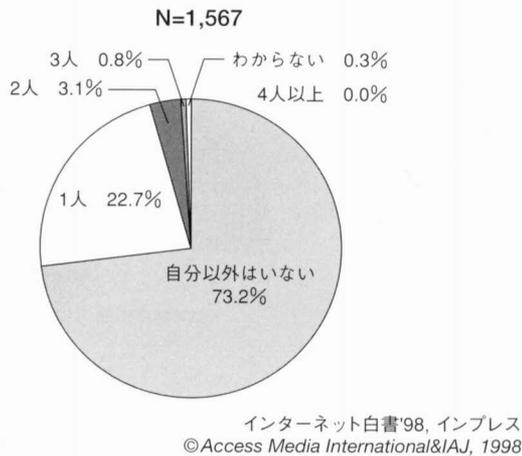
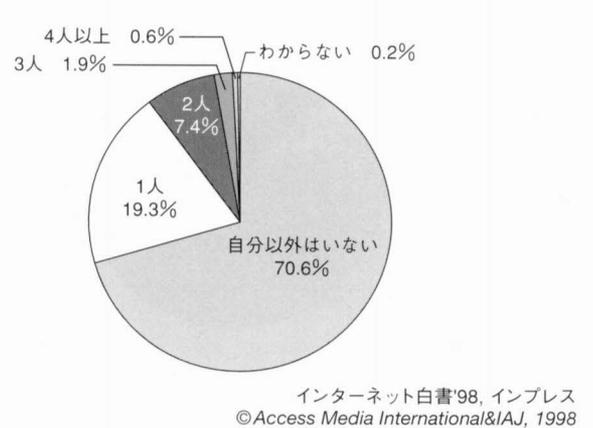


第3章 家庭の情報化 ▶ 世帯内の複数利用率が高まる

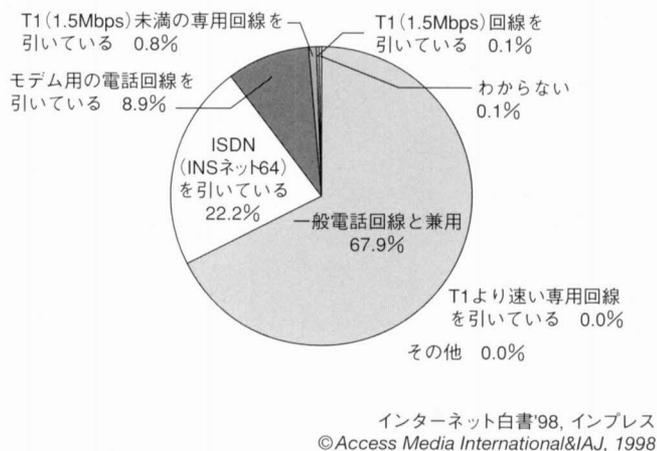
資料1-3-1-a 回答者以外のインターネット利用者（一般）



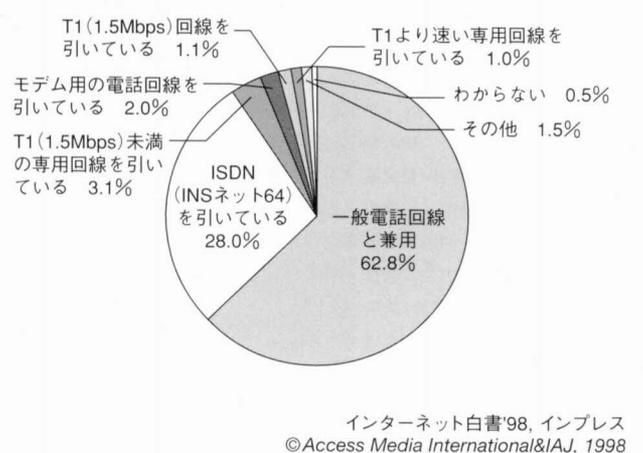
資料1-3-1-b 回答者以外のインターネット利用者（ウェブ回答者）



資料1-3-2-a 回線状況（一般） N=1,567



資料1-3-2-b 回線状況（ウェブ回答者） N=1,000



解説

1-3-1 回答者以外のインターネット利用者

電話による「インターネット普及率調査」の結果では、インターネット利用世帯全体の平均利用者数は1.43人（26,727世帯中1,892世帯の利用者平均）、インターネットを自宅からのみ利用している世帯では1.32人（26,727世帯中1,117世帯の平均利用者）であった。

今回の『一般回答者』の調査結果でも世帯当たりの平均利用者数は1.31人とそれを裏付けるものとなっている。「自分以外の利用者はいない」は73.2%にまで落ちており、他の約1/4の世帯では複数のインターネット利用者が存在していることになる。

回答者の性別で、昨年に比べ「女性」の比率が大きく伸びたこととの相関がうかがえる結果である。

『ウェブ回答者』の世帯当たりの平均利用者数は1.42人とやや多くなっている。ここでも「自分以外の利用者はいない」は

70.6%であり、約1割が回答者以外に2人以上の利用者がいる世帯（合計3人以上の利用者がいる世帯）となっている。

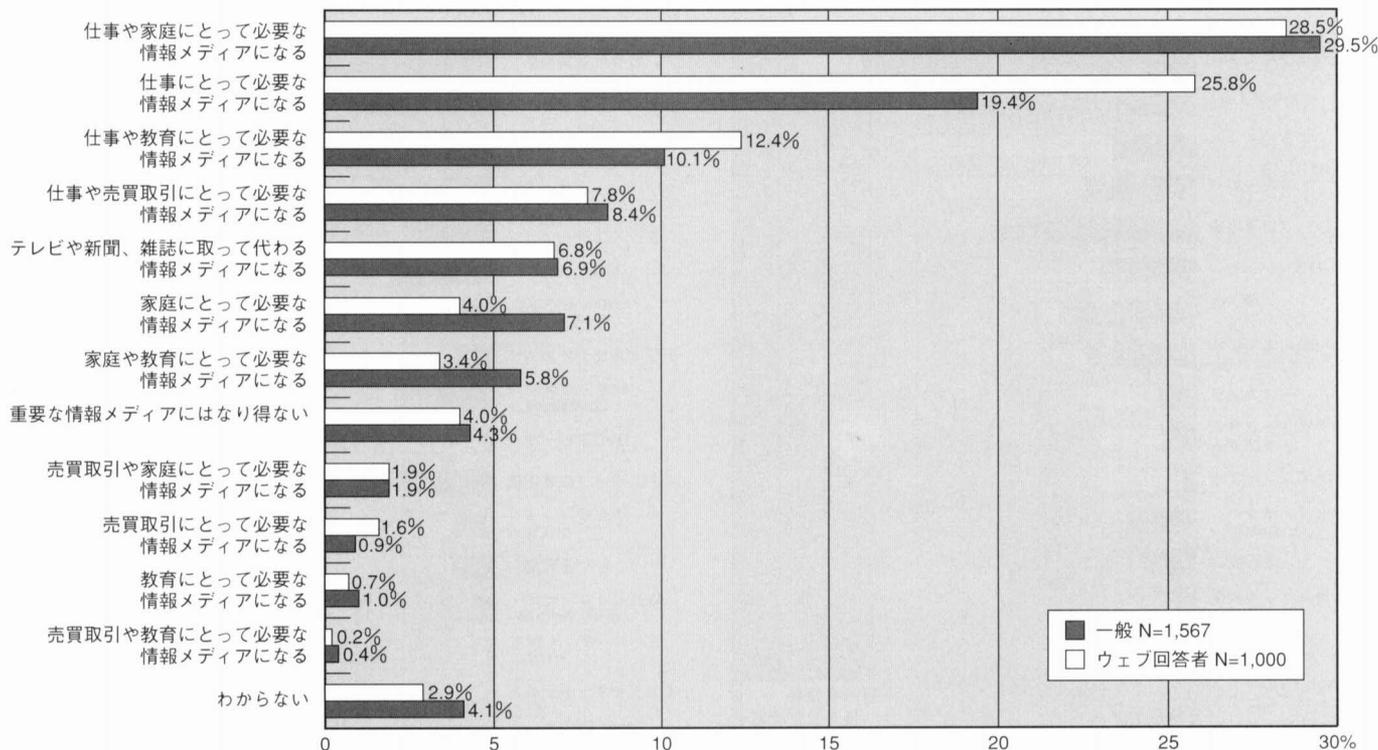
一般世帯の少人数化もあり、今後この数字が飛躍的に伸びるとは思えないが世帯当たりの平均利用者の0.1人増（インターネット利用世帯10世帯で1人の利用者増）は全世界に換算すると約455万人のインターネット利用者の増加につながるため、インターネットの世帯普及率の伸びと同様、インターネット利用者数の推移に大きな影響を与えるものである。

1-3-2 回線状況

どの国においてもインターネットを支えるインフラ整備は大きな課題であるが、ここでは現在のインターネット利用者の回線利用状況を聞いている。

昨年の調査結果とほぼ同じ、全体の67.9%が「一般電話回線と

資料1-3-3 今後のインターネットの浸透予測



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

解説

の兼用」である。これらの世帯では、電話がかかってこない時間に使うなどの配慮をしながら、インターネットを利用している。

ISDNの利用は昨年の19.6%から22.2%と着実に伸びている、その一方、「モデム用の電話回線を引いている」利用者は昨年の11.1%から8.9%へと減少となり、ISDNの契約に移行していることがうかがえる。複数の電話契約をするよりはISDNを導入するといったところであろう。

調査概要にもあるように、前回も今回も調査対象世帯は全国主要都市およびその近郊であり、ISDNの導入率に関して、調査対象地域以外との地域格差が存在すると思われる。

『ウェブ回答者』では「一般電話回線との兼用」は62.8%であるが、「モデム用の電話回線を引いている」利用者は2.0%と少なく、約35%の利用者がISDN以上の回線を利用しており、『一般回答者』の回線状況との差は明らかである。

1-3-3 今後のインターネットの浸透予測

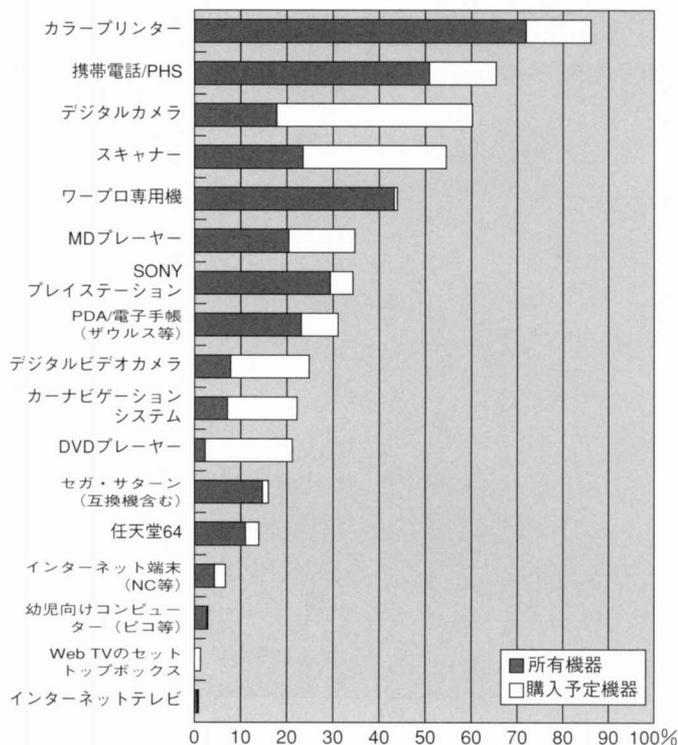
今後インターネットが社会のどのような分野で必要とされる情報メディアなのかを聞いた。

上位の3項目は昨年同様、「仕事や家庭にとって必要な情報メディアになる」(29.5%)、「仕事にとって必要な情報メディアになる」(19.4%)、「仕事や教育にとって必要な情報メディアになる」(10.1%)であり、その他の項目を含めて最も大きな変化は「仕事にとって必要な情報メディアになる」が前年より6.4ポイント落としていることである。依然として上位には「仕事」の文字が目立つが、この1年間の家庭内でのインターネット利用者の伸びを見るとインターネットが「仕事」だけのものではないと思われ始めてきたことを裏付けるものである。

「テレビや新聞、雑誌にとってかわる情報メディアになる」は昨年の5.2%から6.9%に伸びた。「重要な情報メディアにはなり得

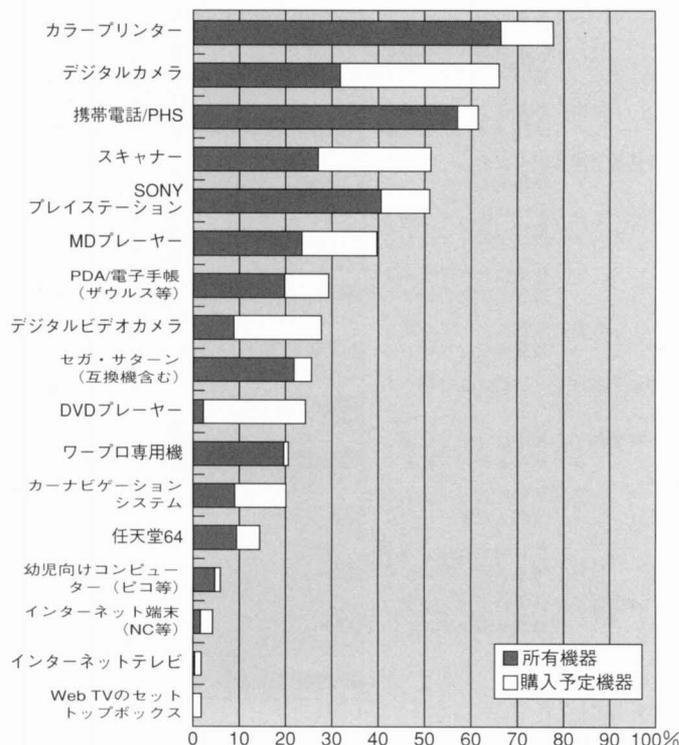
第3章 家庭の情報化 ▶ インターネットの仕事以外の価値が高まる

資料1-3-4-a 自宅での所有、購入予定機器（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1-3-4-b 自宅での所有、購入予定機器（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

ない」は昨年の4.3%から微減の4.1%ではあるが、全体的にみてインターネットの情報メディアとしての期待は高まってきているように思われる。

『ウェブ回答者』の結果もほぼ同様であるが、ここでは「仕事にとって必要な情報メディアになる」が25.8%とやや高くなっている。また、「テレビや新聞、雑誌にとってかわる情報メディアになる」は6.8%、「重要な情報メディアにはなり得ない」は4.0%と『一般回答者』との差はない。

1-3-4 自宅での所有、購入予定機器

現在のインターネット利用者のほとんどがパソコン所有者ではあるが、ここではインターネット利用者の拡大に従って、パソコンのコアユーザー層の傾向が薄れ、より一般的になってきた傾向がうかがえる。

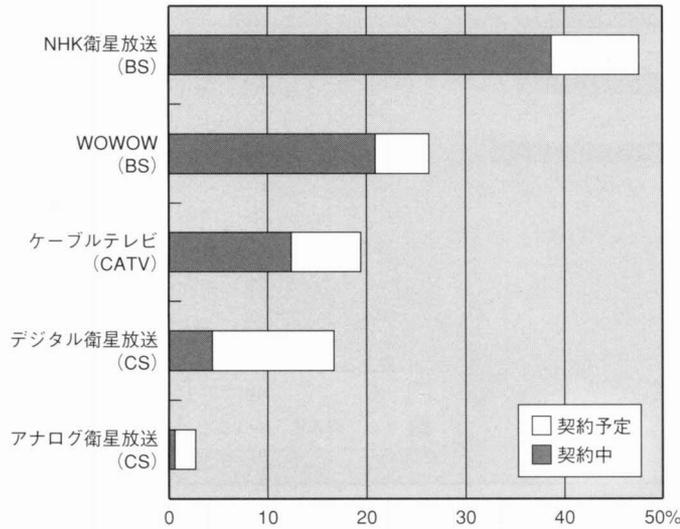
昨年の所有機器の上位は「カラープリンター」(68.5%)、「電子手帳」(46.6%)、「ワープロ」(36.7%)であったが、今年は「カラープリンター」(71.9%)、「携帯電話/PHS」(50.9%)、「ワープロ」(43.2%)となり、「PDA/電子手帳」は23.1%となっている。

購入予定機器では「デジタルカメラ」(42.4%)、「スキャナー」(31.0%)、「DVDプレーヤー」(18.9%)、「デジタルビデオカメラ」(17.0%)、「カーナビゲーションシステム」(15.1%)などが挙げられている。

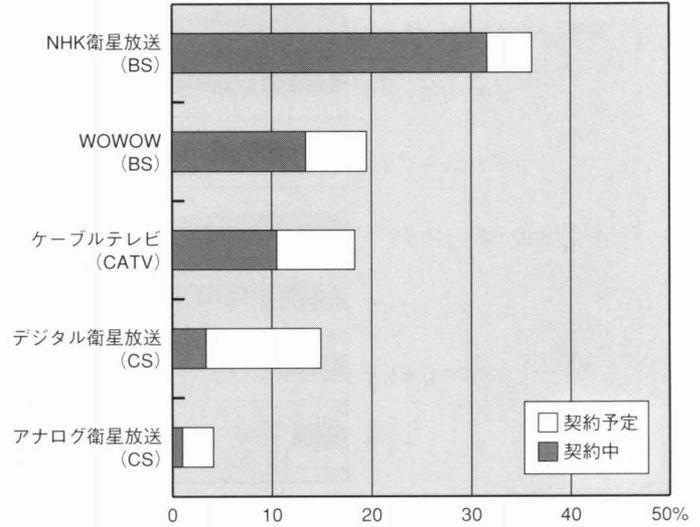
対象者がすでにインターネット利用者ではあるが、「インターネットテレビ」は所有0.6%、購入予定0.3%、「Web TVのセットトップボックス」は所有0.0%、購入予定1.3%とかなり低い。

『ウェブ回答者』の所有機器の上位は「カラープリンター」(66.4%)、「携帯電話/PHS」(57.0%)に続いて「SONYプレイステーション」(40.6%)、「デジタルカメラ」(31.8%)、「スキャナー」(27.0%)である。

CS放送の契約意向は高い

資料1-3-5-a 自宅での契約、契約予定の放送サービス（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1-3-5-b 自宅での契約、契約予定の放送サービス
(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

購入予定機器は『一般回答者』と同様「デジタルカメラ」(34.2%)、「スキャナー」(24.3%)、「DVDプレーヤー」(22.1%)が上位となっている。

ここでも「インターネットテレビ」は所有0.4%、購入予定1.4%、「Web TVのセットトップボックス」は所有0.0%、購入予定1.8%と低い。

1-3-5 自宅での契約、契約予定の放送サービス

インターネット利用者の情報投資の傾向を知るために、有料の放送メディアの利用状況も聞いている。現在「契約中」が最も多いのは「NHK衛星放送 (BS)」で38.7% (契約予定8.9%) であるが、「WOWOW (BS)」も契約中20.9%、契約予定5.4%と高い。また、現在注目されている「デジタル衛星放送 (CS)」は契約予定が最も高く12.3%であった。(契約中4.4%)

『ウェブ回答者』でもこの傾向は同じで、契約中が最も多いのは「NHK衛星放送 (BS)」で31.6%、「デジタル衛星放送 (CS)」は契約中が3.4%、契約予定は11.5%である。



[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