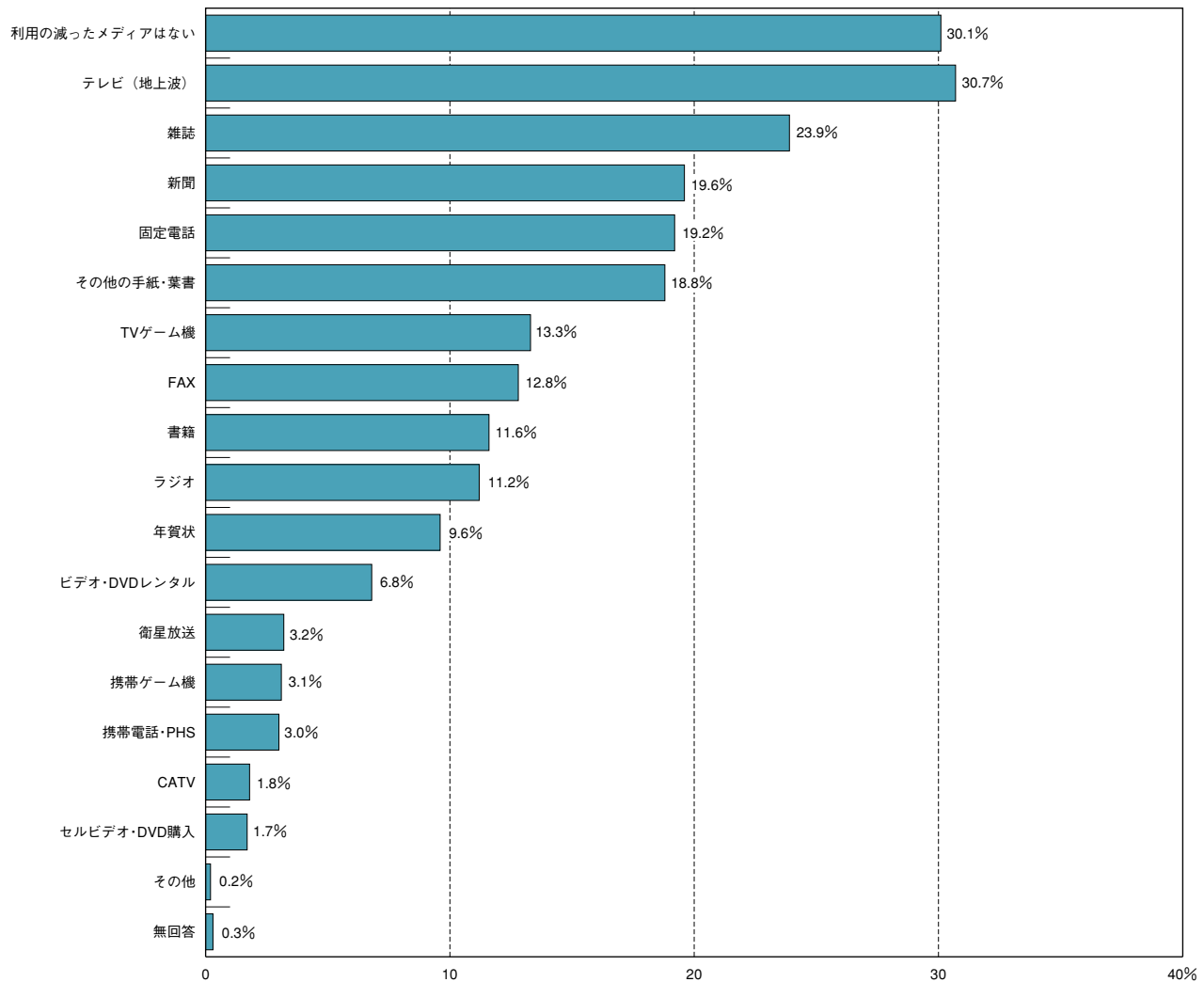


デジタルコンテンツ 全体動向

テレビ、雑誌を中心に全メディアの利用が減っている

資料2-4-1 インターネットにより利用の減ったメディア N=2,742



©Access Media/impress,2003

インターネットに費やす時間の増加で、テレビ視聴が最も大きな影響を受けている。また、雑誌や新聞等も、検索性や速報性などで優るネットへと利用がシフトしつつあるが、「利用の減ったメディアはない」という回答も3割はいる。

日本の普及状況

個人の利用実態

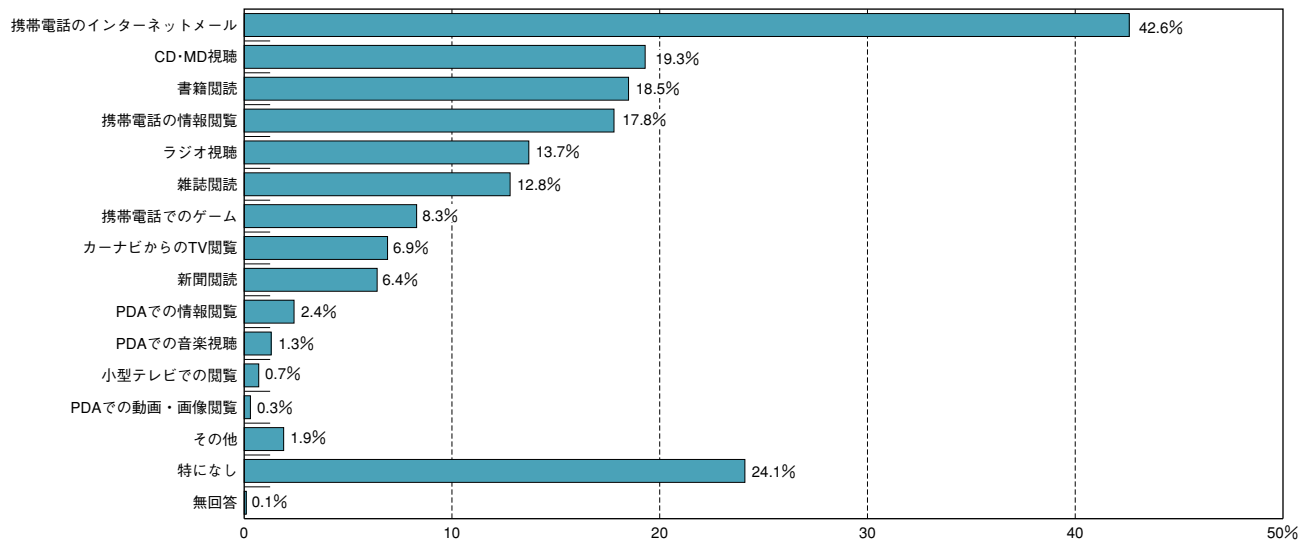
企業の利用実態

海外の普及状況

デジタルコンテンツ 全体動向

移動中によく使うメディアの1位はケータイメール

資料2-4-2 移動中によく使うメディア N=2,742

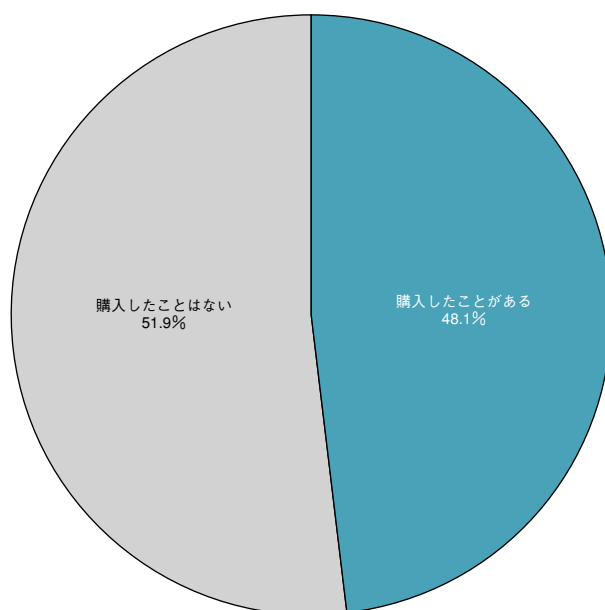


©Access Media/impress,2003

日常生活でも見慣れた風景となった、電車内等での携帯電話のメール利用は、4割以上と圧倒的な比率を示している。また、携帯電話からの情報閲覧、つまり「ケータイサイト」の利用も、書籍や音楽などと肩を並べるほどに普及してきた。

半数が有料情報サービスの購入経験あり

資料2-4-3 有料サービス、コンテンツの購入有無 N=2,742



©Access Media/impress,2003

購入経験の有無はほぼ同数で、半数が何らかの形で有料情報サービスを利用したことがある。着メロダウンロード、ニュース配信などの気軽に廉価なサービスが普及していることも、利用者増大の要因になっていると思われる。



[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