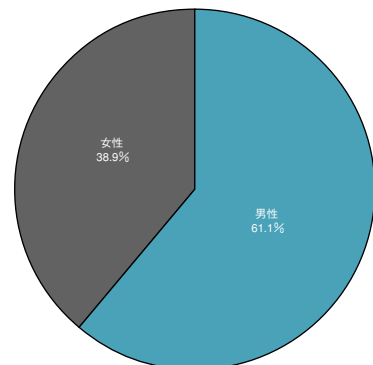


複数のパソコンと無線LANの浸透で
家庭の機器がネットワーク化

2-2 ホームネットワークと利用環境の調査概要①
「インターネット利用機器とパソコン」から
「家庭内LAN」まで

| | |
|---------|---|
| 調査対象 | 自宅からインターネットを行っている16歳以上の男女個人 |
| 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 | GMO（グローバルメディアオンライン）グループ、インプレスグループの保有するメールメディア登録者（約700万人）から無作為抽出、メール配信によるアンケートサイトへの誘導。インプレスウェブサイト、AMIウェブサイトにてアンケートを公募、アンケートサイトへの誘導、その他 |
| 最終有効回答数 | 5,547サンプル |
| 調査期間 | 2003年4月24日～5月9日（ただし、メディアにより時期は異なる） |

回答者のプロフィール 性別 N=5,547



©Access Media/impress,2003

【2003年のポイント】
デスクトップ、ノート、携帯と
複数機器からの利用が
増えている

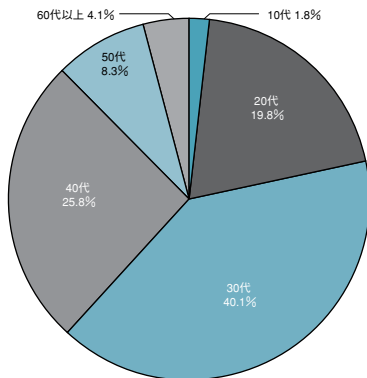
■インターネット利用機器とパソコン
インターネットを利用する機器としては、複数回答で、デスクトップパソコン、ノートブックパソコン、携帯電話（本体）の数値がそれぞれ増えていると見られる。つまり複数機器からの利用が増加しているということである。

インターネット利用パソコンのメーカーではNEC（17.1%）と富士通（16.5%）が首位争い、それをSONY（12.2%）が追う展開となっている。複数回答ではあるが、「自作パソコン」も3位につける健闘を見せており、最近の家庭用パソコンの利用傾向を反映している。

利用パソコンのメモリーサイズの主流は「256以上512MB未満」（27.1%）、ハードディスク容量の主流は「80GB以上」（15.1%）となっている。ただし、全体の傾向は分散しており、さまざまなレベルのインターネット利用者がさまざまな用途に合わせてパソコンを利用していることがうかがえる。

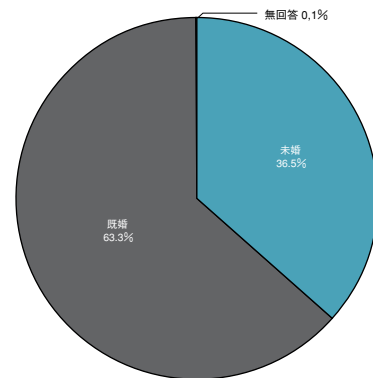
インターネット利用パソコンの購入

回答者のプロフィール 年代 N=5,547



©Access Media/impress,2003

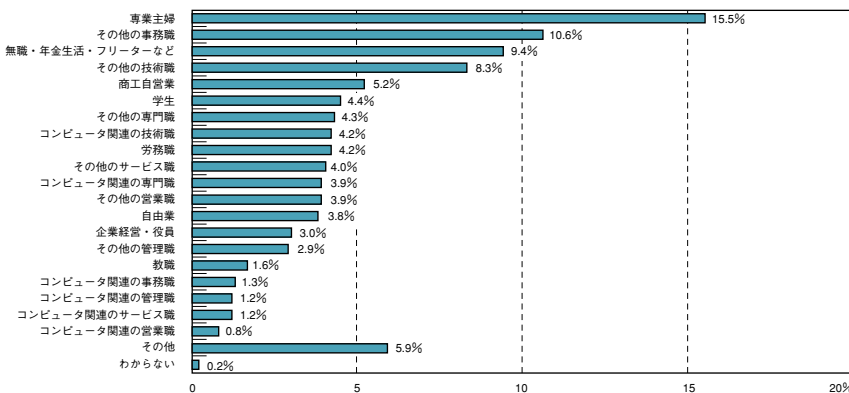
回答者のプロフィール 未婚 N=5,547



©Access Media/impress,2003

回答者の性別は男性が61.1%、女性が38.9%である。性別構成比の特色を年代別から見ると、10代と20代では女性の構成比が男性を上回っているが、年代が上がるに従い、相対的に男性比率が増加し、60代以上では約9割が男性となっている。これは例年の普及状況から見てもインターネット利用者の特色である。今回の調査対象プロフィール全体にこの傾向が見られるのも当然といえるが、今後は国民の年代別性別構成比に限りなく近づくかと推測できる。

回答者のプロフィール 回答者の職種 N=5,547



©Access Media/impress,2003

回答者の職種構成は昨年同様、ここ数年の女性や高齢層増加の影響で「主婦」や「無職・年金生活・フリーター」の比率がやや目立つようになっている。それ以外の職種は利用者の裾野の広がりを受けて、分散化傾向である。

時期についても分散傾向が見られるが、2年以内に購入した回答者が過半数を占めている。今後の新規購入意向については、2年以内の購入実績があるにもかかわらず、具体的に時期を決めて新規購入予定がある回答者が約1割、「時期は未定だが購入予定する予定」が4割弱見られる。

購入意向者が買い替え購入なのか追加購入なのかを聞いたところ、その内訳はほぼ半々に分かれた。また、その主な購入理由としては「コストパフォーマンスの良い製品がたくさん売られているから」(47.0%)、「新機能がついたパソコンが欲しいから」(44.6%)、「現在所有のパソコンが古いから」(42.2%)が上位を占める。コストパフォーマンスを支持しているのは40代、男性で、新機能を支持しているのは女性や10代、60代以上である。

インターネット利用人口の増加により、利用内容の幅が広がっていることは確実である。そのため今回はパソコンの周辺機器や付加機能についての設問も多く設け、インターネットの利用状況との関連を見たい。

[2003年のポイント]
**デジタルカメラやビデオを
8割が持ち、1人3つ以上の
機器をつないでいる**

■周辺機器とネットワーク機能

インターネットを利用しているパソコンに接続している周辺機器数は1人当たり3.6種類と多岐に渡る。最もポピュラーなのは「カラープリンター」(90.1%)、次いで「デジタルカメラ」(64.8%)も多い。ブロードバンド利用者が多いため「ブロードバンドルーター」(40.9%)も4位につけている。

デジカメはデジタルビデオとカメラ

合わせると約8割に達し、パソコンの周辺機器として定着したといえる。後述の家庭内LANの関係で、パソコン周辺機器の「無線LAN対応ルーター」が11.4%であることや「LANカード」装着率が54.8%と高くなっている。

インターネット利用パソコンのテレビ視聴・録画機能の状況について見ると、全体の約2割が何らかのテレビ視聴・録画機能を搭載している。さらにそのうちの3.8%が外出先からの録画予約を行える。新機能に対するインターネット利用者の反応が良いことは先の購入理由で見たが、Windows XPの登場もあり、すでに家庭向けパソコンの仕様にAV系機能がかなり採用されてきていることを考えれば、今後こうしたAV系機能搭載パソコンが主流になっていくことが推測できる。

[2003年のポイント]
**家庭のパソコンは
複数台所有が6割
無線LANも浸透している**

■家庭内LAN

家庭内LANを考える際に、1世帯当たり少なくとも2台以上のパソコン所有が前提となる。そこで家庭におけるパソコン所有台数を見ると、「1台のみ」は約4割、2台以上は全体の6割を占める。その複数台所有者に対し家庭内LAN構築有無について聞いたところ、4割強がすでに構築していると回答している。

構築の目的は「インターネット回線の共有」(83.1%)がメインだが、ファイル、プリンターの共有もそれぞれ過半数を超える。ここ数年見てきたように、またインターネットの世帯普及の原動力ともなったように、同一世帯内でインターネット利用者が複数人に増

えたことが、家庭内LANの浸透を促進しているといえる。その6割はイーサネットに接続されており、3割はすでに無線で接続されている。

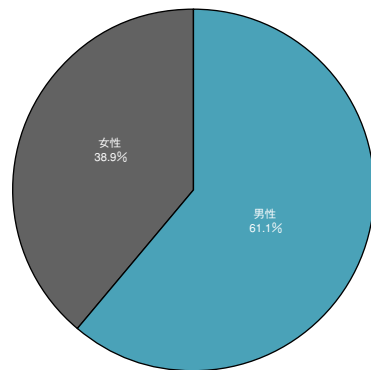
(矢野さよみアクセスメディアインターナショナル株式会社)

複数のパソコンと無線LANの浸透で
家庭の機器がネットワーク化

2-2 ホームネットワークと利用環境の調査概要②「IP電話」

| | |
|---------|--|
| 調査対象 | 自宅からインターネットを行っている16歳以上の男女個人 |
| 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 | GMO（グローバルメディアオンライン）グループ、インプレスグループの保有するメールメディア登録者（約700万人）から無作為抽出、メール配信によるアンケートサイトへの誘導。インプレスウェブサイト、AMI（アクセスメディアインターナショナル）ウェブサイトにてアンケートを公募、アンケートサイトへの誘導、その他 |
| 最終有効回答数 | 2,742サンプル |
| 調査期間 | 2003年4月24日～5月9日（ただし、メディアにより時期は異なる） |

回答者のプロフィール 性別 N=2,742



©Access Media/impress,2003

【2003年のポイント】
IP電話への関心は高く
ブロードバンド利用者から
普及が加速する

■ IP電話

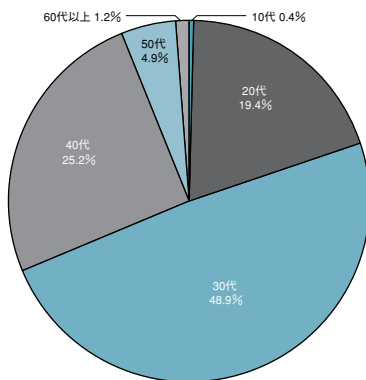
先に見たように、今回の調査では主な接続方法がブロードバンドである利用者が8割を占めるため、IP電話の利用率はすでに15.8%となっている。まだまだ制約が多い現在のIP電話の状況の中では高い利用率といえるだろう。性別、年代別で見ると男性、50代でや多いのが特徴である。

利用しているIP電話のサービス会社は「BBフォン」が76.1%と他を圧倒しており、現在のところ「BBフォン」が「Yahoo!BB」同様にIP電話サービス市場形成の牽引者であることがわかる。

IP電話利用者が実際にどの程度メリットを感じているか聞いたところ、メリットを「感じる」との回答が過半数を占める。また、「やや感じる」を合わせると8割を超え、利用者の満足度はかなり高いと見られる。

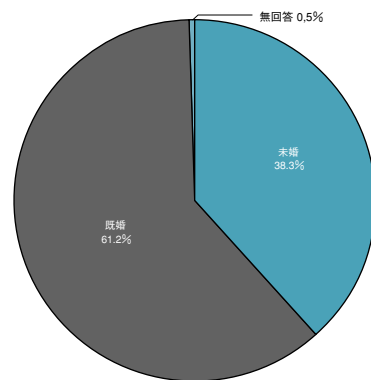
非利用者のIP電話に対する関心度も高く、「非常に関心がある」と「関心がある」を合わせ51.1%にのぼる。また、非利用者の今後のIP電話利用意向では「6か月以内に利用する予定」と「1年以内に利用する予定」と具体的な予定

回答者のプロフィール 年代 N=2,742



©Access Media/impress,2003

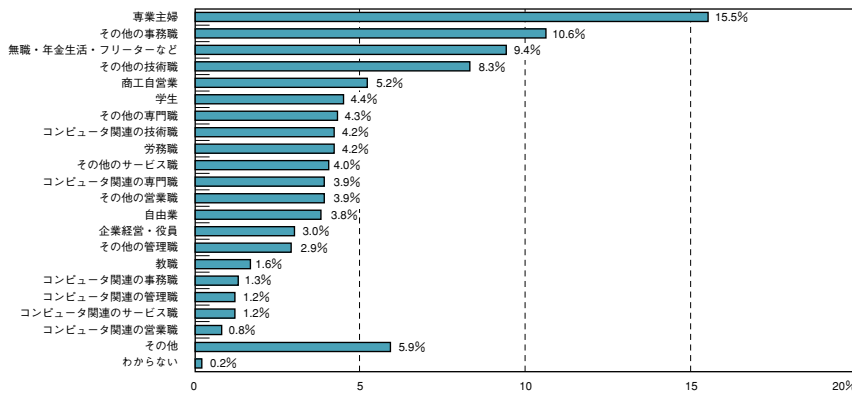
回答者のプロフィール 未既婚 N=2,742



©Access Media/impress,2003

回答者の性別は男性が61.1%、女性が38.9%である。性別構成比の特色を年代別から見ると、20代、30代では女性より構成比が高いにもかかわらず、それ以上の年代になると相対的に男性比率が増加する傾向が見られる。これは今回行った他の調査と同じで例年の状況から見てもインターネット利用者の特色といえる。年代構成比と未既婚は相関が強く、年代構成比を反映した未既婚率となっている。

回答者のプロフィール 回答者の職種 N=2,742



©Access Media/impress,2003

回答者の職種構成は昨年の傾向と大きくは変わらない。他のプロフィールに比べると、若干、「主婦」や「無職・年金生活・フリーター」の比率が低い、それ以外の分散化傾向は同様である。

期限を回答した人が合わせて6.3%おり、40代以上の高年齢層で意向が高い。一方、「利用するかどうかわからない」「利用しない、(あるいは)したくない」も約6割存在する。

IP電話がどのようなものか認知している人全員にIP電話の重要事項について3つまで聞いたところ、最も多かつ

たのは「格安な通話料金」(73.6%)、「音声品質」(44.0%)、「IP電話サービス提供会社間の相互接続」(25.9%)、「電話番号の改ざんによる迷惑電話に対するセキュリティ」(22.1%)、「IP電話から携帯電話/PHSへの通話」(21.0%)、「相手先が増えること」(20.0%)などが挙げられている。

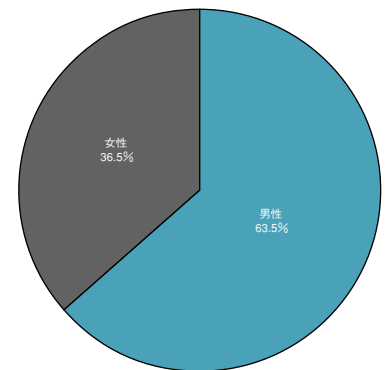
IP電話は現在、利用者の満足度が高いだけに、今後これらの障壁が取り除かれれば、インターネットのブロードバンド接続利用者を中心に普及が加速することが予測される。

(矢野さよみアクセスメディアインターナショナル株式会社)

2-2 ホームネットワークと利用環境の調査概要③ 「ネットワーク家電」から「個人ウェブサイト」まで

| | |
|---------|--|
| 調査対象 | 自宅からインターネットを行っている16歳以上の男女個人 |
| 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 | GMO(グローバルメディアオンライン)グループ、インプレスグループの保有するメールメディア登録者(約700万人)から無作為抽出、メール配信によるアンケートサイトへの誘導。インプレスウェブサイト、AMI(アクセスメディアインターナショナル)ウェブサイトにてアンケートを公募、アンケートサイトへの誘導、その他 |
| 最終有効回答数 | 1,969サンプル |
| 調査期間 | 2003年4月24日～5月9日(ただし、メディアにより時期は異なる) |

回答者のプロフィール 性別 N=1,969



©Access Media/impress,2003

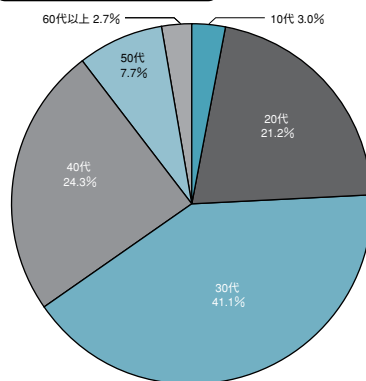
[2003年のポイント]
ホームネットワークはAV機器のコントロール以外まだイメージできない

■ネットワーク家電

昨年から今年にかけて次々と発表されてきたネットワーク家電だが、関心度は高くない。ただし、「関心がある(利用する予定、あるいは利用を検討中)」(8.4%)や「やや関心がある(利用する予定・情報収集を積極的に行っている)」(18.1%)回答者も2割程度見られる。

ではホームネットワークサービスについてはどのようなものが求められているのだろうか。「テレビ番組の録画を指示したりするAV機器のリモートコントロール」(20.4%)、「ネットワークカ

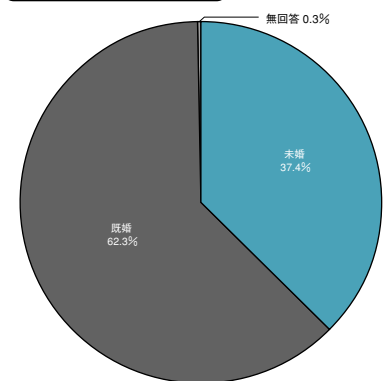
回答者のプロフィール 年代 N=1,969



©Access Media/impress,2003

回答者の性別は男性が63.5%、女性が36.5%である。性別構成比の特色を年代別から見ると、20代では男性と女性の構成比がほぼ半々であるにもかかわらず、年代が上がるにつれて相対的に男性比率が増加する傾向が見られる。これは今回行った他の調査と同じで例年の状況からみてもインターネット利用者の特色といえる。年代構成比と未婚率は相関が強く、年代構成比を反映した未婚率となっている。

回答者のプロフィール 未婚 N=1,969



©Access Media/impress,2003

複数のパソコンと無線LANの浸透で 家庭の機器がネットワーク化

メラによるホームセキュリティーサービス」(14.5%)、「医療機関と結び、自宅にしながら健康チェックサービス」(14.0%)等が挙げられているが、要望は分散している。

さらに、関心のある人に購入したいネットワーク家電と購入したくないネットワーク家電製品を尋ねたところ、「ネットワーク対応HDDレコーダー」や「ネットワーク対応テレビ」といったAV機器に対しては購入意向があるが、「ネットワーク対応冷蔵庫」や「ネットワーク対応ランドリー」、「ネットワーク対応電子レンジ」などは購入したくない家電に挙げられている。AV機器系以外のネットワーク家電はインターネット利用者にとっても、現在のところ具体的に導入を検討するにはやや魅力に乏しいというのが現状といえるだろう。

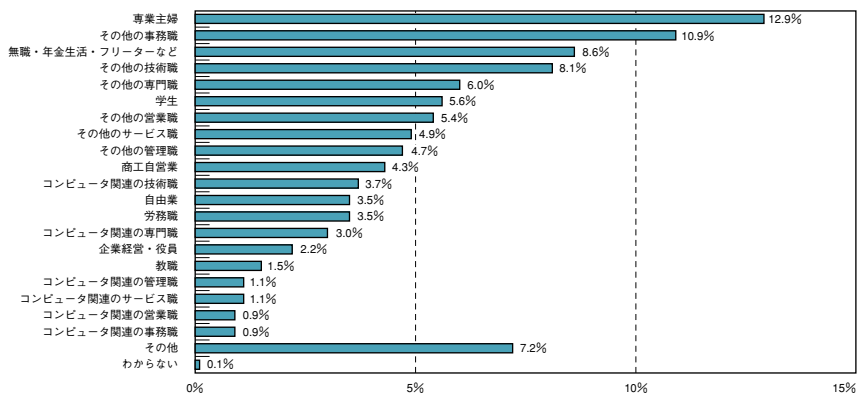
[2003年のポイント] インターネット接続は 業者に任せず 自力でセットアップ

■接続設定とソフト

自宅のインターネット接続設定は回答者本人が行っており、外部への依存度は高くない。インターネットの接続設定も歴史を重ねたことで、ユーザーインターフェイスがかなりブラッシュアップされたといえるだろう。

利用ブラウザはマイクロソフトの「Internet Explorer」が他を圧倒している。また、約1割は「わからない」と答えており、昨年来の傾向だが、すでにブラウザの製品名に対する認識が低下しているように見受けられる。利用されているバージョンはパソコンの購入時期などと相まって最新のものが多く見られるのが特徴といえる。

回答者のプロフィール 回答者の職種 N=1,969



©Access Media/impress,2003

回答者の職種構成は昨年の傾向と大きくは変わらない。昨年同様、女性や高齢層増加の影響で「主婦」や「無職・年金生活・フリーター」の比率がやや目立っているが、それ以外の職種は分散化傾向である。

利用メールソフトは無償の「Outlook Express」が79.4%で、ここ数年来のシェア伸長を今回も裏付ける結果となっている。

■利用時間

ブロードバンドとナローバンド別に利用時間を尋ねたところ、1週間当たりでは10時間を境に、それ以上の利用時間でブロードバンド利用者が上回っているが、1回当たりでも1時間を境にそれ以上の時間でブロードバンド利用者がナローバンド利用者を上回っている。

また、インターネットの利用時間帯のピークは昨年同様、午後10時～午前0時である。利用者の裾野が広がったことや、常時接続による「テレホーダイ」からの脱却により、利用時間帯の分散化も相変わらず進んでおり、全体的に数値が上がっている。

■個人ウェブサイト

個人によるウェブサイト・ホームページを現在開設しているのは14.1%と限定的である。一方、「今後開設する予定」も約2割見られ、積極的に取り組

む姿勢の回答者も存在する。

そのウェブサイト・ホームページ作成に利用されているソフトは日本アイ・ビー・エムの「ホームページビルダー」が35.2%とトップ、次いでマイクロソフトの「Microsoft FrontPage」である。

インターネット利用が一般化するにつれ、さまざまな要求を持つ人が参加するメディアとなった。こうしたある程度の専門知識を必要とするウェブサイト・ホームページ開設についても今後急激に増加することはないにせよ、一定の要望はあり続けると見られる。

(矢野さよみ 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