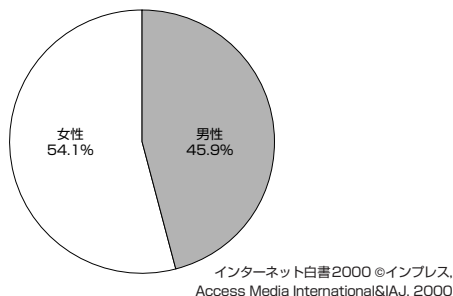
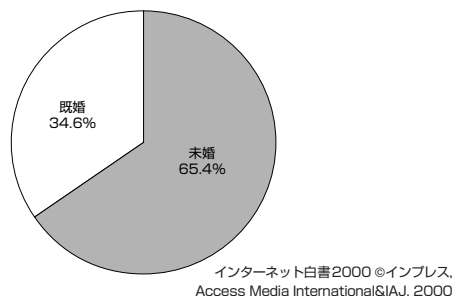


回答者のプロフィール

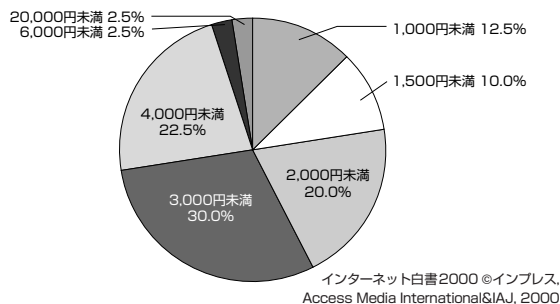
資料 1-3-23 回答者の性別 N=133



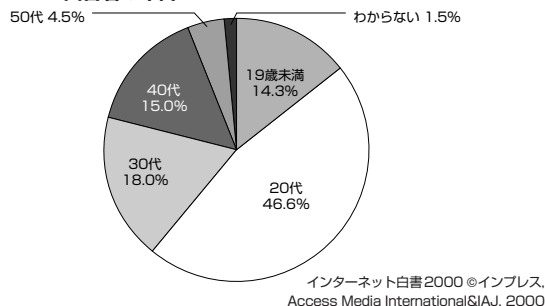
資料 1-3-25 回答者の未既婚 N=133



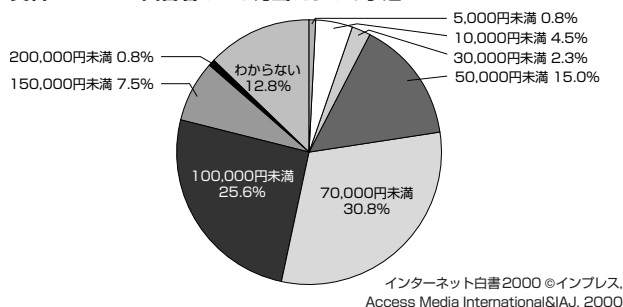
資料 1-3-27 1か月当たりのプロバイダーへの平均支出額 N=40



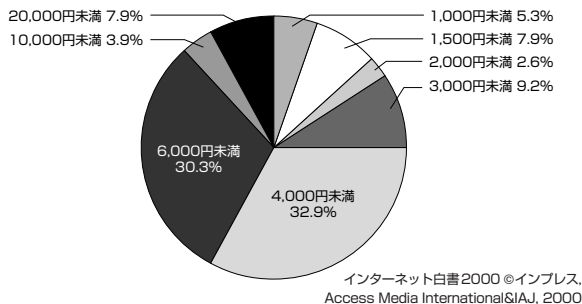
資料 1-3-24 回答者の年代 N=133



資料 1-3-26 回答者の1か月当たりのお小遣い N=133



資料 1-3-28 1か月当たりの平均インターネット利用通信費 N=76



解説

家庭の情報環境でもみられたように、インターネットを利用する際、主に携帯電話/PHSを利用している回答者のプロフィールはパソコンなどを持たないで携帯電話/PHSで初めてインターネットを利用するという層と、パソコンを持っていてもあえて携帯電話/PHSで利用しているヘビーユーザー層の両極が含まれている。そのため、一般的なインターネット個人利用者と差があると考えられるが、ここでは同様のプロフィール調査項目を比較することによって、さ

らに詳しくみている。

第2章でみたインターネット個人利用者に比較すると、年代的には若く、性別の構成比では女性が多いのが特徴といえる。また、年代が若いため当然ながら未婚者が多い。

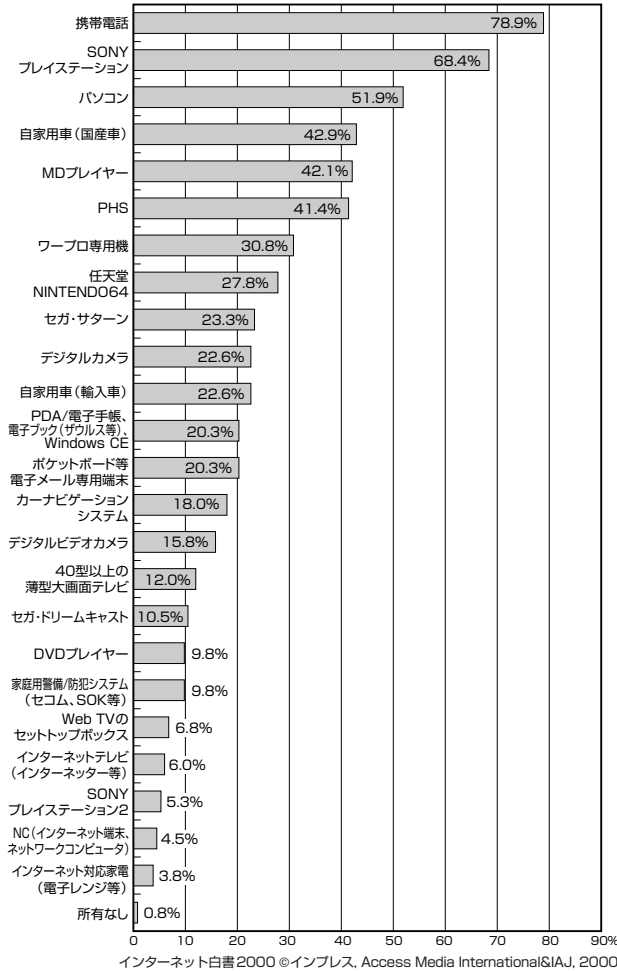
回答者の1か月当たりのお小遣いでは「70,000円未満」(30.8%)や「100,000円未満」(25.6%)が中心で、平均金額は6万267.2円となっている。未婚者が多いためインターネット個人利用者よりお小遣いの額は高い。

1か月当たりのプロバイダーへの平均支出額について聞いているが、パソコンなどと併用している利用者が多いためか、プロバイダーへの平均支出額やインターネット利用通信費は0円ではない。プロバイダーへの平均支出額2180.0円で、インターネット個人利用者とは比べると安くなっている。また、1か月当たりの平均インターネット利用通信費も3928.9円と安くなっている。

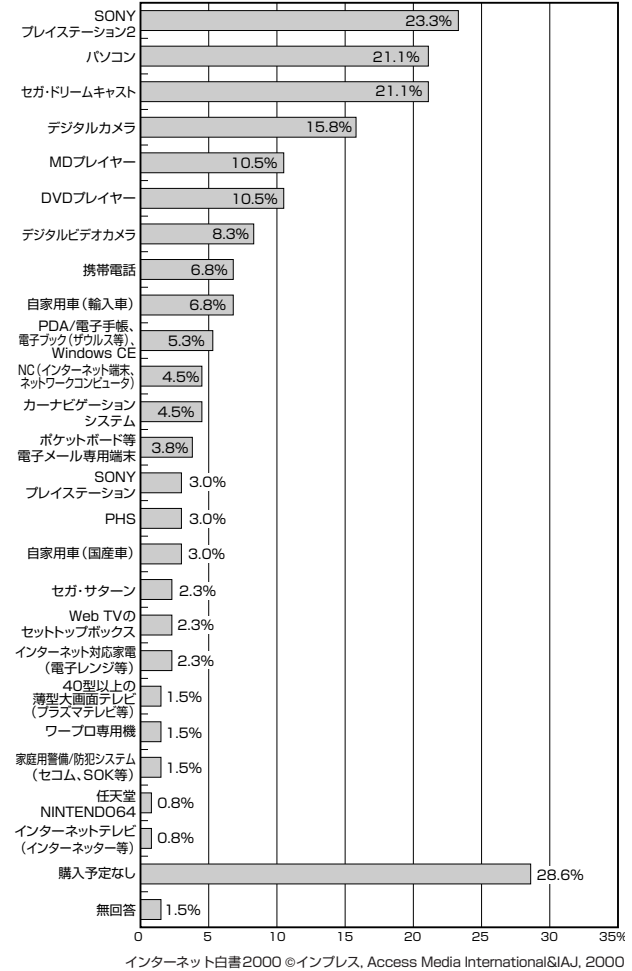
第3章 携帯電話/PHS利用者

回答者のプロフィール

資料 1-3-29 現在の所有製品 N=133



資料 1-3-30 今後1年以内の購入予定製品 N=133



解説

ここではプロフィール特性を考察するデータとして、インターネット利用を主に携帯電話/PHSで行っている回答者の所有製品について、現在と今後1年以内に購入予定があるものを聞いている。

パソコンの所有率が高い点は先にも述べているが、総じて各製品の所有率は高く、デジタル系機器の所有の高さも目立つといえる。

この調査は2月の普及率調査の後、3月に入ってから実施されたこともあり、

「SONYプレイステーション2」(発売は3月4日)が所有製品としてすでに5.3%もみられる。また、今後購入予定の製品としては23.3%と最も高くなっている。

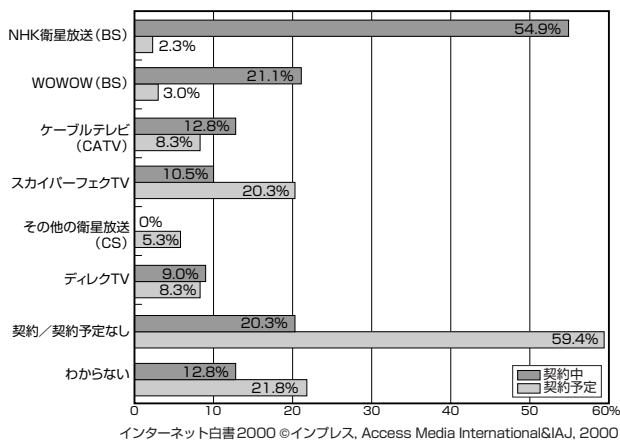
今後購入予定の製品では、その「SONYプレイステーション2」が1位であるのに次いで、「パソコン」、「セガ・ドリームキャスト」(同率21.1%)の購入意向が高い。先にみたように、パソコンはすでに回答者の半数以上が所有しているにも関わらず、2位に入ってお

り、現在パソコンを持っていない層が初めて購入するという以外にも、買い替え(あるいは買い増し)を行いたいという積極的な利用意向を持つ利用者が多く含まれていることがうかがえる。

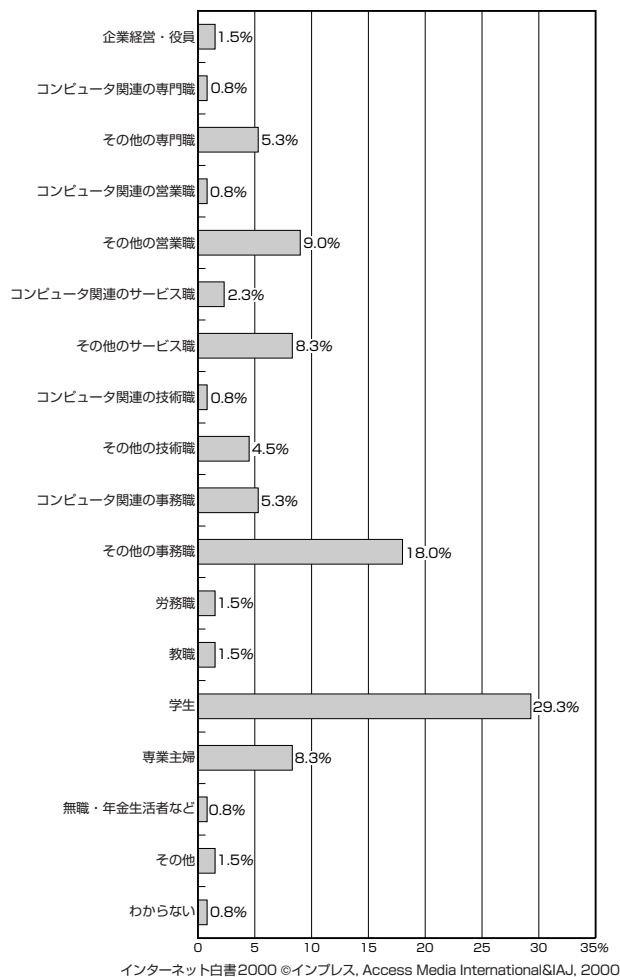
上位の製品についてプロフィール別でみると、「SONYプレイステーション2」と「パソコン」は女性でやや購入意向が高く、「セガ・ドリームキャスト」は若年層で高いのが特徴となっている。

回答者のプロフィール

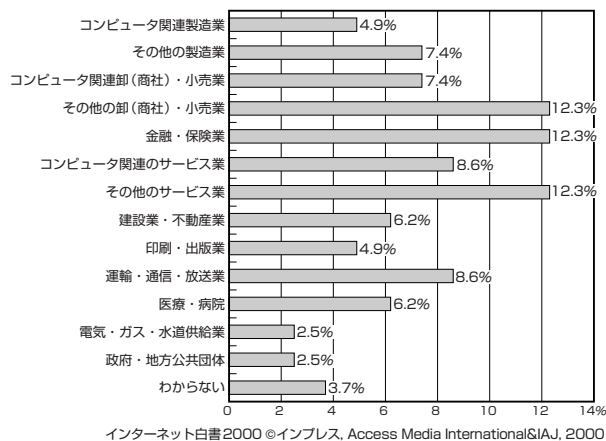
資料 1-3-31 契約中/契約予定の放送サービス N=133



資料 1-3-32 回答者の職種 N=133



資料 1-3-33 回答者の業種 N=133



解説

インターネット個人利用者同様、契約中あるいは契約予定の放送サービスについても聞いている。

契約中の放送サービスでは「NHK衛星放送」(54.9%)、「WOWOW」(21.1%)、「CATV」(12.8%)となっている。インターネット個人利用者においても現在の一般的な普及状況と比較すると高い契約率であり「NHKの衛星放送」(42.0%)、「CATV」(21.8%)、「WOWOW」(11.8%)となっていたが、携帯電話/PHSの利用者ではさらに高

くなっている。しかしながら、携帯電話/PHSの利用者はより都市型であるためか、インターネット個人利用で2位だった「CATV」の数値がやや低くなっている。

今後契約予定の放送サービスは「スカイパーフェクTV」(20.3%)が最も高い。今後契約予定の放送サービスに関してもインターネット個人利用者では「CATV」が8.0%、「スカイパーフェクTV」が7.6%であったが、携帯電話/PHSの利用者では、より積極性がみられるの

が特徴である。

回答者の業種や職種はサンプルが小さいため、参考程度のデータとして扱いたい。

また、インターネット個人利用者と比較した場合、コンピュータ関連の職種、業種の比率がさらに低くなっている。また、女性の構成比率も高いことから、「専業主婦」も目立つ。

(矢野さよみ アクセスメディアインターナショナル株式会社)



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp