

Ⅲ. インターネットの利用・満足度

23.パソコンからのインターネット利用時間

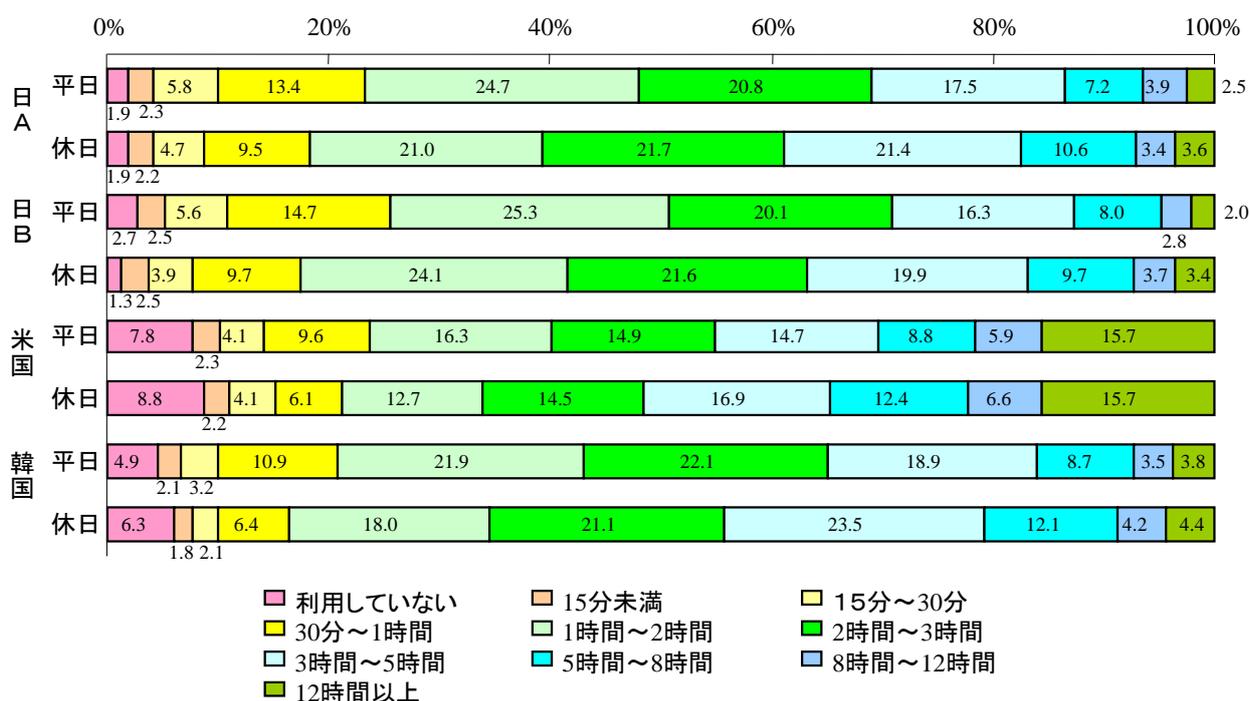
図表23は、自宅のパソコンからインターネットをどのくらい利用しているかを尋ねた結果である。わが国では、平日は「1時間以上2時間未満」(A:24.7%・B:25.3%)、「2時間以上3時間未満」(20.8%・20.1%)、「3時間以上5時間未満」(17.5%・16.3%)の順に回答が多い。休日になると「1時間以上2時間未満」(21.0%・24.1%)、「2時間以上3時間未満」(21.7%・21.6%)、「3時間以上5時間未満」(21.4%・19.9%)が多いことには変わりがないが、その3つの差は小さくなっている。休日は平日より利用時間が延びる傾向にある。

米国は、「利用していない」が多い(平日7.8%、休日8.8%)が、その一方で「12時間以上」の比率も日本よりは高く(平日も休日も15.7%)、日本よりも極端化が進んでいるとも言える。

「利用していない」を0分、「15分未満」を7.5分とし、「15分以上30分未満」を45分というように中間値を取り、「12時間以上」を900分として、1日の平均的なパソコンからのインターネット利用時間を計算すると、日本Aが184.0分、日本Bが175.3分、米国が293.5分、韓国が201.2分となり、日本の平均的なインターネット利用時間は3カ国ではもっとも短くなる。

図表23. パソコンからのインターネット利用時間

あなたの平均的な一日に自宅のパソコンからインターネットをどのくらい利用していますか。平日と休日に分けて、それぞれあてはまるものを一つ選んでください。



24.携帯通信機器のインターネット利用時間

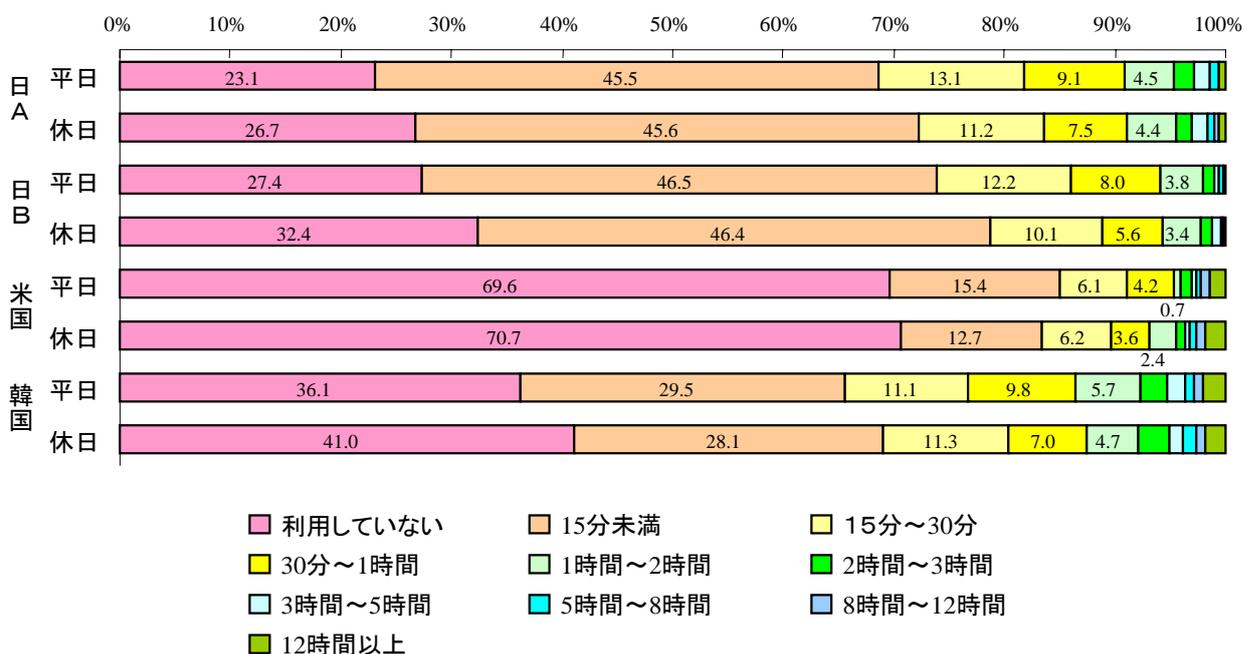
図表24は、携帯通信機器からインターネットをどのくらい利用しているかを尋ねた結果である。わが国では、平日、休日ともにもっとも多かった回答は「15分未満」（平日はA:45.5%・B:46.5%、休日は45.6%・46.4%）であり、次いで「利用していない」（平日は23.1%・27.4%、休日は26.7%・32.4%）、「15分以上30分未満」（平日は13.1%・12.2%、休日は11.2%・10.1%）となっている。グラフをみてわかるように、わが国では、携帯通信機器からのインターネット利用時間は、パソコンからのインターネット利用とは逆に、休日になるとやや減少する傾向にある。これは通勤・通学などの移動中に携帯通信機器からインターネットを利用することが多く、休日はそうした機会が少なくなっているからだと考えられる。

米国では、「利用していない」がもっとも多い（平日69.6%、休日70.7%）。

前ページのパソコンと同じ方法で3カ国の携帯通信機器からの1日平均インターネット利用時間を計算すると、日本A29.0分、日本B18.5分、米国28.5分、韓国47.6分となり、韓国がもっとも長い。「利用していない」という回答者が多い米国の平均時間が日本と比べてそれほど短くないのは、パソコンと同じように、12時間以上利用している人の比率も日本よりも高く極端化が進んでおり、平均すると日本との差が小さくなるからである。

図表24. 携帯通信機器のインターネット利用時間

あなたの平均的な一日に携帯通信機器からインターネットをどのくらい利用していますか。平日と休日に分けて、それぞれあてはまるものを一つ選んでください。



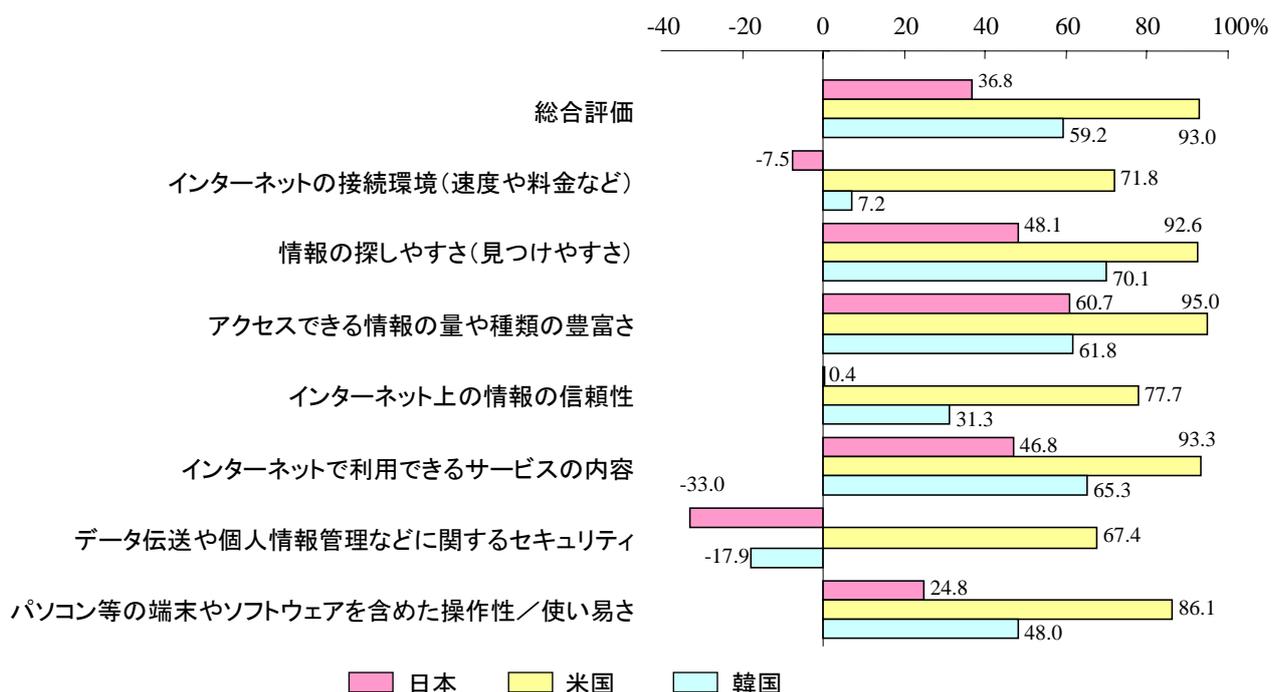
25.インターネットに対する満足度（１）：パソコン

図表25は、パソコンからのインターネット利用に関する満足度について、集計結果をまとめたものである。「とても満足している」または「おおむね満足している」という回答の比率から、「不満である」「やや不満である」という回答の比率を引いた値を示している。どの項目でももっとも満足度が高いのが米国で、もっとも低いのが日本になっている。客観的にみれば、回線速度や価格といった接続環境では日本は米国よりは恵まれた状態にあるにもかかわらず、日本の利用者の満足度の方が低いのは、日本ではインターネットに対する期待が高いことが理由として考えられる。

どの国でも、「データ伝送や個人情報保護管理などに関するセキュリティ」に対する満足度がもっとも低く、セキュリティが課題であることがわかる。

図表25. インターネットに対する満足度（１）：パソコン

あなたは現在のインターネットに満足していますか。以下の項目について、それぞれ当てはまるものをお答えください。



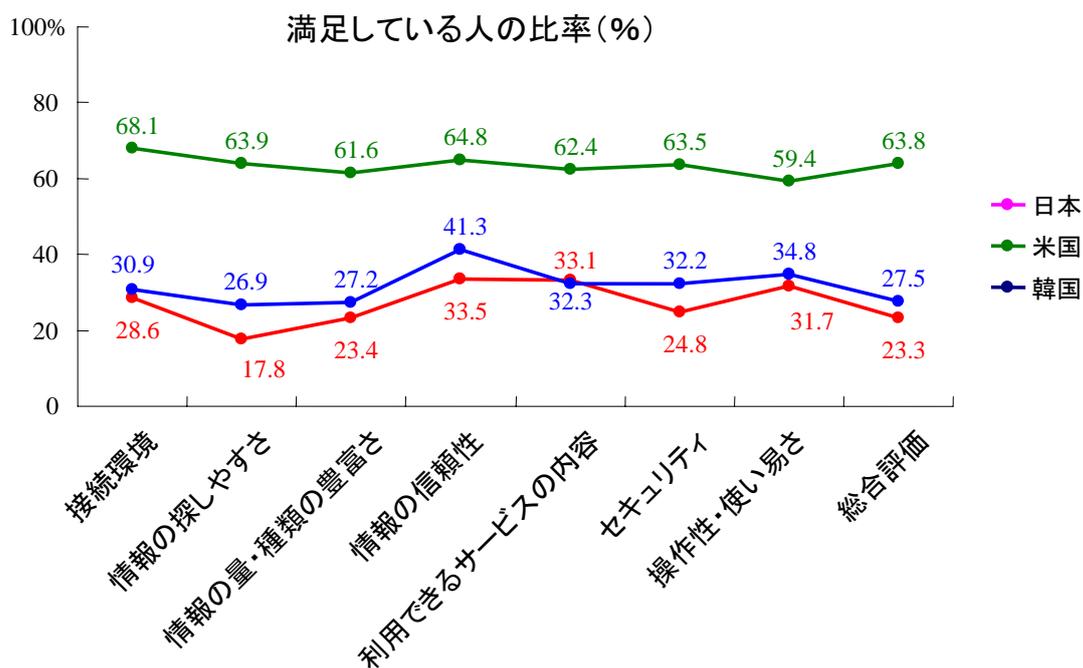
26.インターネットに対する満足度（2）：携帯通信機器

図表26は、携帯通信機器からのインターネット利用に関する満足度について、集計結果をまとめたものである。ここでも、パソコンと同じように、どの項目でも満足している人の比率がもっとも高いのが米国で、もっとも低いのが日本になっている。

この3カ国の中で日本の携帯インターネットユーザーの満足度がもっとも低いということを、合理的に説明するのは必ずしも容易なことではない。確かに、主に若年者を対象とした携帯電話を使い慣れているユーザー以外にとっては、特に文字入力に代表される携帯電話の操作性は決して使いやすいものではないが、米国の携帯電話が日本よりも格段に使いやすいということはないだろう。したがって、国による利用者の満足度の違いを説明するためには、やはりパソコンと同じように日本では期待が高いために満足度が低くなっていると考えerことも必要だろう。

図表26. インターネットに対する満足度（2）：携帯通信機器

あなたは現在のインターネットに満足していますか。以下の項目について、それぞれ当てはまるものをお答えください。



27.インターネットに対する満足度（3）：国内

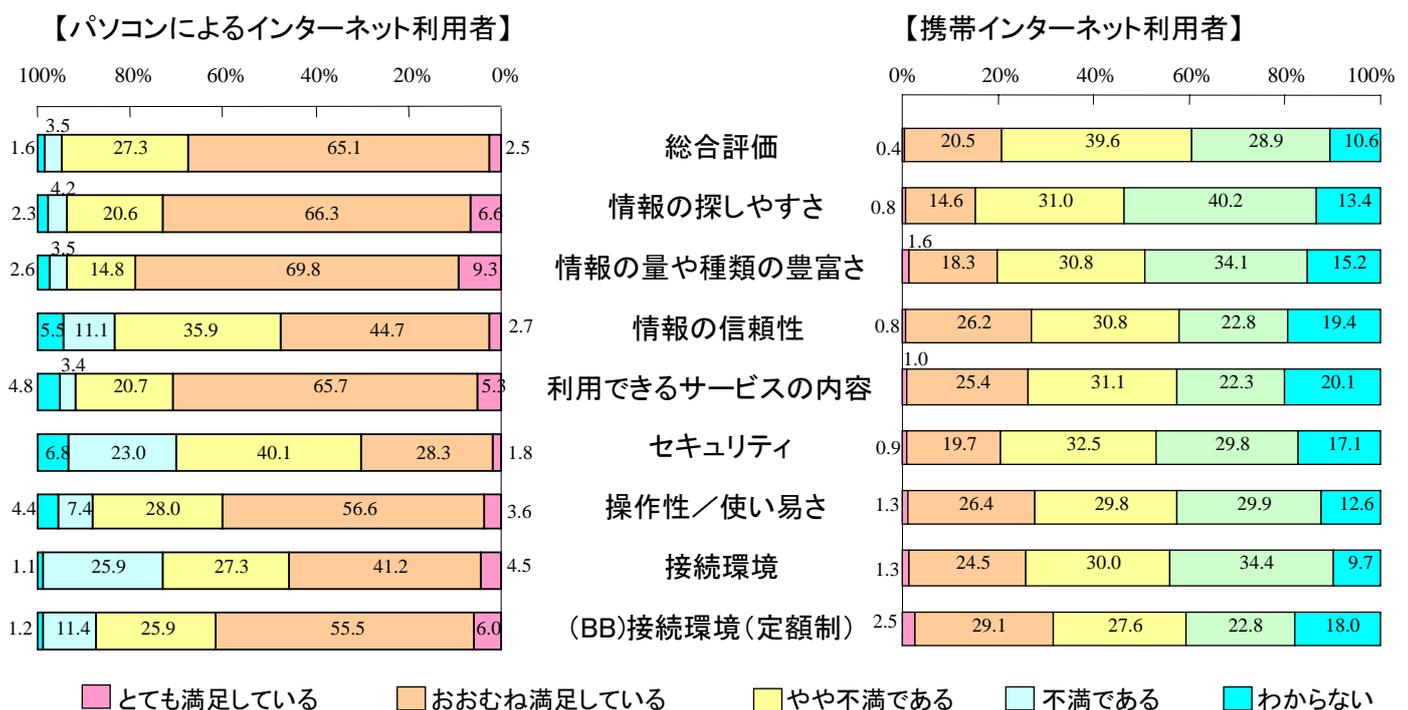
図表27は、わが国のインターネット利用者について、インターネット利用に関する満足度を、パソコンと携帯通信機器別に詳しく集計したものである。

わが国の利用者のインターネットに対する満足度は、米国や韓国と比べて高いわけではないが、このグラフからわかるように、パソコンからのネット利用については、「情報の探しやすさ」「情報の量や種類の豊富さ」「利用できるサービスの内容」「操作性／使い易さ」といった項目では「おおむね満足している」という回答が50%以上を占めている。一方で、「セキュリティ」が不満であるという回答は23.0%と高く、「情報の信頼性」に対する不満も多く、これらの点が課題であることも明らかになっている。

携帯通信機器については、「不満である」という回答が多いのは、「情報の探しやすさ」（40.2%）、「情報の量や豊富さ」（34.1%）、「（端末なども含めた）操作性／使い易さ」（29.9%）という項目が「セキュリティ」（29.8%）を上回っている。特に携帯電話を対象としたウェブサイトは、一部の若年層を除いて端末の操作性に不満を感じる人が多いということと、パソコンほど多くの情報があるわけではなく、検索機能も十分でないといった点に不満が少なくないようだ。

図表27. インターネットに対する満足度(3):国内

あなたは現在のインターネットに満足していますか。以下の項目について、それぞれ当てはまるものをお答えください。



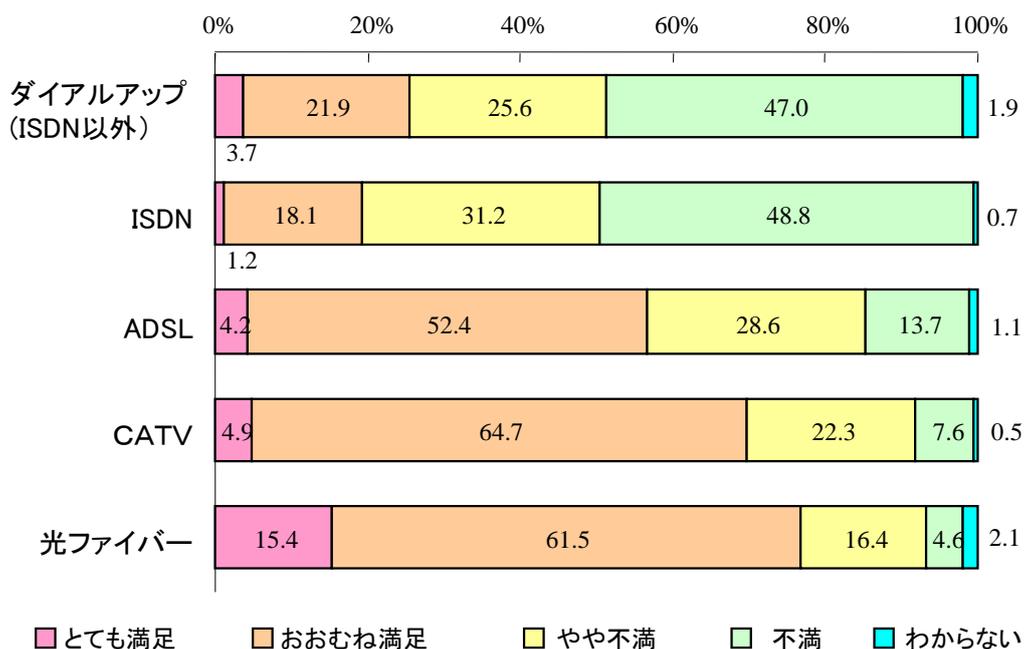
28.インターネットに対する満足度（４）：パソコンの接続環境

日本における満足度の低さの原因を分析するために、インターネットの接続環境について、接続回線別に集計・比較した結果が図表28である。この図から、ナローバンド（ダイヤルアップとISDN）利用者とブロードバンド利用者（ADSL、CATV、光ファイバー）では、接続環境に関する満足度が明らかに異なっていることがわかる。「とても満足」と「おおむね満足」の合計は、ダイヤルアップで25.2%、ISDNで19.3%であるのに対して、ADSLでは56.6%、CATVでは69.6%、光ファイバーでは76.9%であり、大きな差がある。ブロードバンド利用者に限れば、接続環境に関する満足度は、米国ほどではないにしろ、韓国よりは高くなる。

ブロードバンドの中では、ADSLの満足度が比較的低い。これは、ADSLの技術的な特性によって、回線速度の公称値と実測値が異なる場合が少なくないからではないかと考えられる。図表13ではCATV利用者の光ファイバーへの乗り換え意向は低かったが、それは「おおむね満足している」CATV利用者が多いからだとも考えることもできる。また、光ファイバー利用者の「とても満足している」比率は15.4%で、2番目に高いCATV（4.9%）の3倍以上であり、光ファイバー利用者の満足度が高いこともわかる。

図表28. インターネットに対する満足度（４）：パソコンの接続環境

あなたは現在のインターネットの接続環境（回線通信や価格など）に満足していますか。



29.インターネットに対する満足度（5）：携帯通信機器の接続環境

図表29は、携帯通信機器からのインターネット利用に関する満足度について、集計結果をまとめたものである。全体で見れば満足している利用者の比率（「とても満足」と「おおむね満足」の合計）は21.0%だが、パケット定額制の利用者に限れば、満足している利用者の比率は31.6%と高くなる。

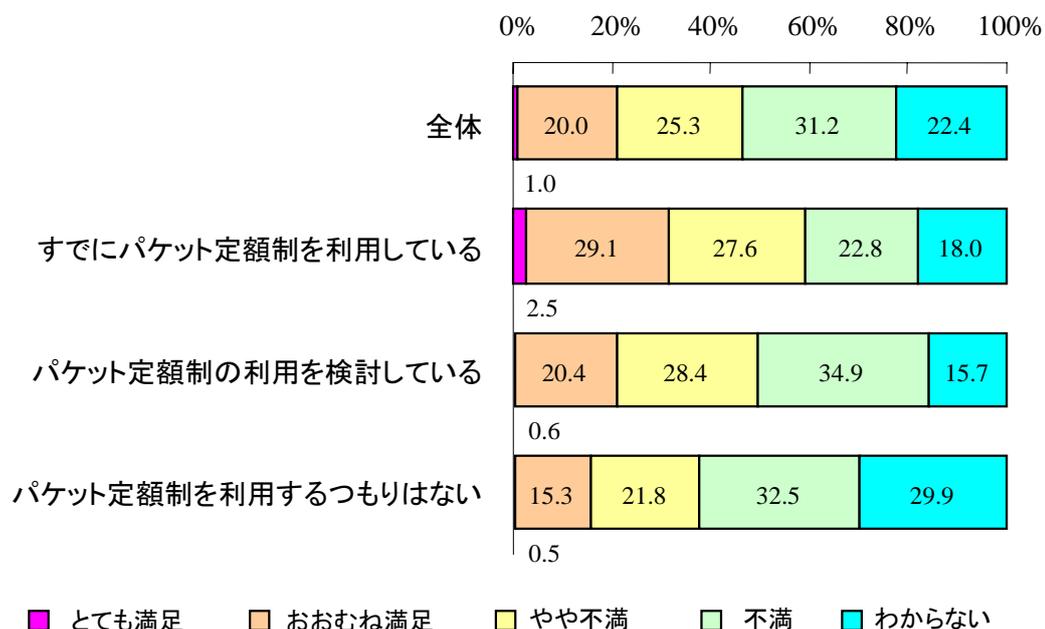
「パケット定額制の利用を検討している」利用者は「わからない」の比率がもっとも低く（15.7%）、不満な利用者の比率（63.3%）は満足している利用者の比率（21.0%）の3倍以上ある。

「パケット定額制を利用するつもりはない」という回答者も、接続環境に対する不満は高い（54.3%）。一方で、「わからない」という回答者が約3割（29.9%）おり、パケット定額制に対する認知度が上がれば、パケット定額制の利用者がさらに増えることも考えられる。

また、パケット定額制の利用者の満足度は、他の利用者よりも高くなっているが、それでも不満な利用者の割合（50.4%）は5割を超え、満足な利用者の割合を大きく上回っている。携帯電話によるインターネット接続環境の満足度を決めるのは通信料金だけではないが、定額制の料金がさらに安価になれば満足度が高くなることも間違いないだろう。

図表29. インターネットに対する満足度（5）：携帯通信機器の接続環境

あなたは現在の携帯通信機器からのインターネット接続環境（通信速度や価格など）に満足していますか。



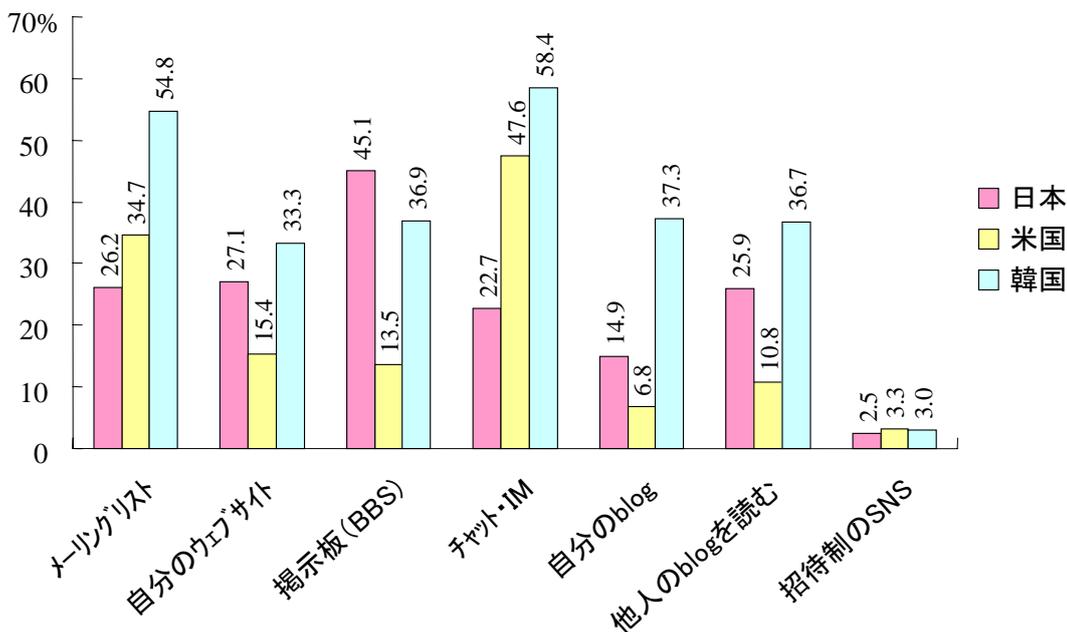
30.コミュニケーションツールの利用

インターネットで用いられている各種のコミュニケーションツールの利用状況についてまとめたのが、図表30である。日本ではメールリストの利用率は低い（26.2%）が、掲示板（BBS）の利用率は3カ国の中でもっとも高い（45.1%）。わが国で自分のウェブサイトを持っているのは27.1%で、利用率は韓国（33.3%）より低く、米国（15.4%）より高い。自分のblogを持っている人の比率も、韓国（37.3%）、日本（14.9%）、米国（6.8%）の順になっている。米国でウェブサイトやblogの利用率が低いのは、米国のインターネットユーザーには高年齢層も多く、ウェブサイトやblogのようなツールを使いこなしているのは若い利用者であるからだと考えることができる。

チャット・インスタントメッセージについては、わが国の利用率（22.7%）は、韓国（58.4%）や米国（47.6%）よりも低い。米国のorkutのように招待がなければ参加できない招待制のSSN（ソーシャルネットワーキングサービス）の利用率は、3カ国とも3%未満である。なお、韓国ではCyworldというSNSが多くの利用者を集めているが、これは招待がなくても自由に参加できるものなので、このカテゴリーには含まれていない。

図表30. コミュニケーションツールの利用

あなたは、以下のコミュニケーションツールを利用していますか。利用しているものを全てお選びください。（いくつでも）



31.電子メールの受発信

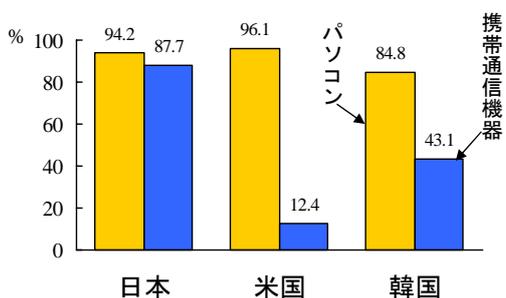
図表31は、私的な電子メールの受発信数をまとめたものである。調査票ではパソコンと携帯通信機器に分け、さらに受信と発信に分けて、「利用していない」「1通以下」「2～5通」などといった選択肢からあてはまるものを選択してもらったが、ここでは、図にもあるように、「利用していない」を0通、「1通以下」を0.5通、「2～5通」を3.5通などとして、やりとりしているメールの数を計算した結果を示している。パソコンで1日に受信するメールの数は、平均して、日本で14.1通、米国で15.3通、韓国で9.0通となった。調査票の質問では「私的なメールに限り、仕事上のメールや学業用のメール、メーリングリストのメール、広告メールや迷惑メールの受信は含まない」と明記したにも関わらず、発信の数と比較すると、この数は実態よりは多いように思われる。発信の方は米国で5.8通、韓国で3.5通、日本では3.3通であった。

携帯通信機器では送信も発信も日本がもっとも多く、送信は5.3通、発信は4.1通となっている。日本の次に多いのが韓国（受信3.3通、発信2.9通）、米国は受発信ともにごくわずかである（受信0.9通、発信0.6通）。携帯通信機器で発信するメールの方がパソコンで発信するメールよりも多くなっているのも、日本の利用者の特徴であると言えるだろう。

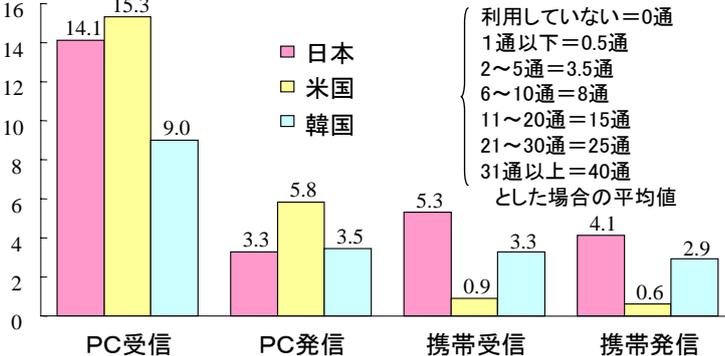
図表31. 電子メールの受発信

あなたは、私的な電子メールを一日にどのぐらい受発信していますか。仕事上のメールや学業用のメール、メーリングリストのメール、広告メールや迷惑メールの受信は含みません。パソコンと携帯通信機器に分けて、それぞれあてはまる選択肢を選んでください。

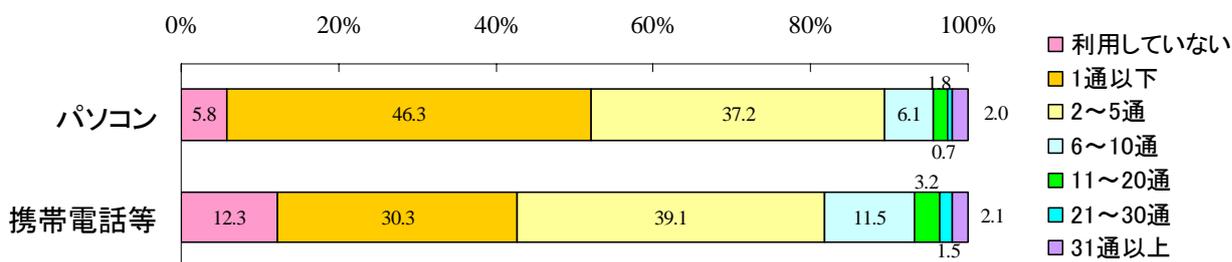
図表31-1. 電子メール利用率



図表31-2. メールを受送信数



図表31-3. メールを送信回数



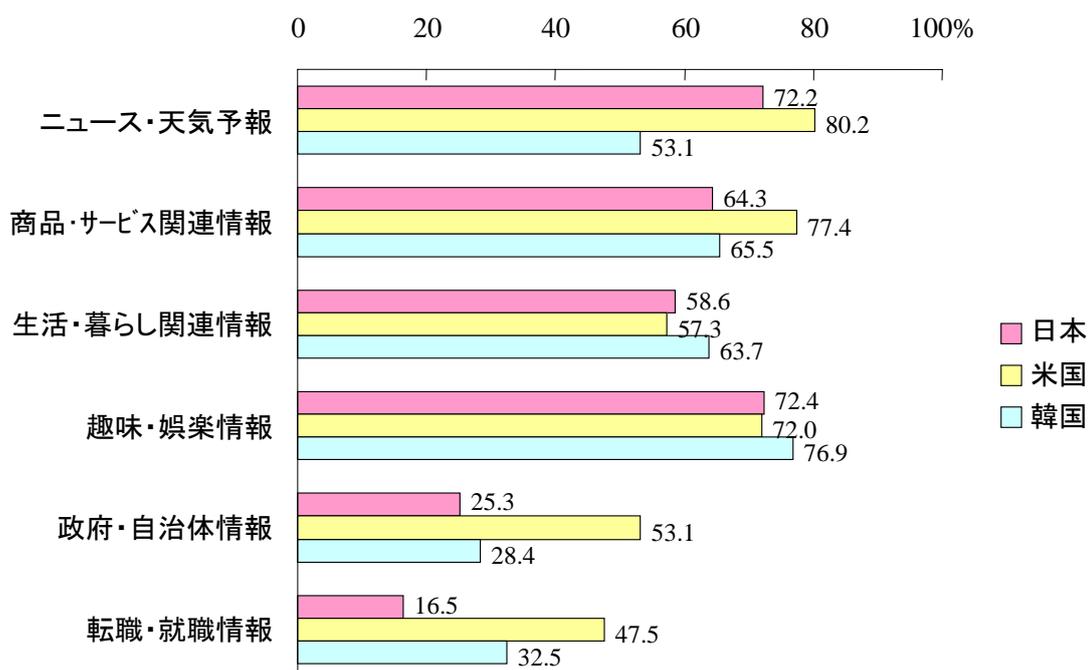
32.利用する情報（1）：パソコンによる情報収集

図表32は、インターネットの利用用途について、情報収集に関する項目を3カ国比較したものである。米国では「ニュース・天気予報」（80.2%）や「商品・サービス関連情報」（77.4%）が「趣味・娯楽情報」（72.0%）よりも多いのに対して、韓国では逆に、「趣味・娯楽情報」（76.9%）が「ニュース・天気予報」（53.1%）、「商品・サービス関連情報」（65.5%）よりも利用率が高くなっている。この二カ国を比較すると、米国では実用的な情報を収集するためにインターネットにアクセスすることが多いのに対して、韓国ではどちらかといえば趣味・娯楽関連の情報を探すためにインターネットにアクセスすることが多いということもできるだろう。

わが国では、「ニュース・天気予報」（72.2%）、「商品・サービス関連情報」（64.3%）、「生活・暮らし関連情報」（58.6%）、「趣味・生活情報」（72.4%）にはそれほど大きな利用率の差はないが、「政府・自治体情報」（25.3%）や「転職・就職情報」（16.5%）の利用率はかなり低くなっており、他の国と比べても明らかに利用率が低い。「政府・自治体情報」や「転職・就職情報」の利用率が高いのは米国で（前者は53.1%、後者は47.5%）、日本との差はかなり大きい。

図表32. 利用する情報（1）パソコンによる情報収集

あなたは自宅のパソコンからインターネットをどのようにお使いですか。あてはまるものをすべて選んでください。（いくつでも）



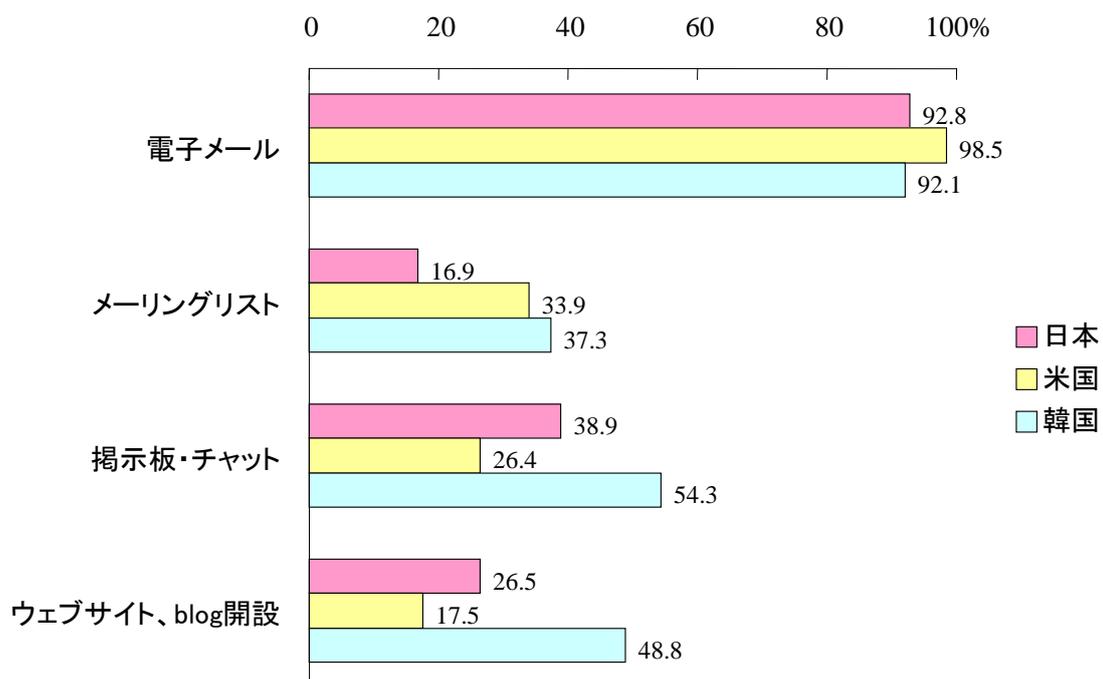
33.利用する情報（2）：パソコンによるコミュニケーション

図表33は、インターネットの利用用途について、コミュニケーションに関する項目を3カ国比較したものである。

電子メールについては、どの国でも9割以上の人々が利用している。その他の項目で目立つのが韓国における利用率の高さである。韓国では、メーリングリストの利用率が37.3%、掲示板・チャットが54.3%、ウェブサイトやblogの開設が48.8%で、いずれも3カ国の中ではもっとも高い。日本では掲示板・チャット（38.9%）やウェブサイト・blog（26.5%）といったウェブベースでのコミュニケーションツールの利用率は米国よりも高いが、メーリングリストの利用率はもっとも低い（16.9%）。米国では、メーリングリストの利用率が韓国とほぼ同じで（33.9%）、インターネットのもっともベーシックなコミュニケーションツールであるメールベースのコミュニケーションが盛んであることがわかる。

図表33. 利用する情報（2）：パソコンによるコミュニケーション

あなたは自宅のパソコンからインターネットをどのようにお使いですか。
あてはまるものをすべて選んでください。（いくつでも）



34.利用する情報（3）：パソコンによるサービスの利用

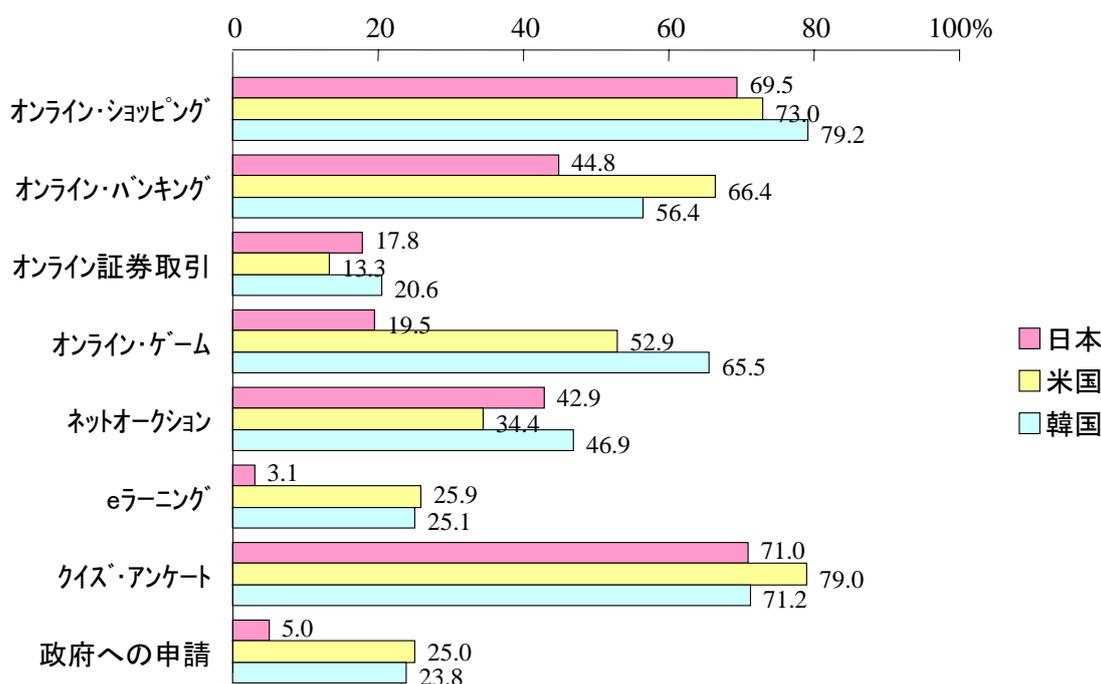
図表34は、インターネットの利用用途について、オンライン・ショッピングや金融取引などのサービス関連項目の集計結果を示している。オンライン・ショッピングの利用率がもっとも高いのは韓国（79.2%）で、米国（73.0%）、日本（69.5%）の順となっている。オンライン・バンキングは米国でもっとも利用率が高く（66.4%）、日本（44.8%）は韓国（56.4%）よりも低い。一方で、オンライン証券取引は、韓国がもっとも利用率が高く（20.6%）、米国（13.3%）は日本（17.8%）よりも低い。

オンラインゲームは、韓国（65.5%）がもっとも高く、次に米国（52.9%）で、日本（19.5%）はかなり低い。日本ではゲーム専用機用のオフラインのゲームは、最近になって利用時間が減少傾向にあるとはいえ、広く普及しているが、オンラインゲームは他の二カ国に比べると普及率が低い。

また、日本で特徴的なのは、インターネットを使った学習である「eラーニング」や「政府への申請」の利用率が、それぞれ3.1%と5.0%であり、米国（25.9%と25.0%）や韓国（25.1%と23.8%）と比べて大きく下回っていることである。この分野では、学習意欲や必要性の高さといった利用者側の状況の違いも考慮しなくてはならないが、わが国においては、サービスの多様化など供給側の努力も必要であろう。

図表34. 利用する情報（3）：パソコンによるサービスの利用

あなたは自宅のパソコンからインターネットをどのようにお使いですか。
あてはまるものをすべて選んでください。（いくつでも）



35.利用する情報（４）：パソコンによるコンテンツへのアクセス

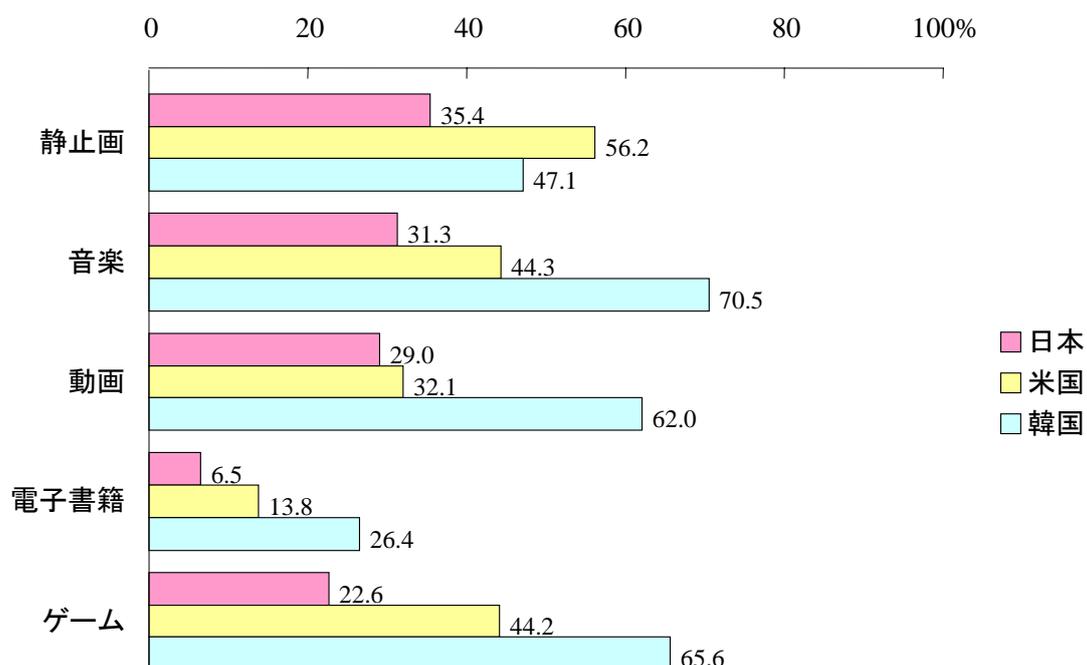
図表35は、インターネットの利用用途について、自宅のパソコンからデジタル・コンテンツへのアクセス状況をまとめたものである。

この分野では、コンテンツの種類に関わらず、日本での利用率は3カ国の中でもっとも低い。たとえば、日本でもパソコンで音楽を聞く人は米国や韓国と比べて少ないわけではないが（図表5）、このグラフからはインターネットで音楽にアクセスする人はもっとも低く、韓国（70.5%）の半分以下（31.3%）であることがわかる。動画についても、わが国の利用率（29.0%）は、韓国（62.0%）よりも大幅に低い。

このようなことから、わが国のパソコン利用者は、パソコンで音楽や映像を楽しむことについては米国や韓国よりも進んでいるといえるが（図表5）、そのコンテンツは、オンラインのものよりも音楽CDやDVDパッケージなどオフラインのものが多くと解釈することもできる。インターネットによるデジタルコンテンツの活用については、著作権について考慮しながら、わが国でもさらにオンラインでのデジタルコンテンツの利用が普及し、新しい産業として成り立つような政策的対応を検討することも必要であろう。

図表35. 利用する情報（４）：パソコンによるコンテンツ

あなたは自宅のパソコンからインターネットをどのようにお使いですか。
あてはまるものをすべて選んでください。（いくつでも）



36.インターネットの利用用途

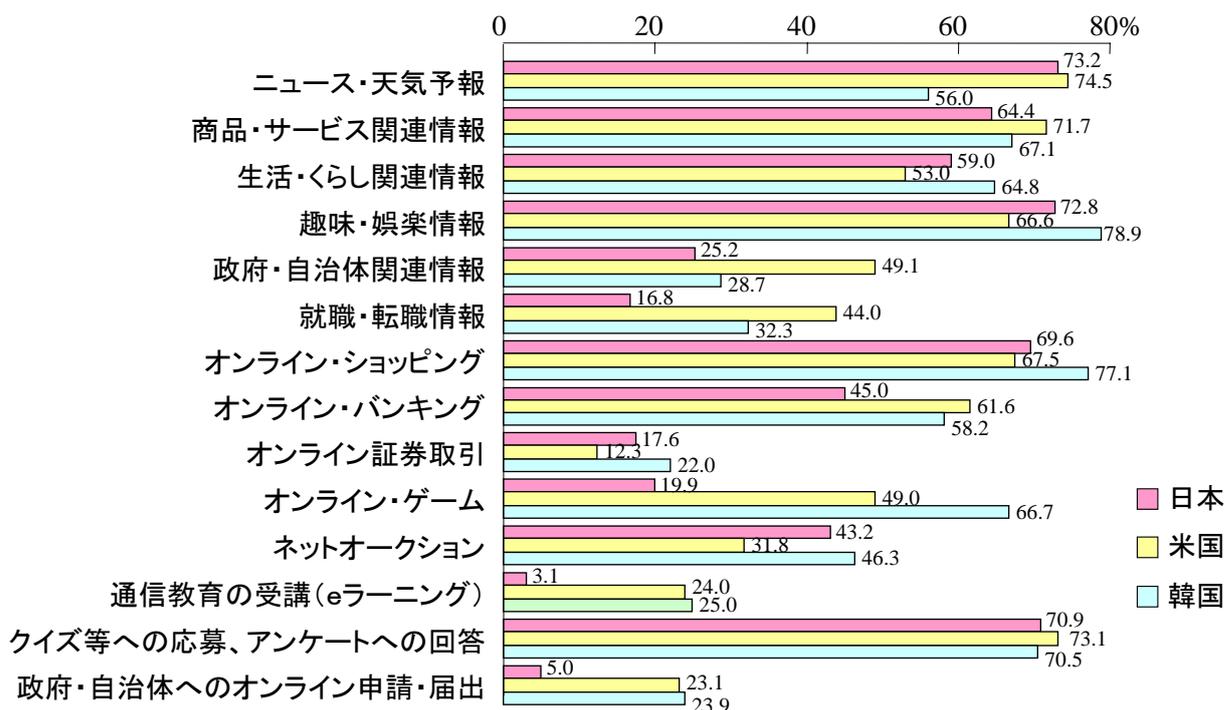
図表36は、インターネットの利用用途のうち主なものについて、パソコンからの利用と携帯通信機器の利用を合わせて集計した結果である。

まず、インターネットを通じた情報提供関連では、わが国では、「ニュース・天気予報」(73.2%)、「娯楽・趣味情報」(72.8%)の順に利用率が高く、「就職・転職情報」(16.8%)、「政府・自治体関連情報」(23.2%)の利用率は低い。米国では項目による差がそれほど大きくはなく、日本では利用率の低い「就職・転職情報」や「政府・自治体関連情報」も、利用率はそれほど低くない(それぞれ44.0%と49.1%)。このようなことから、インターネット先進国である米国では、他の国に比べて、インターネットは特定の用途というよりは幅広くさまざまな用途に利用されているといえることができるだろう。一方、韓国では「趣味・娯楽情報」の利用率がもっとも高く(78.9%)、インターネットが若年層の趣味・娯楽のためのものである傾向がまだ残っているといえよう。

オンライン・ショッピングなどの各種サービスについては、オンライン・ショッピングの利用率がどの国でも6割を越えていることが目を引く。「クイズなどへの応募、アンケートへの回答」の利用率が高いのは、この調査自体をインターネットで行っているため、回答に偏りがあると理解すべきである。

図表36. インターネットの利用用途

あなたは自宅のパソコンあるいは携帯通信機器からインターネットをどのようにお使いですか。(主なもののみ、パソコンまたは携帯通信機器での利用)



37.行動時間の変化

図表37は、インターネット利用にともなう行動時間および行動頻度の変化をまとめたものである。

棒グラフは「変化なし」という回答の比率で、どの項目についても、米国がもっとも多く、次いで日本で、韓国がもっとも低いという結果になっている。つまり、この3カ国を比較すれば、米国のインターネット利用者の行動時間は、インターネットに影響を受けることが少なく、韓国は逆にインターネットによる影響が大きく、日本はその中間であるということが言えるだろう。

折れ線グラフは「増加した」という回答の比率から「減少した」という回答の比率を引いたもので、これが0以上であれば、それぞれの行動時間が増加したという人が減少したという人よりも多く、この値が小さいほど減少したという人が多いことになる。「労働時間」は米国で0.6、日本で-0.5と「減少」と「増加」の比率がほぼ同じだが、その他の時間はどれも「減少」という回答が「増加」を上回っている。なかでも、本を読む時間、雑誌を読む時間、テレビを見る時間は、「変化なし」という回答も多いものの、増加と減少を比べると、どの国でも「減少」が「増加」よりも20ポイント以上多くなっている。

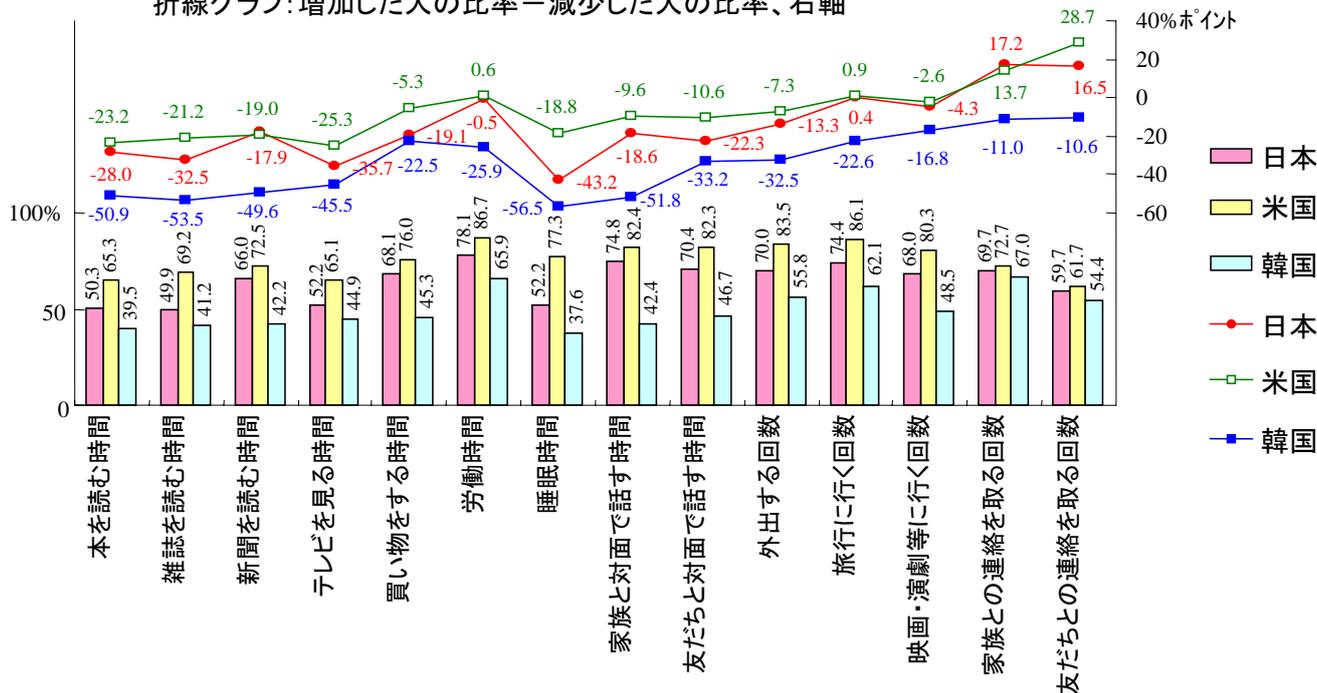
また、行動の頻度については、「外出する回数」はどの国でも「変化なし」が一番多いが、韓国では「減少した」という回答が比較的多い。

図表37. 行動時間の変化

パソコンや携帯通信機器からインターネットを利用ようになって、あなたの行動時間や行動の変化に変化はありましたか。

棒グラフ:「変化なし」と回答した人の比率(%)、左軸

折れ線グラフ:増加した人の比率－減少した人の比率、右軸



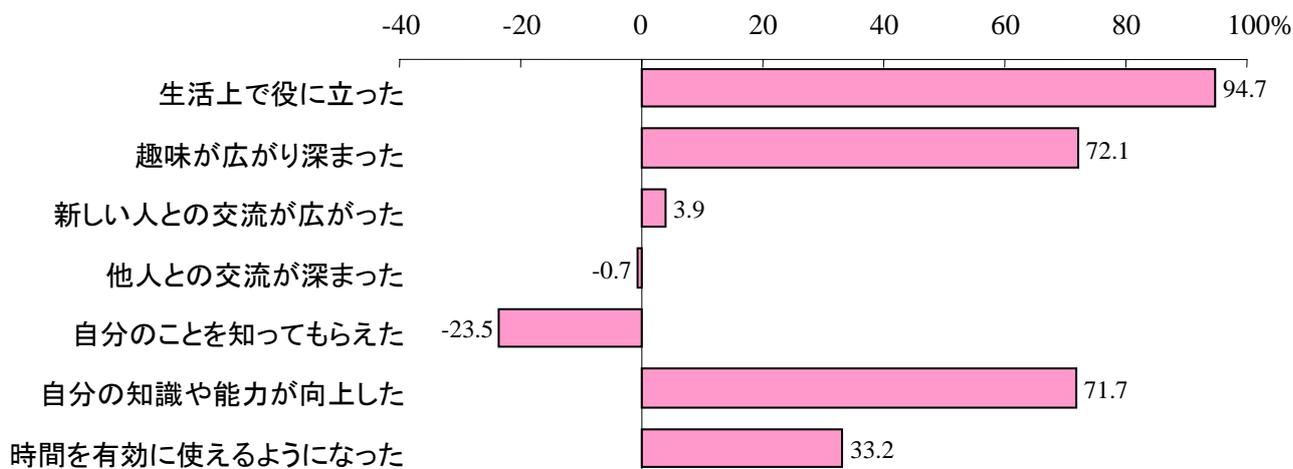
38.インターネットの効果

図表38は、インターネットの効果について、日米韓の集計結果を比較可能なかたちで表示したものである。調査票では、それぞれの項目について、「あてはまる」「どちらかといえばあてはまる」「どちらかといえばあてはまらない」「あてはまらない」という4つの選択肢の中から1つを選んでもらうようになっているが、このグラフが示しているのは、「あてはまる」「どちらかといえばあてはまる」という回答の比率の和である。

このグラフから明らかなように、満足度のように、米国がどの項目でももっとも高いといったような国による違いはそれほど明確にはなっていない。日本と韓国ではもっとも比率が高いのが「生活上で役に立った」という効果だが、米国では「自分の知識や能力が向上した」という効果の値がもっとも高い。効果があったという回答者が半分以下なのは、日本では「他人との交流が深まった」と「自分のことを知ってもらえた」、米国では「新しい人との交流が広がった」「自分のことを知ってもらえた」、韓国では「他人との交流が深まった」である。

図表38. インターネットの効果

パソコンや携帯通信機器からインターネットを利用するようになって、あなたは以下の効果をどの程度感じていますか。あてはまり度合いをお答えください。



「あてはまる」「どちらかといえばあてはまる」という回答の比率から、「どちらかといえばあてはまらない」「あてはまらない」という回答の比率を引いた値

39.情報収集に利用する手段

図表39は、情報収集を行う上でよく利用する手段を情報の種類や目的別に尋ねた結果をまとめたものである。

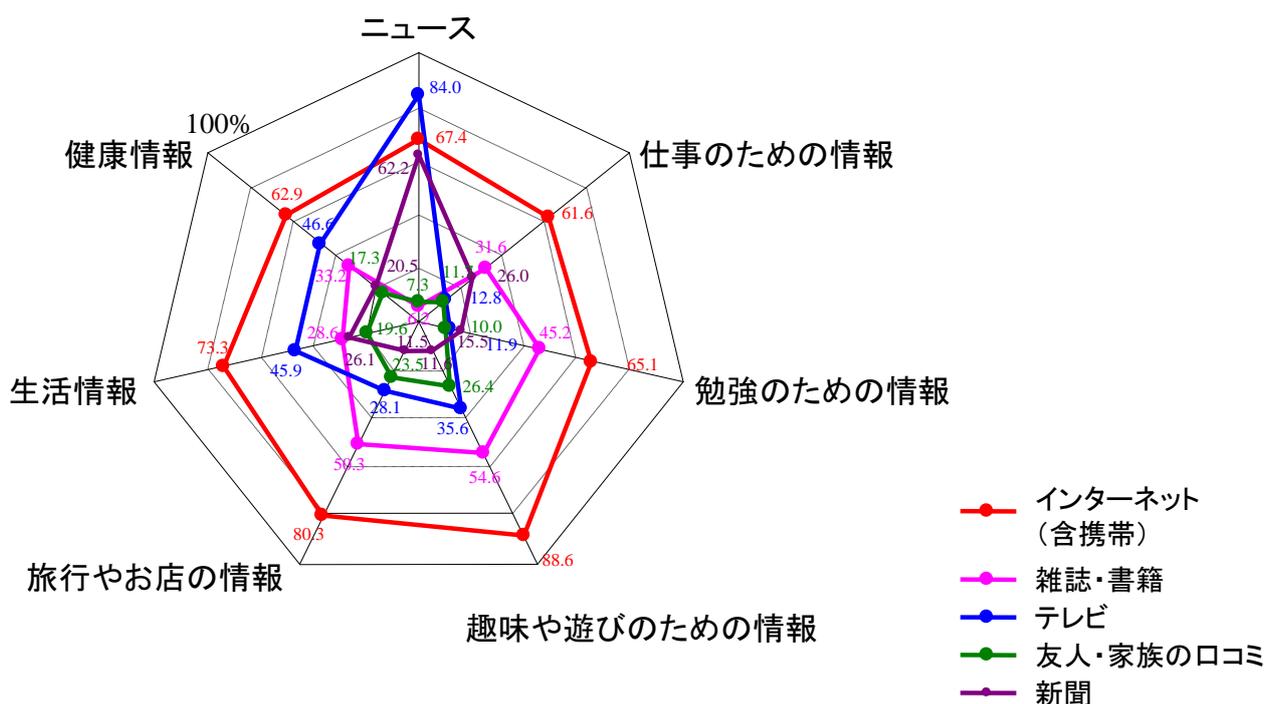
「ニュース」を除き、「仕事のための情報」、「勉強のための情報」、「趣味や遊びのための情報」、「旅行やお店の情報」、「生活情報」、「健康情報」のすべてでインターネットがもっとも多くなっており、インターネットが生活の中で重要な情報源になっていることがわかる。

「ニュース」の場合には、テレビ（84.0%）がもっとも多いが、2番目にはインターネット（67.4%）が入っており、若干ではあるが3番目の新聞（62.2%）を上回っている。

「仕事のための情報」では、インターネット（61.6%）、雑誌・書籍（31.6%）、新聞（26.0%）の順になっており、「勉強のための情報」では、インターネット（65.1%）、雑誌・書籍（45.2%）、新聞（15.5%）、「趣味のための情報」では、インターネット（88.6%）、新聞・雑誌（54.6%）、テレビ（35.6%）の順になっている。「旅行やお店の情報」では、インターネット（80.3%）、雑誌・書籍（50.3%）、テレビ（28.1%）の順であり、「生活情報」では、インターネット（73.3%）、テレビ（45.9%）、雑誌・新聞（28.6%）、「健康情報」では、インターネット（62.9%）、テレビ（46.6%）、雑誌・書籍（33.2%）となっている。

図表39. 情報収集に利用する手段

あなたが情報収集を行う上で、よく利用する手段を下記の情報の種類別にお答えください（一種類の情報につき3つまで）。（学校・職場での利用も含む）



40.通信手段の利用変化

図表40は、2年前と比較した通信手段の変化についてまとめたものである。

「増加した」という回答がもっとも多かったのは、パソコンの電子メールで半数以上（56.6%）の人が増加したと答えている。次に「増加した」という回答が多かったのは、携帯・PHSのメール（39.4%）であり、以下、携帯・PHSの通話（33.3%）、インターネット上の掲示板（26.5%）、IP電話（18.6%）の順となっている。

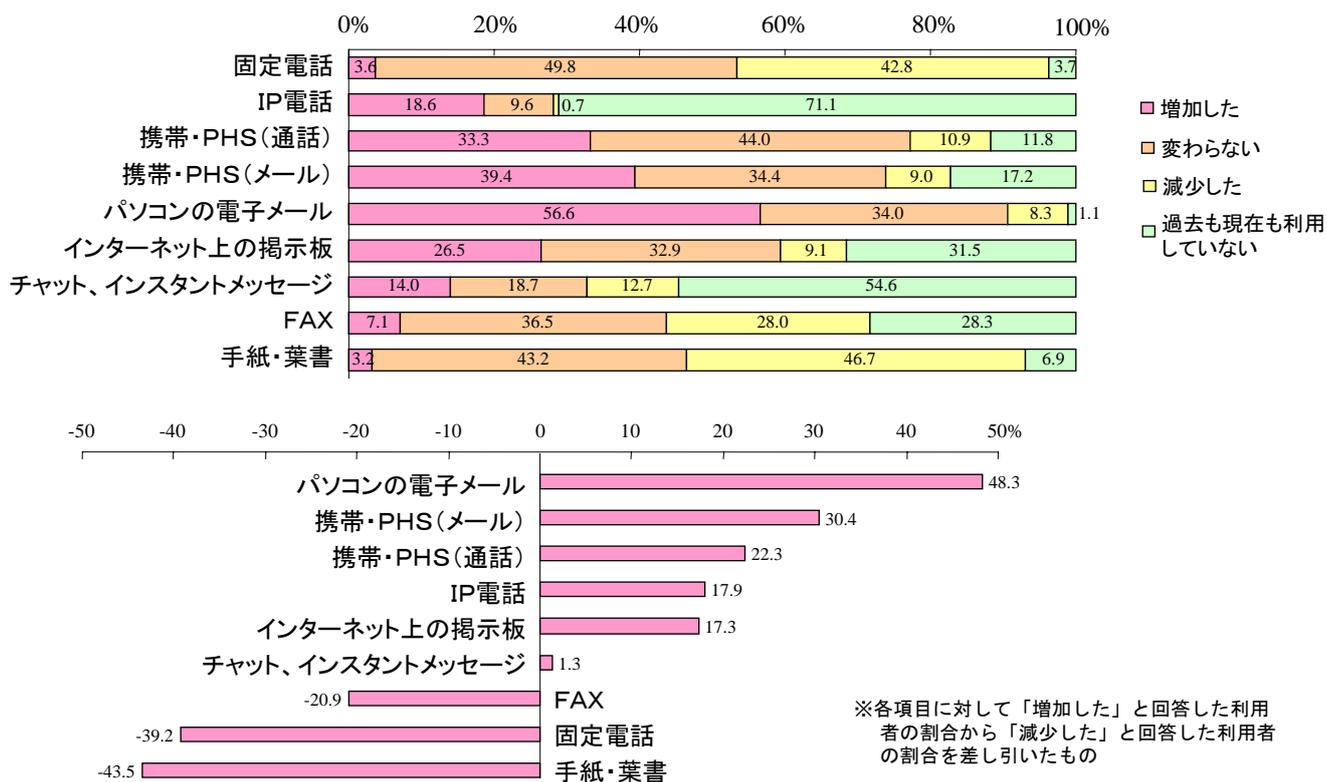
逆に「減少した」という回答がもっとも多かったのは、手紙・葉書であり、約半数（46.7%）の人が2年前とくらべて利用が減少したと答えている。次に「減少した」という回答が多かったのは固定電話（42.8%）であり、3番目はFAX（28.0%）であった。

この結果から想像されるのは、固定電話から携帯電話、手紙やFAXからパソコンや携帯電話などの電子メールという通信手段の変化である。

なお、「過去も現在も利用していない」という回答がもっとも多かったのはIP電話で、約7割（71.1%）の人が利用していないと答えている。また、チャットやインスタント・メッセージも半数以上の人（54.6%）が「過去も現在も利用していない」と答えている。

図表40. 通信手段の利用変化

2年前と比較して、以下の通信手段の利用に変化はありましたか。



41. ネット利用による使用金額の変化

図表41は、パソコンや携帯通信機器からインターネットを利用するようになってからの使途別の使用金額の変化を尋ねた結果をまとめたものである。

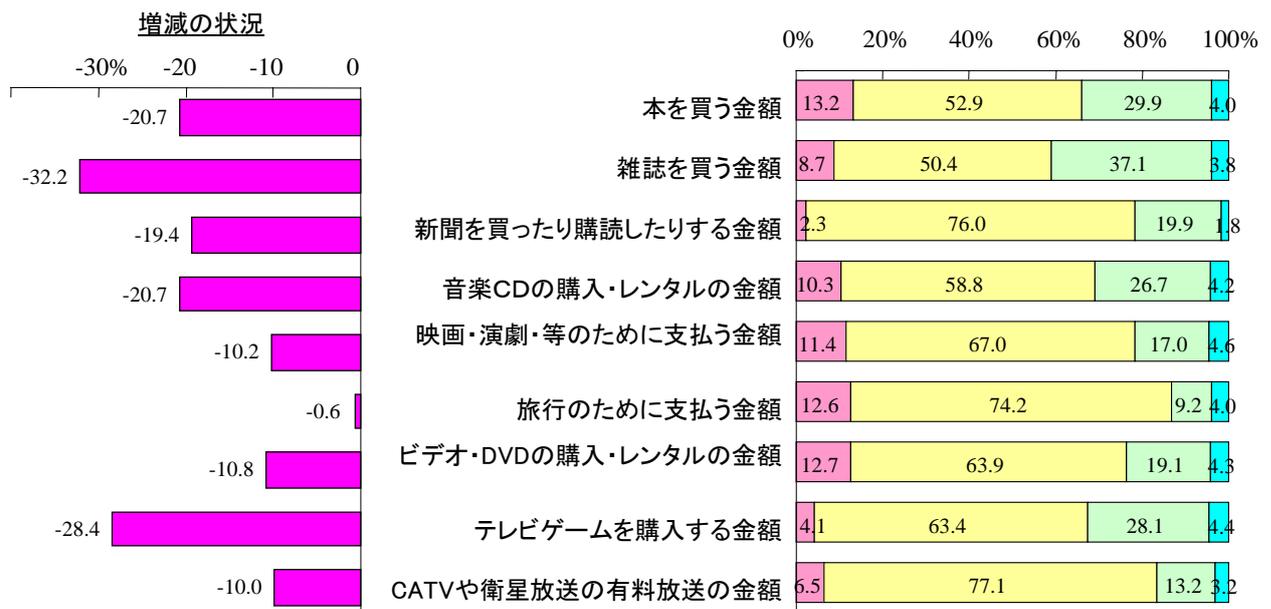
すべての使途において「変わらない」と答えた人がもっとも多いが、「増加した」あるいは「必要性が減少したので減らした」と答えた人の割合は使途によって、いくぶん変化がある。

「必要性が減少したので減らした」と答えた人の割合がもっとも高いのは、「雑誌を買う金額」(37.1%)であり、次は「本を買う金額」(29.9%)、以下「テレビゲームを購入する金額」(28.1%)、「音楽CDを買う、あるいはレンタルする金額」(26.7%)となっている。インターネットの利用によって、かつては雑誌や書籍から得ていた情報が得られるようになった、オンライン・ゲームを楽しむようになった、音楽コンテンツをインターネット経由で入手するようになったなどの理由が想像される。

また、「必要性は変わらないが減少した」という回答は、ほとんどの使途で4%前後となっており、「新聞を買ったり購読したりする金額」と「CATVや衛星放送の有料放送に支払う金額」はやや低い数字となっている。この2つは定期購読、定期契約をしているために、比較的節約の対象にならないことが考えられる。「変わらない」という回答がこの2つは75%を超えているのも同様の理由だと考えられる。

図表41. ネット利用による使用金額の変化

あなたは、パソコンや携帯通信機器からインターネットを利用するようになって、以下のようなことがらに使用する金額に変化はありましたか。



「増加した」から「必要性が減少したので減らした」「必要性は変わらないが仕方なく減らした」の比率を引いた値

■ 増加した ■ 必要性が減少したので減らした
■ 変わらない ■ 必要性は変わらないが仕方なく減らした

42.インターネットが社会にもたらす影響

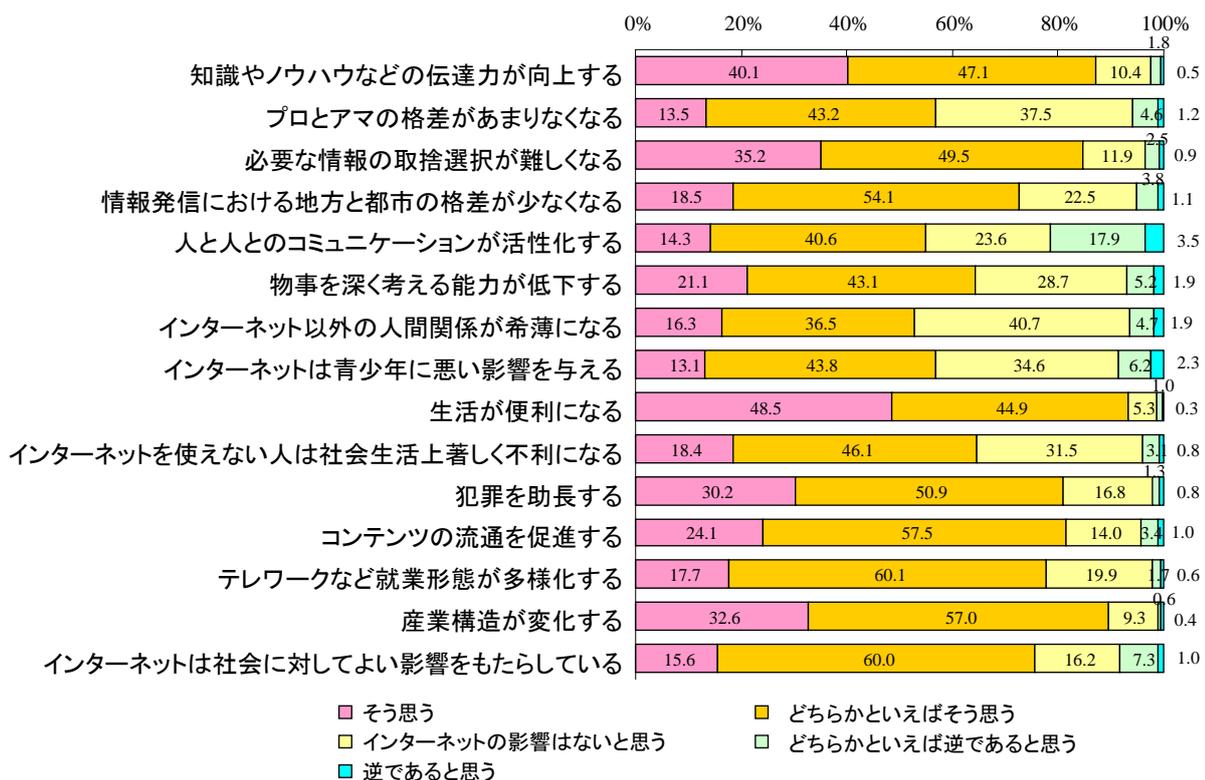
図表42は、インターネットが社会にもたらす影響について尋ねた結果をまとめたものである。「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」を合計した肯定派が8割を超えたのは、「情報検索、オンライン・ショッピングなど生活が便利になる」（93.4%）、「産業構造が変化する」（89.5%）、「知識やノウハウなどの伝達力が向上する」（87.2%）、「情報が氾濫し、必要な情報の取捨選択が難しくなる」（84.7%）、「音楽映像等のコンテンツの流通を促進する」（81.6%）、「悪質商法などの犯罪を助長する」（81.1%）であった。

一方、「インターネット以外の人間関係が希薄になる」、「人と人とのコミュニケーションが活性化する」、「情報発信に関して、プロ（ジャーナリスト、作家等）とアマの格差があまりなくなる」、「インターネットは青少年に悪い影響を与える」については肯定派が6割未満という結果になった。

特に、「人と人とのコミュニケーションが活性化する」については、反対派（「逆であると思う」と「どちらかといえば逆であると思う」の合計）が20%を超えており、インターネットの普及によってコミュニケーションが減少すると考える人が相当数いることがうかがわれる。

図表42. インターネットが社会にもたらす影響

インターネットが社会にもたらす影響に関する次の記述について、あなたはどのように思いますか。あなたの考えに近いものを選んでください。



43.利用用途と効果の関係

図表43は、前ページで説明したインターネットの効果について、日本のデータを用いて、インターネットの利用用途との関係を分析した結果をまとめたものである。分析の方法としては、「生活上で役に立った」などというインターネットの効果の被説明変数とし、パソコンでのニュース・天気予報へのアクセス、オンライン・ショッピングといったインターネットの利用用途を説明変数として回帰分析を行い、係数の t 値の絶対値が2以上で有意な変数を、係数の値の絶対値の上位5つを表にまとめた。被説明変数のインターネットの効果は、「あてはまる」=4、「どちらかといえばあてはまる」=3、「どちらかといえばあてはまらない」=2、「あてはまらない」=1として数量化しているため、説明変数の係数の値が大きいほどその説明変数の貢献度が高いことになる。

結果を見ると、たとえば携帯通信機器でオンライン・ショッピングをしている人ほど「新しい人との交流が増えた」という効果に肯定的な回答をしている場合が多いなど、論理的には自然に説明しにくいもの（図では薄い色の文字で示してある）もあるが、それ以外は論理的にも大きな無理なく説明できるものが多い。たとえば、「趣味が広がり深まった」という効果にもっとも大きく貢献しているのは「eラーニング」だが、これは趣味に関する学習を行うことで効果が高まっていると解釈することができるだろう。

図表43. 利用用途と効果の関係

インターネットの効果（表の行）を被説明変数とし、インターネットの用途を説明変数として回帰分析を行い、有意な説明変数を上から5つ選択した結果

上段：説明変数名、下段：その説明変数の非標準化係数

	1位	2位	3位	4位	5位
生活上で役に立った	ニュース・天気予報 (PC) 0.1247	ショッピング(PC) 0.0955	生活・暮らし情報 (PC) 0.0816	商品・サービス情報 (PC) 0.0712	趣味・娯楽情報 (PC) 0.0670
趣味が広がり深まった	eラーニング(PC) 0.2184	Web, Blog (PC) 0.1914	趣味・娯楽情報 (PC) 0.1695	BBS, IM(PC) 0.1671	音楽(PC) 0.1309
新しい人との交流が広がった	BBS, IM(PC) 0.5943	Web, Blog (PC) 0.5857	ショッピング(携帯) 0.2768	政府・自治体申請 (PC) 0.2287	ML(PC) 0.2086
他人との交流が深まった	BBS, IM(PC) 0.5581	Web, Blog (PC) 0.5091	BBS, IM(携帯) 0.2377	ゲーム(PC) 0.2010	ML(PC) 0.1723
自分ことを知ってもらえた	Web, Blog (PC) 0.6313	BBS, IM(PC) 0.4196	ショッピング(携帯) 0.2482	ゲーム(PC) 0.1703	音楽(PC) 0.1665
自分の知識や能力が向上した	ショッピング(携帯) 0.2283	証券取引(携帯) 0.2131	BBS, IM(携帯) 0.2102	Web, Blog (PC) 0.1920	政府・自治体情報 (PC) 0.1339
時間を有効に使えるようになった	ショッピング(携帯) 0.2712	ニュース・天気予報 (PC) 0.2115	BBS, IM(PC) 0.1379	NA	NA

(注)被説明変数は、効果に関するそれぞれの記述について、4=「あてはまる」、1=「あてはまらない」とした場合の4段階のスケール値。説明変数は、利用している場合は1、利用していない場合は0(ゼロ)の2値。

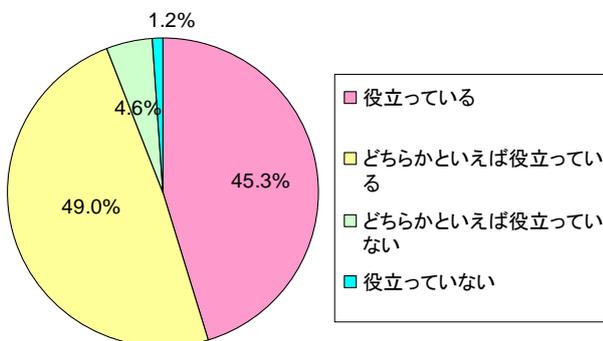
44.情報通信技術の生活への役立ち度と安心度

図表44-1は、インターネットに代表される情報通信技術が生活上の問題の解決に役だっているかどうかを尋ねた結果である。「役立っている」あるいは「どちらかといえば役立っている」と答えた人の割合は9割を超えており、インターネットが生活上の問題解決に寄与していることがわかる。

図表44-2は、安心してインターネットを利用しているかどうかを尋ねた結果である。「安心して利用している」と答えた人と「どちらかといえば安心して利用している」と答えた人を合計すると66.0%と約3分の1を占めるが、残る3分の1の人は、不安を感じながら利用をしていることがわかる。

図表44-1. 情報通信技術の生活への役立ち度

インターネットに代表される情報通信技術は、あなたの生活上の問題の解決に役に立っていますか。



図表44-2. 情報通信技術の安心度

あなたは、安心して情報通信技術を利用していますか。

