

実態調査でみる個人のインターネット利用動向

平石 郁生 ● 株式会社インタースコープ

さらに高速を求めるユーザーは光ファイバーへの乗り換えを検討 携帯電話との併用、映像受信、ブログ、RSSなど新たな活用が始まる

第2部では、パソコン利用者個人に向けて行ったウェブアンケートの結果を紹介する。

昨年までは、家庭でのインターネット接続回線に関してランダムにサンプルを回収していたが、今年初めて接続回線別にサンプルの割り付けを行い、ブロードバンド普及後の家庭での利用実態を回線別にみることにした。なお、サンプルの割り付けは以下のように行った。

- ・光ファイバー（FTTH）利用者：500サンプル
- ・ADSL/xDSL利用者：500サンプル
- ・CATV利用者：500サンプル
- ・ダイヤルアップ接続（ISDN/アナログ）：100サンプル

また、接続回線別にサンプルを割り付けるにあたり、事前にスクリーニング調査を行い、現在利用している接続回線について聞いているので、その結果を参考値として掲載しておく（p.51の図参照）。

通信回線全体動向

家庭でのインターネット利用歴は、5年以上のユーザーが過半数を占めるまでになった。

ブロードバンド利用者における接続回線の選択理由は、常時接続であることに加え、光ファイバー利用者は「速度」、ADSL利用者は「料金」という回答が多い。

1か月のインターネット利用料金は、全体では3,000～5,000円未満が過半数を占めるが、光ファイバー利用者では約半数が5,000円以上となっている。

利用している接続回線に対しては、概ね満足していることがうかがえるが、特に光ファイバー利用者の回線品質・スピードに対する満足度は8割に達している。料金については、どの回線利用者も満足、不満足が半々といった状況である。

現在約2割の人が接続回線の乗り換え意向を持っている。乗り換えたい理由のトップは「もっと高速にしたいから」の61.9%で、2位の「安くしたいから」の26.5%を大きく上回っている。それと比例して、今後1年以内に乗り換え予定のある人の乗り換え予定回線は、「光ファイバー」が62.4%と圧倒的に高い。

一方で、今後取り組みたいインターネット環境については「通信費用の削減」がトップにあげられている。ただし光ファイバー利用者については、IP電話や映像サービスに対するニーズが他の回線利用者以上に高い。

ADSL/xDSL利用動向

ADSL/xDSL利用者が契約しているサービス事業者のトップは「ソフトバンクBB」（Yahoo!BB）で、昨年より5ポイント増加し、4割を占める。2位は「NTT東日本」、3位は「NTT西日本」で、東西NTTを合わせた「フレッツ・ADSL」計は3割となっており、「ソフトバンク」と「NTT」で市場の7割を占めている。

契約している通信速度（利用コース）は12Mが最も多く、次いで8Mとなっている。この2つで過半数を占め、24M以上は約4分の1にとどまっている。高速志向のユーザーは高速ADSLではなく光ファイバーへ乗り換えていることがうかがえる。また、ADSL/xDSL利用者の26.2%が回線サービス事業者の乗り換え意向を持っていることから、光ファイバーへの乗り換えが加速するものと思われる。

CATVインターネット利用動向

CATV利用者が契約しているサービス事業者のトップは「J-COM Net系列」の30.4%で、2位以下はいずれも数%となっている。CATVは地域密着型サービスという特性があり、契約事業者も分散している。契約している通信速度（利用コース）は5M、8M、12Mが主流だが、「わからない」と回答した人が3割以上も占めており、CATV利用者が通信速度を意識していないことがわかる。

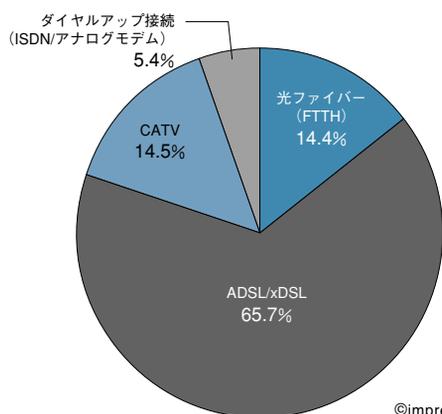
光ファイバー（FTTH）利用動向

光ファイバー（FTTH）利用者が契約しているサービス事業者のトップは「NTT東日本」で33.4%、2位は「NTT西日本」で20.8%と、東西NTTを合わせた「Bフレッツ」計で半数を超えている。ただし、昨年より10ポイント近く減少しており、今後の市場拡大にともなう「USEN」以下のサービス事業者の動向が注目される。

第2部 個人利用者動向の調査対象および調査方法

調査対象	自宅からインターネットを行っている18歳～59歳の男女個人
対象地域	全国
調査手法	インタラクティブウェブ調査
サンプリング	株式会社インタースコープの保有するスコープNet会員（調査モニター）から抽出し、メール配信によりアンケートサイトへ誘導
アンケートサイト	株式会社インタースコープ
最終有効回答数	1,600サンプル
調査期間	2005年4月14日～15日

参考値 家庭でのインターネット接続回線 N=18,367

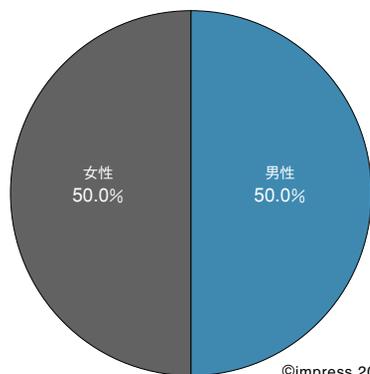


©impress,2005

接続回線別にサンプルを割り付けるために行ったスクリーニングの結果である。ADSL/xDSLが主流であり、6割を超えている。光ファイバー (FTTH) は14.4%と、CATVインターネットと同等の比率になってきた。

回答者のプロフィール

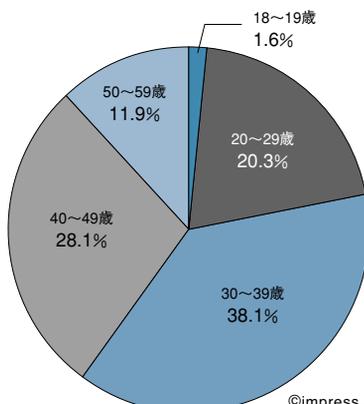
性別 N=1,600



©impress,2005

回答者のプロフィール

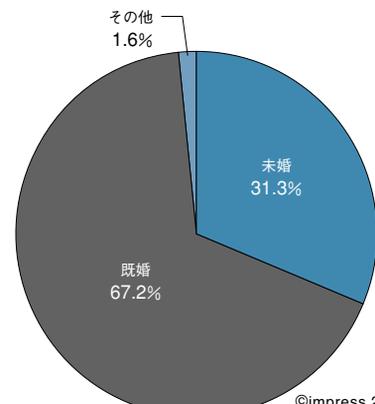
年代 N=1,600



©impress,2005

回答者のプロフィール

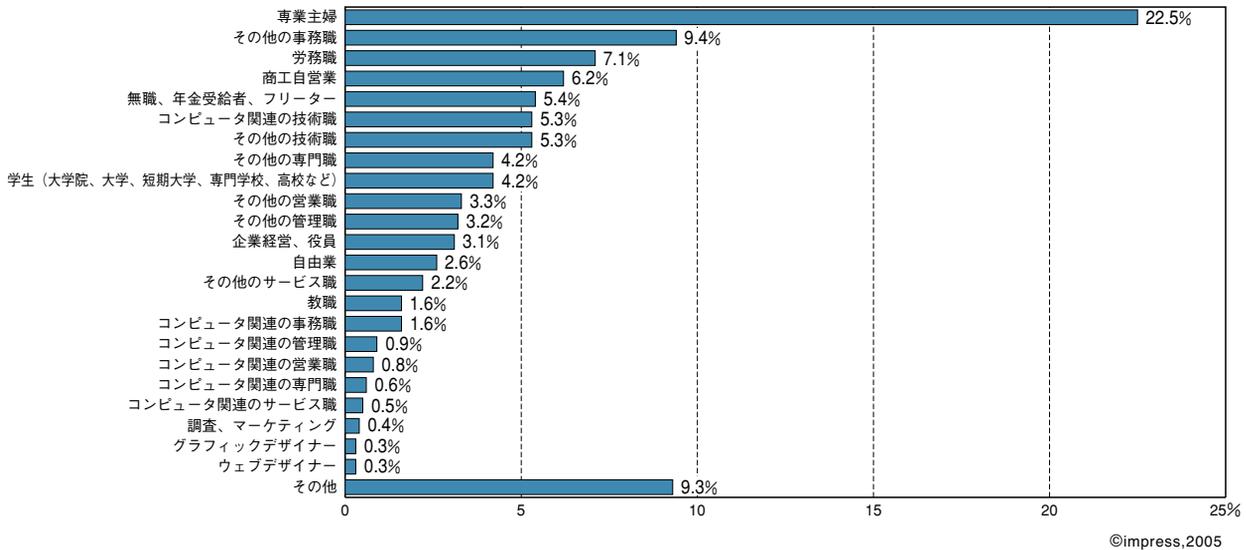
未既婚 N=1,600



©impress,2005

今回、一部のデータに関しては年代性別比較を行うため、性別は男女半々に割り付けた。年代は特別な割り付けは行っていないが、20代、30代、40代が多く、10代と50代が少ない。

回答者のプロフィール 職業 N=1,600



職業は主婦の比率がやや高く、2割を超えている。その他の職種は分散しており、特定の業種への偏りはみられない。

ISP利用動向

全体でみた現在最も利用しているISPのトップは、昨年同様、ADSL/xDSLで断然の利用率を誇る「YahooBB」である。ただし冒頭で述べたように、昨年までとはサンプル回収の仕方が異なるため、単純に昨年の利用率との比較はできないので注意していただきたい。

今年は初めて接続回線別に比較した。光ファイバー利用者におけるISP利用率トップは「@nifty」で15.2%、次いで「ぶらら」が12.4%となっている。今後、急速に市場が拡大するであろう光ファイバーでは、ISPのシェア変動などその動向が注目される。

ADSL/xDSL利用者におけるISP利用率トップは「YahooBB」の39.6%で、2位以下を大きく引き離しており、完全に寡占市場の様相となっている。

過去にISPを乗り換えた人、あるいは今後乗り換える予定の人にその理由を聞いたところ、「価格」と「通信速度」が2大要因であった。しかし、「価格」をあげた人の割合は減少しており、「価格の安さ」はISP選択時の比較検討事項のトップではあるが、昨年よりも10ポイント近く減少している。ISPの乗り換えについては、サポート面など価格以外の要因も増加する傾向にある。

一方、ISPの付加価値サービスで評価できるものは「ウイルスチェック」「IP電話サービス」などが上位に上がっているが、いずれも昨年よりも減少している。また、「特になし」と

回答した人が4割を超え、ISPの付加価値サービスに対する期待が低下する傾向にある。今後、光ファイバーの導入が本格的に進み、通信キャリアがブロードバンド接続サービスを提供する時代にあり、どれだけユーザーが価値として認めるサービスを提供できるか、ISPの真価が問われる時代を迎えている。

利用時間と他メディアへの影響

1日当たりのインターネット利用時間は、半数近くの47.3%が「2時間以上」となっている。光ファイバーをはじめ通信速度の速い回線利用者ほど、利用時間も長い傾向にある。利用時間帯は午後8時から午前0時の間がピークで、6割の人が利用している。インターネットが普及する前のこの時間帯は、茶の間でテレビを見る人が多いという意味のゴールデンタイムだったが、今やネット利用におけるゴールデンタイムとなりつつある。

1日で最も長く見ている情報メディアは、依然、テレビが過半数を占め最も多いが、パソコンでのインターネットが2位にランクされ、特に平日では24.6%にのぼる。

また、インターネットにより利用の減ったメディアのトップは「テレビ」で38.9%、以下「雑誌」26.8%、「新聞」24.1%と続いている。もちろん、すべてというわけではないが、情報摂取の方法がマスメディアからインターネットへ確実に移行している。

■ モバイルインターネットと無線

モバイルインターネットの利用者は半数を少し上回るが、多くが携帯電話本体での利用で、パソコンでの利用については「携帯電話などを接続しての利用」が9.8%、「公衆無線LANサービスの利用」が5.3%にとどまっており、ビジネスユースならともかく、パーソナルユースにおいてパソコンを持ち歩く習慣は根付いていない。携帯電話本体でのモバイルインターネットが中心ということもあり、利用場所は駅などの公共施設や飲食店など、わずかな時間でも手軽に利用できる場所での利用が多い。

無線LAN機能付きパソコン所有者の公衆無線LANアクセスポイントの利用率は約1割にとどまっている。そもそもパソコンでのモバイルインターネットの利用自体がまだ低いことや、利用場所がまだ限られていることが理由と思われる。加入しているサービスは「Yahoo!BBモバイル」が14.3%でトップ、2位が「フレッツスポット（NTT西日本）」の7.1%となっている。

■ 「トリプルプレイ」利用動向

トリプルプレイは、①インターネット接続、②IP電話、③多チャンネル放送やビデオオンデマンドなどの映像配信の3つのサービスを通信事業者がそろって提供するもので、ブロードバンド事業者の重点戦略のキーワードとなっている。今回、このトリプルプレイのサービスについて、現在の利用状況や今後の利用意向などを調査した。

ブロードバンド利用者のトリプルプレイサービスの契約状況については、現状6割が「インターネット接続サービスのみ」の契約であった。「IP電話サービス」については、Yahoo!BBをはじめとするADSL事業者やISPの拡販戦略の効果もあり、現在3割近くの契約率となっている。特にADSL/xDSL利用者では、約半数の48.2%にのぼる。また、「IP放送など映像サービス」の契約率は8.1%と、市場導入初期としては決して低くない。

今後の利用意向については、「IP電話」が20.1%、「IP放送など映像サービス」が9.7%で、特に光ファイバー利用者の利用意向が高くなっている。光ファイバーへの乗り換えとも相まって、今後トリプルプレイサービスの普及が進むことは間違いないだろう。

インターネットによる映像配信サービスについては、パソコンでの映像情報視聴経験を持つ人は現在7割以上を占め、インターネットによる映像サービスが当たり前のように利用される時代に入ったといっても過言ではない。

トリプルプレイにおける映像配信サービスの場合、主流は

STB（セット・トップ・ボックス）によるTV端末での視聴であり、これまでのPCインターネットの枠を超え、今後、本格化するであろうデジタル家電時代に向けたサービスである。

現在、IP映像配信サービスの内容まで認知している人は全体で4割、光ファイバー利用者における認知率は過半数に達しており、光ファイバー利用者の関心の高さがうかがえる。利用率は試験サービスの利用も含めまだ1割に満たないが、利用意向は6割近くに達しており、このことから将来的に大きな市場となることは十分予測される。

IP映像配信サービスで利用したいサービスは、「レンタルビデオ代わりの映画」がトップで68.7%、2位には49.8%で「過去のテレビ番組の再視聴」があげられている。これらのジャンルを中心にどこまでコンテンツを充実できるか、また、既存の地上波TV以上の付加価値を提供できるかどうかが普及の鍵といえる。

IP電話という名前についてはほとんどの人が認知しており、内容も8割近くの人が認知している。ADSL利用者中心に利用率も増加しており、現在約3割となっている。

IP電話の利用によりコストが下がったと感じている人は約6割、それに合わせるように導入メリットを感じている人も6割となっている。ただし、昨年よりも導入メリットを感じている人が減少し、また、今後の利用意向者も減少傾向が続いている。携帯電話での通話機会が増えたことにともない、固定電話の利用機会が減ったことが大きな要因と考えられる。

一方、IPテレビ電話については、利用意向者が1割強、利用者はごくわずかとなっている。「今後も利用する予定はない」と回答した人が6割以上を占め、IPテレビ電話の利用に関してはやや消極的な姿勢がうかがえる。

■ 新たなウェブサイトの使い方

携帯電話のパケット定額制導入にともない、携帯電話向けコンテンツとパソコン向けコンテンツの融合が始まっている。そこで、今回初めて、パソコンと携帯電話の両方からアクセスするウェブサイトがあるかどうか聞いた。ないと回答した人が7割近くで、パソコンでアクセスするサイトと携帯電話でアクセスするサイトを利用者は使い分けている。しかし、3割強の人はパソコンからも携帯電話からもアクセスするサイトがあるとしている。

一方で、今や8割以上のインターネット利用者が何らかのパソコン向けウェブサイト会員登録をしており、50.7%が6つ以上のウェブサイトに登録しているという状況である。何人が会員登録しているかではなく、積極的にアクセスしている会員が何人いるか、そしてアクセスさせるために何を行っているかということがウェブサイト運営者に問われる時期に

来ている。

サイトアクセスを活性化させる手法として、RSSが注目されつつあるが、現状はRSSリーダーという言葉すら知らない人が半数以上を占め、意味まで理解している人は2割にとどまっている。しかし、スパムの影響を受けず、なおかつ個人情報の取得もしないRSSは、今後メールに変わり、選択した情報を効率よく受け取るツールとして普及が期待される。

■ 検索サービスの利用

検索サービスは9割以上の人利用している。1日5回以上利用している人が53.8%にのぼり、検索しながら情報を摂取するのが一般的な利用方法となっている。

利用している検索サービス（複数回答）は「Yahoo!」が92.1%でトップ、最も利用している検索サービス（単一回答）でも58.7%と半数以上の人から利用されている。利用率2位は「Google」で、最も利用する検索サービスと回答したのは26.5%となっている。

また、今年は検索ツールバーの利用も進んでおり、すでに半数以上の人利用している。「Yahoo!」と「Google」がそれぞれ利用率20%強で拮抗している。

Googleが運営するアドワーズ広告、Yahoo!やMSNなど多くのパートナーサイトを持つオーバーチュア広告などの検索型広告のクリック経験者は6割を超えており、今後ますます注目されるであろう。

■ ニュースサイト、メールマガジンの利用

インターネットは、ニュースを手に入れるために最も利用するメディアとして、テレビに次ぐ2位のポジションを獲得、すでに新聞を超えている。

ニュースサイトはインターネット利用者の7割が利用しており、マスメディアからインターネットへ情報摂取方法が移行しつつある代表的な分野のひとつである。

利用するニュースサイトは、ポータル系サイトがさらに増加し、84.8%の利用率となっている。新聞社系サイトの利用率は47.2%と半数弱のユーザーに利用されているものの、利用率は減少傾向にある。

最も読まれているポータル系ニュースサイトは「Yahoo!」で、ポータル系ニュースサイト利用者の9割近くが利用。2位「MSN」(23.3%)、3位の「Google」(13.1%)などを大きく上回っている。

パソコンのメールマガジンに登録している人は約9割に達する。メールマガジン登録者の半数近くが10件以上も登録しており、実際に読まれているメールマガジンがどの程度なのかは疑問が残る。

■ コミュニティ機能の利用

コミュニティ機能の利用率は全体の45.2%にとどまっているが、男性より女性の利用率が高く、おしゃべり好きという女性の特性が表れている。

利用しているコミュニティ機能のトップは「掲示板（オープン型）」で28.5%、2位は「メッセージャー」で18.1%の利用率となっている。今年話題になったSNS（ソーシャル・ネットワーク・サイト）は、全体からみるとまだ低い。

利用されているメッセージャーソフトは「MSNメッセージャー」が71.3%、「Yahoo!メッセージャー」が45.6%で、この2つのいずれかを利用している人が大半を占めている。

■ 個人ウェブサイトとアフィリエイト

現在、個人ウェブサイトを開設・運営している人は17.6%で、昨年からの微増となっている。そのうちの3割がこの1年間で開設した人である。また、現在開設していないが今後開設する予定のある人も全体の15.8%を占め、今後も個人ウェブサイト開設が増えていくものと思われる。

サイドビジネスとして個人ウェブサイトでの収入を得る人が増加しているが、個人ウェブサイト開設者の25.3%が収入を得ていると回答しており、昨年の倍以上という結果であった。

また、アフィリエイトプログラムの利用率は19.2%で、「A8.net」「楽天アフィリエイト」「バリューコマースアフィリエイトプログラム」などが主に利用されている。

ただし、アフィリエイトプログラムからの1か月当たりの収入金額については、100,000円以上などの高額収入者もごくわずかに存在するが、過半数は1,000円未満となっている。

■ 利用者が急増しているブログ

個人の情報を発信したいという欲求を手軽に満たすものとして、ブログ利用者が急増している。昨年の2.5%から今年は18.4%と大幅に増加。また、内容に関する認知者も7割以上に達している。

ブログサービス利用者の8割はプロバイダーやレンタルサーバー提供会社のASPサービスを利用している。主に利用しているサービスは「livedoor Blog」や「楽天広場」などとなっており、契約ISPのブログをそのまま使うのではなく、数あるブログサービスの中から自分に合ったサービスを選択する人が増加しているものと思われる。

■ ダウンロードコンテンツ利用

有料コンテンツの購入経験を持つ人は3割で、昨年を下回っている。インターネット利用者の裾野が広がっていることが一因と考えられる。また購入経験者であっても、月額的情

報料は半数が「500円未満」となっており、インターネットの情報は基本的に無料であるとのユーザー意識が根強いものと思われる。

音楽配信サイトへのアクセス経験を持つ人は半数を超えるが、ダウンロード購入の経験を持つ人は12.3%にとどまっている。アクセス経験者の音楽サイト利用頻度は、過半数の52.3%が「月に1回以下」となっている。「週に1回以上」は8.6%にすぎないことから、音楽サイトの利用はまだ習慣化されていないといえる。

オンラインゲームの利用は年々増え、今年は昨年を10ポイント上回る50.0%となった。利用機器はパソコンが95.5%と非常に高いが、ゲーム機や携帯ゲーム機でオンラインゲームを行う人もそれぞれ1割程度となっている。

電子書籍の利用率は、昨年より14ポイント増え21.8%となった。ただし有料サービスは4.1%にとどまっている。

■ インターネットファイナンスの利用

インターネットによる金融情報の収集、インターネットでの金融取引ともに、インターネット利用者の3分の2が経験を持っている。

最も利用経験者が多い金融取引は「銀行取引」（ネットバンキング）の66.0%で、オンラインショッピングやネットオークションの利用にともない、ネットバンキング利用者も増加していることが推測される。

また、これまで経験のないインターネット金融取引のうち、今後の取引意向が高いのは「株取引（ネットトレーディング）」で21.8%となっている。

■ 日常に定着するオンラインショッピング

オンラインショッピングに限らず買物をするための情報源としては、トップの「店頭」（61.4%）に続いて「メーカーやサービス提供会社のウェブサイト」「価格比較サイト」「商品、サービス提供会社からのメールマガジン」など、オンライン系の情報が上位を占めている。インターネット利用者にとってオンライン系の情報は、買物をするために今や欠くことのできない情報源となっている。また、買物をする際に最も有益な情報源では、「価格比較サイト」が28.4%で「店頭」を抑えてトップにあげられている。

買物のためにインターネットで情報を収集した分野は、トップの「パソコンなどのコンピュータ関連製品」をはじめ、「CD、ビデオ、DVD」や「AV機器、家電製品」など電気機器類が比較的上位にあがっている。他では「旅行、宿泊予約」や「書籍、雑誌」などの分野が多い。

9割を超える人がオンラインショッピングでの購入経験を持

っている。買物情報の収集では電気機器類が多かったが、オンラインショッピングで実際に購入した製品は「書籍、雑誌」「衣料、ファッション」など、やや価格帯が低めのジャンルのほうが高くなっている。

オンラインショッピングでの購入頻度は、「年2～4回」が35.1%と最も多いが、「年10回以上」という人も3分の1を占める。また、定期的にオンラインショッピングで購入する人も増加傾向にある。

オンラインショッピングでの年間購入金額は、50,000円未満か以上かでほぼ2分される。昨年は50,000円未満が7割であったことから、購入経験者の増加と同時に、1人当たりの購入金額も増加していることがわかる。

また、非利用者のうち今後利用する予定のある人は25.2%だが、販売業者の信頼性や個人情報の漏えいなど、現在懸念されている点がクリアになれば利用したいという人も含めると4割に達する。

■ 取引額も利用者も増加するオークション

オークション取引経験者は昨年より10ポイント以上増え、6割に達した。また、取引経験はないが閲覧したことはあるという人を加えると、9割近くの人がオークションサイトを訪れたことになる。

取引をしたことのあるオークションサイトは「Yahoo!オークション」が84.8%で、2位の「楽天オークション／楽天フリマ」を大きく引き離してトップとなっている。「Yahoo!オークション」はオークションの代表的サイトといえる。

最近1年以内に取引したことのある人の取引額は、買額、売額ともに「10,000円～50,000円未満」が最も多く、取引額は上昇傾向にある。

■ 迷惑行為の被害状況と家庭のセキュリティ

「コンピュータウイルス」と「わいせつ物」が接触したことのある2大有害情報で、いずれも過半数の人が接触経験を持つ。また、実際に被害に遭った迷惑行為については、「コンピュータウイルス」の43.3%と「個人情報の漏えい」の23.4%の2つが主なものとなっている。

本年4月から個人情報保護法が施行されたが、個人情報の扱いに対して不安を感じる人は9割を超え、個人情報を取り扱う企業や団体にとって、ユーザーの不安感を取り除く活動がますます重要となっている。

個人が意識して行っているセキュリティ対策としては、「心当たりのない相手からのメールには反応しない」と「ウイルス対策ソフトの利用」でそれぞれ約7割という結果であった。



[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