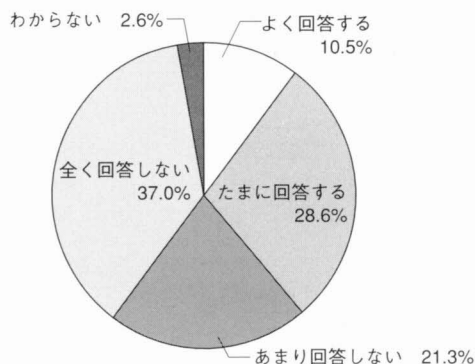
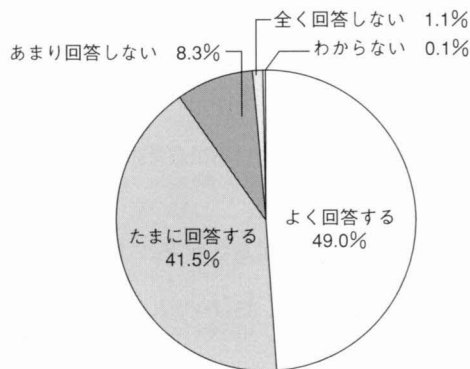
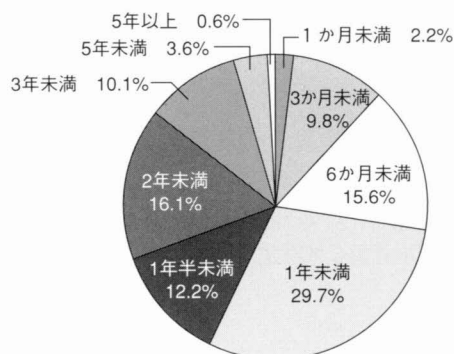


第1章 個人 ▶ 利用歴1年未満が全体の6割以上

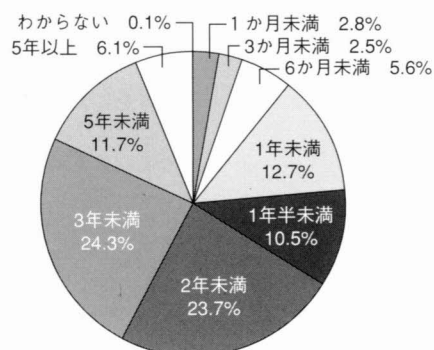
資料1-1-a オンラインアンケートへの回答（一般）N=1,567 資料1-1-b オンラインアンケートへの回答（ウェブ回答者）N=1,000

インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-1-a 利用歴（一般）N=1,567

インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-1-b 利用歴（ウェブ回答者）N=1,000

インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

昨年に引き続き、今回の調査でもインターネット利用者の市場規模を把握すると同時に、エントリーユーザーからパワーユーザーまでの利用実態を一元的に分析するため、あえて電話によるスクリーニングと郵送調査の組み合わせという方法を取り、できるだけ現在のインターネット利用者のプロフィールを正確に捉えることを試みた。

また、今回はウェブ上でのオンラインアンケートとの傾向の差を明らかにするために、全く同じ質問内容をウェブ上で公開し、オンラインアンケート調査を行った。

インターネットのインタラクティブな特徴を生かしたオンラインアンケート調査は、スピーディに、多くの回答数を集めるにも全く苦勞しない、しかも相手が自発的に答えてくれる手間のかからない調査方法である。

第1章、第3章、第4章ではウェブアンケートの結果を参考データとして別集計をし、オンラインアンケート調査へ回答するため

の「書き込み」を行なっているユーザーを『ウェブ回答者』、郵送調査に回答したインターネット利用者を『一般回答者』として比較し、その差も明らかにしていく。

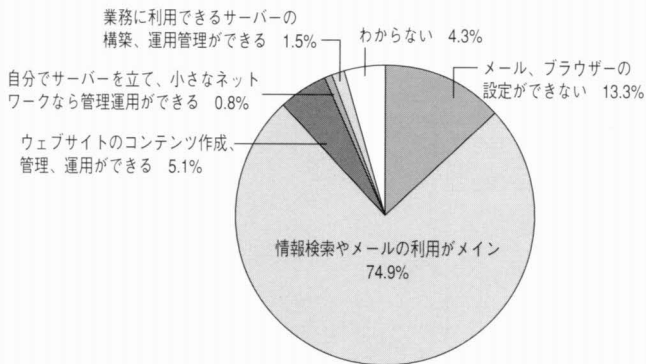
今回の調査結果を見ると一般的なインターネット利用者の37.0%はオンラインアンケートに「全く回答しない」と答えており、「よく回答する」と答えているインターネット利用者は全体の10.5%に過ぎない。

1-1-1 利用歴

インターネットの利用歴については、「6か月以上1年未満」が最も多く29.7%を占める。「1か月未満」を含む利用歴1年未満の合計は全体の6割以上を占めている。この傾向は昨年の調査結果から引き続いており、近年のインターネット利用者数の急速な伸びを裏付けている。

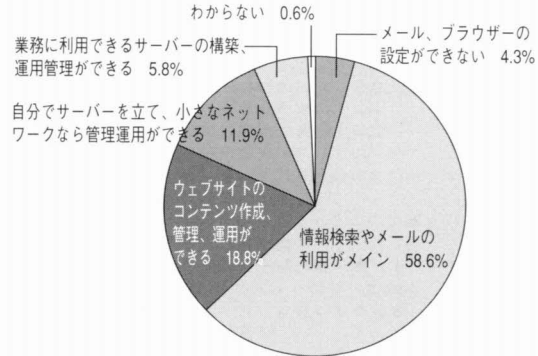
利用目的は趣味、エンターテインメントが78.9%

資料1-1-2-a 利用レベル（一般）N=1,567



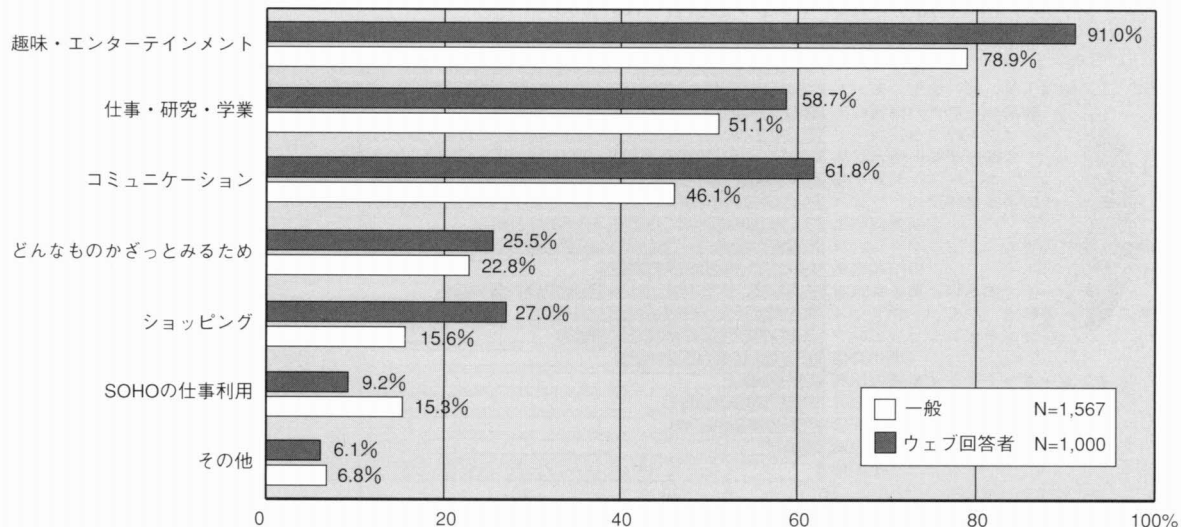
インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-2-b 利用レベル（ウェブ回答者）N=1,000



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-3 インターネットの利用目的



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

『ウェブ回答者』では「2年以上3年未満」が最も多く、利用歴1年未満の合計は全体の23.6%と低くなっている。

1-1-2 インターネットの利用レベル

今回初めてインターネットの利用レベルによる分類を試みた。あらかじめ設定された5つのカテゴリーに対して、自らのインターネット利用レベルがどれに当てはまるかの回答を求めた。

全体の74.9%が「情報検索やメールの利用がメイン」と答えており、「メール、ブラウザの設定ができない」も13.3%を占める。

『ウェブ回答者』でも最も多いのは「情報検索やメールの利用がメイン」の58.6%であるが、続いて「ウェブサイトのコンテンツ作成、管理、運用ができる」が18.8%と高く、「メール、ブラウザの設定ができない」は最も低く4.3%に過ぎない。

1-1-3 インターネットの利用目的

利用目的は、インターネットに接続する際の最も大きな動機付けであり、利用者のプロフィールとともに実際に利用している具体的なサービス内容やアクセスしている情報と合わせてみると理解しやすい。

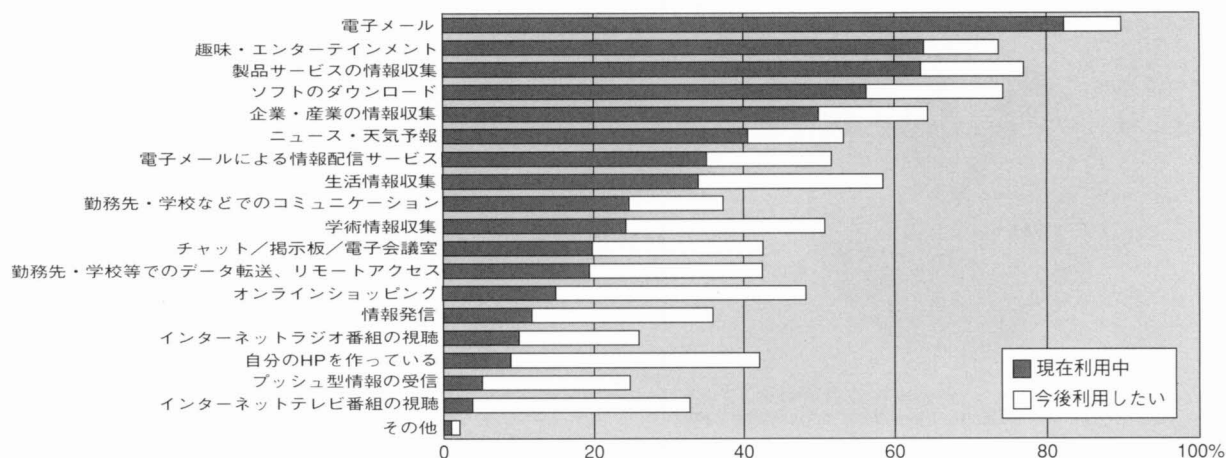
対象が個人利用者であるため、趣味・エンターテインメントが78.9%と最も高く、2位は仕事・研究・学業（51.1%）、3位はコミュニケーション（46.1%）となっている。

この設問に対しては複数回答であるが、当初インターネット初心者利用目的として想定した「どんなものかざっとみる」という項目が4位（22.8%）となっている。

『ウェブ回答者』でも趣味・エンターテインメントが91.0%と最も高いが、2位はコミュニケーション（61.8%）、3位は仕事・研究・学業（58.7%）、4位のショッピングも27.0%と高くなっている。

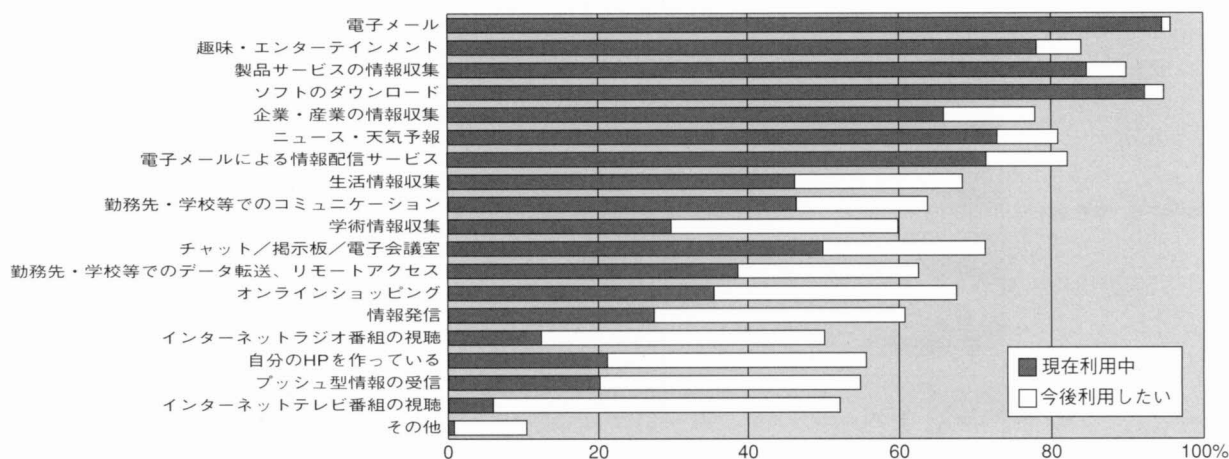
第1章 個人 ▶ 電子メールの利用者は82.3%

資料1-1-4-a インターネットの利用サービス（一般 N=1,567）



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-4-b インターネットの利用サービス（ウェブ回答者 N=1,000）



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

全体的に『ウェブ回答者』の方が利用目的も複数回答しており、「どんなものかざっとみる」も25.5%にである。

今回から「SOHOの仕事利用」という項目を設定したが、『一般回答者』で15.3%、『ウェブ回答者』9.2%が利用目的として挙げている。現段階では「SOHO」という言葉自体に対する認知度や理解度による差があると思われる。『一般回答者』においてはショッピングに15.6%の回答が挙げられている点が注目される。

インターネットの個人利用においては、その多くが利用する場合、電話料金に加えて接続料金も払わなければいけないため、自ずから利用目的も明確になっている。

1-1-4 インターネットの利用サービス

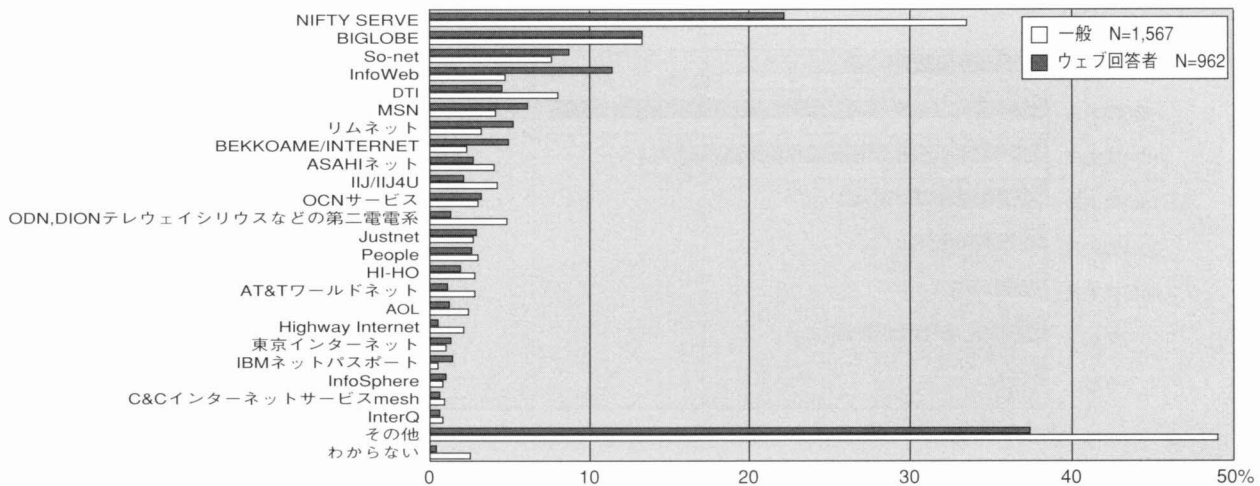
現在利用中のサービスは、「電子メール」が最も高く82.3%となっており、「趣味・エンターテインメント」63.9%、「製品・サ-

ビス情報の収集」63.5%、「ソフトのダウンロード」56.3%と続いている。「電子メール」の高い利用率を背景に「電子メールによる情報配信サービス」も35.2%が利用している。またインターネットを利用した比較的新しいメディアである「インターネットラジオ番組の視聴」、「プッシュ型情報の受信」、「インターネットテレビ番組の視聴」はそれぞれ、10.0%、5.1%、3.8%と低い、しかし今後利用したいという意向が高く、それぞれ、16.0%、19.7%、29.0%に上っている。

『ウェブ回答者』でも「電子メール」が最も高く94.6%だが、「ソフトのダウンロード」も92.3%と『一般回答者』と比較してかなり高くなっている。同様に「電子メールによる情報配信サービス」は71.5%と約2倍、「インターネットラジオ番組の視聴」、「プッシュ型情報の受信」、「インターネットテレビ番組の視聴」も12.3%、20.1%、5.9%とそれぞれ『一般回答者』より高い利用状況である。

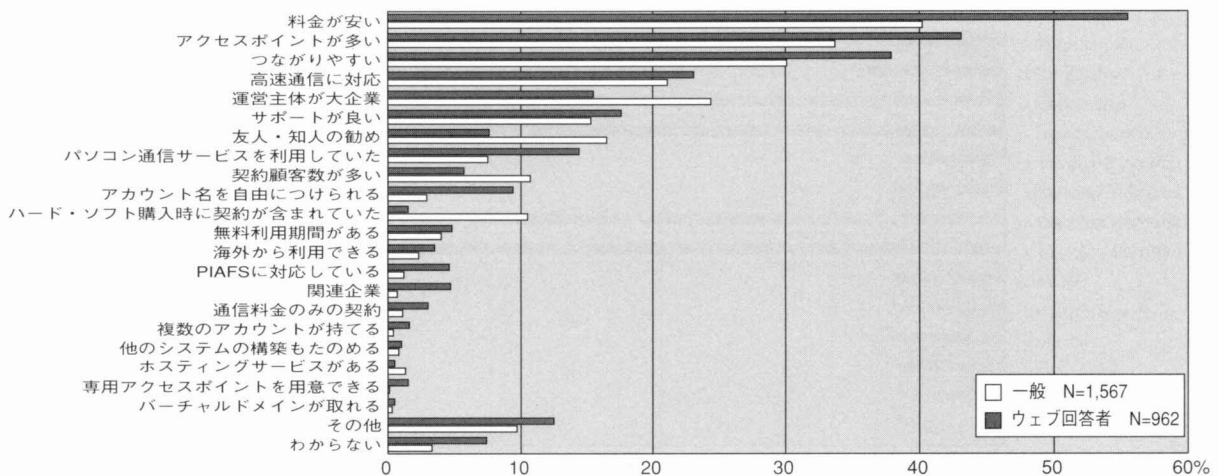
パソコン通信サービスからの移行が顕著

資料1-1-5 契約プロバイダー名



インターネット白書'98, インプレス
© Access Media International & IAJ, 1998

資料1-1-6 プロバイダー選択理由



インターネット白書'98, インプレス
© Access Media International & IAJ, 1998

解 説

1-1-5 契約プロバイダー名

回答者の43.1%がパソコン通信サービスの利用経験があることに加えて、20.1%がパソコン通信サービス経由でインターネットに接続しているため、「NIFTY SERVE」や「BIGLOBE」の利用率が高い。

今回の調査では約20社のプロバイダー名が挙げられているが、その他のプロバイダーと契約しているという利用者也全体の37.4%に上っている。

『ウェブ回答者』でも66.1%がパソコン通信サービスの利用経験があるため、同様に「NIFTY SERVE」や「BIGLOBE」の利用率が高い。

その一方で、プロバイダーの選択の幅は広く、その他のプロバイダーと契約しているという利用者が49.0%と全体の半数近くを占めている。

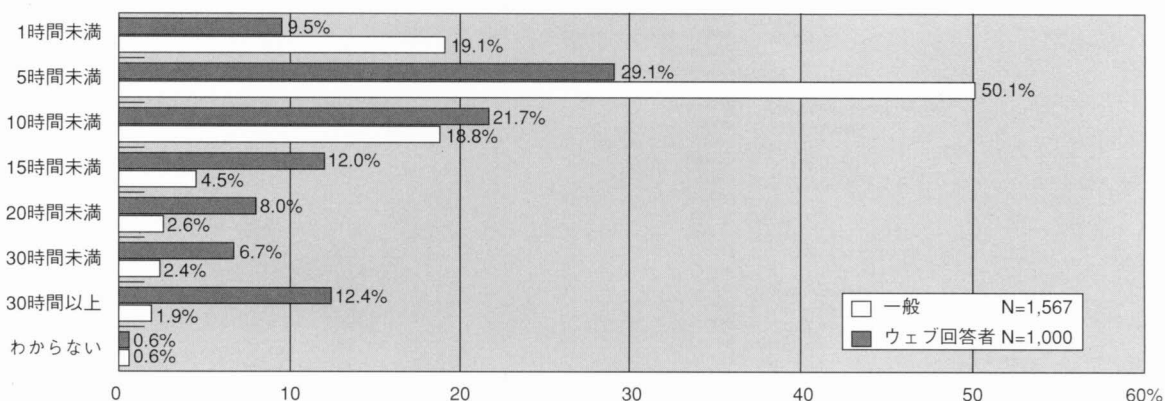
1-1-6 プロバイダー選択理由

最も多い理由は昨年同様、「料金が安いから」40.2%である。一般的には未だインターネットの利用は「料金が高い」という印象が強い。また、当然ながら「家庭から」のインターネット利用者ほど料金へのこだわりも強い。

その他の選択理由としては、「アクセスポイントが多い」33.7%、「つながりやすい」30.1%に続いて、「運営主体が大企業」という理由が24.4%と昨年の約2倍に伸びている。プロバイダーへの参入企業が増加し続ける中、利用者にとって運営する企業のプロファイルも判断する際の大きな指針になっていることがうかがえる。『ウェブ回答者』でも「料金が安いから」55.5%、「アクセスポイントが多い」43.1%、「つながりやすい」37.9%が選択理由の上位である。

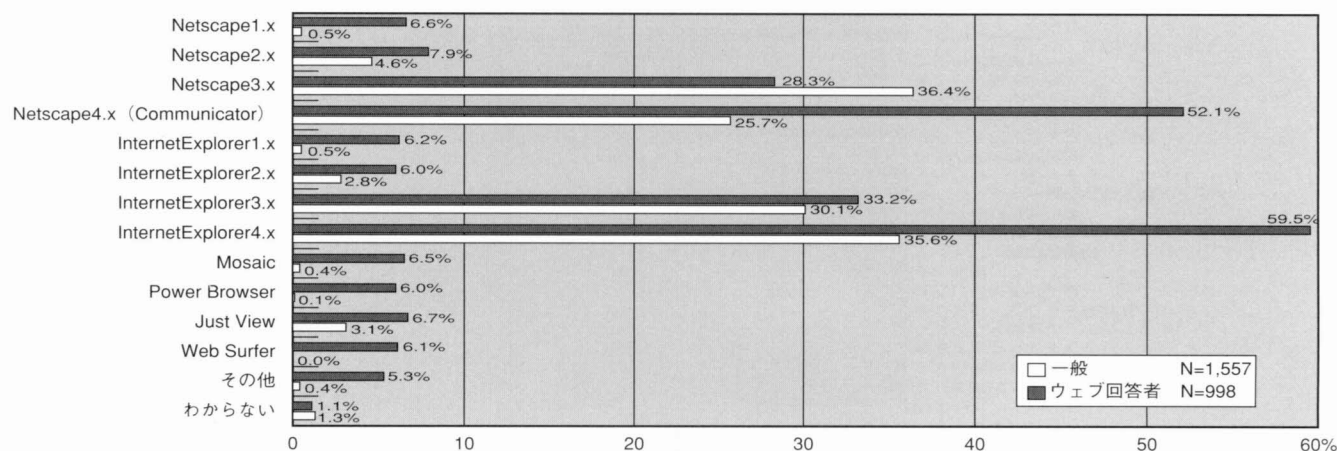
第1章 個人 ▶ 依然2大ブラウザの勢力は拮抗

資料1-1-7 1週間当たりの利用時間



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-8 利用ブラウザ



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

1-1-7 1週間当たりの利用時間

最も多いのは「1時間以上5時間未満」の50.1%、次いで「1時間未満」の19.1%、「5時間以上10時間未満」18.8%と続く。全体の約7割の利用者が1週間当たり5時間未満の利用時間であることがわかる。

『ウェブ回答者』でも最も多いのは「1時間以上5時間未満」の29.1%であるが、「5時間以上10時間未満」の21.7%に次いで「30時間以上」が12.4%と高くなっており、『一般回答者』との間に大きな差異が見える。

1-1-8 利用ブラウザ

ブラウザの利用は昨年同様「Internet Explorer」とNetscapeにはほぼ2分されている。

Internet Explorerは合計で69.0%、Netscapeは合計で67.1%が利用している。(複数回答) 最も多いのは「Netscape3.x」の36.4%で「Internet Explorer4.x」が35.6%で続いている。『一般回答者』の場合、バージョンアップへの対応がやや遅く、最新版より古いバージョンのブラウザを利用しているケースも多い。

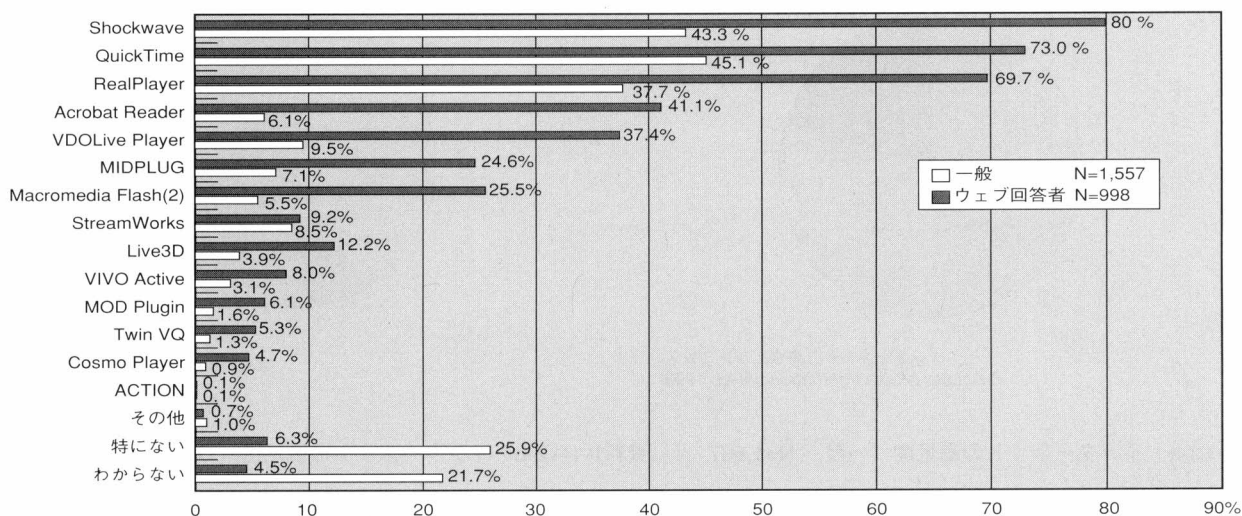
メインで利用しているブラウザ1本に限ってみれば順に「Internet Explorer4.x」30.6%、「Netscape3.x」27.3%、「Netscape4.x」20.8%、「Internet Explorer3.x」17.1%でその合計は全体の95.9%を占めている。

Internet Explorerの利用者はブラウザの複数利用が多い。『ウェブ回答者』においては複数利用が顕著であり、Internet Explorerは合計で105.0%、Netscapeは合計で94.9%が利用している。

『ウェブ回答者』ではバージョンアップへの対応が早く、Internet Explorer4.xが59.5%、Netscape4.xが52.1%を占めている。

プラグイン利用者の平均利用本数は3.33本

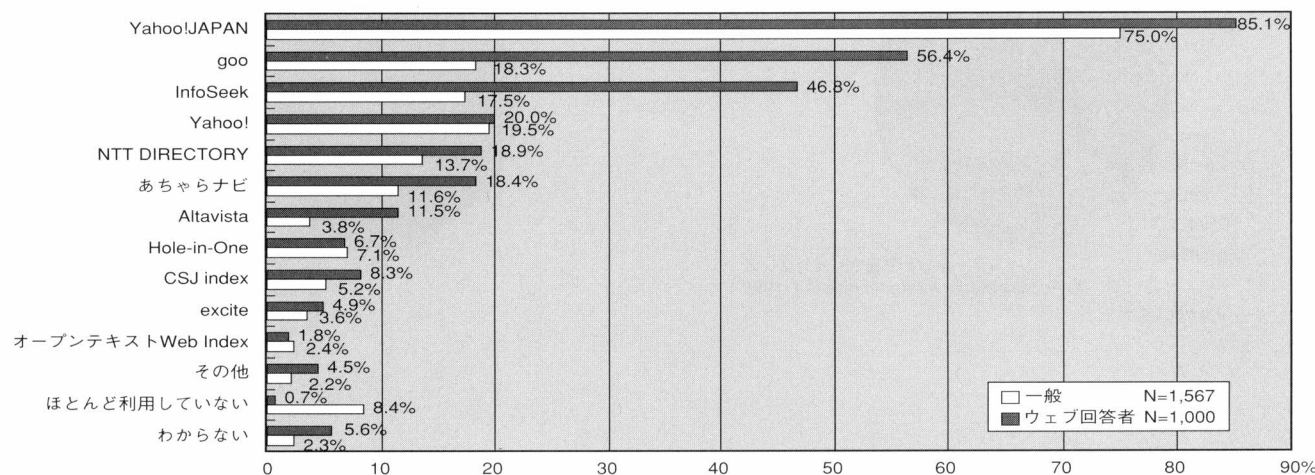
資料1-1-9 主に利用しているプラグイン



インターネット白書'98, インプレス

©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-10 主に利用しているサーチエンジン



インターネット白書'98, インプレス

©Access Media International&IAJ, 1998

解説

メインで利用しているブラウザは「Internet Explorer4.x」が最も多く41.9%、次が「Netscape4.x」の34.0%である。

1-1-9 主に利用しているプラグイン

『一般回答者』では利用しているプラグインが「特にな」が多く25.9%を占めている。実際にはインターネット利用者が認識しないでプラグインを利用していることも考えられるが、プラグインを利用している場合の平均本数は3.33本である。

最も多いのは「QuickTime」で45.1%が利用している。以下「Shockwave」43.3%、「RealPlayer」37.7%の3本が他を大きく引き離している。

『ウェブ回答者』では約9割が何らかのプラグインを利用しており、その場合の平均本数は4.46本である。『ウェブ回答者』では「Shockwave」が最も多く80.0%であり、以下「QuickTime」

73.0%、「RealPlayer」69.7%と上位3本は変わらない。

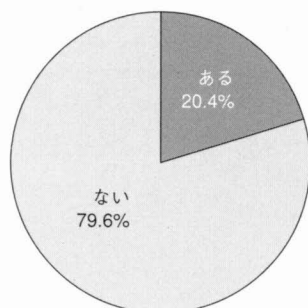
1-1-10 主に利用しているサーチエンジン

サーチエンジンは約9割のインターネット利用者が利用している。1人当たり平均2.0種類のサーチエンジンを利用している。インターネット普及の初期より日本のサーチエンジン、ディレクトリサービスの代表である「Yahoo!JAPAN」を全体の75.0%が利用しており、大きくほかを引き離している。2位も「英語版Yahoo!」19.5%であり、以下「goo」18.3%、「InfoSeek」17.5%と続いている。

『ウェブ回答者』は平均3.0種類のサーチエンジンを利用しているが、ここでも「Yahoo!JAPAN」が全体の85.1%と最も利用者が多い。「goo」も過半数の56.4%が利用しており、「InfoSeek」も46.8%と「goo」に迫っている。

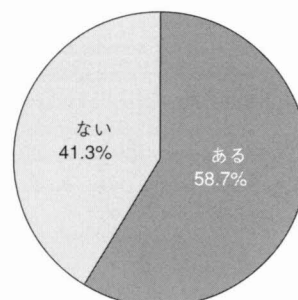
第1章 個人 ▶ ショッピング経験者は20.4%

資料1-1-11-a 製品・サービスの購入経験（一般） N=1,567



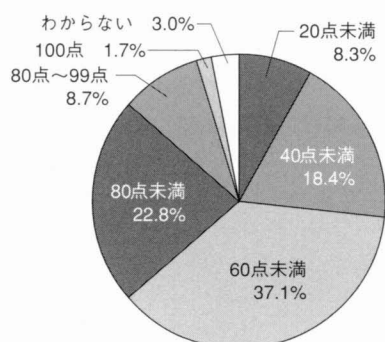
インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-11-b 製品・サービスの購入経験（ウェブ回答者） N=1,000



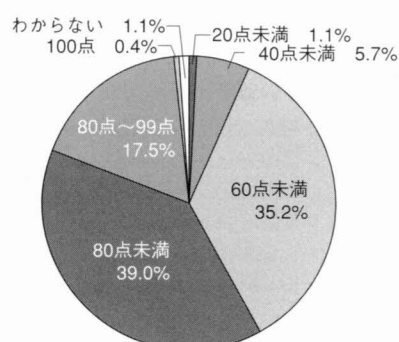
インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-12-a インターネットの満足度（一般） N=1,567



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-12-b インターネットの満足度（ウェブ回答者） N=1,000



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

インターネット利用者にとって、増え続けるインターネット上の情報をいかに効率よく利用することができるかということは大きな課題でもある。そのため、それぞれに特徴のある複数のサーチエンジン、ディレクトリサービスをうまく使い分けている利用状況がうかがえる。

1-1-11 製品・サービスの購入経験

製品・サービスの購入についてはすでに20.4%が利用経験を持つ。今後利用したいサービスとして「オンラインショッピング」が33.4%と最も高かったことから見ても、今後の製品・サービスの購入はかなり増えることが予測される。

『ウェブ回答者』では過半数の58.7%がすでに利用経験を持つが、今後利用したいサービスでも、32.1%が「オンラインショッピング」を挙げている。

1-1-12 インターネットの満足度

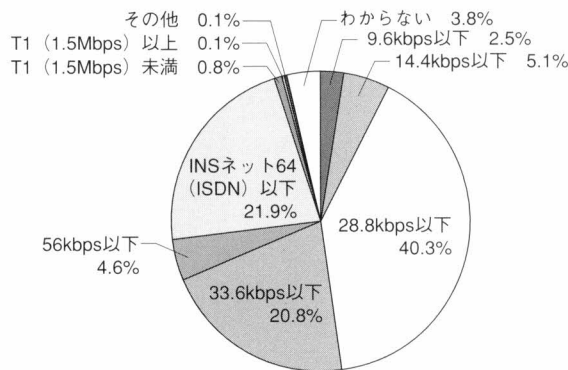
インターネットへの満足度は昨年よりやや低くなっている。最も多いのは100点満点で「40点から60点未満」の37.1%であり、昨年最も多かった「60点から80点未満」より、評価が低くなっている。

『ウェブ回答者』では「60点から80点未満」が最も多く39.0%であり、「40点から60点未満」の35.2%が続いている。『一般回答者』よりもやや評価が良い結果となっている。

一般的にインターネットに対する漠然とした期待感がやや薄れ、より現実的なものとなってきたことを反映している。また、通信料金や通信速度、インフラ整備の問題などが評価を下げていると推測できる。

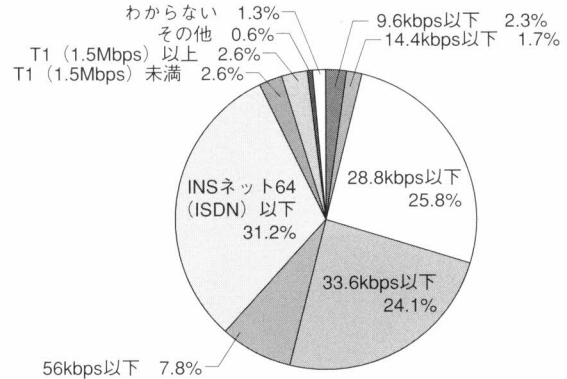
依然約半数は28.8kbps以下

資料1-1-13-a 通信速度（一般） N=1,567



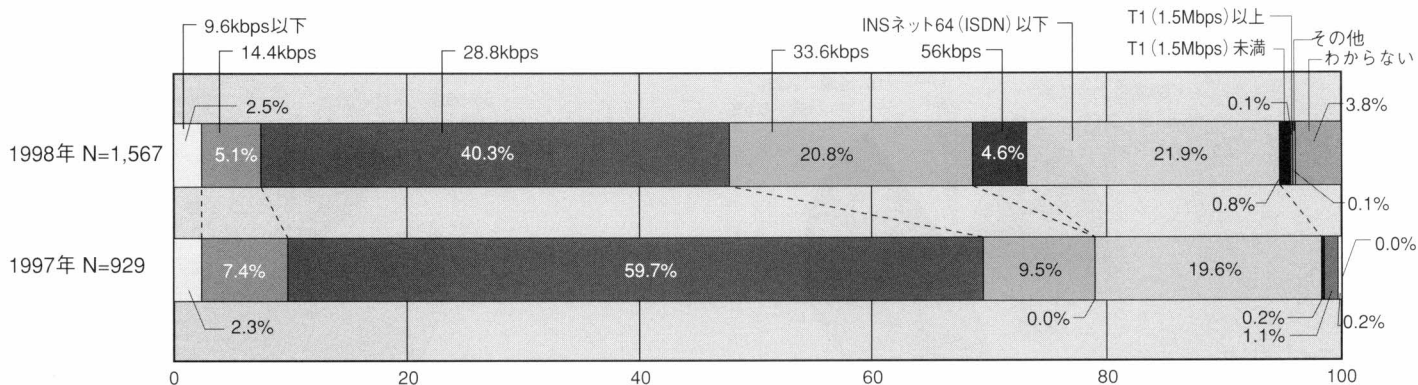
インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-13-b 通信速度（ウェブ回答者） N=1,000



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-13-c 通信速度（一般1997年VS1998年）



注 1997年については、56kbps以下項目なし

インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

1-1-13 通信速度

『一般回答者』の通信速度で最も多いのは、昨年同様「28.8kbps以下」の40.3%である。「14.4kbps以下」の5.1%、「9.6kbps以下」の2.5%を含む28.8kbps以下の合計は依然約半数の47.9%を占める。

高速モデムが対応している「33.6kbps以下」と「56kbps以下」の合計も25.4%と全体の4分の1を越えた。「INSネット (ISDN) 以下」は、昨年の19.6%から21.9%と微増にとどまった。しかし市場全体が昨年の調査時と比較して176.6%となっており、実際のISDN加入者数は大きく成長している。

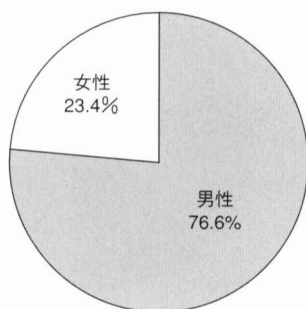
『ウェブ回答者』では「INSネット64 (ISDN) 以下」が最も多く31.2%が利用している。28.8kbps以下の合計は29.8%であるが、「33.6kbps以下」と「56kbps以下」の合計も31.9%を占める。

この『ウェブ回答者』の結果から見てもISDNの家庭内への浸

透が急速であることを示しており、現在の「28.8kbps以下」の多くが、次に「33.6kbps以下」や「56kbps以下」ではなく「INSネット (ISDN) 以下」へ移行する可能性が高いといえる。

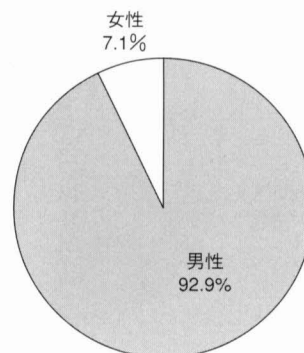
第1章 個人 ▶ 女性利用者が急増

資料1-1-14-a 回答者の性別（一般） N=1,567



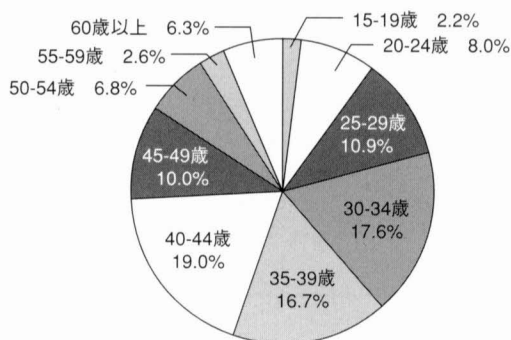
インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-14-b 回答者の性別（ウェブ回答者） N=1,000



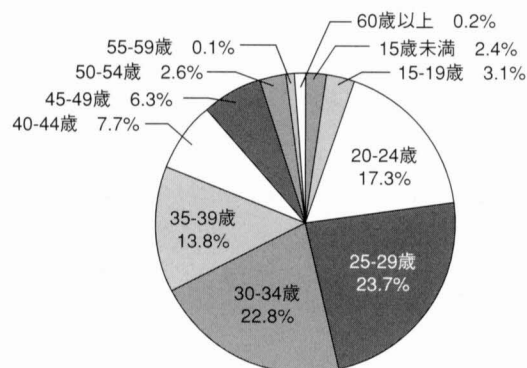
インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-15-a 回答者の年齢（一般） N=1,567



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-15-b 回答者の年齢（ウェブ回答者） N=1,000



インターネット白書'98, インプレス
©Access Media International&IAJ, 1998

解説

1-1-14 回答者の性別

一世帯当たりのインターネット複数利用率が上昇したこととも呼応するが、今回の調査では「女性」の比率が前年の9.5%から23.4%に大きく上昇した。

パソコンユーザーにおける男女比率ではいまだ「女性」は1割程度であるが、家庭内にすでにパソコンがある世帯を中心に、今後も「女性」のインターネット利用者は増加するだろう。

また、勤務先/学校でのインターネット導入が進んだことも「女性」が家庭でインターネットを利用し始めることの遠因となっている。

1-1-15 回答者の年齢

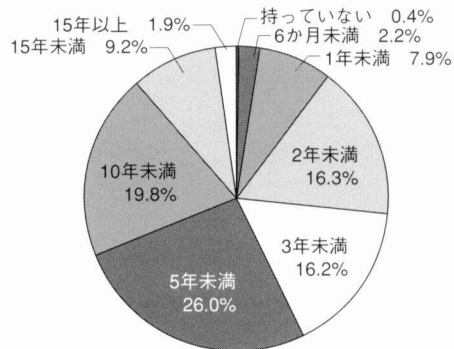
前回同様「40-44歳」が19.0%と最も多く、次いで「30-34歳」

が17.6%となっている。依然として30代、40代が利用者の中心であることは変わらない。

『ウェブ回答者』では「25-29歳」が23.7%と最も多く、次いで「30-34歳」22.8%、「20-24歳」17.3%となっている。調査を行ったウェブサイトの性格もあるが、全体的にインターネットのアクティブな利用者の年齢は一般のインターネット利用者と比較してやや低めであると言える。

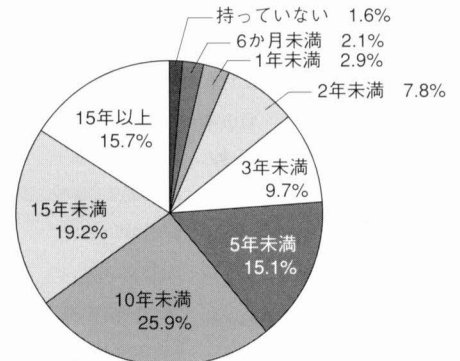
インターネット利用者のパソコン歴は長い

資料1-1-16-a パソコン利用歴（一般） N=1,567



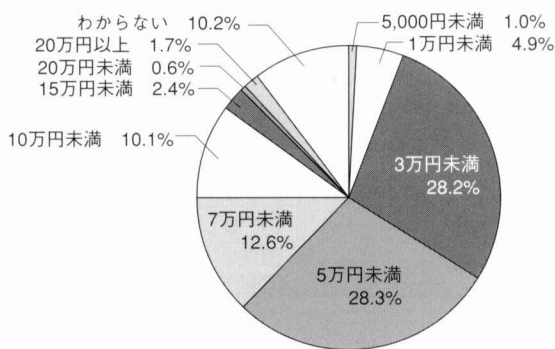
インターネット白書'98, インプレス
© Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-16-b パソコン利用歴（ウェブ回答者） N=1,000



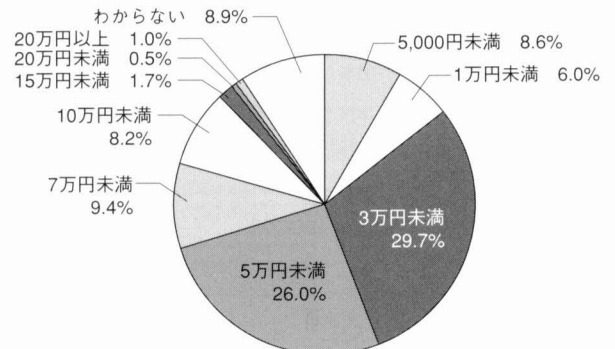
インターネット白書'98, インプレス
© Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-17-a 1か月当たりのお小遣い（一般） N=1,567



インターネット白書'98, インプレス
© Access Media International&IAJ, 1998

資料1-1-17-b 1か月当たりのお小遣い（ウェブ回答者） N=1,000



インターネット白書'98, インプレス
© Access Media International&IAJ, 1998

解説

1-1-16 パソコン利用歴

インターネット利用歴は比較的長く、「5年未満」が最も多く26.0%、続いて「10年未満」が19.8%を占める。「3年未満」以下の合計は43.0%と半数以下である。パソコン利用者の中におけるインターネット利用者の比率は高まってきたが、当初インターネット利用者がパソコン利用者の中でも先駆者的な層であったため、全体的にインターネット利用者のパソコン利用歴は高い。

『ウェブ回答者』でも同様に「10年未満」が25.9%と最も高く、「15年未満」19.2%、「15年以上」15.7%と続いている。「3年未満」以下の合計は全体の22.5%に過ぎない。

1-1-17 1か月当たりのお小遣い

ここではインターネット利用と1か月当たりのお小遣いの相関

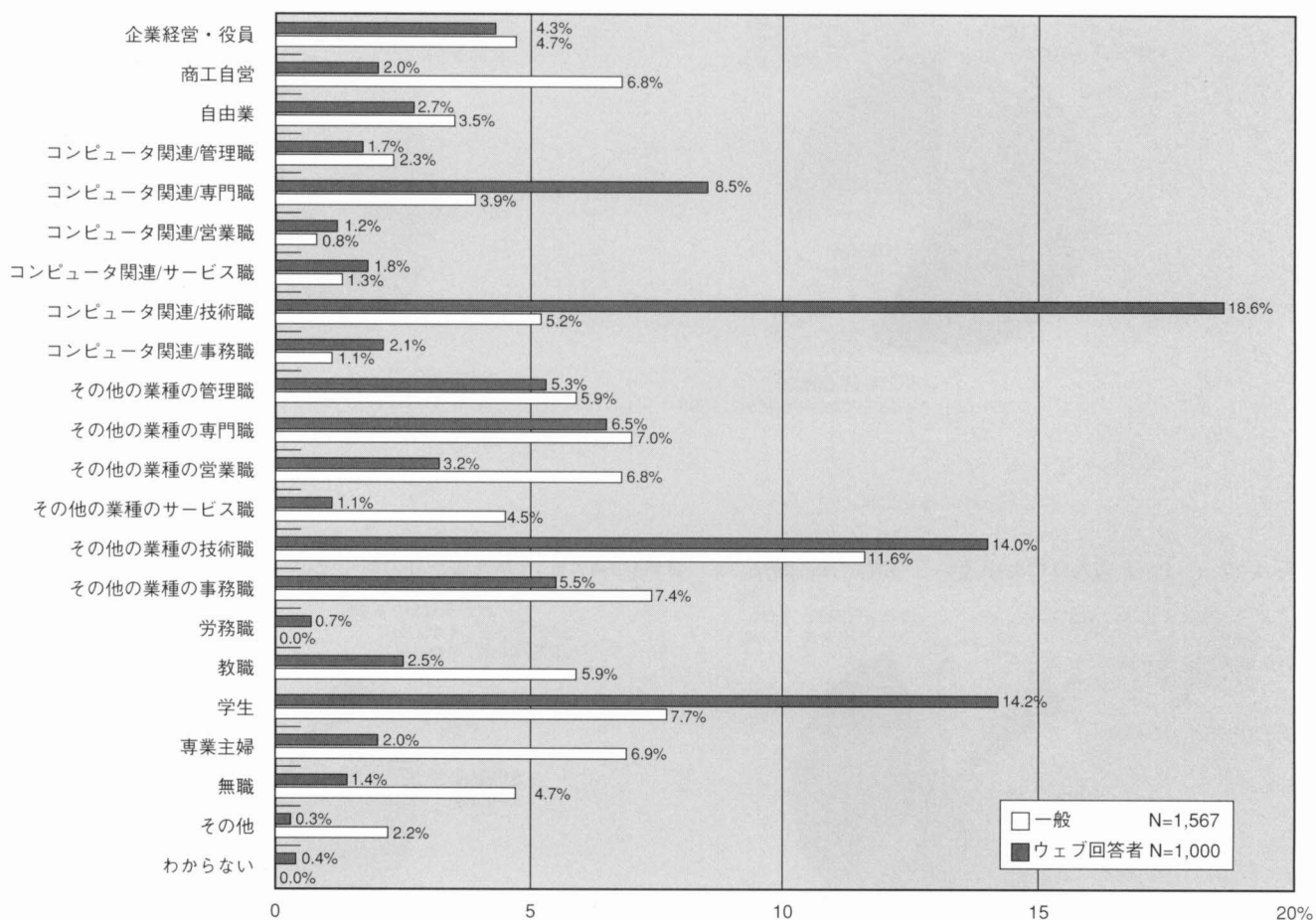
をみた。

最も多いのは「3万円以上5万円未満」の28.3%と「1万円以上3万円未満」の28.2%であるが、5万円以上の合計も27.4%に達する。

『ウェブ回答者』は『一般回答者』と比較して平均年齢も若いため1か月当たりのお小遣いも『一般回答者』よりやや低い。

第1章 個人 ▶ 利用者層はより一般化の傾向

資料1-1-18 職種



インターネット白書'98, インプレス
© Access Media International & IAJ, 1998

解説

1-1-18 職種

昨年の調査では回答者全体の技術／専門性の高さがうかがえたが、今回の調査ではその傾向が弱まっている。特に「その他の業種の技術職」では1997年の15.1%から1998年は11.6%に、コンピュータ関連では「コンピュータ関連の技術職」の7.4%から5.2%をはじめとしてすべての職種で昨年よりポイントを落としている。

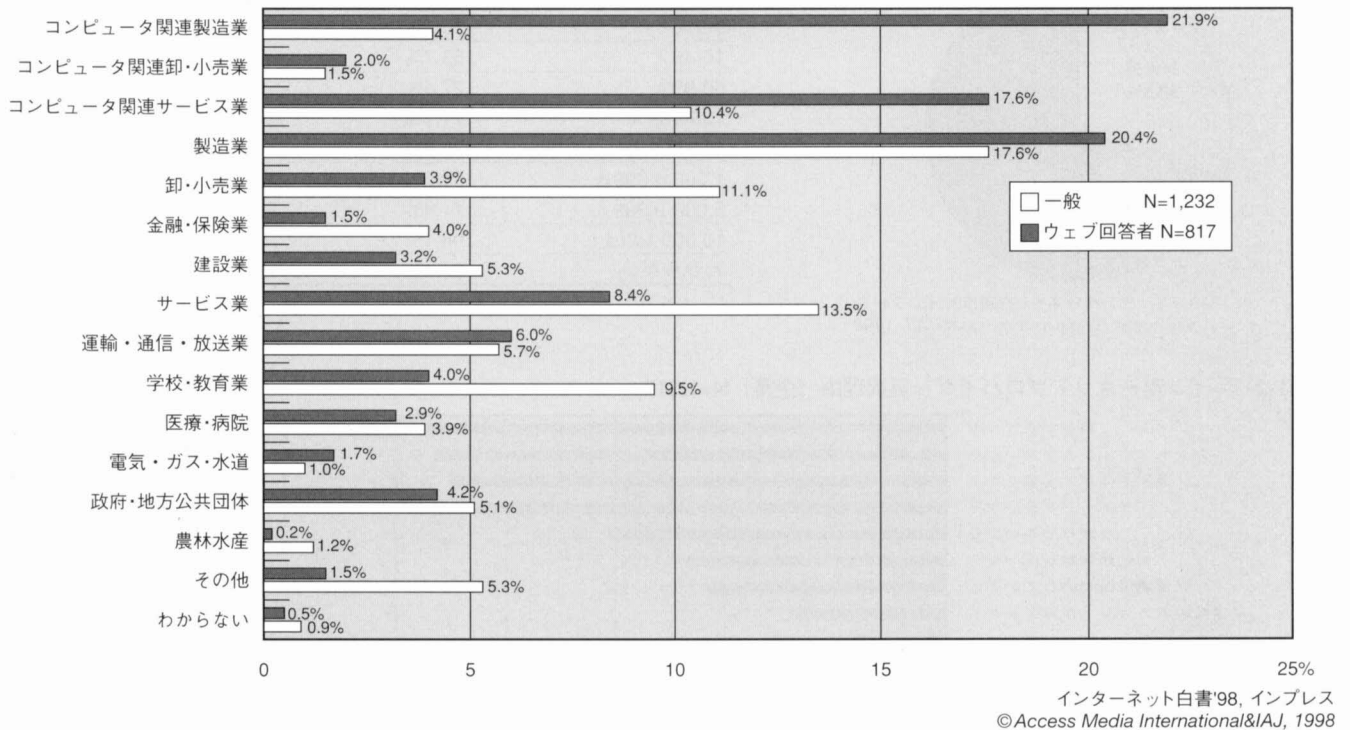
一方、女性の増加により「専業主婦」は2.6%から6.9%に増加している。

『ウェブ回答者』では依然「コンピュータ関連の技術職」や「コンピュータ関連の専門職」が高い。また「学生」の比率も高くなっている。

全体的にみてインターネット利用者の拡大により一般的な層との差がなくなってきたといえる。

コンピュータ関連の比率は相対的に減少

資料1-1-19 業種



解説

1-1-19 業種

ここでも職種同様、インターネット利用拡大による一般化の傾向をみることができる。

職種においてコンピュータ関連が昨年よりポイントを下としていたため業種でも「コンピュータ関連サービス業」が1997年の13.0%から1998年は10.4%に、「コンピュータ関連製造業」が4.2%から4.1%に、「コンピュータ関連卸・小売業」が2.1%から1.5%とコンピュータ関連業種が軒並みポイントを下としている。

他には「製造業」が1997年の20.7%から17.6%とポイントを下としている。

『ウェブ回答者』では職種同様「コンピュータ関連製造業」や「コンピュータ関連サービス業」など、コンピュータ関連業種に働く人の比率が高い。



[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的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