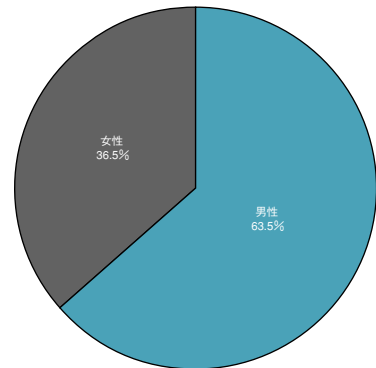


情報の取り扱いに不安はあっても
自発的な対策は行われていない

2-6 セキュリティーの調査概要

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】
7割が不安を持ち
4割が何らかの
被害を経験している

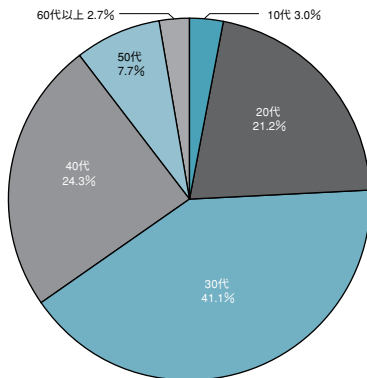
■セキュリティ意識

インターネットを利用した犯罪やセキュリティにかかわる情報との接触経験は95.7%とほとんどのインターネット利用者が接触している。性別や年代にかかわらず、避けては通れぬ情報であるという状況はここ数年変わっていない。

そうした中で、セキュリティに関する意識は当然強まる傾向である。全体の75.1%が「不安や問題、危険を感じている」。その中では「ウェブ上での情報の取り扱い」（86.7%：複数回答）に対する不安感が最も強い。

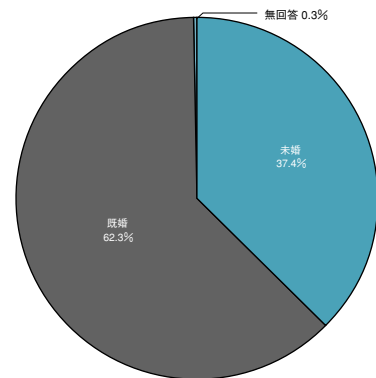
インターネット上で実際に有害情報に接したことがある回答者は全体の約8割を占め、その具体的な内容としては「わいせつ物」、「誹謗、中傷、デマ」、「コンピュータウイルス」などが挙げられている。さらに、迷惑行為の被害経験も回答者の約4割を占め、その中では「コンピュータウイルス」による被害比率が最も高い。「コンピュータウイルス」被害が最も多いのは例年の傾向と同様で、個人のインターネット利用者にとって最大の被害が「コンピュー

回答者のプロフィール 年代 N=1,969



©Access Media/impress,2003

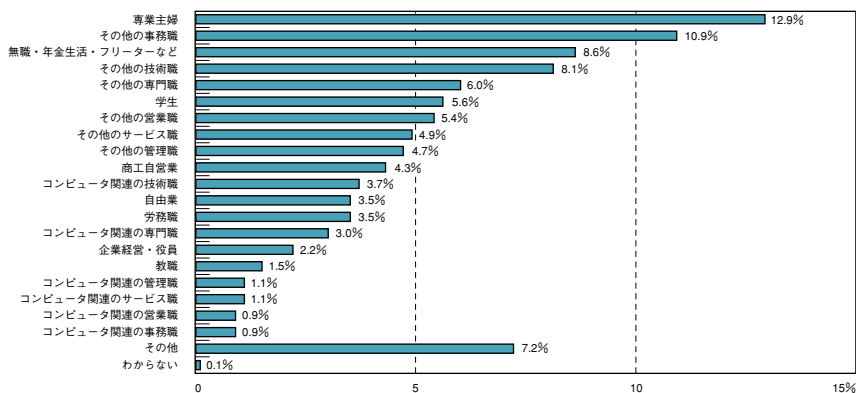
回答者のプロフィール 未既婚 N=1,969



©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、年代が上がるにしたがって相対的に男性比率が増加する傾向が見られる。これは例年の普及状況から見てインターネット利用者の特色といえる。

回答者のプロフィール 回答者の職種 N=1,969



©Access Media/impress,2003

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。

タウイルス」であることは間違いない。

■セキュリティ対策

これまでは毎年、インターネット利用者の有害情報接触や被害について見てきたが、今年は個人の能動的なセキュリティ行動についてもいくつか質問を設けている。その1つが「ISP接続やメールのパスワード変更状況」である。ISPがユーザー向けに用意している接続用のパスワードや電子メール用のパスワード等の変更を自ら「定期的に変更している」のは全体の1.5%にすぎない。「(定期的ではないが) たまに変更している」(13.5%)を加えても回答者全体の15%に過ぎず、セキュリティに対し7割以上が不安感を持ち、4割が実際に被害に遭遇しながらも、ほとんどの人が能動的にパスワード変更は行っていないことがわかる。

それでも個人向けパーソナルファイアウォールは導入されつつある。何らかのパーソナルファイアウォールを導入している回答者が全体の37.5%を占めており、やや多いと推察される。この結果については、今回の調査の母集団が継続的にメール配信を受ける立場の人であることが影響していることを考慮しなければならないだろう。具体的なパーソナルファイアウォール製品としては「シマンテック Internet Security」(30.6%)と「トレンドマイクロ ウイルスバスター」(29.7%)が僅差で上位を占めている。

■迷惑メール

個人のインターネット利用者にとっては最も利用率の高い機能である電子メールを利用するにあたり、「迷惑メール(スパムメール)」の存在は大きいはずである。その迷惑メール(スパムメール)の受信率は58.7%に上る。今回

の調査の母集団がメールメディアの読者であることは考慮しなくてはならないが、これまでも2001年22.1%、2002年39.1%と大幅に増加してきているので、母集団特性の要因だけとは捉えにくい。つまり、迷惑メール(スパムメール)受信は着実に増大していると推察できる。同様にウイルス感染メールについての受信経験は44.3%に上り、2002年の35.2%からやはり大幅に増加している。

**【2003年のポイント】
ウイルス対策だけは
個人で自発的に
行われている**

■コンピュータウイルス

一方、ウイルス感染メールの送信経験については、5.8%と低く、昨年並み(5.6%)である。送信については回答者が自覚していないケースも考えられるため、実際の被害はこれ以上と見るべきだろう。

送信した場合の対処方法については、送信者自身のための対処と送信先への対処の2つが想定されるが、主な対処としては「ウェブサイトからウイルス情報をダウンロードして対処した」(42.6%)、「ウイルス対策ソフトをインストールした」(41.7%)、「送り先へ開封しないようにメール以外の方法(電話など)で連絡した」(35.7%)が上位に挙げられている。自分で対処できないケースも見られ、特に10代や60代以上の年代では他の人に対処してもらうことが多い。

ウイルス対策ソフトの利用率は76.3%と高い。今回の調査の母集団がメールメディアの読者であることは考慮しなくてはならないが、特にパソコン購入時に同梱されていたものやOSに付随するウイルス対策ソフトでなく、

個別に自発的にウイルス対策のバックアップソフトを購入している回答者が多い。しかし、その一方で未だ2割以上のインターネット利用者がウイルス対策ソフトを利用しないでメールマガジンを含めたメールを受け取っているということである。ウイルス対策ソフト製品はパーソナルファイアウォール同様、「シマンテック Norton AntiVirus」(47.0%)、「トレンドマイクロ ウイルスバスター」(28.3%)が上位に挙げられている。

ウイルス対策ソフトのパターンファイル更新はほとんどが自動更新に任せているようだが、回答者の約3割は手動で更新をかけている。全体の28.1%がパソコン購入時に同梱されていたウイルス対策ソフトを利用しているため、一定期間を過ぎた後パターンファイルの更新情報を受け取っていない可能性もあり、自動更新に任せている71.4%の中には実際にはソフトウェアのアップデートだけでパターンファイルを受け取っていないという利用者が含まれていると思われる。ウイルス対策ソフトの購入重視点は「信頼感がある」「メーカーのサポート体制(パターンファイルの更新頻度)」「実績がある」が上位3位までを占める。

年代別では、若年層や高齢層でやや遅れは見られるものの、総合的に見てインターネット利用者のセキュリティの意識は年々高まりつつある。その中でも特にウイルス対策の意識や行動についてはかなり浸透してきているといっていよう。今年新たに個人情報保護法が成立したことで、インターネット利用においてもさらにプライバシーやセキュリティについての理解や関心が深ま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)



[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