

# 「平成23年版情報通信白書」の概要

平成23年8月  
総務省

## 白書の構成

### 第1部 東日本大震災における情報通信の状況

### 第2部 特集「共生型ネット社会の実現に向けて」

ICTの国民生活への浸透が人と人との支え合いや絆の再生など「一人ひとりを包摂する社会」実現に貢献する姿を提示。

#### 第1章：ICTにより国民生活はどう変わったか

過去約10年を振り返り、ICTインフラ、サービス環境の変化やそれに伴うライフスタイルの変化などについて検証。

#### 第2章：浮かび上がる課題への対応

ICTの利活用をさらに進め、利用者本位の豊かな社会を実現するためには、どのような課題が残されているかを検証。

#### 第3章：「共生型ネット社会」の実現がもたらす可能性

ソーシャルメディアの人と人との支え合い等に与える影響を検証し、次世代ICT社会像として「共生型ネット社会」を提示。

### 第3部 情報通信の現況と政策動向

#### 第4章：情報通信の現況

平成22年度における総務省実施の承認統計・業務統計を中心に、日本の情報通信の現状を示す最新のデータを掲載。

#### 第5章：情報通信政策の動向

平成22年度における情報通信分野での最新の政策動向について、総務省の取組を中心に記述。

(参考) 「共生型ネット社会」

社会に溶け込んだICTの恩恵が国民に幅広くひき及ぼし、国民が生活の豊かさを享受することができる社会

ICTインフラに  
対する甚大な被害

通信	固定電話 最大約100万回線(NTT東日本)が不通 携帯電話・PHS 最大約29,000基地局(5社)が停波 震災直後、輻そうが発生し、各社、通信規制を実施	※東北地方の回線契約数は約270万契約 ※東北・関東地方の基地局数は約137,500局
放送	東北、関東地方で最大時120か所のテレビジョン中継局が停波	
郵政	3県で最大583局が閉鎖	※3県の郵便局数は1,103局

ICTメディアの  
果たした役割

## 情報の流通手段が多様化

- 例・放送事業者のインターネット同時配信
- 例・公共機関のソーシャルメディアによる情報発信

## 国民が情報発信主体となる

- 例・臨時災害放送局
- 例・各種連携による被災地支援プロジェクト

## 震災直後から情報が発信される

- 例・ソーシャルメディアを通じたリアルタイム情報発信

## 情報が抽出、整理され配信される

- 例・「まとめサイト」の登場
- 例・情報弱者向けの震災情報等の発信

## 災害に強いICTインフラ

ICTを活用した様々な取組も、その多くが、ICTインフラ(及び電力)が使用できる環境がなければ、ポテンシャルを十分に発揮することは不可能。

## デジタル・アナログの情報変換

安否情報など紙ベースのアナログ情報がデジタル情報に変換され共有された。しかし、デジタル情報をアナログに変換し、インターネットが利用できない人に対しても伝えるような取組は、十分ではなかった。

## 震災に関連したチェーンメールや悪質なメール等

東日本大震災に関連して、チェーンメールやミニブログ等で誤った情報が流された。

## 情報発信活動の周知

新たに様々な情報発信活動が立ち上がったが、それらが広く周知され、十分に有効利用されたとは言い難い面。

課題例

## 第1章

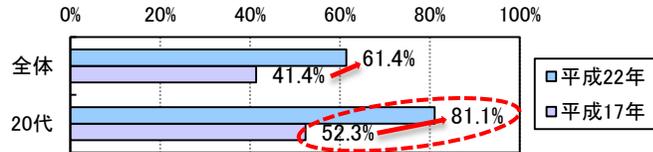
●「ブロードバンド元年」(H13情報通信白書)から10年。ICTをめぐる環境は大きく変化。インターネットを通じて常に「つながっている」環境の実現が、国民生活の様々な場面で変化をもたらす。

□ 過去10年間でICTインフラ環境のリッチ化(ブロードバンド利用)・パーソナル化(携帯ネット利用)が進展。

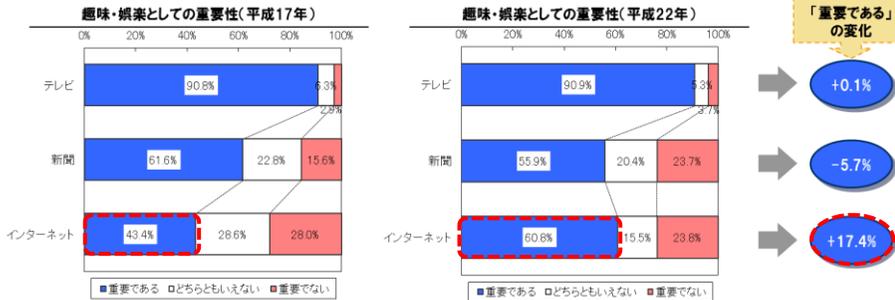
- ブロードバンド比率 H12:6.9% → H22:77.9%
- モバイルインターネット比率 H14:40.2% → H22:83.3%
- モバイルブロードバンド比率 H13:0.1% → H22:98.8%

□ 日常生活においてインターネットを重要と認識する人が増加。

- 情報収集ツールとしては20代では5年間で28.8%増(H17:52.3%→H22:81.1%)。



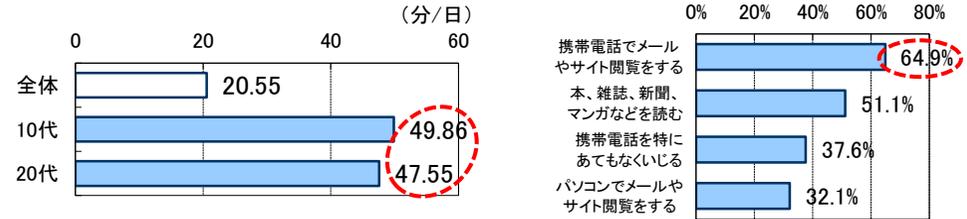
- 趣味・娯楽としては60.8%。新聞(55.9%)を抜き、テレビ(90.9%)に次ぐ地位に。



- 四年制大学生の95.8%がインターネットの就職関連サイトを利用。

□ ライフスタイルも変化し、インターネットが生活の中に取り込まれつつある。

- メール等のコミュニケーション行動では、10代・20代で携帯電話の利用が活発(10代・20代で約50分/日)。
- テレビを見ながら、携帯電話でメールやサイト閲覧(64.9%)。「ながら行動」が、10代・20代で一般化。



- 10代は「いつも友人や知人とつながっているという感覚が好き」といったつながり志向も強い。
- ネットショッピング利用者の半数近くが検索を活用して購入するなど、ネット特有の購買プロセスが一般化。



## 第2章

● ICTの更なる利活用を進めていく上で、「安心・安全の実現」「デジタル・ディバイド」「地域における利活用」など課題は依然として存在し、今後とも継続して対応が必要。

□ ICTの利用者は、プライバシー保護等ネット利用に不安(46.0%)を感じており、「安心・安全」の実現が必要。

□ インターネット利用率は78.2%。しかし、「デジタル・ディバイド」は、高齢者(70代:39.2%)及び低所得者(年収200万円未満:63.1%)を中心に存在。

□ 「地域」におけるICTの利活用は、平均27.4%と進まず。事業実施団体と未実施団体には大きな格差。

(事業実施団体の75.8%は「成果あり」と回答。一方、事業未実施団体の61.9%が「どちらともいえない」と回答。)

## 第3章

- 人と人が支えあい、国民幅広い層の包摂を実現する上で、ソーシャルメディアのポテンシャルは大きい。しかし、個人情報の漏洩等負の側面も存在しており、解消に向けた取組が必要。
- ソーシャルメディアをはじめICTの利活用を進め、社会に溶け込んだICTの恩恵が国民に幅広くひ益する「共生型ネット社会」の実現が期待。

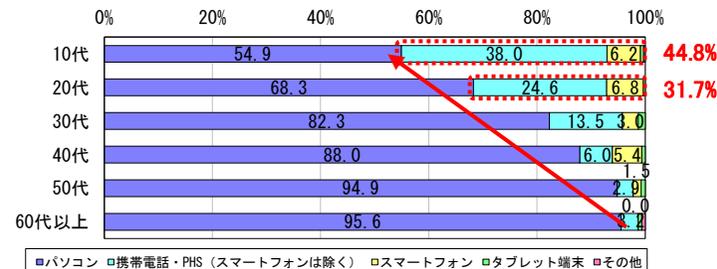
### □ ソーシャルメディア利用は10代、20代が牽引。

利用者全体の59.2%はSNS、ブログなど複数を利用している。

- 10代、20代は利用率・複数利用率ともに高い。
- SNS、ブログ、Twitter を目的に応じて使い分け。

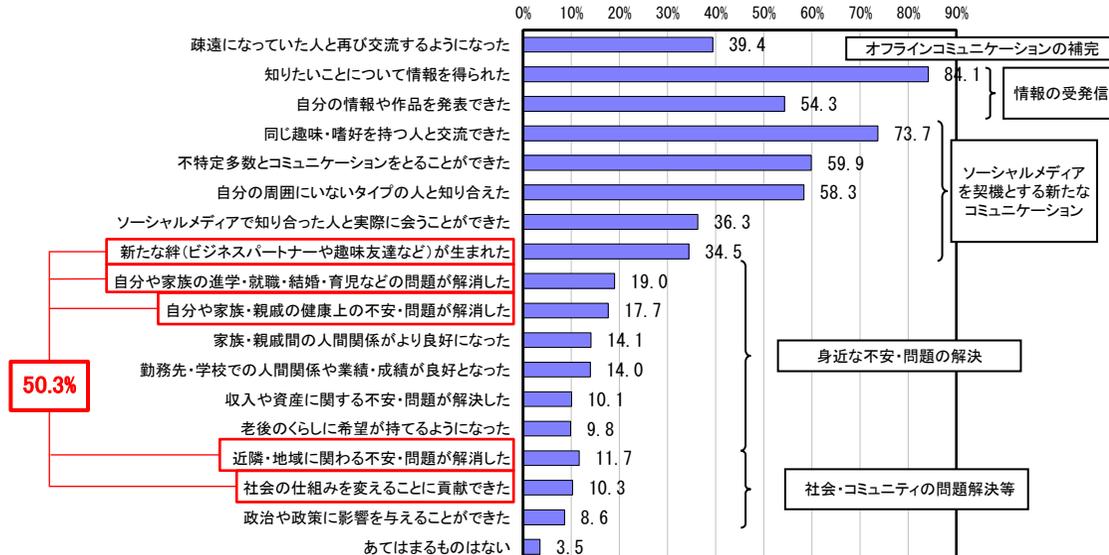
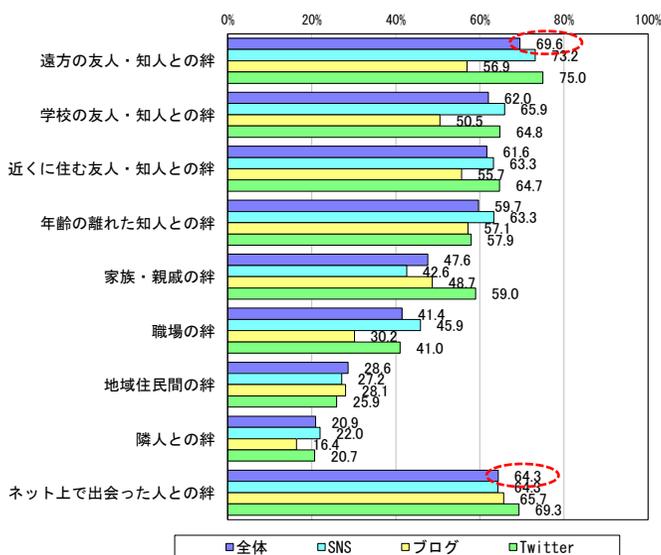


### □ 10代、20代は、利用場所を問わず、隙間時間も活用可能なモバイル端末の利用が特徴。



### □ ソーシャルメディアは人と人の「協働」を媒介し、絆を深めることにより、身近な不安・問題を解決するツールとして活用。

- 遠方の友人・知人との絆が深まった割合は69.6%。ネット上で初めて出会った人との絆も64.3%と同水準。
- 利用者の約半数(50.3%)が、新たな絆が生まれたり、自分・家族の問題や近隣・地域の問題等の解決に役立った旨回答。



**「平成23年版情報通信白書」  
主要データ集**

## 1. 第1部 東日本大震災における情報通信の状況

### 1-1 東日本大震災における情報通信の状況(1) . . . . P. 4

- ・東日本大震災における通信の被災状況
- ・東日本大震災における通信の輻そう状況

### 1-2 東日本大震災における情報通信の状況(2) . . . . P. 5

- ・岩手・宮城・福島・茨城各県におけるコミュニティ放送局、臨時災害放送局の開設状況
- ・震災に関する情報提供で、重視しているメディア・情報源（関東）
- ・被災地域の自治体Twitterのフォロワー数の推移
- ・被災地域マスメディアTwitterのフォロワー数の推移

## 2. 第2部 特集のポイント

### 2-1 特集テーマ構成について . . . . P. 7

### 2-2 第1章のポイント . . . . P. 8

### 2-3 第2章のポイント . . . . P. 9

### 2-4 第3章のポイント . . . . P. 10

## 3. 第1章 ICTにより国民生活はどう変わったか

### 3-1 先行する基盤整備と立ち後れるサービス普及、利活用 . . . . P. 12

- ・ICT総合進展度、分野及び指標別のランキング

### 3-2 10年でICTインフラ環境のリッチ化・パーソナル化が進展 . . . . P. 13

- ・ブロードバンド契約の推移
- ・インターネットを携帯端末から利用する人の割合の推移
- ・第2・第3世代移動通信システムの契約数推移

- ・地上デジタル放送対応受信機の出荷台数推移

- ・衛星放送・ケーブルテレビの契約数の推移

### 3-3 様々なシーンでインターネットを重要と認識する人が増加 . . . . P. 14

- ・年代別テレビ、インターネットの重要性認識
- ・就職活動における利用情報源の変化
- ・趣味・娯楽としての重要性認識の変化

### 3-4 ICTインフラ環境の変化により、人々のライフスタイルも変化 . . . . P. 15

- ・携帯電話でメールを読む・書く時間の変化
- ・年代別つながり志向
- ・インターネットショッピングにおける購買プロセスの変化
- ・インターネットショッピングを利用する際、何をするか
- ・テレビとのながら行動の割合

## 4. 第2章 浮かび上がる課題への対応

### 4-1 不安感の払しょくのためには、情報活用能力だけでなく安全性理解も必要 . . . . P. 17

- ・インターネット利用で感じる不安
- ・情報活用能力別の安全性理解と不安（ネット活用全般）
- ・属性別の不安と安全性の理解の分析（年代別）

### 4-2 子どものICT利活用を進めるにあたり、親の役割は大きい . . . . P. 18

- ・子どもの情報活用能力
- ・子供のICT利用の際の不安
- ・親の情報活用能力と子どもの情報活用能力
- ・ネットをめぐる家庭内ルール

## 目次

4-3 国内のデジタル・ディバイドについては、属性別に応じた  
きめ細やかな対応が必要 . . . . P. 19

- ・インターネット利用率
- ・世帯構成の推移と見通し
- ・インターネットで実現した絆の再生
- ・インターネット利活用の課題

4-4 途上国では「モバイル」中心にICTインフラの普及が進む  
. . . . P. 20

- ・所得水準別のインターネット利用者数構成比
- ・固定電話と携帯電話の普及率の関係（1985年以降の推移）
- ・料金水準とBB普及率の関係（2009年）
- ・インターネット利用率とソーシャルネットワークの利用度

4-5 地域ICT利活用においては、費用、人材、ノウハウ、  
インフラに課題 . . . . P. 21

- ・基礎的ICTサービスの実施状況
- ・ICT利活用事業の実施状況
- ・地域ICT利活用における課題
- ・ICT利活用における地域の課題解決の考え方

4-6 コスト負担やICT人材等の課題解決とともに、幅広い連携  
も重要 . . . . P. 22

- ・自治体の財政力指数と総合指標
- ・自治体のICT人材施策と総合指標
- ・ICT分野でのNPOとの協働の有無と総合指標
- ・情報化NPOの立地状況（都市人口階級別）
- ・情報化NPOの財政規模
- ・有給常勤スタッフのいるNPOの割合

## 5. 第3章 「共生型ネット社会」の実現がもたらす可能性

## 5-1 若年層がソーシャルメディアの利用を牽引 . . . . P. 24

- ・ソーシャルメディアの現在の利用数、利用経験（年代別）
- ・現在利用しているソーシャルメディアの種類
- ・現在利用しているソーシャルメディアの種類（性別）
- ・現在利用しているソーシャルメディアの種類（世代別）
- ・ソーシャルメディア利用に主に用いる端末（年代別）

5-2 ソーシャルメディアは人と人との協働を媒介し、諸問題を  
解決 . . . . P. 25

- ・ソーシャルメディアの利用目的
- ・ソーシャルメディアを利用して実現したこと

5-3 絆の再生、形成、不安の解消、支え合いに寄与、幅広い層の  
包摂に期待 . . . . P. 26

- ・ソーシャルメディア利用による絆の深まり
- ・ソーシャルメディアを利用して実現したこと
- ・ソーシャルメディア上のコミュニティでの交流頻度と身近な不安・問題等の解決の実現度合いの関係

## 5-4 利用者の感じる個人情報の不安への対処が必要 . . . . P. 27

- ・ソーシャルメディアを利用している人の不安
- ・実名等の使用（ソーシャルメディアの種類別）
- ・自身の情報のネット全体への開示（世代別）

## 6. 【参考】 第3部 ICTの経済分析

## 6-1 経済成長に対する情報通信産業の寄与 . . . . P. 29

- ・情報通信産業の名目国内生産額のシェア
- ・GDP成長率への情報通信産業の寄与の推移

## 6-2 情報通信産業は全ての産業に大きな経済波及効果 . . . . P. 30

- ・付加価値誘発額の推移
- ・雇用誘発数の推移

# 1. 第1部

## 東日本大震災における情報通信の状況

# 1-1 東日本大震災における情報通信の状況(1)

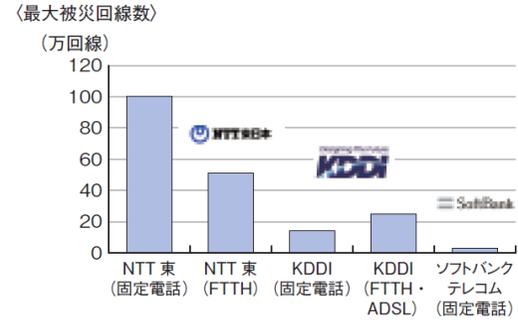
- 通信の被災状況については、固定通信で最大約100万回線(NTT東)が不通(東北地方の回線契約数約270万契約)、携帯電話・PHSで最大約29,000局(5社合計)が停波(東北・関東地方の基地局数約137,500局)。
- 通信の輻そうについては、携帯電話の音声通話は、最大70~95%の通信規制を実施。他方、パケットは、一時、NTTドコモが30%の規制を実施したが、すぐに規制が解除され、他社では、規制を実施しなかった。

## 東日本大震災における通信の被災状況

### 固定通信

**被災状況**

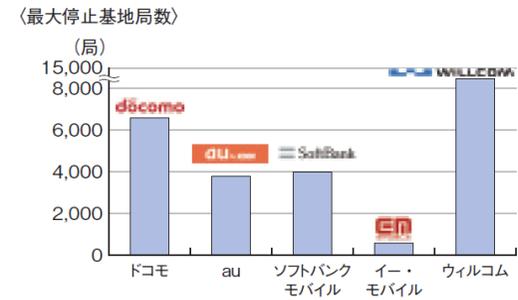
- 合計約 190 万回線の通信回線が被災。
- 各社、一部エリアを除き、4月末までに復旧。



### 移動通信

**被災状況**

- 合計約 2 万 9 千局の基地局が停止。
- 各社、4月末までに復旧 (NTT ドコモ・KDDI・ソフトバンクモバイルは一部エリアを除く)。

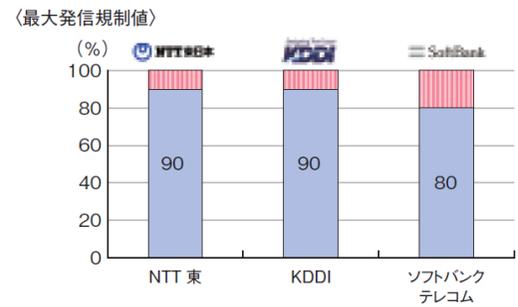


## 東日本大震災における通信の輻そう状況

### 固定通信

**輻そう状況**

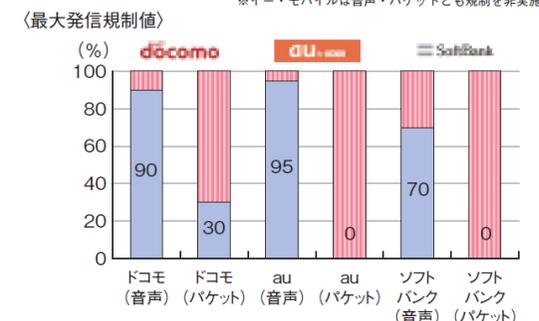
- 各社で、固定電話について、最大 80%~90%の規制を実施。



### 移動通信

**輻そう状況**

- 各社で、音声では、最大 70%~95%の規制を実施 (※)。
- 他方、パケットの規制は、非規制又は音声に比べ低い割合。



# 1-2 東日本大震災における情報通信の状況 (2)

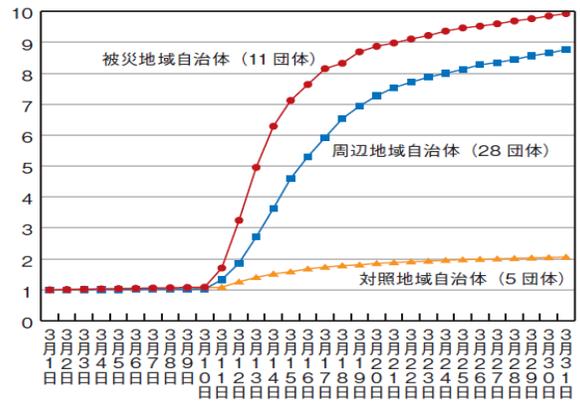
- 東北・北関東24市町で震災に係る災害情報を市民に提供するための臨時災害放送局(FM放送)が開設。
- 震災関連の情報提供で重視する情報源としてテレビの地位は高かった(関東地域)。
- 被災地域の自治体や地域マスメディアのソーシャルメディアを用いた情報発信の利用が急増。

岩手・宮城・福島・茨城各県におけるコミュニティ放送局、臨時災害放送局の開設状況

(平成23年6月8日現在)

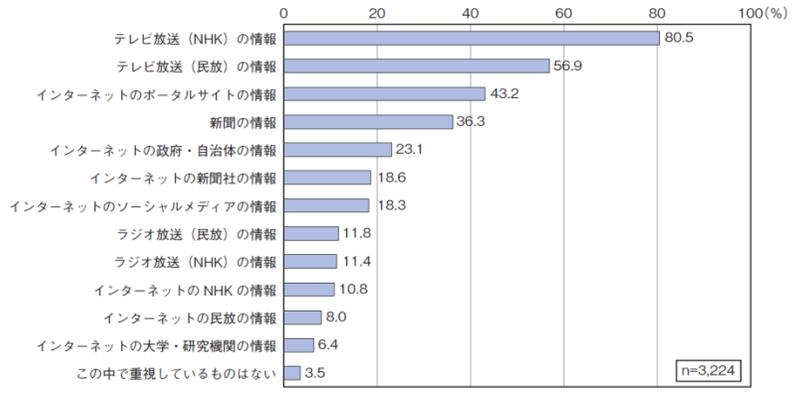
・元々コミュニティ放送局があったところ	21局
〔コミュニティ放送局として継続している局	11局
〔震災後臨時災害放送局に移行した局	10局
・震災後臨時災害放送局を新設したところ	16局
合計	37局

被災地域の自治体Twitterのフォロワー数の推移

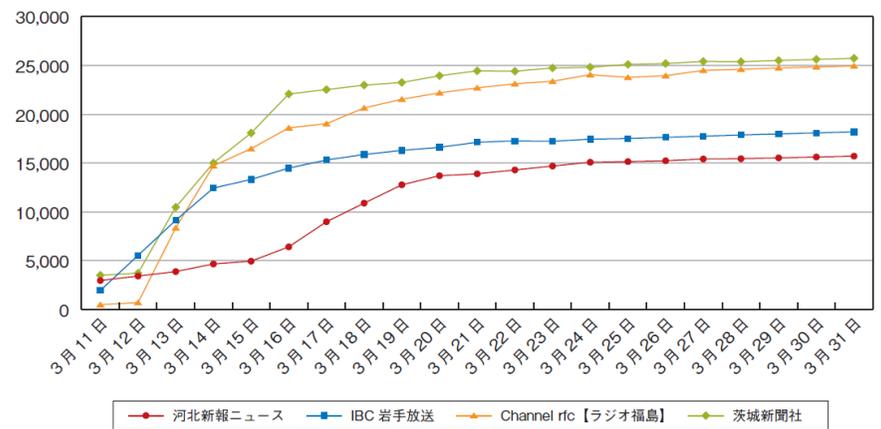


注) 3月1日のフォロワー数を1とした比較

震災に関する情報提供で、重視しているメディア・情報源(関東)(複数回答)※



被災地域マスメディアTwitterのフォロワー数の推移



※野村総合研究所が平成23年3月19日～20日に関東に在住する20歳～59歳のインターネットユーザーを対象に行った調査  
 ※「インターネット」には、携帯電話によるインターネット利用も含む  
 ※「インターネットのポータルサイト」は、Yahoo!、Google等であり、新聞社や放送局のサイトは含まない  
 ※「インターネットのソーシャルメディア」は、Twitter、mixi、Facebook等

## 2. 第2部 特集のポイント

## “共生型ネット社会の実現に向けて”

過去10年を振り返り、ICTにより国民生活がどのように変わったか、そして今後どのように変わっていくかを展望する

### 第1章 ICTにより国民生活はどう変わったか

### ICTにより国民生活はどう変わるのか

### 第2章 浮かび上がる課題への対応

### 第3章 「共生型ネット社会」の実現がもたらす可能性

視点

●ICTの普及が国民生活にどのような影響を与えたか、過去10年程度を振り返り調査・分析。

●ICTの利活用をさらに進め、利用者本位の豊かな社会を実現するためには、どのような課題が残されているか調査・分析。

●ICTの利活用が進み社会に浸透することで、どのような社会が実現するか可能性を提示。

分析の概要

#### ●ICT“インフラ環境”の変化

10年前(DSL開始、3G開始、iモード登場、BSデジタル放送開始等)から現在までのICTインフラの普及状況を経年的に俯瞰。

#### ●ICTがもたらす“ライフスタイル”の変化

ICTの普及により、国民生活がどのように変わったかを、ICTサービスの利用状況を含め検証。

#### ●ICTを取り巻く“社会的課題”の変化

ICT環境の変化に応じ、ICTを取り巻く社会的課題がどのように変化してきたか検証。

#### ●安心・安全への懸念の払しょく

安心・安全なICT利活用社会の実現に向けての期待と取り組むべき課題等について検証。

#### ●デジタル・デバイドの解消

ICTによる便益を国民が等しく享受するには、前提としてデジタル・デバイドの解消が欠かせないことから、所得・世代・国際等の観点から、「弱者に光のあたる」デバイス解消のあり方を検証。

#### ●地域におけるICT利活用の促進

地域情報化の状況を分析するとともに、先端事例を紹介し、「地域自らが考え、実行する」地域情報化のあり方を検証。

#### ●ソーシャルメディアの可能性

ソーシャルメディアをはじめとするICTの利活用が、人と人のつながりや個人の不安、地域コミュニティの課題の解消等どのような影響を与えるか検証。

#### ●「共生型ネット社会」への期待

ソーシャルメディアの利用が進み、国民生活に浸透した場合にもたらされる「共生型ネット社会」(「人と人が支え合う」「人が主体」「国民の幅広い層を包摂」「ICTが人と人との協働を媒介し、諸問題の解決により価値を創造」「進化したユビキタスネットワーク社会」)のコンセプトを提示。その可能性や課題を分析。

ICTの普及が国民生活にどのような影響を与えたか、過去10年程度を振り返り分析。

### (1) 先行する基盤整備と立ち遅れるサービス普及 (P12)

- 我が国は、ブロードバンド基盤整備は進んだものの、サービス普及や利活用の面が立ち遅れ。
- しかし、基盤(普及)を詳細に見ると、モバイルブロードバンド普及(第3位)や固定ブロードバンド料金(第9位)は比較的順位が高い。
- 利活用は、個人(第12位)、企業(第7位)の利活用に比べ、政府(第23位)の利活用が立ち遅れ。

### (2) 10年でICTインフラ環境のリッチ化・パーソナル化が進展 (P13)

- DSL・ケーブルインターネットにより急速にブロードバンド化が進展。FTTHへの移行で、より高速・大容量化し、リッチ化が進む。
- インターネットを携帯端末から利用する人の割合は83.8%(H14年時点では40.2%)となり、インターネットのパーソナル化が進展。同時に、第3世代携帯電話への乗換え(全加入者数の98.8%)により、リッチ化も進む。
- 放送は地上デジタル放送への移行等、デジタル化が進展。衛星放送・ケーブルテレビによる多チャンネル化により、視聴者が様々な映像を選択可能な環境が拡大。

### (3) 様々な生活シーンでインターネットを重要と認識する人が増加 (P14)

- インターネットを重要な情報収集ツールと認識している人が増加。特に20代では5年で28.8%(H17年52.3%→H22年81.1%)増加。
- 四年制大学生の95.8%がインターネットの就職関連サイトを利用するなど、就職活動においてインターネットが不可欠なツールに。
- 60.8%の人が、インターネットの趣味・娯楽としての重要性を認識。新聞(55.9%)を抜き、テレビ(90.3%)に次ぐ地位に。

### (4) ICTインフラ環境の変化により、人々のライフスタイルも変化 (P15)

- メール等のコミュニケーション行動では、10代・20代で携帯電話の利用が活発(10代・20代で約50分/日)。10代は「いつも友人や知人とつながっているという感覚が好き」といったつながり志向も強い。
- インターネットショッピング利用者の半数近くが検索を活用して購入するなど、検索→複数サイトの比較→口コミを参考に検討→購入などのインターネット特有の購買プロセスが一般化。
- テレビを見ながら、携帯電話でメールやサイトを閲覧(64.9%)するなど、複数のメディアをまたぐ「ながら行動」が、10代・20代で一般化。

ICTの利活用をさらに進め、利用者本位の豊かな社会を実現するためには、どのような課題が残されているのか、「安心・安全」、「デジタル・ディバイド」、「地域」の観点から分析。

安心・安全

**(1) 不安感の払しょくのためには、情報活用能力だけでなく、安全性理解も必要 (P17)**

- **46. 0%の世帯がインターネット利用に不安を感じており、不安感は払しょくされていない。**
- 不安感の払しょくのためには、**情報活用能力だけでなく、安全性理解も必要**。特に、60代、70代以上は情報活用能力、安全性の理解が相対的に低く不安が高い。

**(2) 子どものICT利活用を進めるにあたり、親の役割は大きい (P18)**

- 子どもの年齢が高まるにつれて、情報活用能力が高まる。また、年齢が高まるにつれて、プライバシー保護、ウィルス等、ネット利用に関する不安が高くなっている。ただし、親と比べると不安は低い。
- 情報活用能力は親が高いと子どもも高い傾向など、**子どものICT利活用に対する親の影響力は大きい**。
- しかし、親子間で家庭内ルールに意識差があるなど、**親子間でのICT利活用への意識には差が見られる**(親が「ルールあり」と回答した家庭の27. 2%の子どもが「ルールなし」と回答)。

デジタル・ディバイド

**(3) 国内のデジタル・ディバイドについては、属性別に応じたきめ細やかな対応が必要 (P19)**

- **我が国のインターネット利用率は78. 2%**。デジタル・ディバイドは、高齢者及び低所得者を中心に存在。インターネットが生活になくはならなくなりつつある中、社会的包摂の考え方からも検討が必要。
- **オンラインコミュニティへの参加者は、約7割がネットで絆が再生したと回答するなど、社会関係を一定程度補完**。
- ネット利活用の課題として、「**低廉化**」や「**使い勝手の良い端末**」(高齢層)を求める声も多い。

**(4) 途上国では「モバイル」中心にICTインフラの普及が進む (P20)**

- **インターネット利用者の約6割が高所得国(人口構成比約16%)であり、デジタル・ディバイドは依然存在**。
- **途上国では先進国と異なり、「モバイル」中心にICTインフラの普及が進んでいる**。しかし、**ブロードバンド等ICTインフラの料金水準は高く、普及・利活用の阻害要因**。
- **先進国以外でも、SNSの利活用が進展している国が存在**。モバイルとSNSを中心にICT利活用が進む可能性。

地域

**(5) 地域ICT利活用においては、費用、人材、ノウハウ、インフラに課題 (P21)**

- ホームページ等基礎的なICTによる情報提供は大半の自治体で行われているが、**ICTを利活用したサービスは平均27. 4%と進まず**。**費用、人材、ノウハウ、インフラに課題**。
- ICT利活用の実施団体と未実施団体では、ICT利活用について大きな意識差(実施団体の75. 8%が「成果あり」と回答。一方、未実施自治体の61. 9%が「どちらともいえない」と回答)。利活用を進めるには、課題に対する解決策の提示と併せて、メリットの「見える化」を進めることが重要。

**(6) コスト負担やICT人材等の課題解決とともに、様々な主体との幅広い連携も重要 (P22)**

- 自治体の財政力やICT人材の状況がICT利活用の実現に影響。**ICT利活用の地域間格差が懸念される状況**。
- **NPOとの協働がある方が、ICTの利活用も進む**。だが、情報化NPOは都市に集中し、財政・組織基盤もぜい弱。**地域内外の幅広い連携が重要**。

ICTの利活用が進み社会に浸透することで、どのような社会が実現するか、「ソーシャルメディア」の分析を通じて可能性を提示。

## (1) 若年層がソーシャルメディアの利用を牽引 (P24)

- ソーシャルメディア利用者の約6割は複数を利用。SNS、ブログ、Twitterは半数以上が利用。
- 若年層ほどソーシャルメディアの利用率が高く、複数利用の割合も高い(利用者のうち複数を利用する人の比率は10代で69.3%、20代で61.5%)。
- 男性や若年層の利用率が高い傾向だが、ブログは女性が男性より利用率が高い。また、世代を問わず利用が進んでいる(高齢層(60代以上)の利用率(\*)はSNS 59.5%、ブログ 55.1%)。 ※高齢層のソーシャルメディア利用者(高齢層の22.3%)を母数とする利用率
- 利用場所を問わず、隙間時間も活用可能なモバイル端末を主に利用する若者が牽引(10代利用者の44.8%、20代利用者の31.7%がモバイル端末を主に利用)。

## (2) ソーシャルメディアは人と人の協働を媒介し、諸問題を解決 (P25)

- 利用者は多様な目的のためにソーシャルメディアを使い分け、結果として多様なことを実現。例えば、既存の知人との交流はSNS(SNS利用者の43.9%)、身近な不安・問題の解決はブログ(ブログ利用者の13.1%)というように、目的に応じ使い分け。
- ソーシャルメディアは、人と人の協働を媒介し、様々な身近な不安・問題や社会・地域コミュニティの問題を解決している。例えば、一緒に仕事やボランティア活動をする人、同じ悩みごとを持つ人を探す目的でソーシャルメディアを利用する人もおり、実際に、ビジネスパートナーを見つける、自分や家族の進学・就職・育児・健康問題を解決する、近隣・地域の問題を解決する等を実現した者も多い(50.3%)。

## (3) 絆の再生、形成、不安の解消、人と人の支え合いに寄与、国民の幅広い層の包摂に期待 (P26)

- 地縁、血縁が薄れゆく中、ソーシャルメディアは既存の人間関係、新たな人間関係の絆を深める効果。(例:遠方の知人とソーシャルメディアで交流した人のうち、絆が深まった人の割合は69.6%)
- ソーシャルメディア利用者の多くが、進学、就職、育児、健康など身近な不安・問題を解決(36.8%)。交流頻度が高いほど、問題の解決の度合いが高い。
- ソーシャルメディアは、人と人の絆を深め、身近な不安・問題を解決し、人と人が支え合うために活用されている。孤立するおそれのある人が支え合いのネットワークを持つこと、国民の幅広い層を包摂することが期待される。

## (4) 利用者の感じる個人情報の不安への対処が必要 (P27)

- 利用者は、個人情報漏洩(ブログの場合で86.5%)、プライバシー侵害(同73.4%)等個人情報に不安を感じており、対処が必要。

### 3. 第1章

## ICTにより国民生活はどう変わったか

# 3-1 先行する基盤整備と立ち遅れるサービス普及、利活用

- 我が国は、ブロードバンド基盤整備は進んだものの、サービス普及や利活用の面が立ち遅れ。
- しかし、基盤(普及)を詳細に見ると、モバイルブロードバンド普及(第3位)や固定ブロードバンド料金(第9位)は比較的順位が高い。
- 利活用は、個人(第12位)、企業(第7位)の利活用に比べ、政府(第23位)の利活用が立ち遅れ。

## ICT総合進展度 第3位

第1位:韓国  
第2位:スウェーデン  
第3位:日本

第4位:ノルウェー  
第5位:デンマーク  
第6位:フィンランド  
第7位:米国  
第8位:オランダ  
第9位:スイス  
第10位:オーストラリア  
第11位:オーストリア  
第12位:英国  
第13位:カナダ  
第14位:シンガポール  
第15位:ニュージーランド  
第16位:UAE  
第17位:ドイツ  
第18位:ポルトガル  
第19位:フランス  
第20位:エストニア  
第21位:ベルギー  
第22位:スペイン  
第23位:イタリア  
第24位:マレーシア  
第25位:ロシア  
第26位:チリ  
第27位:ブラジル  
第28位:中国  
第29位:南アフリカ  
第30位:インド

### 利活用 第18位

#### 1. 個人の利活用: 第12位

(1)個人インターネット利用率:第12位

#### 2. 企業の利活用: 第7位

(2)企業インターネット活用度:第7位

#### 3. 政府の利活用: 第23位

(3)国民向けサービス充実度:第11位

(4)行政内部効率化貢献度:第26位

### 基盤(普及) 第12位

#### 4. 固定ネット普及: 第12位

(5)インターネット世帯普及率:第11位

(6)固定ブロードバンド普及率:第14位

(7)固定ブロードバンド料金:第9位

#### 5. モバイル環境普及: 第16位

(8)携帯電話普及率:第25位

(9)モバイルブロードバンド普及率:第3位

(10)携帯電話料金:第27位

### 基盤(整備) 第1位

#### 6. 先進性: 第1位

(11)固定ブロードバンド最高速度:第1位

(12)第3世代携帯比率:第1位

#### 7. 安定性: 第3位

(13)固定ブロードバンド品質:第2位

(14)安全なサーバー数:第15位

#### 8. 許容性: 第1位

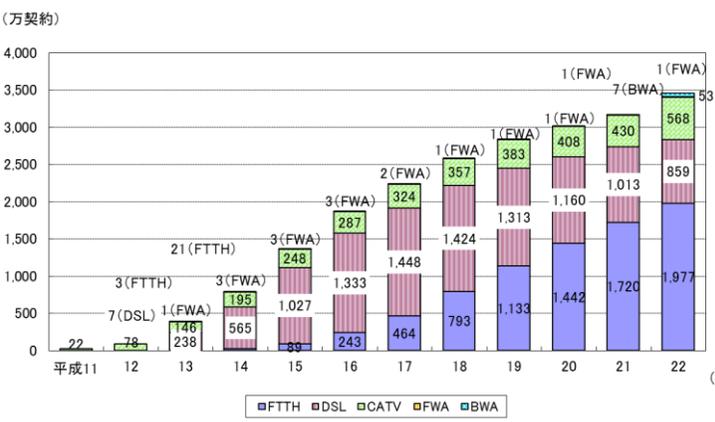
(15)インターネットホスト数:第11位

(16)光ファイバ比率:第1位

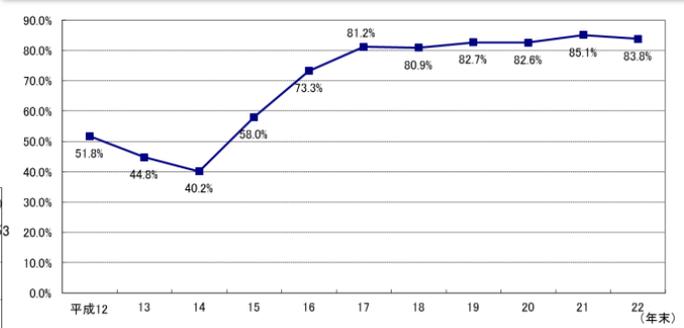
# 3-2 10年でICTインフラ環境のリッチ化・パーソナル化が進展

- DSL・ケーブルインターネットにより急速にブロードバンド化が進展。FTTHへの移行で、より高速・大容量化し、リッチ化が進む。
- インターネットを携帯端末から利用する人の割合は83.8%(H14年時点では40.2%)となり、インターネットのパーソナル化が進展。同時に、第3世代携帯電話への乗り換え(全加入者数の98.8%)により、リッチ化も進む。
- 放送は地上デジタル放送への移行等、デジタル化が進展。衛星放送・ケーブルテレビによる多チャンネル化により、視聴者が様々な映像を選択可能な環境が拡大。

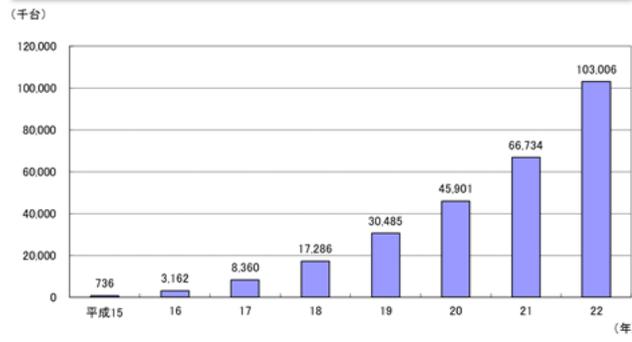
ブロードバンド契約の推移 ※



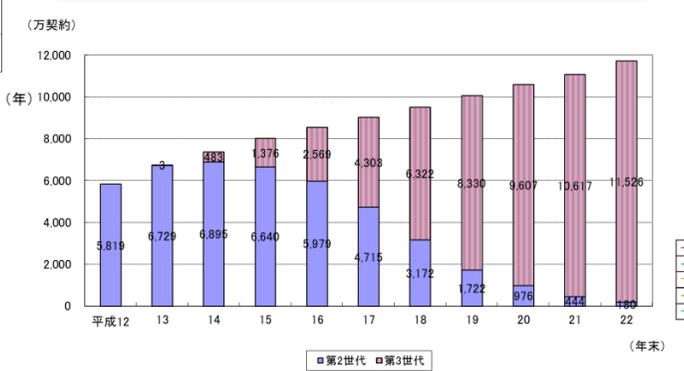
インターネットを携帯端末から利用する人の割合の推移 ※



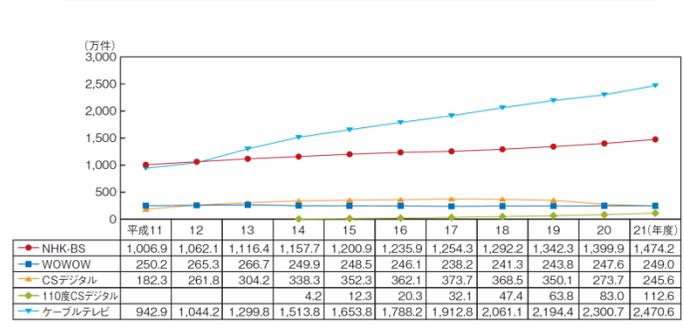
地上デジタル放送対応受信機の出荷台数推移 ※



第2・第3世代移动通信システムの契約数推移 ※



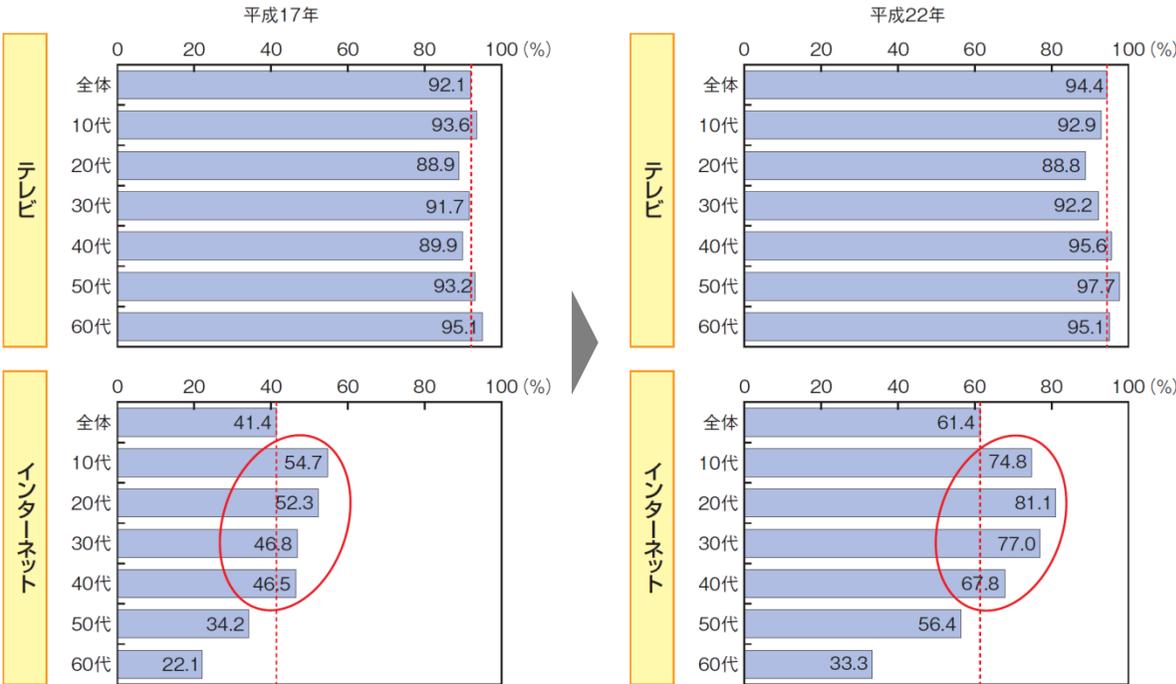
衛星放送・ケーブルテレビの契約数の推移 ※



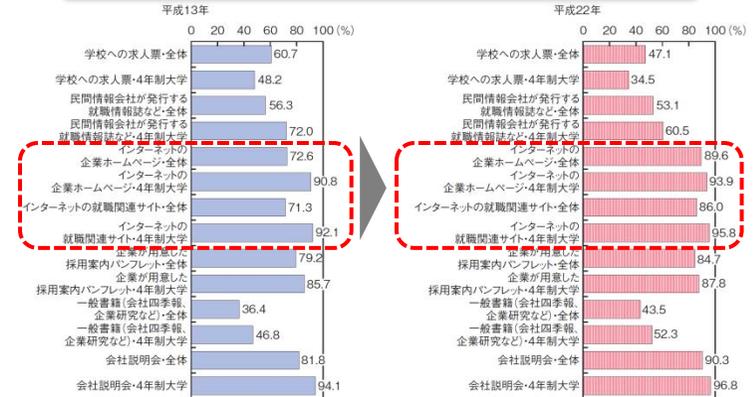
# 3-3 様々な生活シーンでインターネットを重要と認識する人が増加

- インターネットを重要な情報収集ツールと認識している人が増加。特に20代では5年で28.8% (平成17年52.3%→平成22年81.1%)増加。
- 四年制大学生の95.8%がインターネットの就職関連サイトを利用するなど、就職活動においてインターネットが不可欠なツールに。
- 60.8%の人が、インターネットの趣味・娯楽としての重要性を認識。新聞(55.9%)を抜き、テレビ(90.3%)に次ぐ地位に。

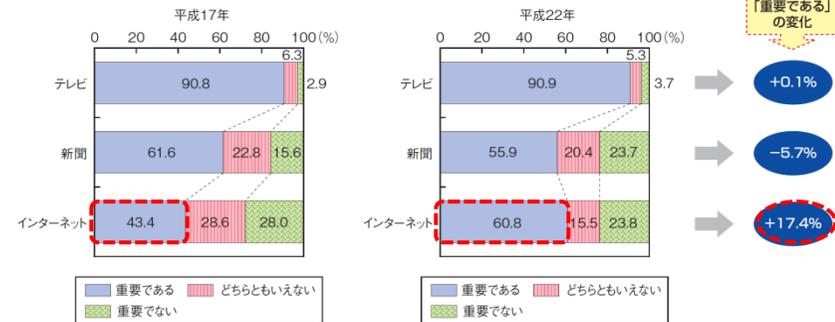
年代別テレビ、インターネットの重要性認識



就職活動における利用情報源の変化\*



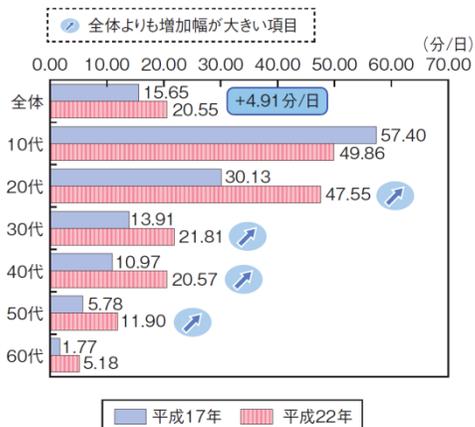
趣味・娯楽としての重要性認識の変化



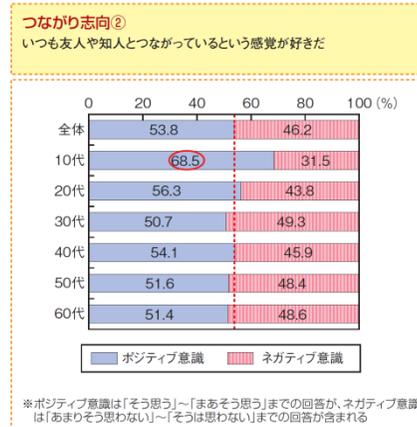
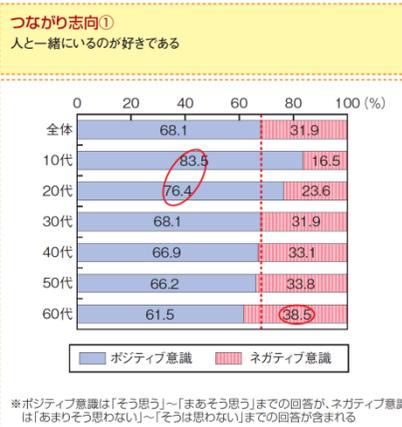
# 3-4 ICTインフラ環境の変化により、人々のライフスタイルも変化

- メール等のコミュニケーション行動では、10代・20代で携帯電話の利用が活発(10代・20代で約50分/日)。10代は「いつも友人や知人とつながっているという感覚が好き」といったつながり志向も強い。
- インターネットショッピング利用者の半数近くが検索を活用して購入するなど、検索→複数サイトの比較→口コミを参考に検討→購入などのインターネット特有の購買プロセスが一般化。
- テレビを見ながら、携帯電話でメールやサイトを閲覧(64.9%)するなど、複数のメディアをまたぐ「ながら行動」が、10代・20代で一般化。

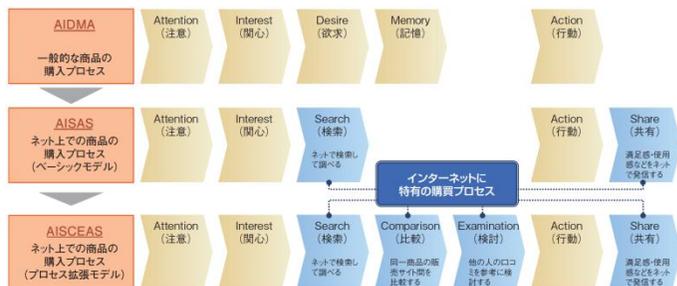
携帯電話でメールを読む・書く時間の変化



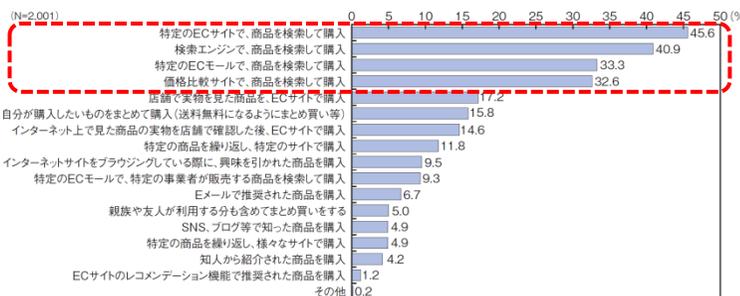
年代別つながり志向



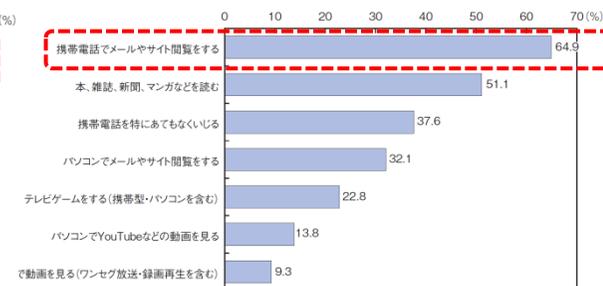
インターネットショッピングにおける購買プロセスの変化



インターネットショッピングを利用する際、何をするか※



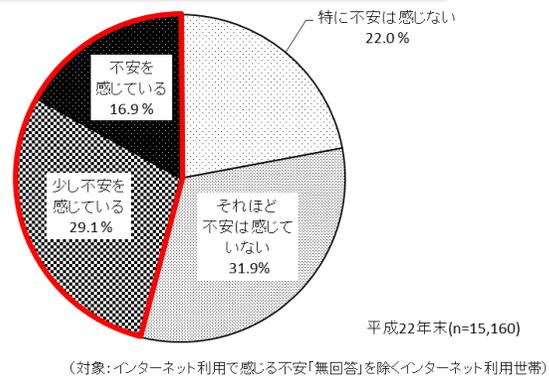
テレビとのながら行動の割合※



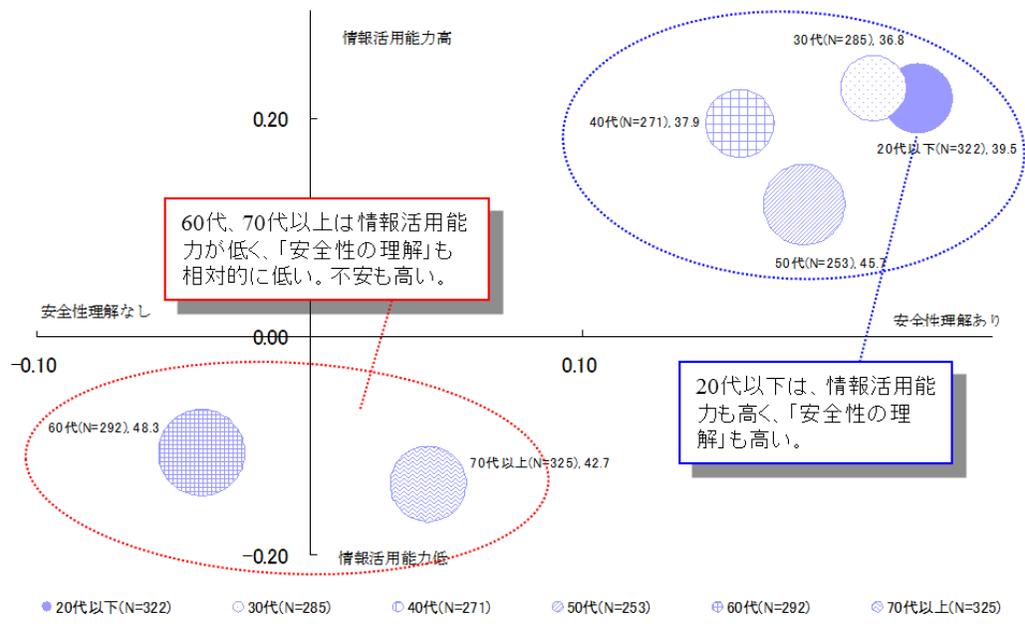
## 4. 第2章 浮かび上がる課題への対応

- 46.0%の世帯がインターネット利用に不安を感じており、不安感は払しょくされていない。
- 不安感の払しょくのためには、情報活用能力だけでなく、安全性理解も必要。特に、60代、70代以上は情報活用能力、安全性の理解が相対的に低く不安が高い。

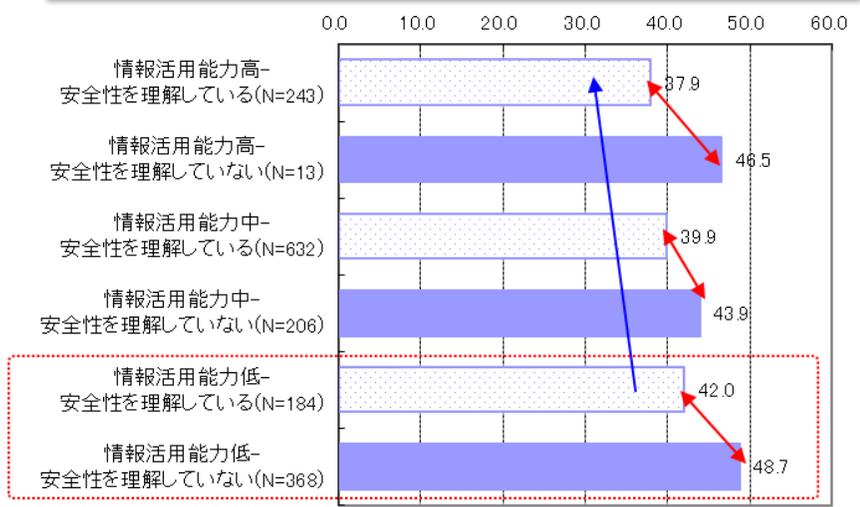
インターネット利用で感じる不安 ※



属性別の不安と安全性の理解の分析(年代別)



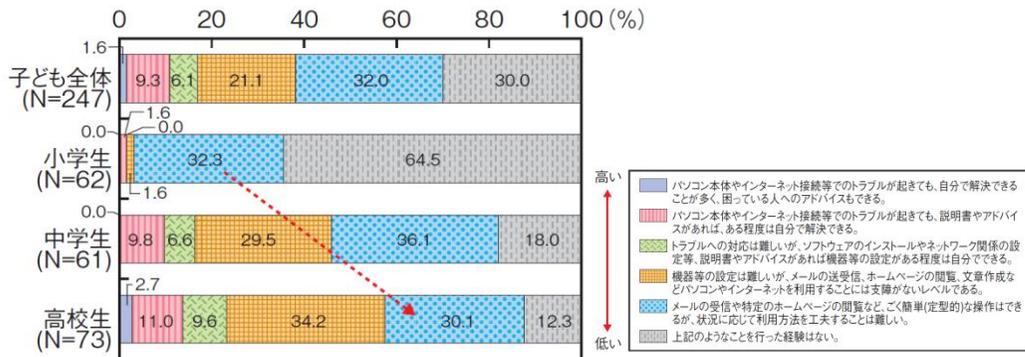
情報活用能力別の安全性理解と不安(ネット活用全般)



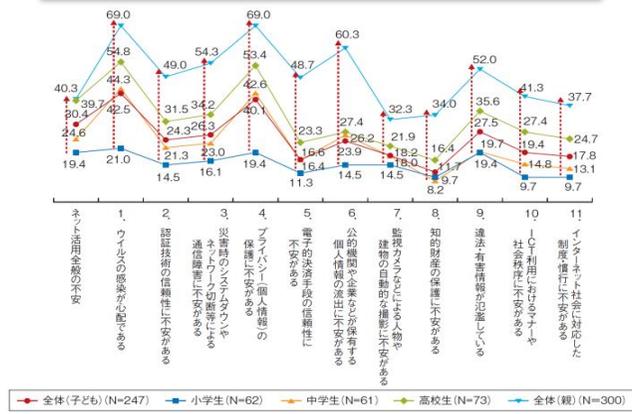
# 4-2 子どものICT利活用を進めるにあたり、親の役割は大きい

- 子どもの年齢が高まるにつれて、情報活用能力が高まる。また、年齢が高まるにつれて、プライバシー保護、ウィルス等、ネット利用に関する不安が高くなっている。ただし、親と比べると不安は低い。
- 情報活用能力は親が高いと子どもも高い傾向など、子どものICT利活用に対する親の影響力は大きい。
- しかし、親子間で家庭内ルールに意識差があるなど、親子間でのICT利活用への意識には差が見られる（親が「ルールあり」と回答した家庭の27.2%の子どもが「ルールなし」と回答）。

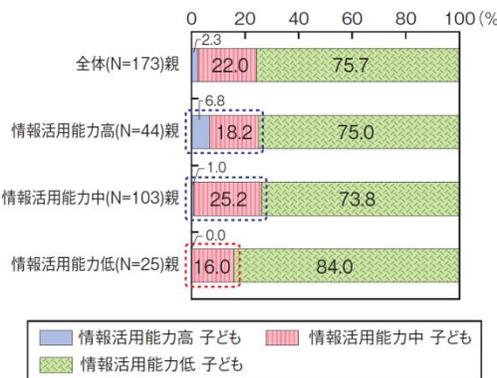
子どもの情報活用能力



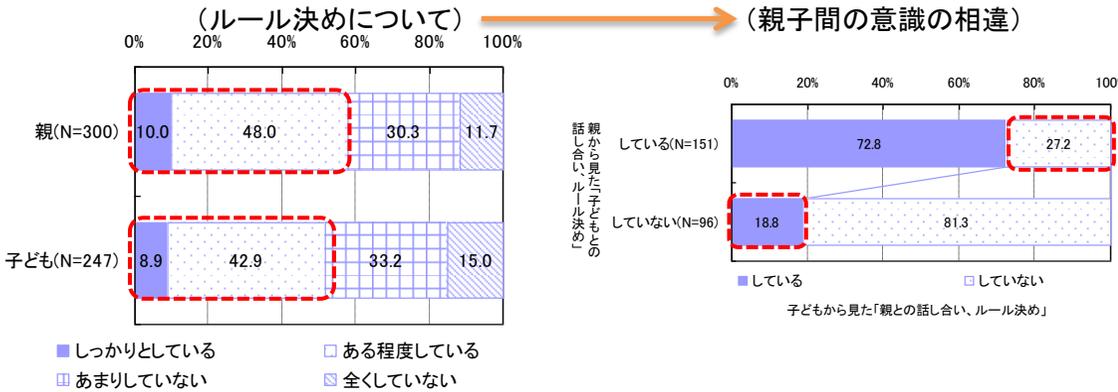
子供のICT利用の際の不安



親の情報活用能力と子どもの情報活用能力



ネットをめぐる家庭内ルール

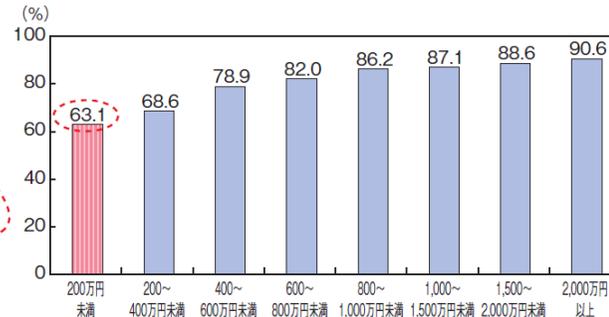
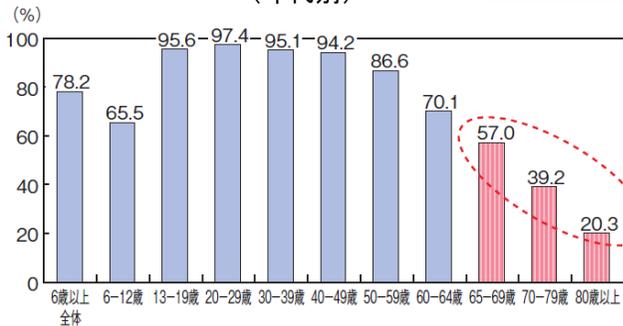


- 我が国のインターネット利用率は78.2%。デジタル・ディバイドは、高齢者及び低所得者を中心に存在。インターネットが生活になくはならなくなりつつある中、社会的包摂の考え方からも検討が必要。
- オンラインコミュニティへの参加者は、約7割がネットで絆が再生したと回答するなど、社会関係を一定程度補完。
- ネット利活用の課題として、「低廉化」や「使い勝手の良い端末」(高齢層)を求める声も多い。

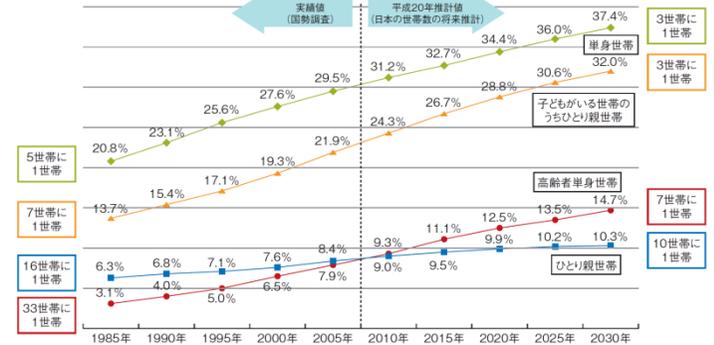
インターネット利用率※

(年代別)

(所属世帯年収別)

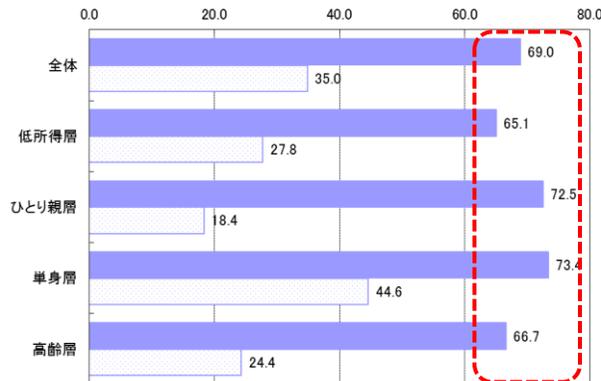


世帯構成の推移と見通し※



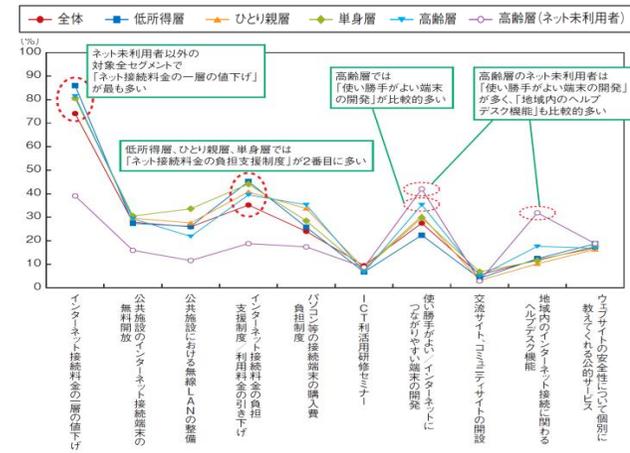
※ 子どもがいる世帯のうちひとり親世帯=ひとり親と子の世帯 / (夫婦と子の世帯+ひとり親と子の世帯)

インターネットで実現した絆の再生



■ オンラインコミュニティ参加者  
□ オンラインコミュニティ不参加者

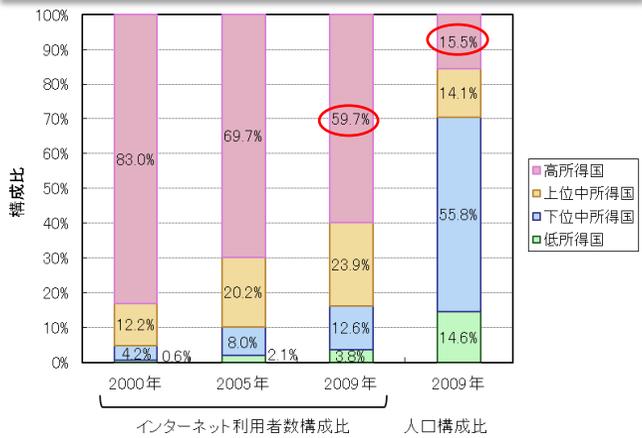
インターネット利活用の課題



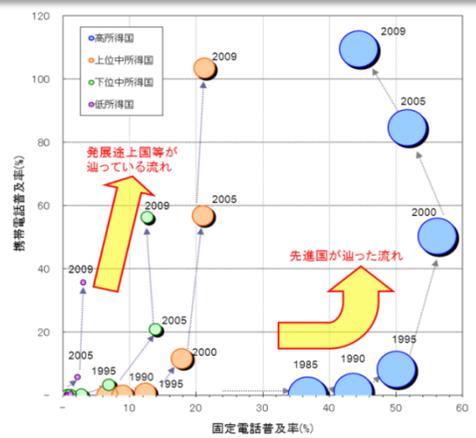
# 4-4 途上国では「モバイル」中心にICTインフラの普及が進む

- インターネット利用者の約6割が高所得国(人口構成比約16%)であり、デジタル・ディバイドは依然存在。
- 途上国では先進国と異なり、「モバイル」中心にICTインフラの普及が進んでいる。しかし、ブロードバンド等ICTインフラの料金水準は高く、普及・利活用の阻害要因。
- 先進国以外でも、SNSの利活用が進展している国が存在。モバイルとSNSを中心にICT利活用が進む可能性。

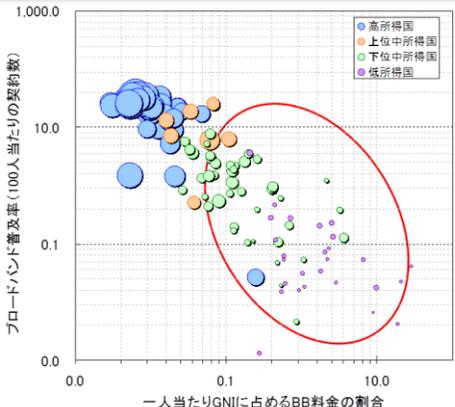
所得水準別のインターネット利用者数構成比



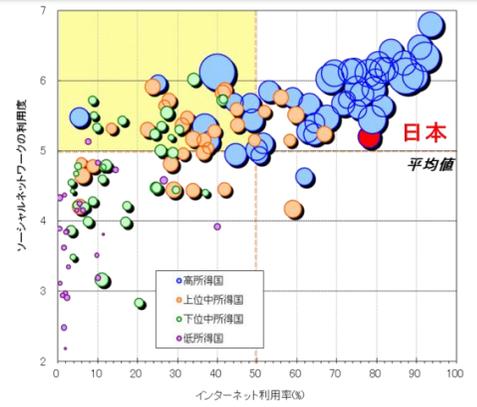
固定電話と携帯電話の普及率の関係(1985年以降の推移)



料金水準とBB普及率の関係(2009年)



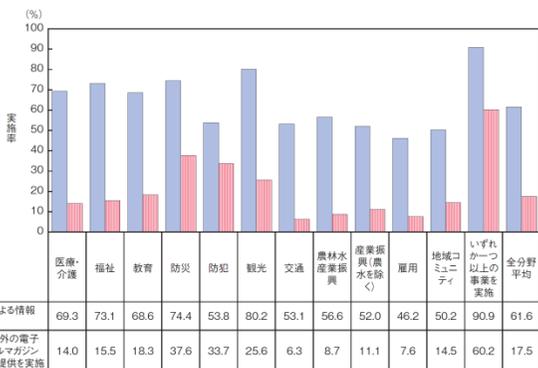
インターネット利用率とソーシャルネットワークの利用度



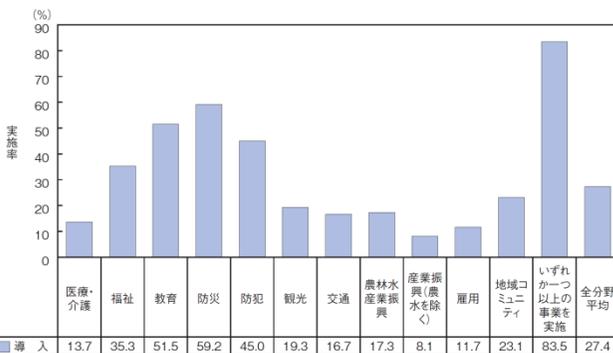
# 4-5 地域ICT利活用においては、費用、人材、ノウハウ、インフラに課題

- ホームページ等基礎的なICTによる情報提供は大半の自治体で行われているが、ICTを利活用したサービスは平均27.4%と進まず。費用、人材、ノウハウ、インフラに課題。
- ICT利活用の実施団体と未実施団体では、ICT利活用について大きな意識差(実施団体の75.8%が「成果あり」と回答。一方、未実施団体の61.9%が「どちらともいえない」と回答)。  
利活用を進めるには、課題に対する解決策の提示と併せて、メリットの「見える化」を進めることが重要。

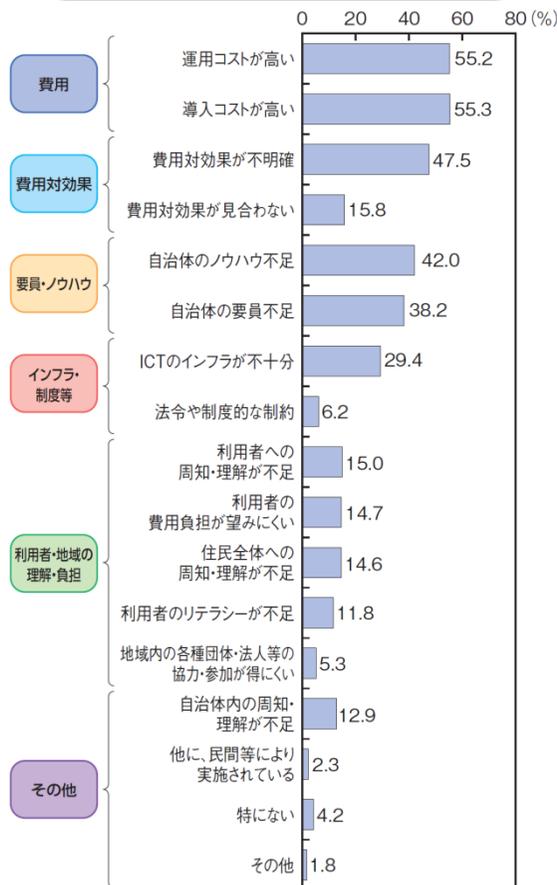
## 基礎的ICTサービスの実施状況



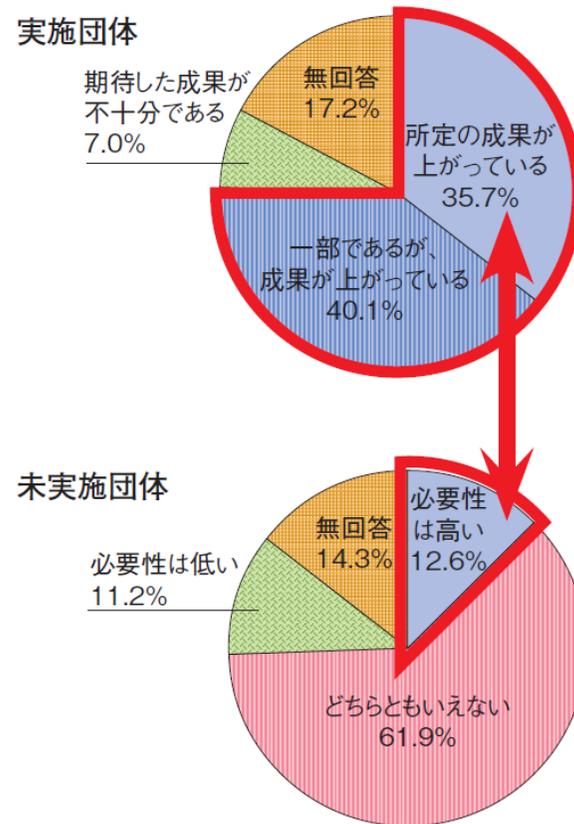
## ICT利活用事業の実施状況



## 地域ICT利活用における課題

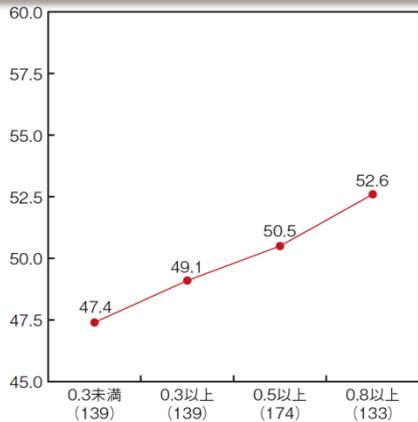


## ICT利活用における地域の課題解決の考え方



- 自治体の財政力やICT人材の状況がICT利活用の実現に影響。ICT利活用の地域間格差が懸念される状況。
- NPOとの協働がある方が、ICTの利活用も進む。だが、情報化NPOは都市に集中し、財政・組織基盤も弱い。地域内外の幅広い連携が重要。

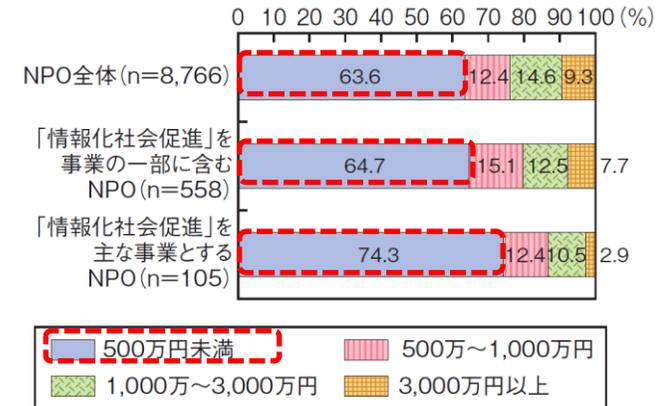
自治体の財政力指数と総合指標



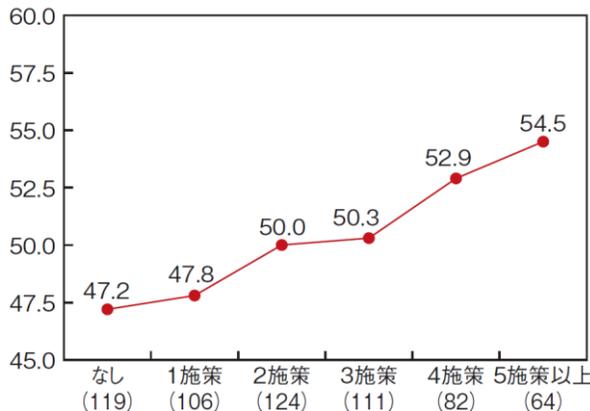
ICT分野でのNPOとの協働の有無と総合指標

	あり (回答自治体数: 38)	なし (回答自治体数: 568)
自治体の、ICT分野におけるICT推進NPOとの協働の有無	56.1	49.6

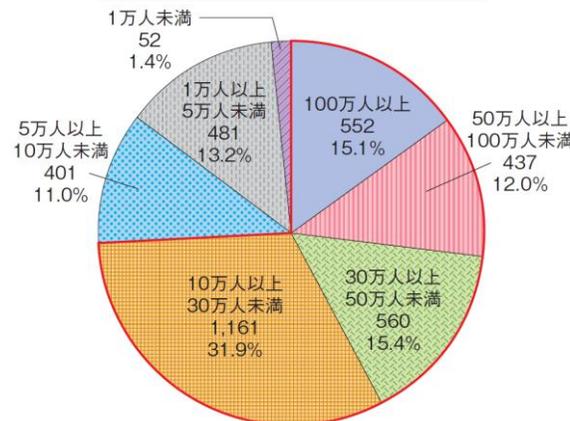
情報化NPOの財政規模



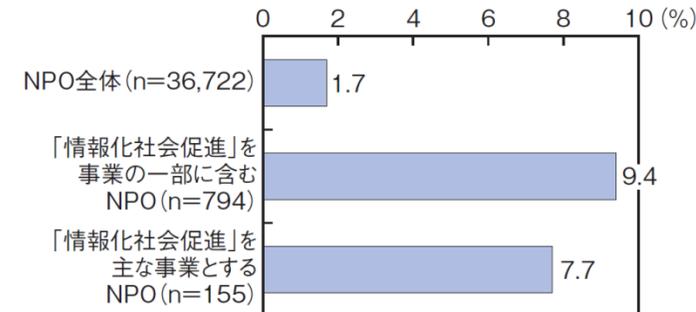
自治体のICT人材施策と総合指標



情報化NPOの立地状況 (都市人口階級別)



有給常勤スタッフのいるNPOの割合

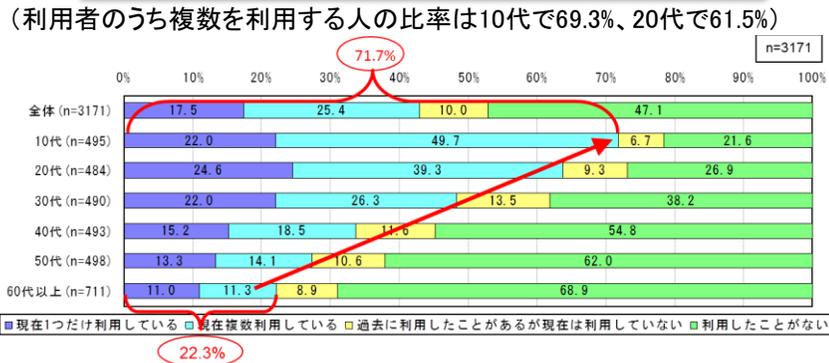


## 5. 第3章 「共生型ネット社会」の実現がもたらす可能性

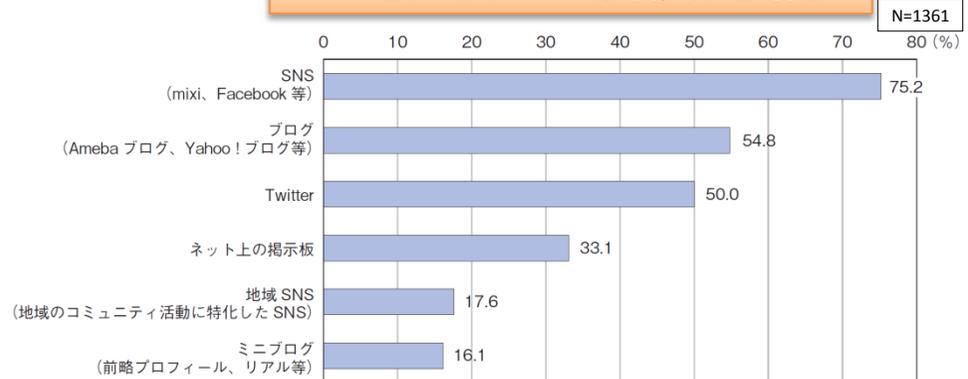
# 5-1 若年層がソーシャルメディアの利用を牽引

- ソーシャルメディア利用者の約6割は複数を利用。SNS、ブログ、Twitterは半数以上が利用。
- 若年層ほどソーシャルメディアの利用率が高く、複数利用の割合も高い。
- 男性や若年層の利用率が高い傾向だが、ブログは女性が男性より利用率が高い。また、世代を問わず利用が進んでいる。
- 利用場所を問わず、隙間時間も活用可能なモバイル端末を主に利用する若者が牽引。

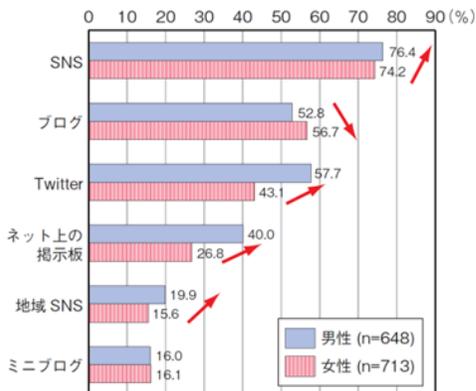
利用者の約6割は複数を利用。  
若年層ほど利用率が高く、複数利用の割合も高い



SNS、ブログ、Twitterは半数以上が利用

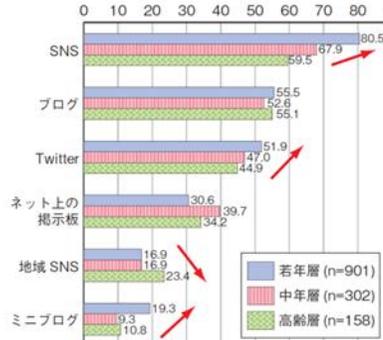


男性の利用率が高いが、  
ブログは女性の利用率が高い



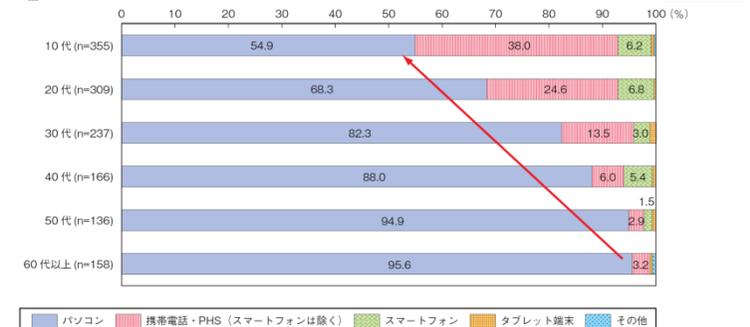
SNS、Twitter等は若年層、掲示板は中年層。  
ブログは世代を問わず利用

(高齢層(60代以上)の利用率(\*)はSNS 59.5%、ブログ 55.1%)  
※高齢層のソーシャルメディア利用者(高齢層の22.3%)を母数とする利用率



若年層ほど携帯電話、スマートフォン等  
モバイル端末を主に利用

(10代利用者の44.8%、20代利用者の31.7%がモバイル端末を主に利用)



# 5-2 ソーシャルメディアは人と人の協働を媒介し、諸問題を解決

- 利用者は多様な目的のためソーシャルメディアを使い分け、結果として多様なことを実現。
- ソーシャルメディアは、人と人の協働を媒介し、諸問題を解決している。

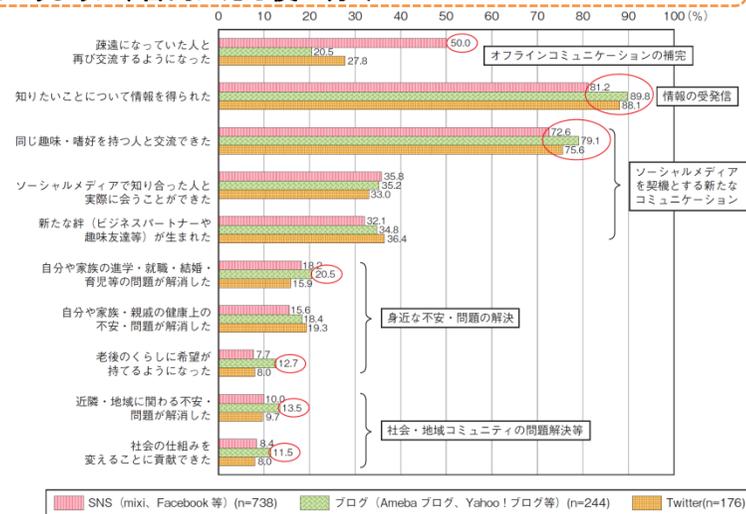
利用目的



利用により実現したこと

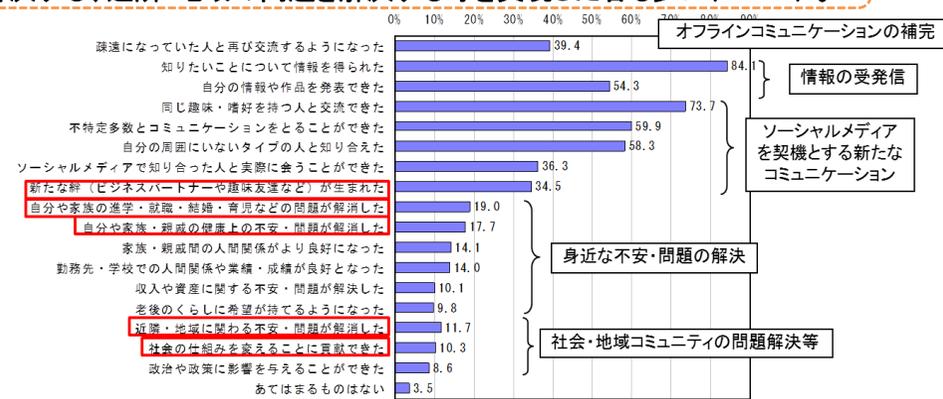
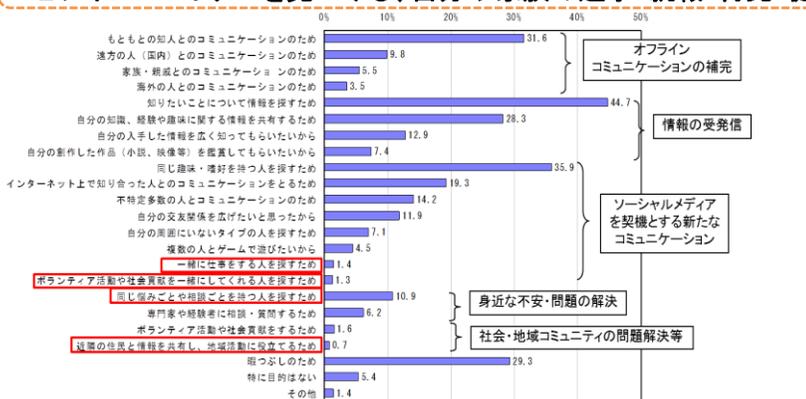
既存の知人との交流はSNS(SNS利用者の43.9%)、身近な不安・問題の解決はブログ(ブログ利用者の13.1%)というように、目的に応じ使い分け

(種別別)



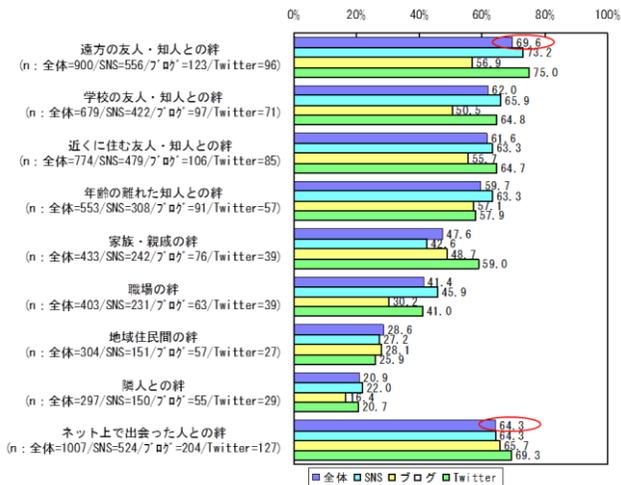
一緒に仕事やボランティア活動をする人、同じ悩みごとを持つ人を探す目的でソーシャルメディアを利用する人もおり、実際に、ビジネスパートナーを見つける、自分や家族の進学・就職・育児・健康問題を解決する、近隣・地域の問題を解決する等を実現した者も多い(50.3%)。

(全種類合計)

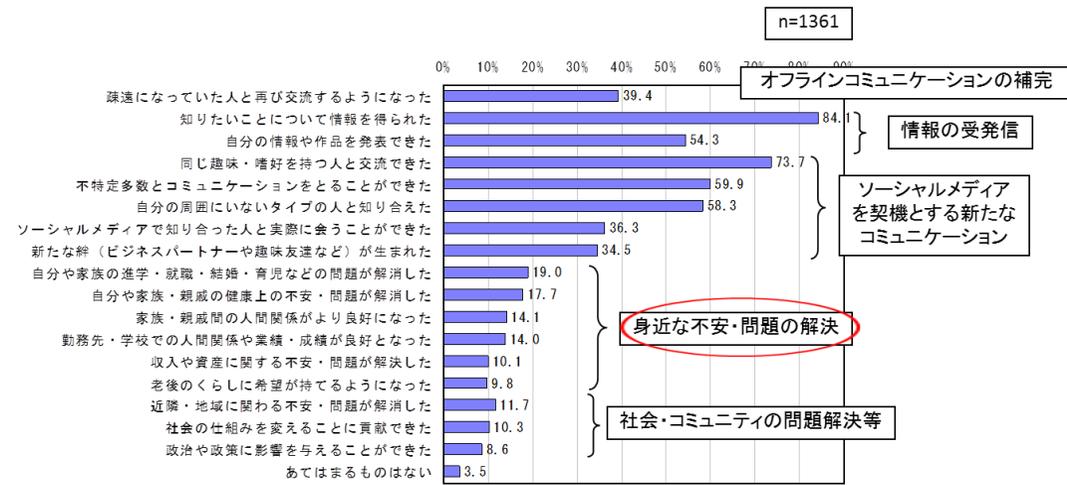


- 地縁、血縁が薄れゆく中、ソーシャルメディアは既存の人間関係、新たな人間関係の絆を深める効果。(例:遠方の知人とソーシャルメディアで交流した人のうち、絆が深まった人の割合は69.6%)
- ソーシャルメディア利用者の多くが、進学、就職、育児、健康など身近な不安・問題を解決(36.8%)。交流頻度が高いほど、問題の解決の割合が高い。
- ソーシャルメディアは、人と人の絆を深め、身近な不安・問題を解決し、人と人が支え合うために活用されている。孤立するおそれのある人が支え合いのネットワークを持つこと、国民の幅広い層を包摂することが期待される。

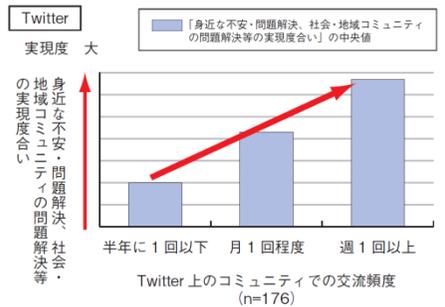
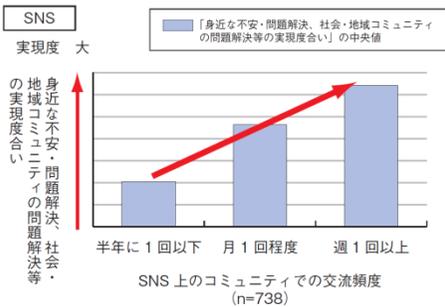
ソーシャルメディア利用による既存の絆、新たな絆の深まり



ソーシャルメディア利用者の多くが、身近な不安・問題を解決



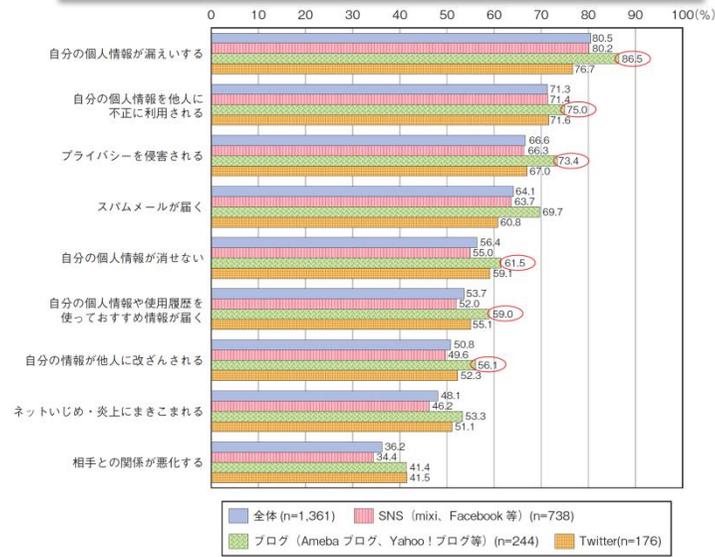
ソーシャルメディア上のコミュニティでの交流頻度と身近な不安・問題等の解決の実現度合いの関係



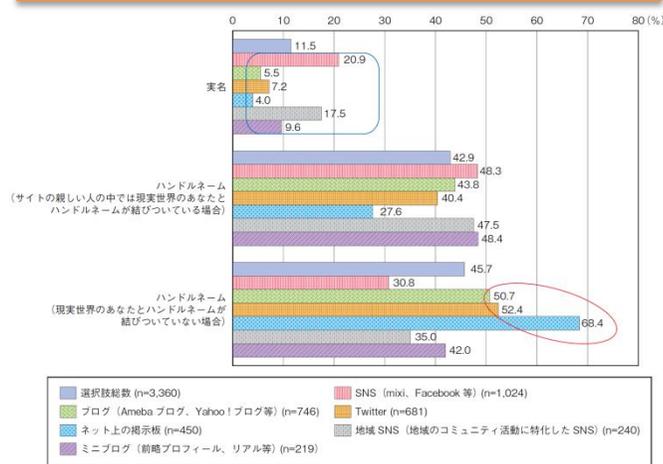
# 5-4 利用者の感じる個人情報の不安への対処が必要

● 利用者は、個人情報漏洩(ブログの場合で86.5%)、プライバシー侵害(同73.4%)等個人情報に不安を感じており、対処が必要。

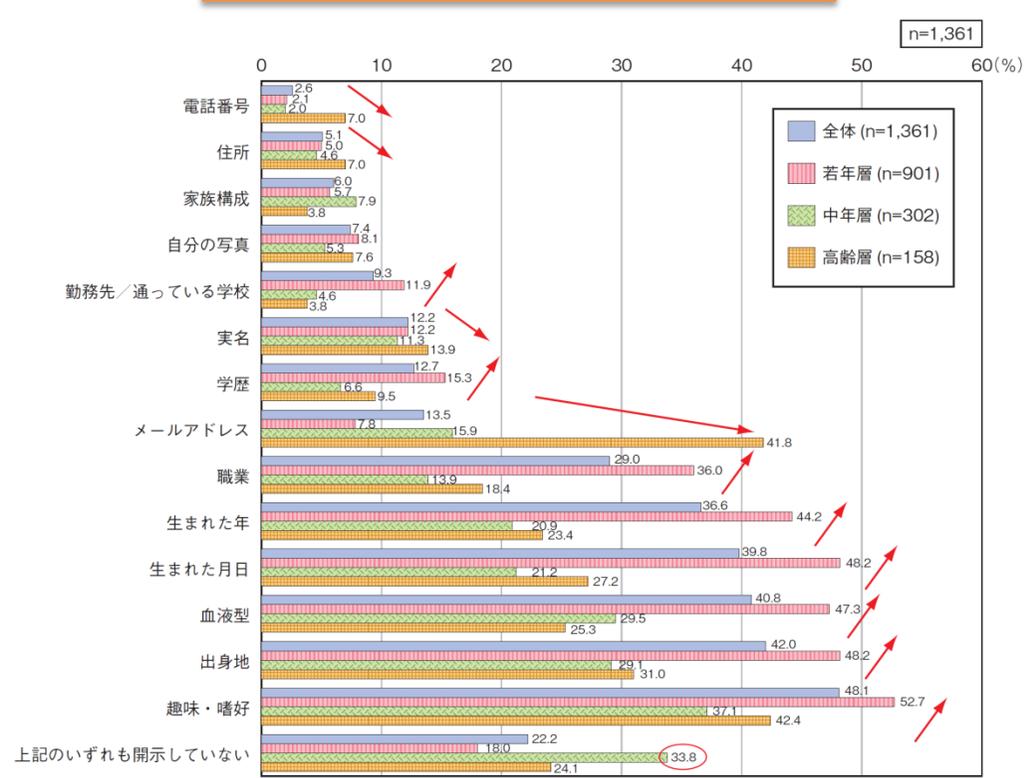
ソーシャルメディアを利用している人の不安



実名等の使用(ソーシャルメディアの種類別)



自身の情報のネット全体への開示(世代別)

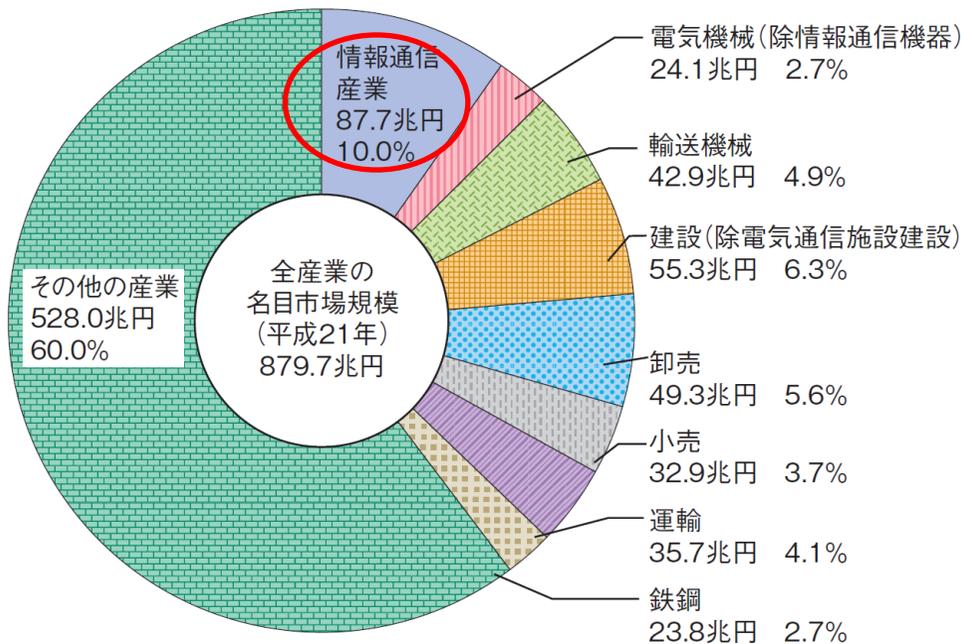


## 6.【参考】 第3部 ICTの経済分析

# 6-1 経済成長に対する情報通信産業の寄与

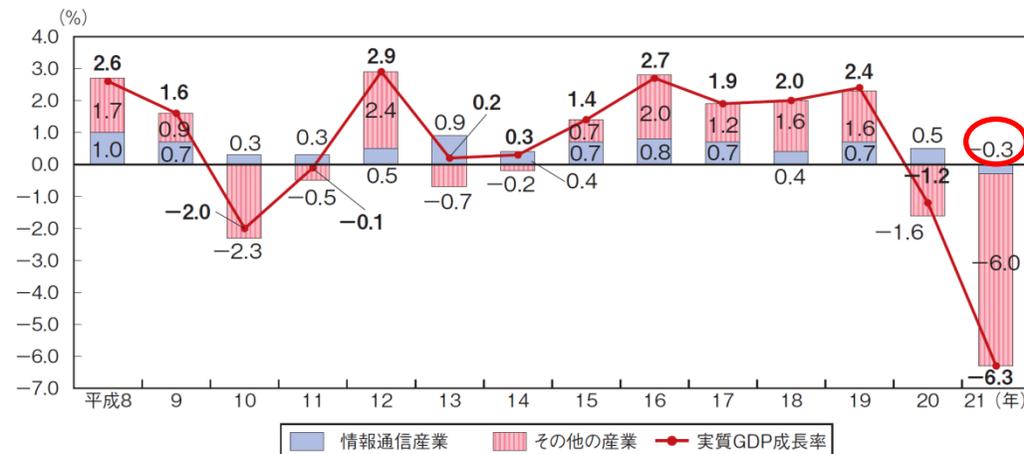
- 情報通信産業の市場規模は全産業の約1割(87.7兆円)。
- 平成21年のGDP対前年成長率は▲6.3%のマイナス成長。情報通信産業の寄与度は▲0.3%。

情報通信産業の名目国内生産額のシェア



GDP成長率への情報通信産業の寄与の推移

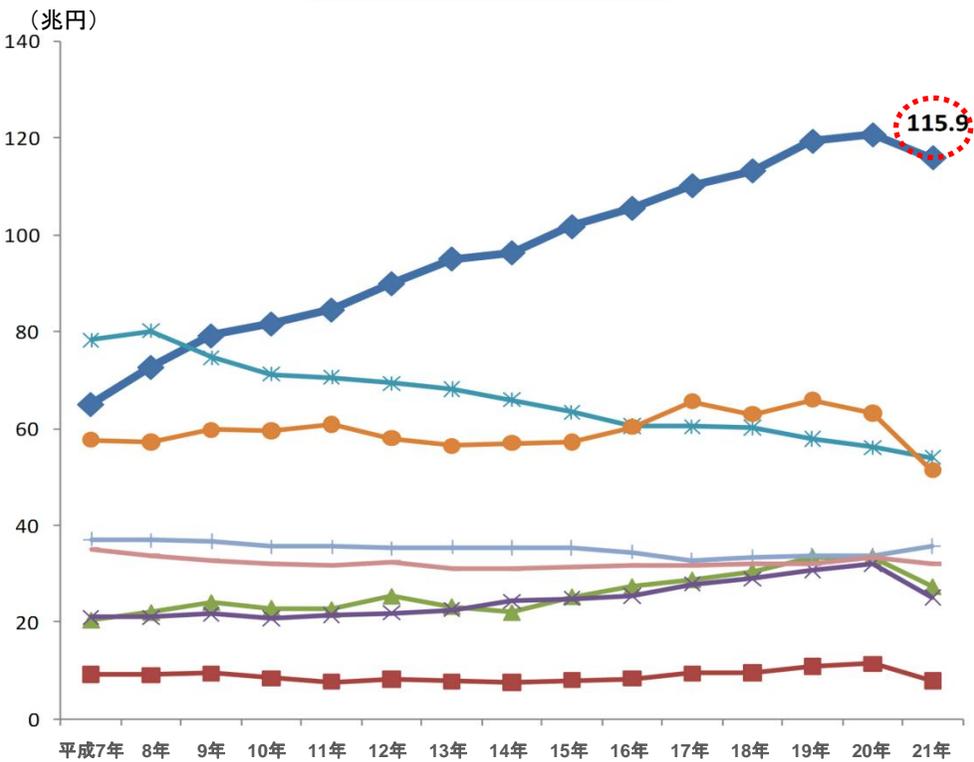
～情報通信産業は平成8年以降で初のマイナス～



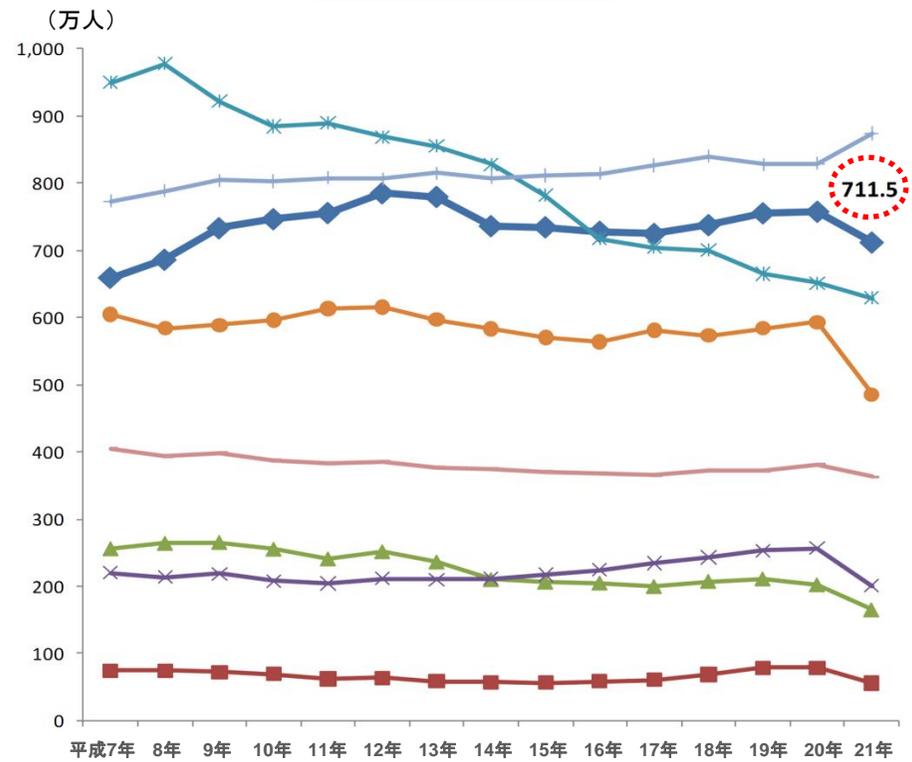
# 6-2 情報通信産業は全ての産業に大きな経済波及効果

- 情報通信産業の産業全体への付加価値誘発額は全ての産業分野の中で最大の115.9兆円(平成21年)。
- 情報通信産業の雇用誘発数は711.5万人(平成21年)。これは小売業や建設業に比肩する規模。

付加価値誘発額の推移



雇用誘発数の推移



◆ 情報通信産業  
▲ 電気機械(除情報通信機器)  
✱ 建設(除電気通信施設建設)  
+ 小売  
■ 鉄鋼  
✱ 輸送機械  
○ 卸売  
— 運輸

◆ 情報通信産業  
▲ 電気機械(除情報通信機器)  
✱ 建設(除電気通信施設建設)  
+ 小売  
■ 鉄鋼  
✱ 輸送機械  
○ 卸売  
— 運輸