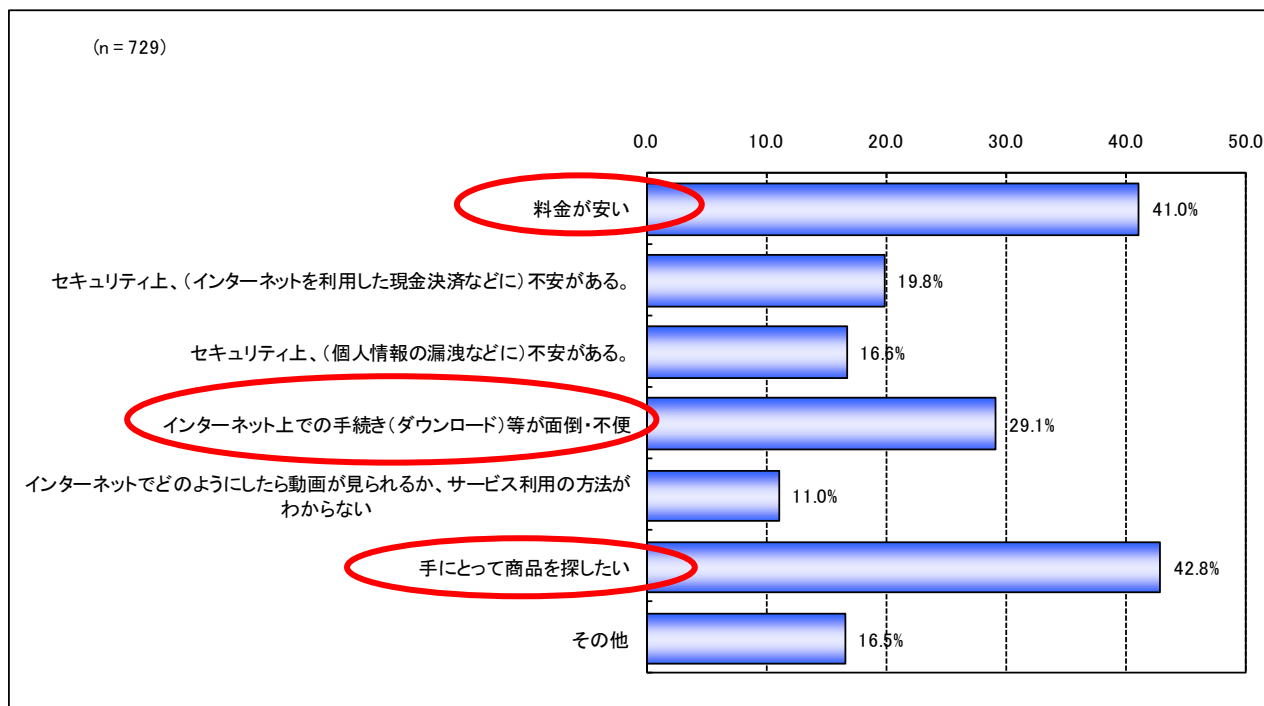


3-1. 利用内容 知っているが利用しない(動画)

・パソコンからオンデマンド配信による動画の視聴サービスを、知っているが使わない理由は、そもそも興味がないか、レンタル店でレンタルするからである。

		n	%
1	そもそも動画の視聴や購入に関心が無い	1001	48.8
2	他の機器を使って見ている	389	19.0
3	レンタル店でレンタル	729	35.5
	全体(n)	2051	100.0

・レンタル店でレンタルする理由は、[手にとって商品を探したい]が最も高く(42.8%)、次いで[料金が安い](41.0%)、[インターネット上での手続き(ダウンロード)等が面倒・不便](29.1%)となっている。

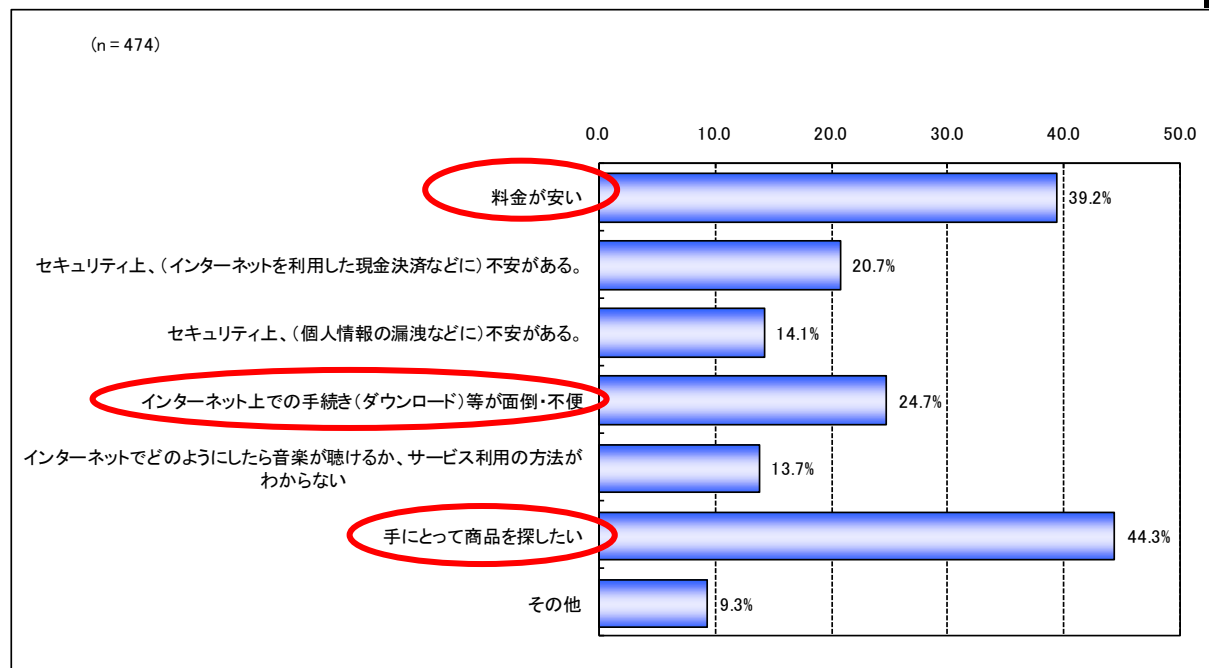


3-1. 利用内容 知っているが利用しない(音楽)

・パソコンを利用して音楽を聴いたりネットからダウンロードしない理由は、そもそも興味がないか、レンタル店でレンタルするからである。

		n	%
1	そもそも音楽を聴くことや購入に関心がない	934	52.6
2	他の機器を使って見ている	414	23.3
3	レンタル店でレンタル	474	26.7
	全体(n)	1776	100.0

・レンタル店でレンタルする理由は、[手にとって商品を探したい]が最も高く(44.3%)、次いで[料金が安い](39.2%)、[インターネット上での手続き(ダウンロード)等が面倒・不便](24.7%)となっている。

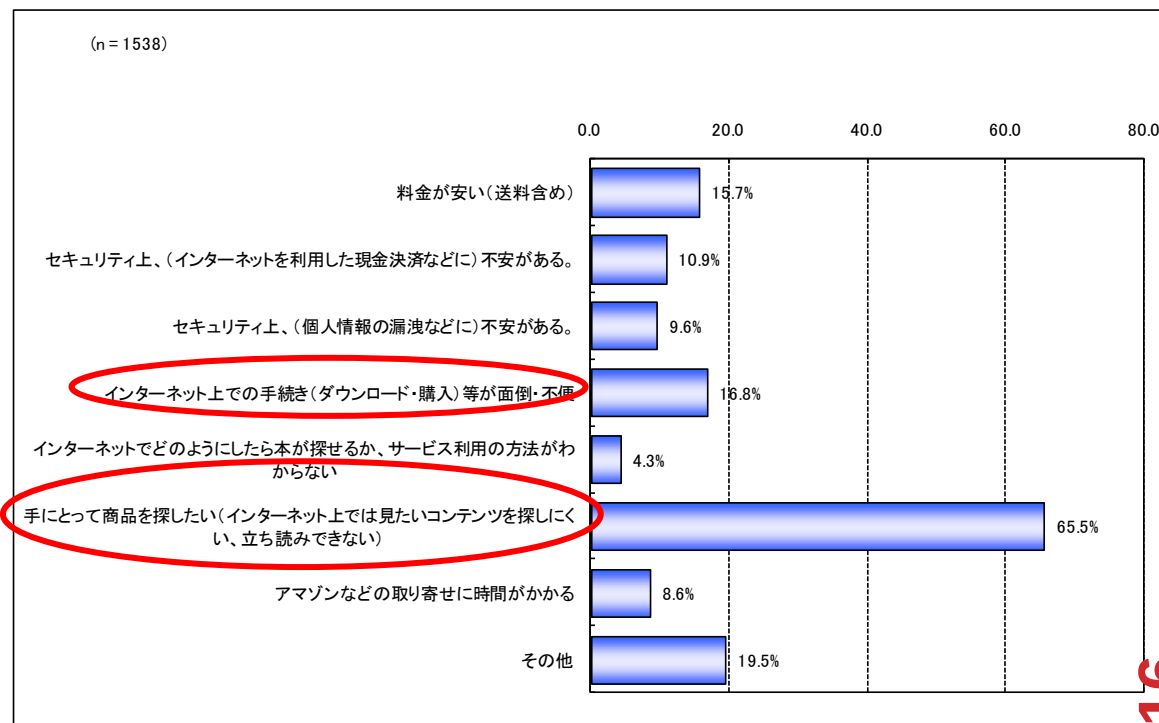


3-1. 利用内容 知っているが利用しない(小説等)

・パソコンを利用して小説・コミックをダウンロードしない理由は、普段、本屋等の店頭で購入しているからが圧倒的に多く、ついでそもそも興味がないからである。

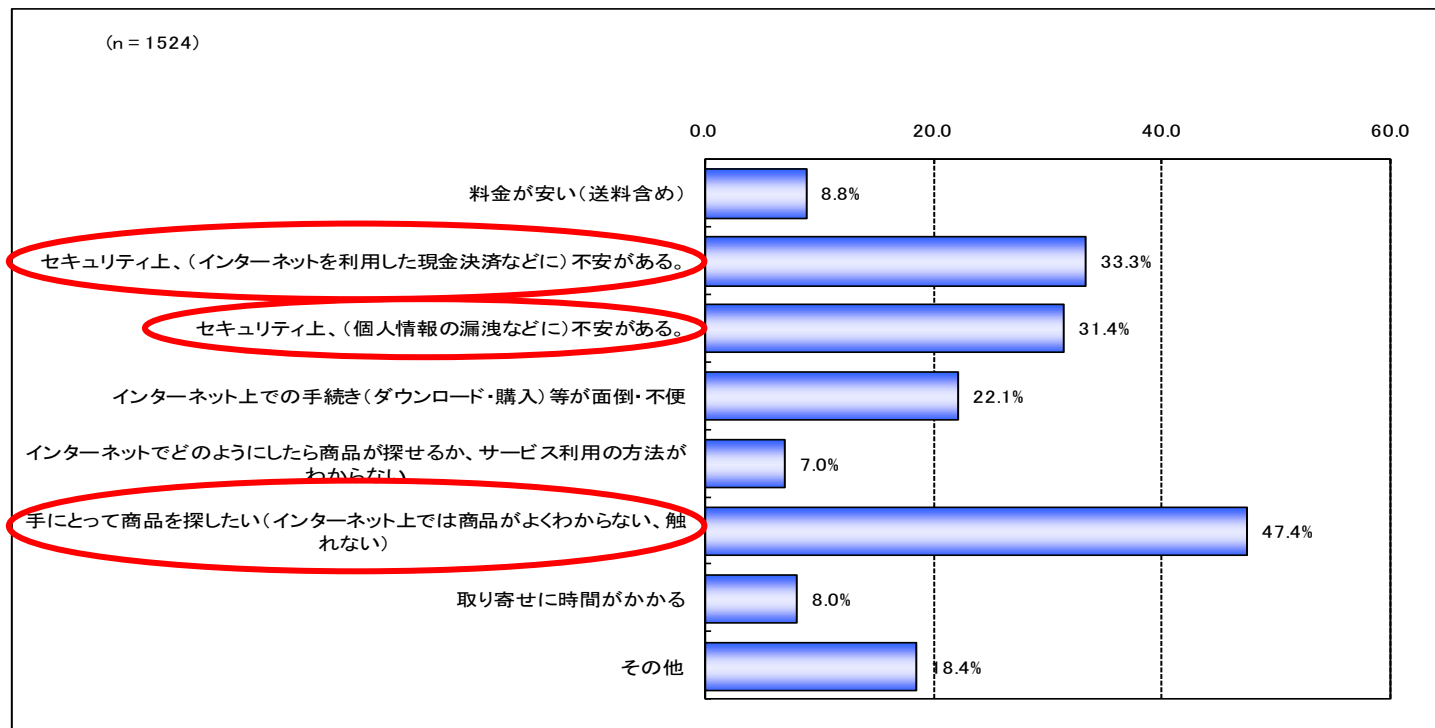
		n	%
1	そもそも小説やコミックに興味がない	890	35.2
2	他の機器を使って見ている	117	4.6
3	普段、本・コミックを購入している(本屋等の店頭で)	1538	60.8
全体(n)		2529	100.0

・本屋等の店頭で購入する理由は、[手にとって商品を探したい]が圧倒的に高く(65.5%)、次いで[その他](19.5%)、[インターネット上での手続き(ダウンロード)等が面倒・不便](16.8%)となっている。



3-1. 利用内容 知っているが利用しない(オークション)

・一方、「オークションサービスを知っているが利用したことはない」者が店頭で購入する理由は、[手にとって商品を探したい（インターネット上では商品がよくわからない、触れない）]が最も高く(47.4%)、次いで[セキュリティ上、（インターネットを利用した現金決済などに）不安がある。](33.3%)、[セキュリティ上、（個人情報の漏洩などに）不安がある。](31.4%)となっており、二番目・三番目の理由は動画や音楽とは異なっている。



3-2. 利用者階層 サービス毎の特徴①

それぞれのサービスを利用する利用者について、ロジスティック回帰式分析より考察。

【例； 映画のネット配信、テレビ局等によるオンデマンド配信（動画の視聴）】

属性	女性	学歴※ ¹		年齢※ ²		世帯収入
		短大／高専	大学／大学院	30～40代	50～60代	
計数	-0.118	0.0593	0.0254	0.198	0.0780	0.0554
P値	(0.1536)	(0.5480)	(0.7777)	(0.0595)	(0.5054)	(0.0000)
有意水準※ ³						***

属性	職業※ ⁴			自宅所有	既婚	定数
	パートタイム	自営/自由業	フルタイム			
計数	0.296	-0.0133	0.144	-0.292	-0.398	-1.035
P値	(0.0064)	(0.9201)	(0.1592)	(0.0003)	(0.0000)	(0.0000)
有意水準※ ³	**			***	***	***

※¹ 高卒以下を0とした場合

※² 10代、20代を0とした場合

※³ *は5%、**は1%、***は0.1%の有意水準を示す。

※⁴ 無職を0とした場合

3-2. 利用者階層 サービス毎の特徴②

- [映画のネット配信、テレビ局等によるオンデマンド配信(動画の視聴)]
 - ・世帯収入が高い方が利用する傾向にある。
 - ・雇用形態では、パートタイムの者が最も利用している。
 - ・既婚者、持ち家の者は利用しない傾向にある。

- [音楽を聴く・ネットからダウンロードする]
 - ・10代～40代は差がないが、50代、60代は利用しない傾向にある。
 - ・高学歴ほど利用する傾向がある。
 - ・世帯収入が高い方が利用する傾向にある。
 - ・既婚者は利用しない傾向にある。

- [小説・コミックをダウンロードする]
 - ・10代、20代が利用する傾向が顕著である。
 - ・世帯収入が高い方が利用する傾向にある。
 - ・雇用形態では、フルタイムの者が利用している。
 - ・既婚者は利用しない傾向にある。

3-2. 利用者階層

サービス毎の特徴③

類似と思われるサービスでも、利用者階層には差違があることが判明。

○ [オークションサービスを利用する]

- ・年齢階層では、30代・40代が利用する傾向にある。
- ・世帯収入が高い方が利用する傾向にある。
- ・雇用形態では、仕事の有無により差があり、仕事をしている者が利用する傾向にある。

○ [食用・日用品の購入]

- ・女性が行う傾向がある。
- ・学歴、年齢、世帯収入が高いほど利用する傾向がある。
- ・雇用形態では、仕事の有無により差があり、仕事をしている者が利用する傾向にある。

4. 結論とこれからの課題

- ・日本のブロードバンド利用の環境については、個人が自宅で利用できる環境は整っている（パソコンの所有率、光回線の利用）。
- ・パソコンから利用できるサービスについて、音楽を聴く、動画の視聴といったブロードバンド利用につながるサービスを経験した者は、一定数存在している。
- ・パソコンからオンデマンド配信による動画の視聴サービスを、知っているが使わない理由は、そもそも興味がないか、レンタル店でレンタルするからである。



- ・ブロードバンド利用につながるサービスの利用者は、それぞれ特徴がある。
 - サービスの特徴と利用者階層には、関係があるのか。関係性がわかれば、利用促進につながるのでは（課題）
- ・類似と思われるサービスでも、利用者階層には差違があることが判明。
 - なぜ差違が発生するのかわかれば、未利用者の利用促進につながるのでは（課題）。

ご静聴ありがとうございました