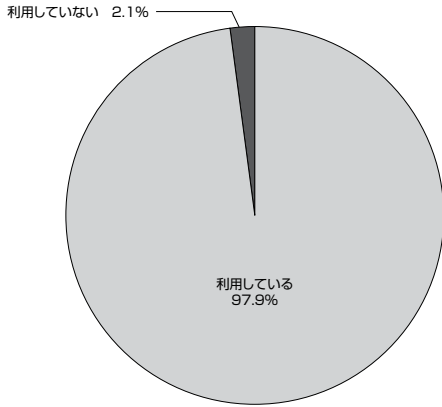


### 第3章 携帯電話/PHS利用者

#### メール

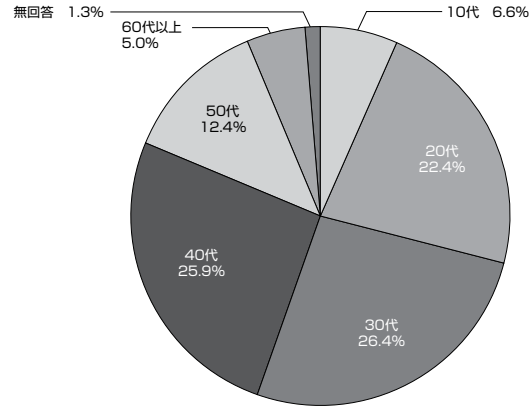
## 57.1%が迷惑メール被害

資料1-3-27 メールサービスの利用有無 N=793



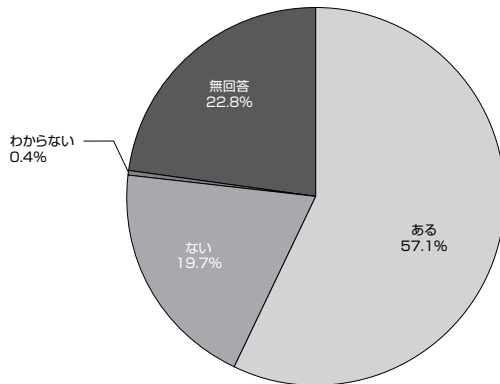
© Access Media/impress,2002

資料1-3-28 メールサービス利用者の年代別構成比 N=776



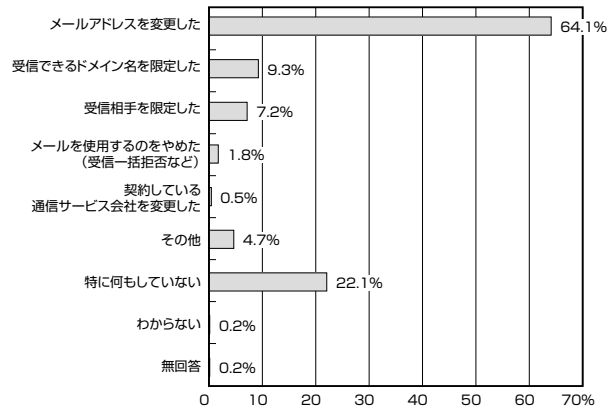
© Access Media/impress,2002

資料1-3-29 迷惑メールの被害経験有無 N=776



© Access Media/impress,2002

資料1-3-30 迷惑メール被害への対処方法 N=443



© Access Media/impress,2002

### 解説

#### ■メール

一般に携帯電話/PHSのインターネット利用＝電子メールという認識があるが、その認識とは若干異なった層も存在する。普及率調査でも述べているが、今年は60代以上の高齢層の利用が増え、利用者の裾野を広げた。しかし、この年代の電子メール利用率は他の年代と比べてやや少ない。

メールの利用率は97.9%と100%に近い(資料1-3-27)、資料1-3-28のメールサービス利用者の年代構成比は、今年の回答者の年代別構成比とほぼ一致して

いる。

20%を超えるのは、30代(26.4%)、40代(25.9%)、20代(22.4%)となっている。通話機能より電子メールの利用が多い10代は、構成比でみると6.6%と低く、全体でみるとその数は少ないことがわかる。

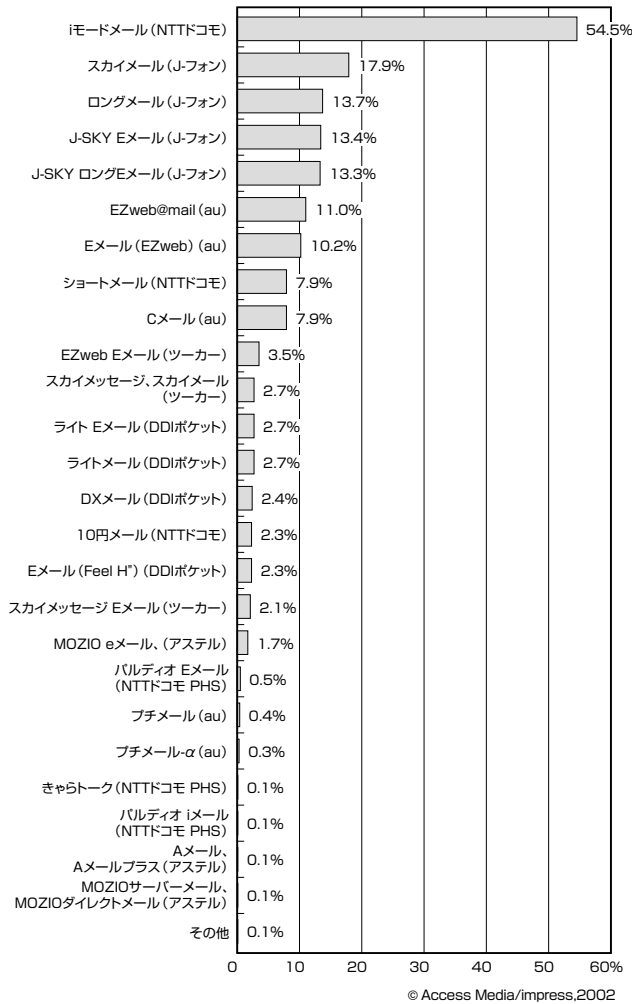
電子メール利用者に対し、最も悪質な行為として考えられる迷惑メールの被害経験有無とその被害への対処方法について聞いたのが資料1-3-29と資料1-3-30である。57.1%と過半数が、迷惑メールの「被害にあった」と回答している。

その比率の高さが物語っているように、社会問題として取り挙げられ、通信サービス会社は新聞、テレビ、自社ウェブサイトなどのメディアを通じて大々的に対処方法を告知している。

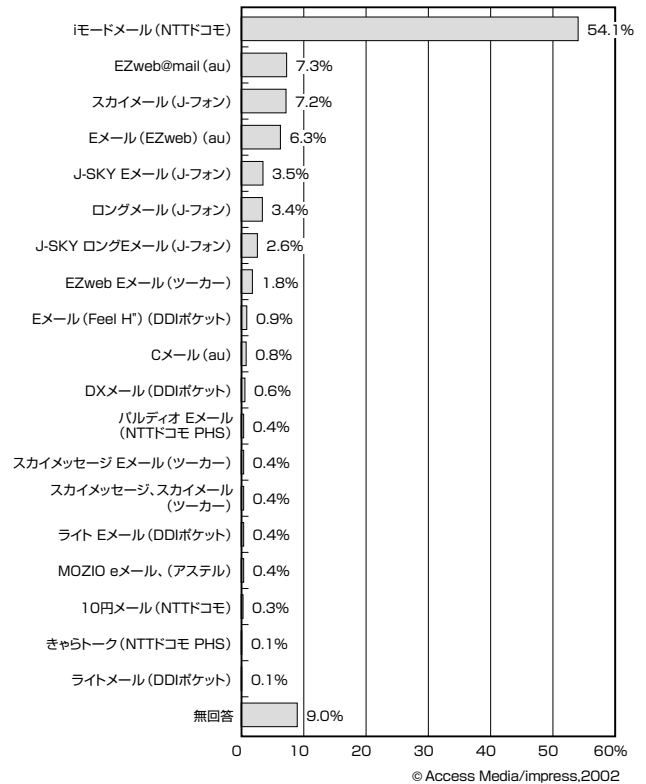
年代別でみると、やはり電子メール利用が多い10代、20代の若年層で多く、また、主に利用している通信サービス会社別ではメールサービス利用が最も多い「iモード」ユーザーに被害が多くみられる。

その被害への対処方法については、「メールアドレスを変更した」が64.1%と最も多いが、「特に何もしていない」

資料1-3-31 利用しているメールサービス(複数回答) N=776



資料1-3-32 最もよく利用するメールサービス(単数回答) N=776



## 解説

(22.1%)も多く、まだ対処方法の啓蒙活動は充分とはいえない。ちなみにメールアドレスを変更した1人当たりの平均変更回数、1.7回となっている。

利用しているすべてのメールサービス(複数回答:資料1-3-31)と最も利用するメールサービス(単数回答:資料1-3-32)について聞いている。

契約通信サービス会社の順位同様、最もよく利用するメールサービスでもNTTドコモの「iモードメール」が54.1%と群を抜いて高い。それにauの「EZweb@mail」とJ-フォンの「スカイメ

ール」が約7%で続いている。複数回答でも「iモードメール」が突出しているが、今年利用者獲得に成功したJ-フォンのメールサービスが「スカイメール」(17.9%)、「ロングメール」(13.7%)、「J-SKY Eメール」(13.4%)、「J-SKY ロングEメール」(13.3%)となっており、「写メール」の画像貼り付けメール機能が上位になっている。

1人当たりの利用メールサービス数は、平均1.74と昨年の2.58から減少し、特定のメールサービスに絞られてきたといえる。性別では、女性が1.89に対し、男性が

1.55と女性のほうが複数のメールサービスを利用している。

また、年代別では、10代の2.03、20代の1.99と若年層が比較的多い。この若年層にはJ-フォンの複数のメールサービス利用者が多く、メールのみの場合や画像添付などを利用できるメールサービスの使い分けを行っていることが推測される。一方、30代以上のメール利用者は、NTTドコモ「iモードメール」のみの利用者が多い。

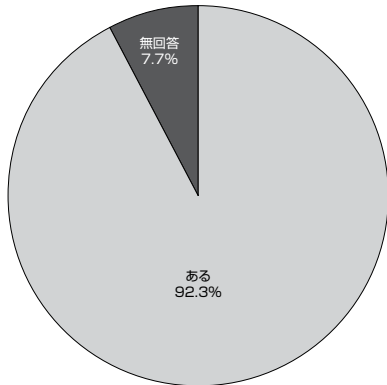
(丸山由紀 アクセスメディアインターナショナル株式会社)

### 第3章 携帯電話/PHS利用者

メール

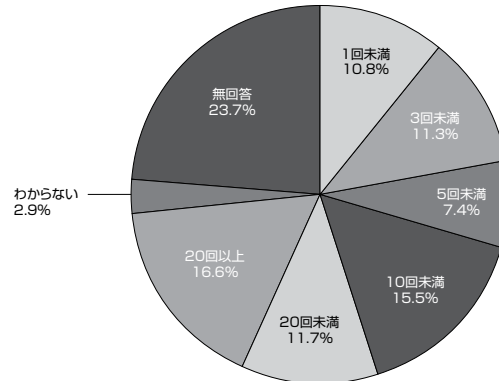
## 2割が週に20回以上送受信

資料 1-3-33 @マーク付きインターネットメールの送受信有無 N=776



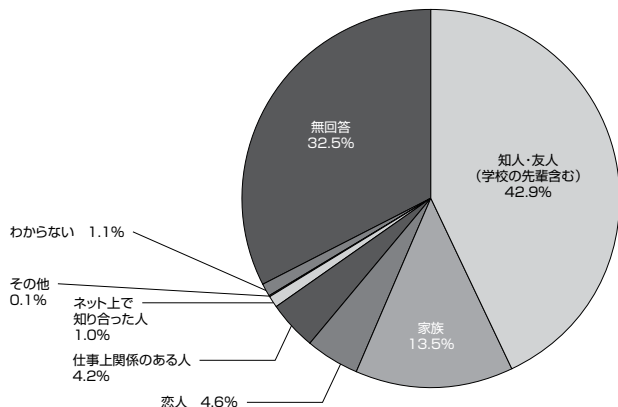
© Access Media/impress,2002

資料 1-3-34 @マーク付きインターネットメール1週間当たりの送受信頻度 N=716



© Access Media/impress,2002

資料 1-3-35 @マーク付きインターネットメールをやりとりしている主な相手 N=716



© Access Media/impress,2002

### 解説

@(アット)マーク付きインターネットメールの送受信有無、その相手、1週間の送受信頻度を聞いたのが、資料1-3-33～1-3-37である。

「アットマーク付き」とは、いわゆるインターネットメールアドレスのことで、同じ契約通信サービス会社の利用者同士で有効な専用メールサービスと区別するために言及したものである。

アットマーク付きインターネットメールの送受信を行っている利用者は92.3%と高く、すでに述べた利用メールサービス(93ページの資料1-3-31と資料1-3-32参

照)でもインターネットメール(iモードメール、auのEZweb@mailなど)が圧倒的に多いことから、ショートメールなどと間違えることなく、利用されていることがわかる(資料1-3-33)。

年代別で見ると、50代、60代の利用率が相対的に低く、小さな画面を見ながらの親指入力はこの年代には敬遠されていることがわかる。

インターネットメールの1週間当たりの送受信は、「20回以上」(16.6%)が最も多く、昨年(「20回以上」10.3%)と比較すると、明らかに頻度が増えてい

る。「5回以上」の合計も4割強と、昨年の3割から1割も増加している(資料1-3-34)。

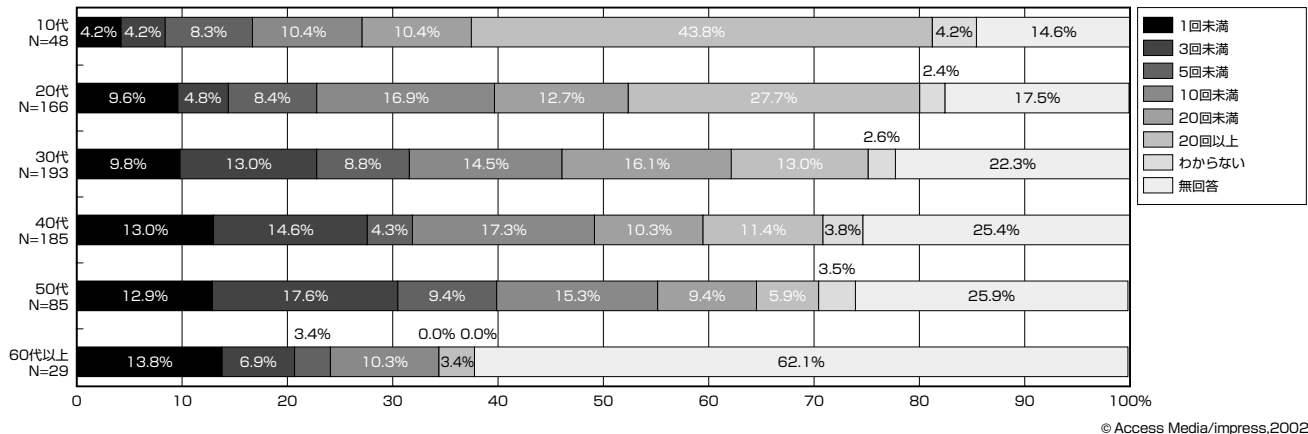
これを年代別でみたのが、資料1-3-36である。

携帯電話/PHSを電子メールの利用機器として位置付けている10代の若年層は、やはり利用頻度が高く、「20回以上」が27.7%である。年齢が高くなるにつれて1週間当たりの利用頻度は低くなっているのが特徴となっている。

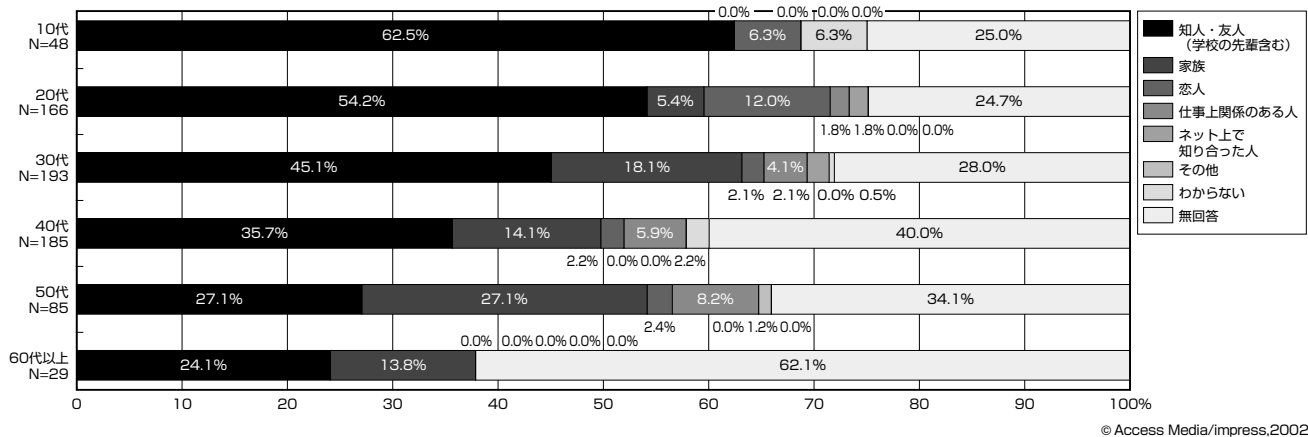
アットマーク付きメールを実際にやりとりしている主な相手については、「知人・

# メール 30代以上は家族間でEメール

資料 1-3-36 年代別@マーク付きインターネットメール1週間当たりの送受信頻度



資料 1-3-37 年代別@マーク付きインターネットメールをやりとりしている主な相手



## 解説

友人（学校の先輩含む）が42.9%と最も多く、続いて「家族」（13.5%）となっている（資料1-3-35）。

年代別（資料1-3-37）では、10代、20代が「知人・友人」「恋人」といった家族以外の相手とプライベートでのメールのやりとりを行っている。

30代、40代では、「知人・友人」の比率が若年層より少なく、「家族」「仕事上関係のある人」とのやり取りが相対的に高い。

50代では、「家族」と「知人・友人」へのメールは同率で、30代以上の利用者

が家族間でアットマーク付きメールのやりとりを行っていることがうかがえる。

（丸山由紀 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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)