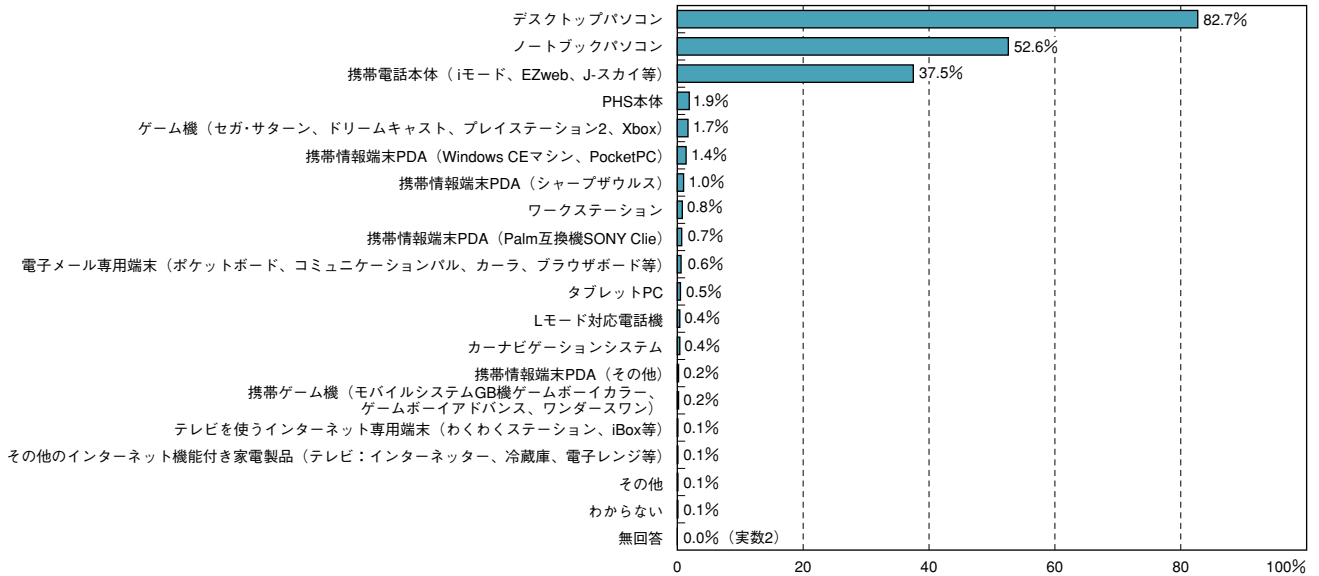


# インターネット利用機器とパソコン

## ネット利用機器ではノートPCも半数超える

資料2-2-1 インターネットの利用機器 N=5,547

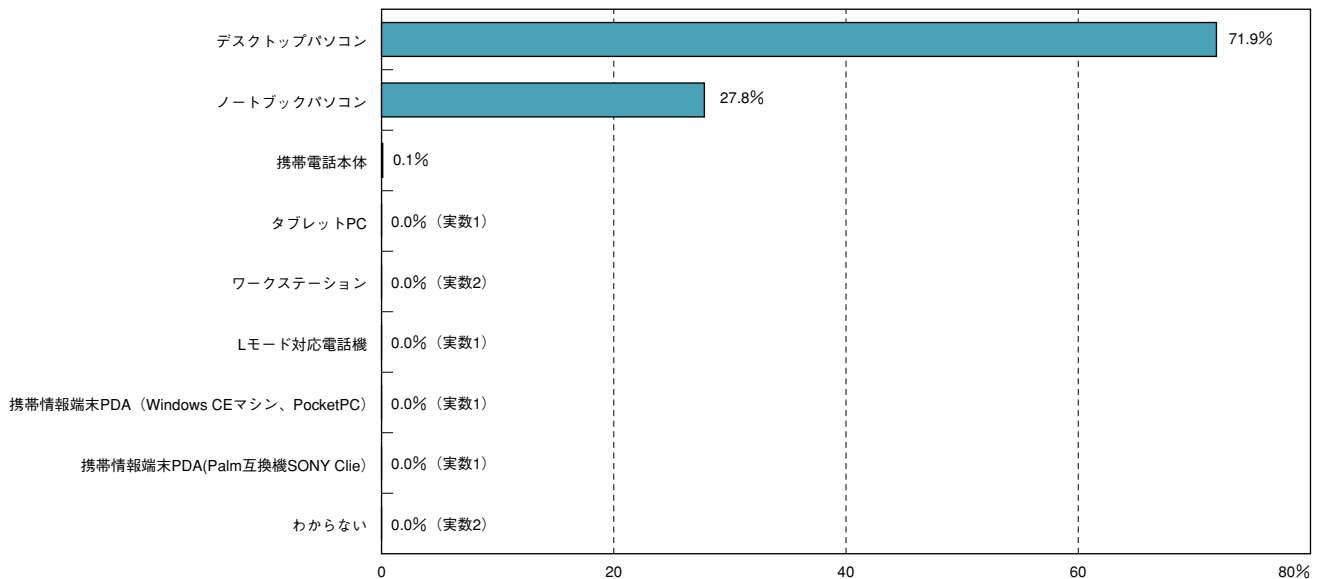


インターネットの利用機器としては、デスクトップパソコンが82.7%と多数派を占めている。ノートパソコン利用者の割合も52.6%と半数を超えた。携帯電話利用者の割合も3分の1を超えているが、それ以外の機器の利用者は、まだ少ない。

©Access Media/impress,2003

## 主な機器はデスクトップパソコン

資料2-2-2 主なインターネット利用機器 N=5,547



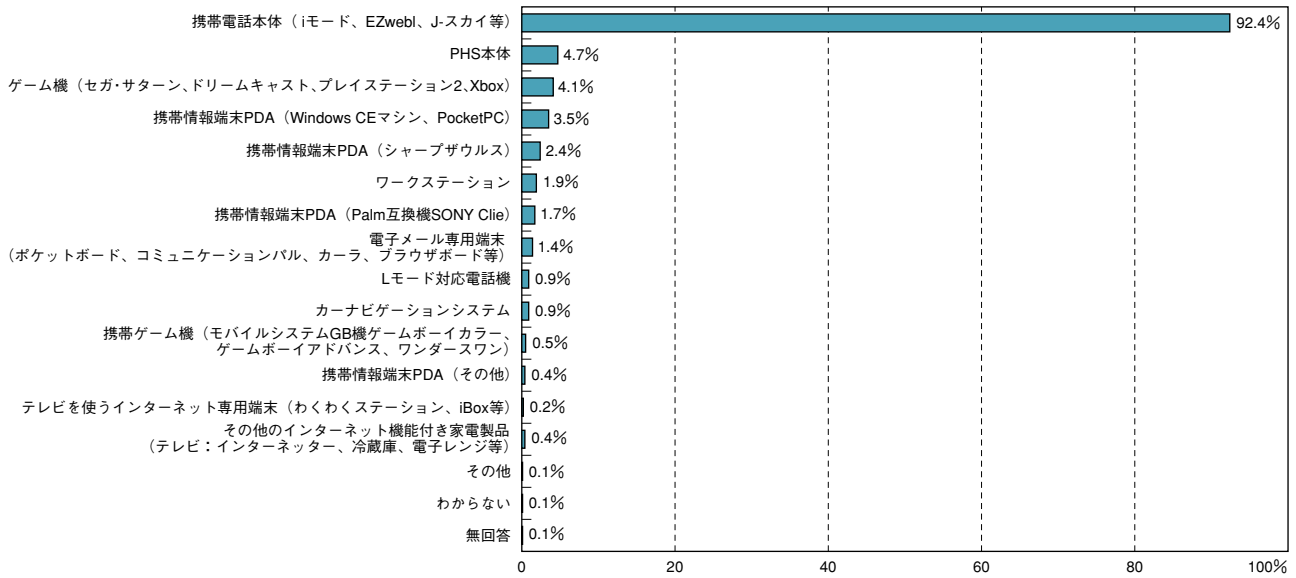
インターネットに接続する際の主な利用機器ではデスクトップパソコンが71.9%と非常に高い比率を占める。ノートパソコンの割合も27.8%と一定の存在感を示す。パソコン以外のものを主な利用機器として接続する利用者は、ごく少数である。

©Access Media/impress,2003

## インターネット利用機器とパソコン

### 非PC機器では携帯電話

資料2-2-3 パソコン以外のインターネット利用機器の内訳 N=2,250

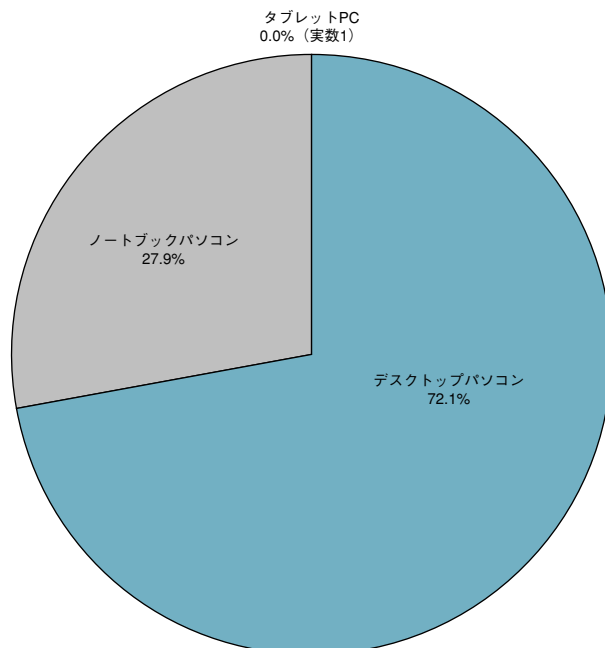


©Access Media/impress,2003

パソコン以外のインターネット利用機器としては、iモードに代表される携帯電話本体が92.4%と、圧倒的に多い。PHSやゲーム機、携帯情報端末などが3～5%程度のシェアで二番手グループを形成しているが、携帯電話本体には遠く及ばない。

### タブレットPCはまだ浸透せず

資料2-2-4 利用しているパソコンの形状 N=5,534



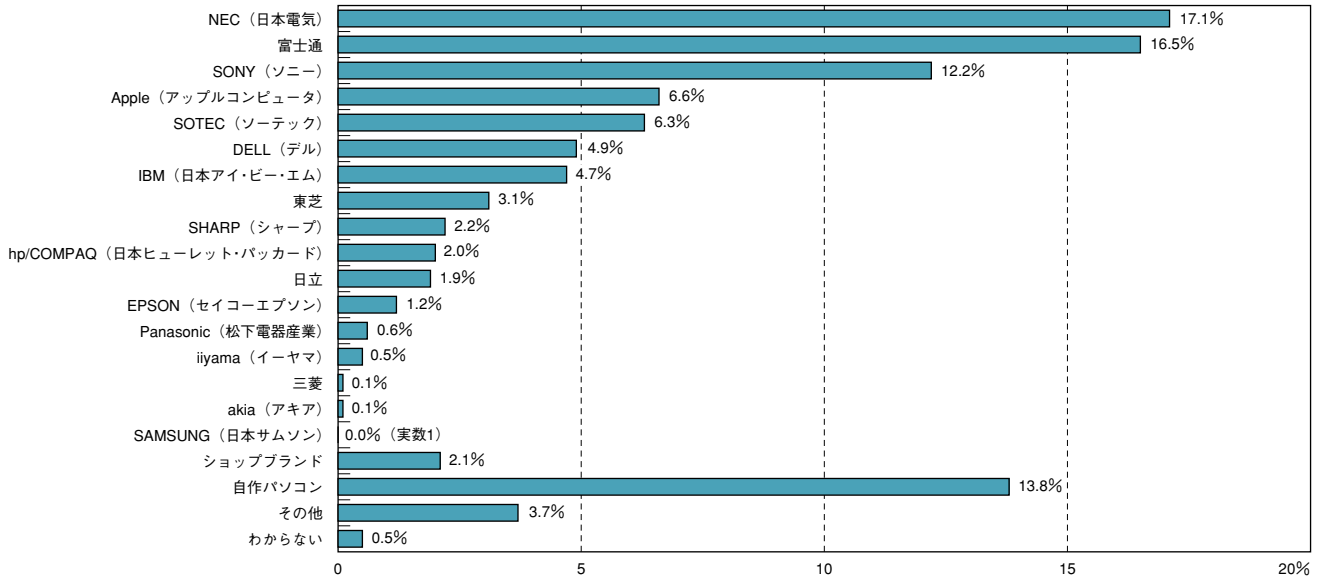
©Access Media/impress,2003

利用しているパソコンの形状ではデスクトップパソコンが72.1%と高い比率だが、ノートパソコン利用者の割合も27.9%とそれなりのシェアを占める。発売間もないタブレットPCの利用者はアンケート回答者内には、ほとんど存在しなかった。

# インターネット利用機器とパソコン

## メーカーはNECが首位、2位は富士通、自作派も多数

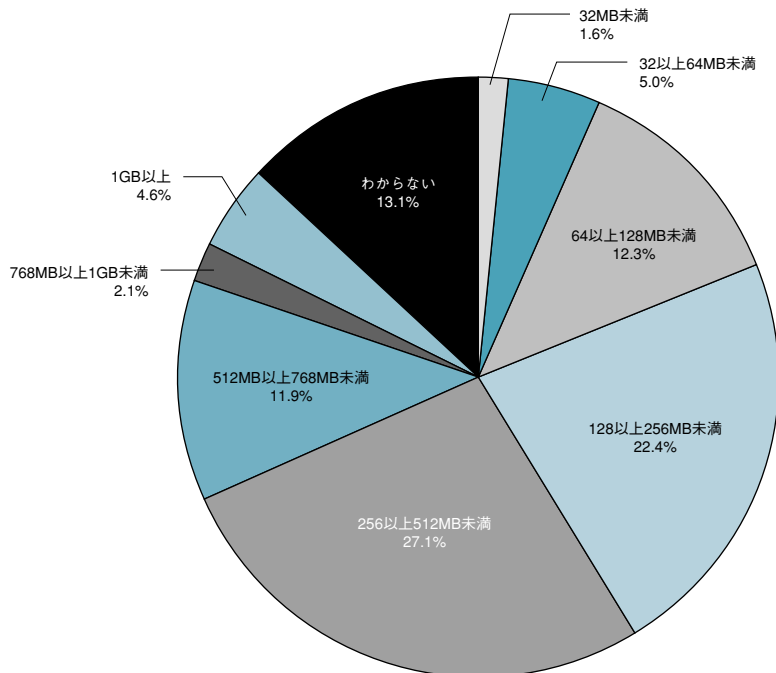
資料2-2-5 利用パソコンのメーカー N=5,534



利用しているパソコンのメーカーでは、NECが17.1%と首位。僅差で富士通が2位、ソニーが12.2%で富士通に続く。さらにAppleやSOTEC、DELLといったメーカーが続く。自作派も13.8%を占め、メーカーシェア換算では第3位となる。

## メモリーサイズは128MB～512MBの範囲

資料2-2-6 利用パソコンのメモリーサイズ N=5,534



パソコンのメモリーサイズについては、256MB以上512MB未満のユーザーが27.1%、128MB以上256MB未満のユーザーが22.4%と、128MB以上512MB未満の層にユーザーの約半数が集中している。512MB以上という大容量ユーザーも20%弱いる。

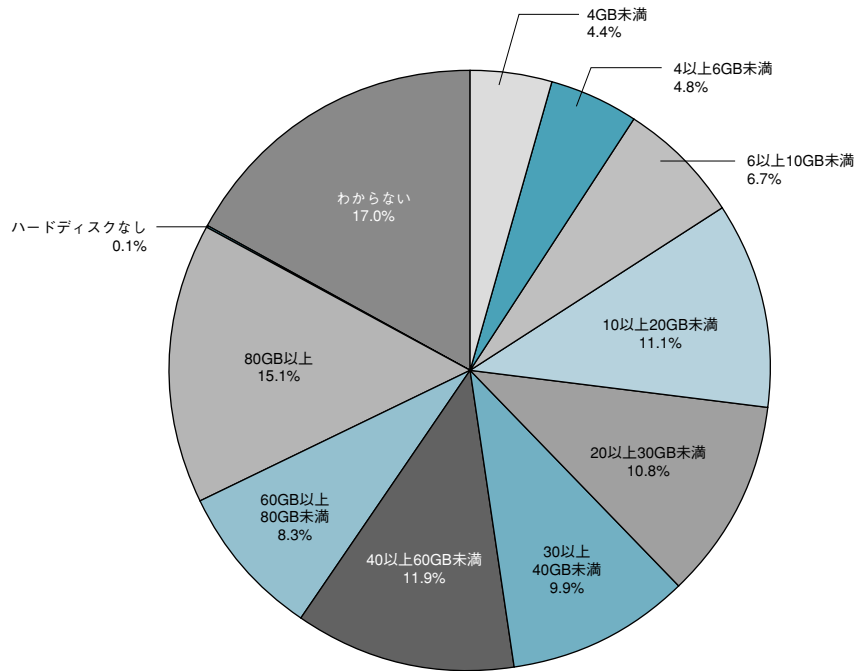
©Access Media/impress,2003

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

# インターネット利用機器とパソコン

## ハードディスク容量では80GB以上のグループが最も多数

資料2-2-7 利用パソコンのハードディスク容量 N=5,534

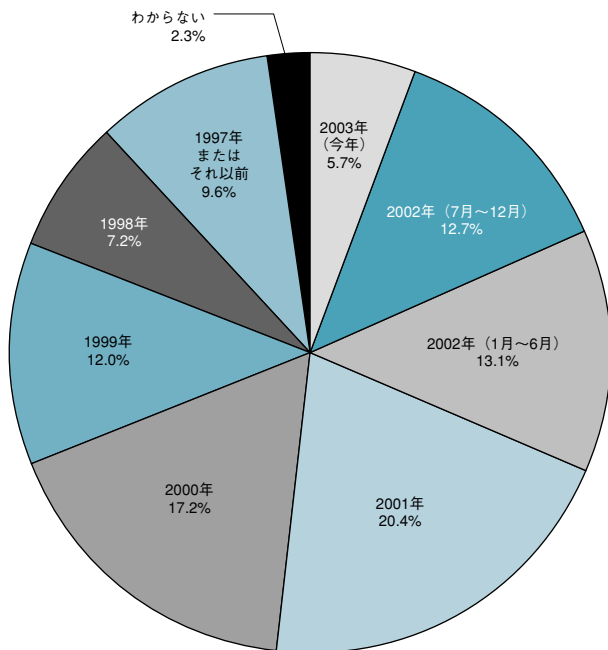


©Access Media/impress,2003

利用しているパソコンのハードディスク容量では80GB以上のユーザー層が15.1%と最多を占めた。しかし、40GB以上60GB未満のユーザー層が11.9%と次に続き、さらに10GB以上20GB未満のユーザー層が10.8%と、広い層に分散している。

## インターネット利用パソコンは過去2年以内に購入が過半数

資料2-2-8 インターネット利用パソコンの購入時期 N=5,547



©Access Media/impress,2003

インターネット利用パソコンの購入時期では、2001年の購入が20.4%と首位。2002年(1月~6月)購入の13.1%、2002年(7月~12月)購入の12.7%、2003年(今年)購入の5.7%と合わせると、過去2年以内の購入が過半数を占める。

日本の普及状況

個人の利用実態

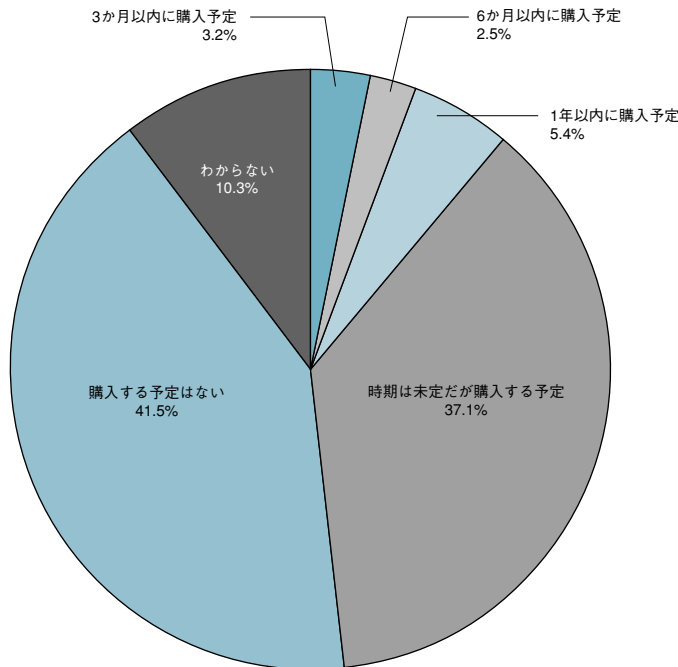
企業の利用実態

海外の普及状況

インターネット利用機器とパソコン

新規パソコンの購入予定者は1割

資料2-2-9 新規パソコンの購入意向 N=5,547

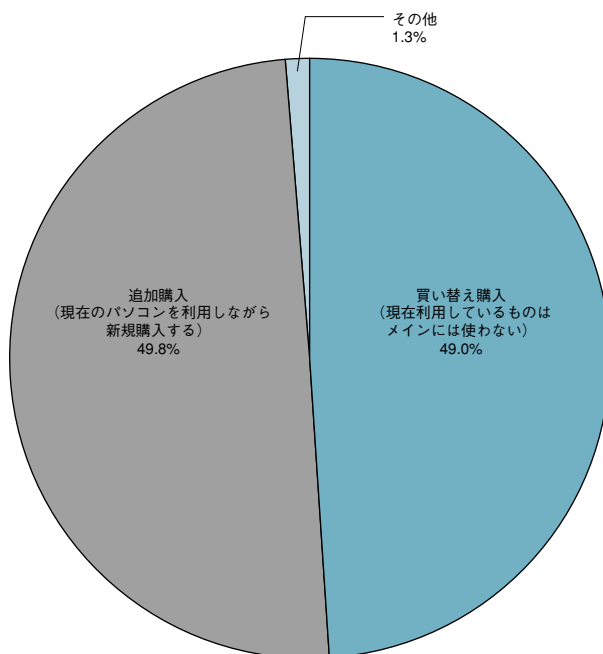


©Access Media/impress,2003

新規パソコンは「購入する予定はない」としたユーザーが41.5%と最も多い。また「購入する予定だが時期は未定」としたユーザーは37.1%。期限を決めてパソコンの購入予定を持っているユーザーは1割である。

パソコン購入予定者では買い替え派と追加購入派に分かれる

資料2-2-10 購入意向者の買い替え・追加予定 N=2,673



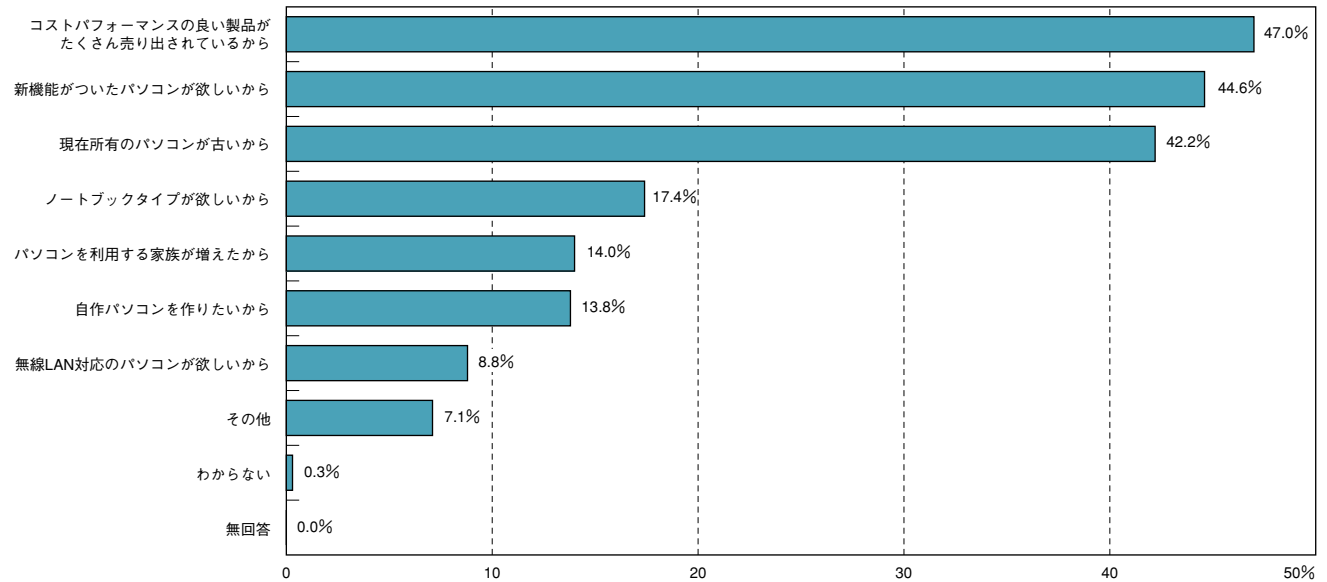
©Access Media/impress,2003

パソコンの購入予定者では、現在のパソコンを利用しながら、新規購入する「追加購入派」が49.8%、現在利用しているものはメインとしては使わなくなる「買い替え購入派」が49.0%と拮抗した。

## インターネット利用機器とパソコン

### コストパフォーマンスの向上が新機種購入の最大理由

資料2-2-11 新規パソコンの購入理由 N=2,673



©Access Media/impress,2003

新規パソコンの購入理由としては「コストパフォーマンスの良さ」を挙げる回答が47.0%とトップになり、「新機能の付加」(44.6%)、「保有機種の老朽化」(42.2%)を挙げる回答と並び、新機種購入理由の上位を占めた。



## [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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)