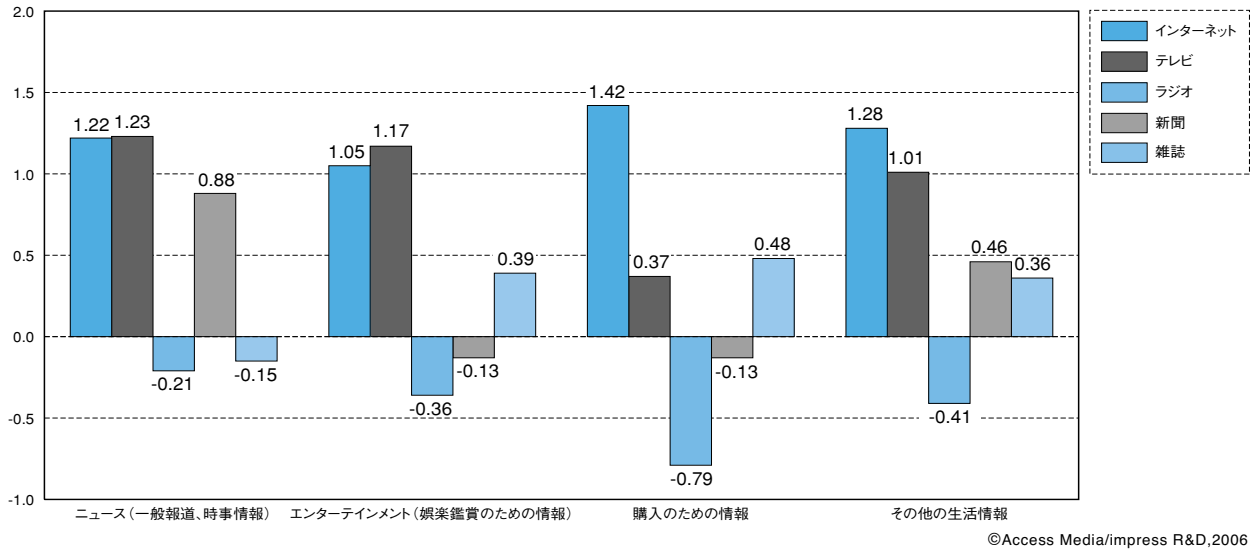


## メディア比較

### 情報収集には「インターネット」、娯楽にはテレビ

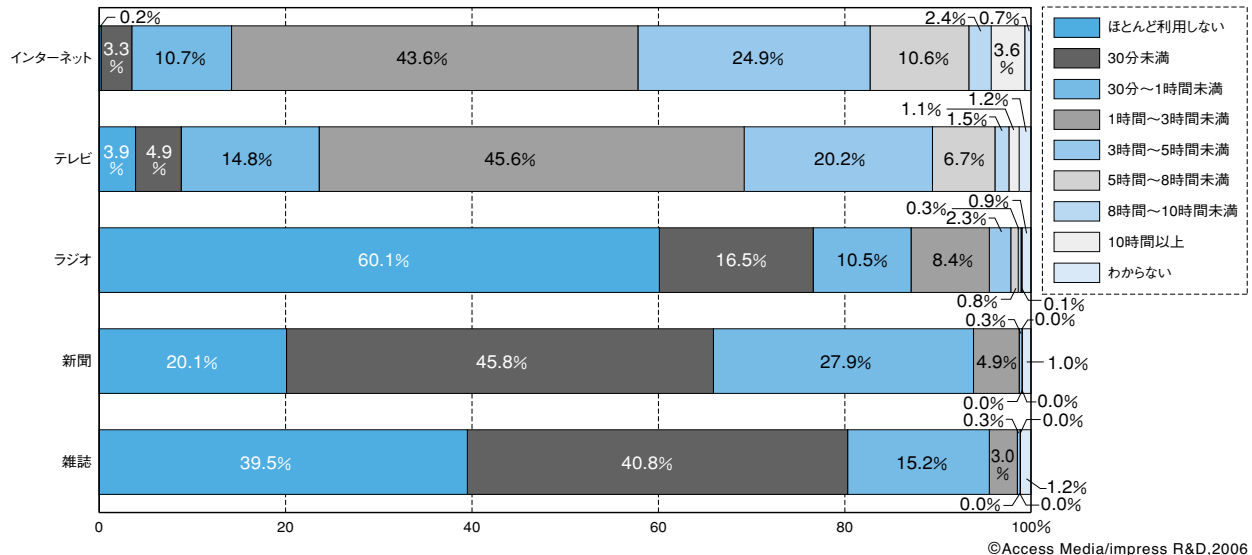
資料2-1-1 目的別メディアの重要度比較（加重平均値） N=1,705



上記のグラフは、テレビ、インターネット、ラジオ、雑誌、新聞について情報としての重要度を聞き、加重平均値にして評価した結果である。重要でない=-2、あまり重要でない=-1、どちらともいえない=0、やや重要=+1、重要=+2とし、算出した。「どちらともいえない」が0で基準となるため、マイナス数値が表示される。インターネットが高いのは当然であるが、ニュースでも新聞より高くなっていることは注目に値する。

### テレビとインターネットの利用時間は、1時間から5時間未満

資料2-1-2 1日当たりのメディア別利用時間（マス4媒体とインターネット） N=1,705

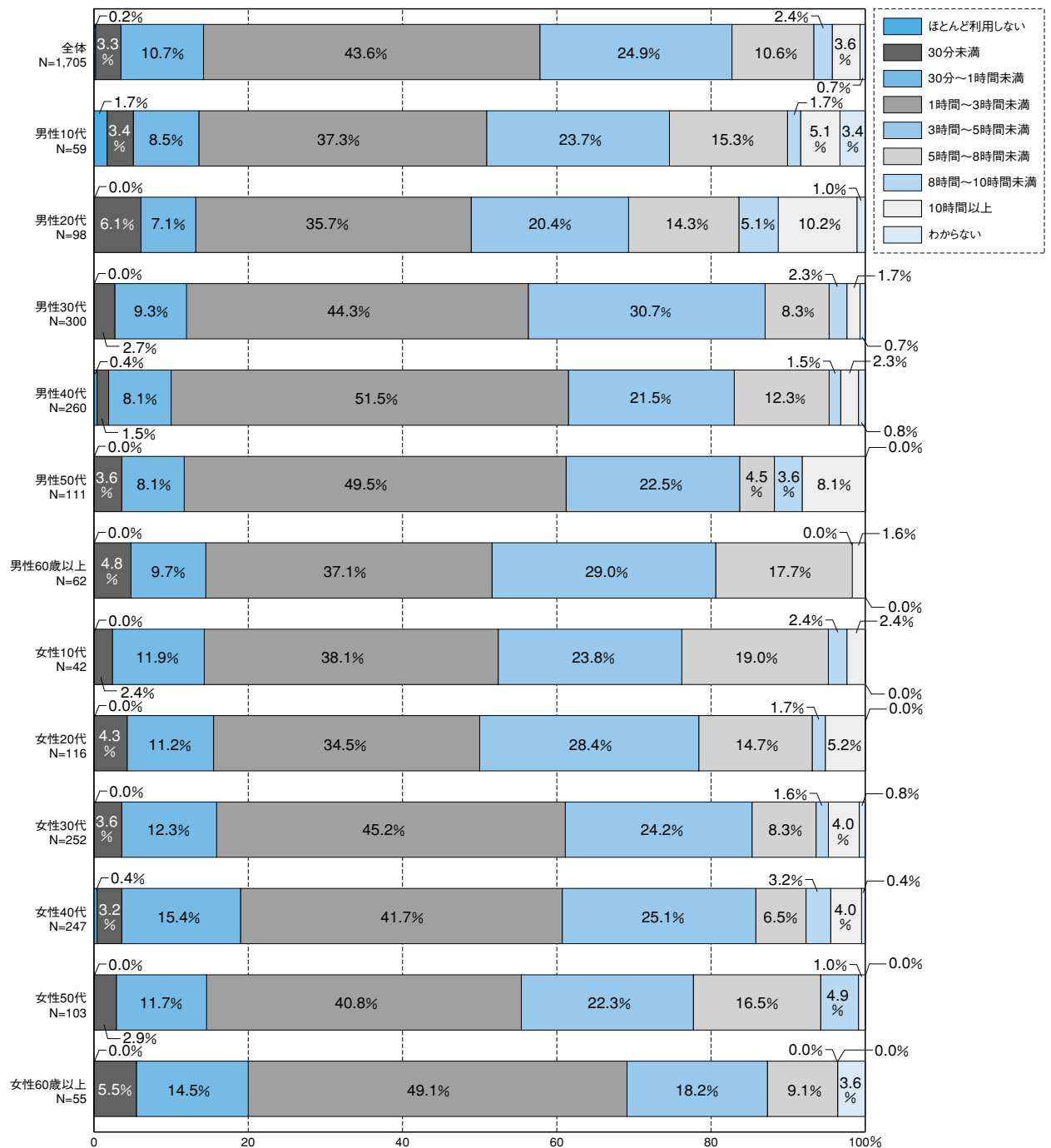


1日当たりの利用時間をみると、インターネットとテレビの利用時間で同傾向がみられ「1時間～3時間未満」「3時間～5時間未満」が主流となっている。また常時接続の影響からか、インターネットは「10時間以上」の比率が高い。ラジオは日常生活での利用率が低いことから、先述した重要度が低いという結果はうなずける。雑誌、新聞は30分未満が多く、新聞については朝夕の配達時や移動時間などに利用されると思われる。

メディア比較

「10時間以上」インターネットを利用するのは、男性20代と50代

資料2-1-3 1日当たりのインターネットの利用時間【全体と性別年代別】



©Access Media/impress R&D,2006

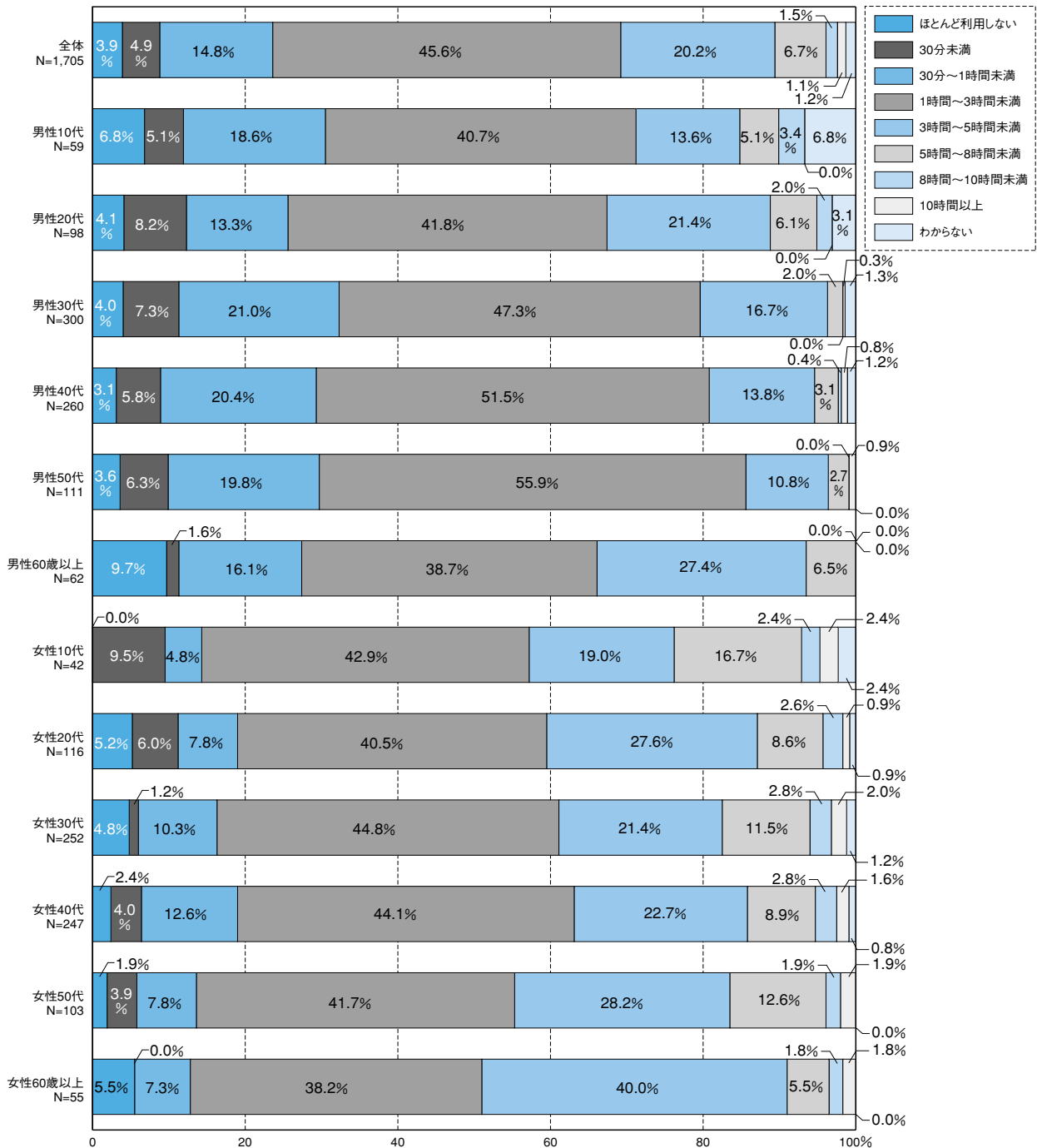
比較的時間に余裕のある10代の男性女性、20代の男性女性と50代の女性は、5時間以上の利用率が高い。「10時間以上」と1日の利用時間が長いのは、男性20代と男性50代である。「ほとんど利用しない」がわずかながら存在するのはインターネット利用者だが、毎日利用していないということである。インターネット利用については、私信メールのやり取りなども含まれるため利用時間が多めになる点に留意されたい。

メディア比較

テレビ利用時間は女性が相対的に長い

資料2-1-4 1日当たりのテレビの利用時間 [全体と性別年代別]

第2部  
個人利用動向



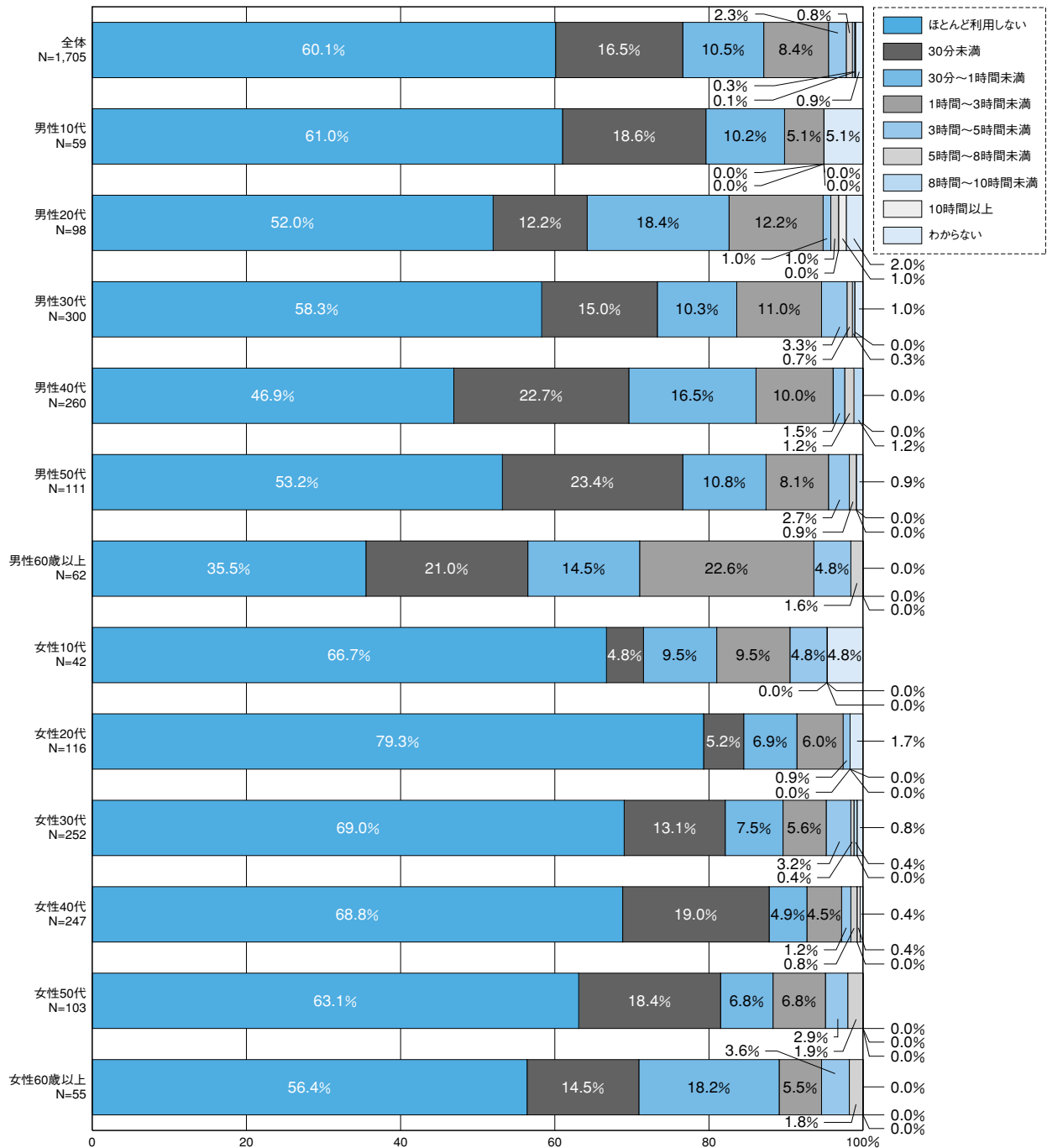
©Access Media/impress R&D,2006

インターネット利用時間と同様に、テレビの利用時間を聞いた結果である。1日当たりのテレビ視聴時間の主流は「1時間～3時間未満」であるが、相対的にみて女性のテレビ利用時間が男性よりも長い。3時間以上は全体で29.5%であるが、女性は30%以上とこれを上回っており、テレビからの情報や影響を受けやすい立場にいたることがわかる。特に、女性20代における5時間以上の視聴時間は2割を超え高い。

メディア比較

男性60歳以上がラジオの主な利用者

資料2-1-5 1日当たりのラジオの利用時間 [全体と性別年代別]



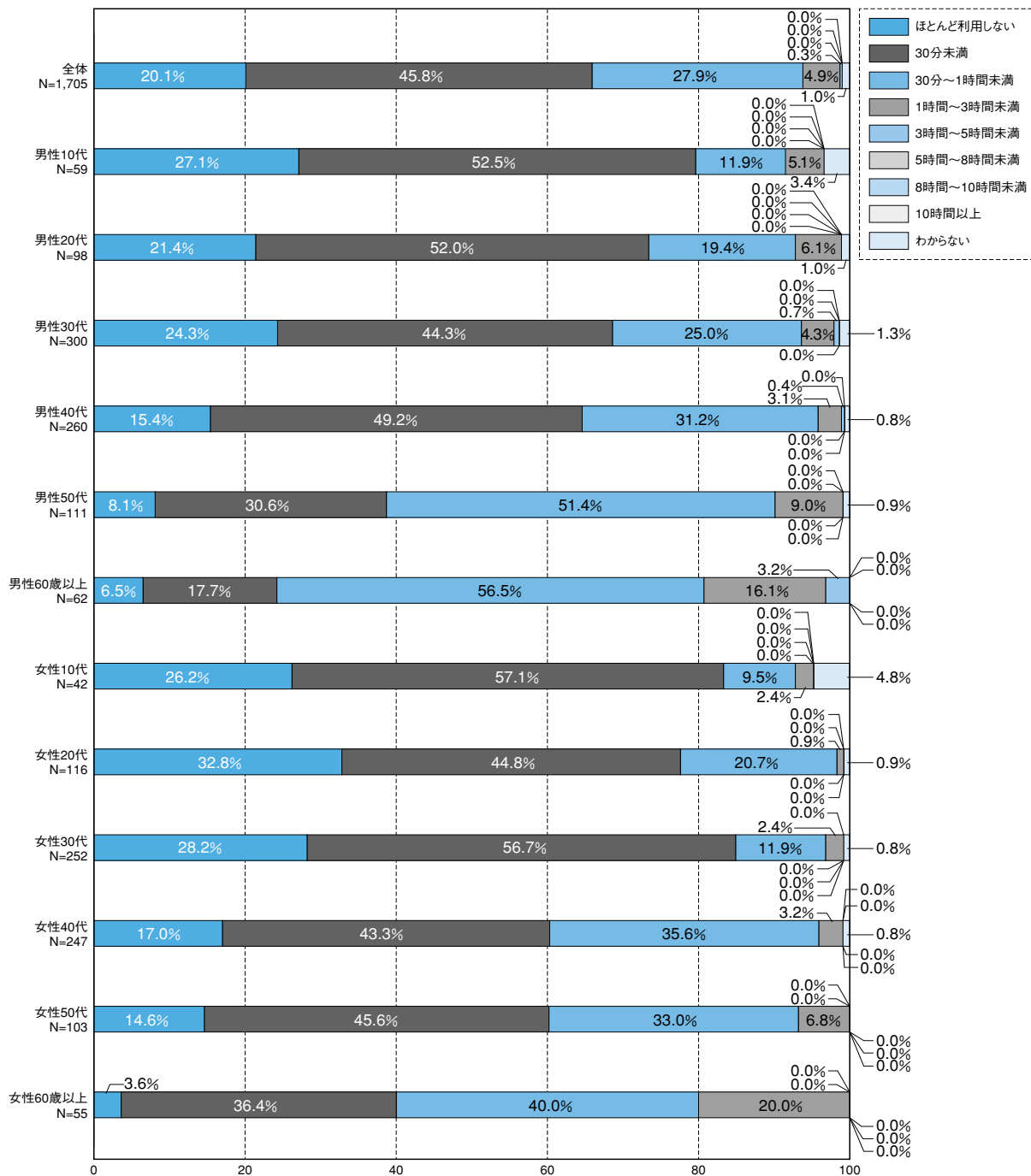
©Access Media/impress R&D,2006

ラジオは他のメディアと比較しても利用比率が低く、4割程度である。テレビとは対比的にラジオの女性利用比率は相対的にみて非常に低い。男性の60歳以上はラジオの利用比率、利用時間も長く、ラジオへの依存度が高いといえる。また、職種でみると「商工自営業」や「労務職」、「その他の営業職」の利用率が高く、利用時間も30分以上の比率が高いことから、聞きながらできる業務や車で移動中の利用などが考えられる。

メディア比較

新聞の利用時間は「30分未満」が45.8%でトップ

資料2-1-6 1日当たりの新聞の利用時間 [全体と性別年代別]



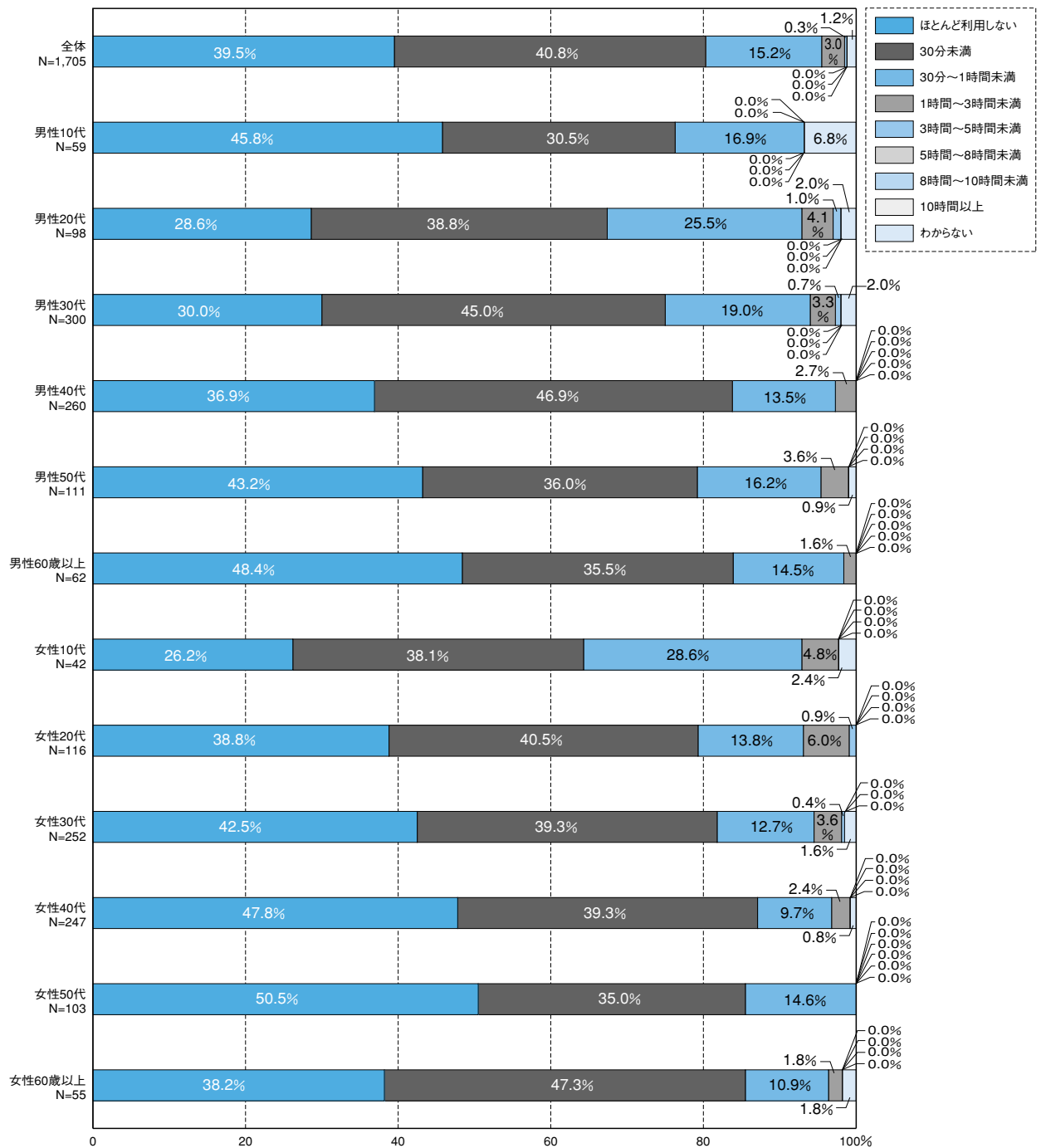
©Access Media/impress R&D,2006

新聞の1日当たりの利用時間を聞いた結果である。男女ともに年代が上がるほど長くなっている。仕事のためか、数種の新聞を読むことなどから考えても、30代以上の男性の利用時間が長くなっているのが特徴である。ただし、「30分未満」が主流であることを考えると、朝晩の食事時、または移動中などに目を通すことが多いと思われる。

メディア比較

「30分未満」が40.8%、年代が下がるほど利用率は高い

資料2-1-7 1日当たりの雑誌の利用時間 [全体と性別年代別]



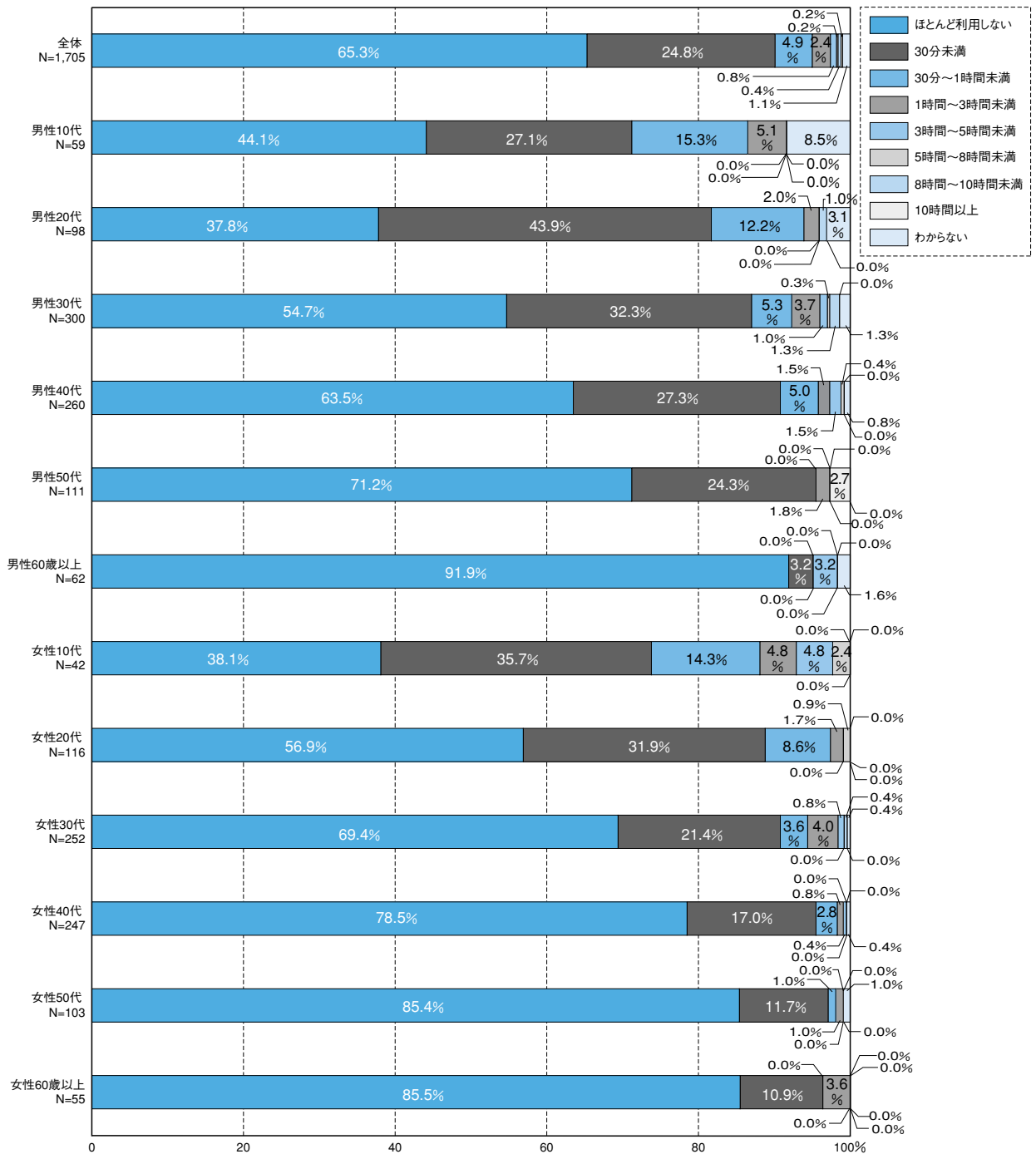
©Access Media/impress R&D,2006

雑誌は、新聞とは対照的に、年代が若くなるにつれ利用率も高くなっている。特に女性10代と男性20代、30代の利用時間は「30分~1時間未満」の比率が高く、雑誌接触度が高い層である。実際に雑誌を購読しているかどうかは不明だが、勤務先などで読める環境にいるのか、または書店やコンビニエンスストアなどで立ち読みしているのか、どちらにしろ雑誌を手にとる確率が高い年代である。

メディア比較

男性20代は「30分未満」の利用が43.9%

資料2-1-8 1日当たりの携帯電話でのインターネットサービスの利用時間 [全体と性別年代別]



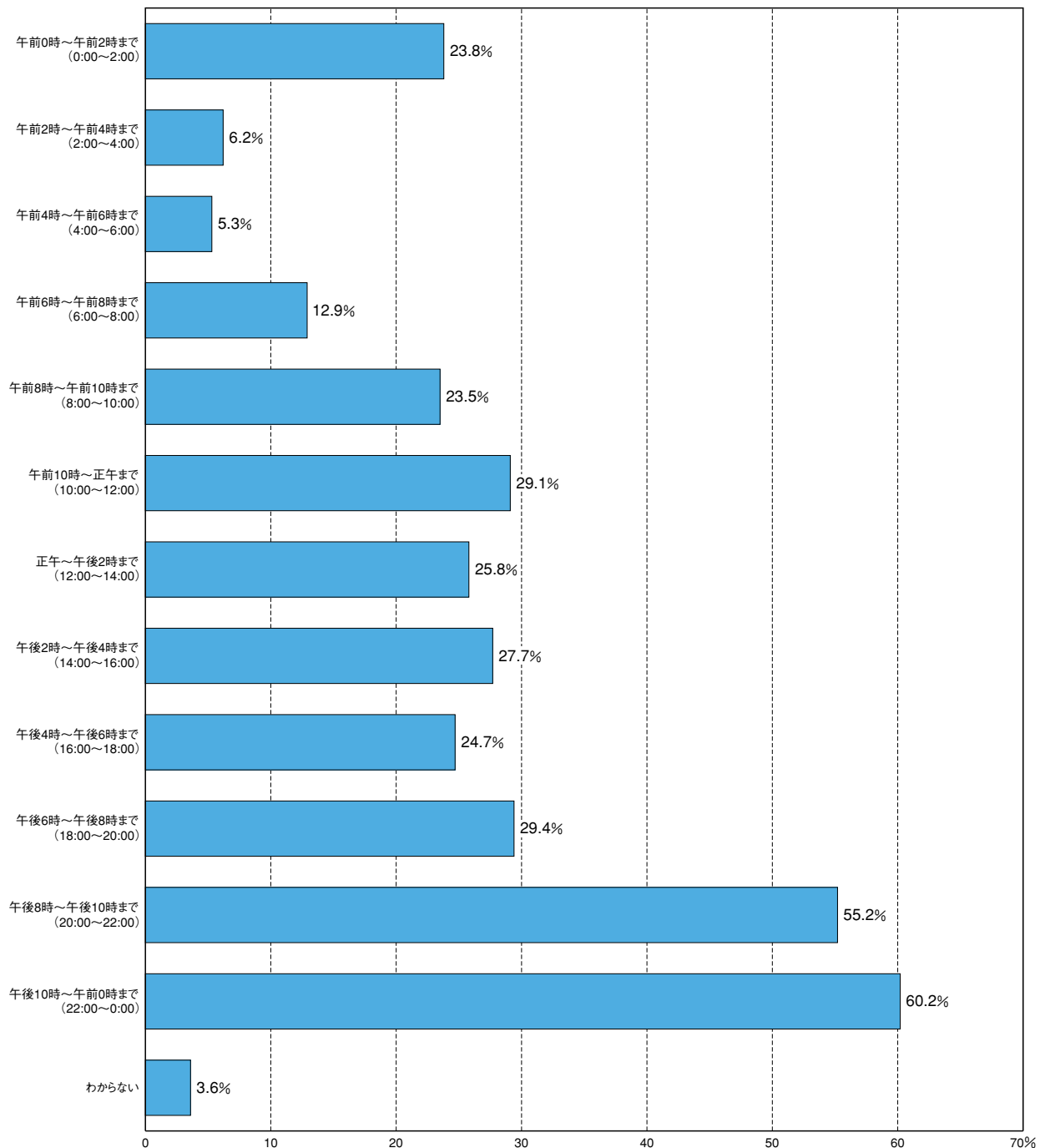
©Access Media/impress R&D,2006

メディアとして情報閲覧を行うことを前提に、携帯電話でのインターネットサービスの利用時間を聞いた結果である。「ほとんど利用していない」が65.3%と高く、他のメディアと比較しても利用率が低い。携帯電話からのインターネットサービスの情報は、まだメディアとしての位置付けは低いといえる。ただし、10代、20代の若年層には受け入れられており、男性20代では、「30分未満」での利用が43.9%を占める。

## メディア比較

## インターネット利用時間は午後8時から午前0時がピーク

資料2-1-9 インターネットの利用時間帯（複数回答） N=1,705



©Access Media/impress R&amp;D,2006

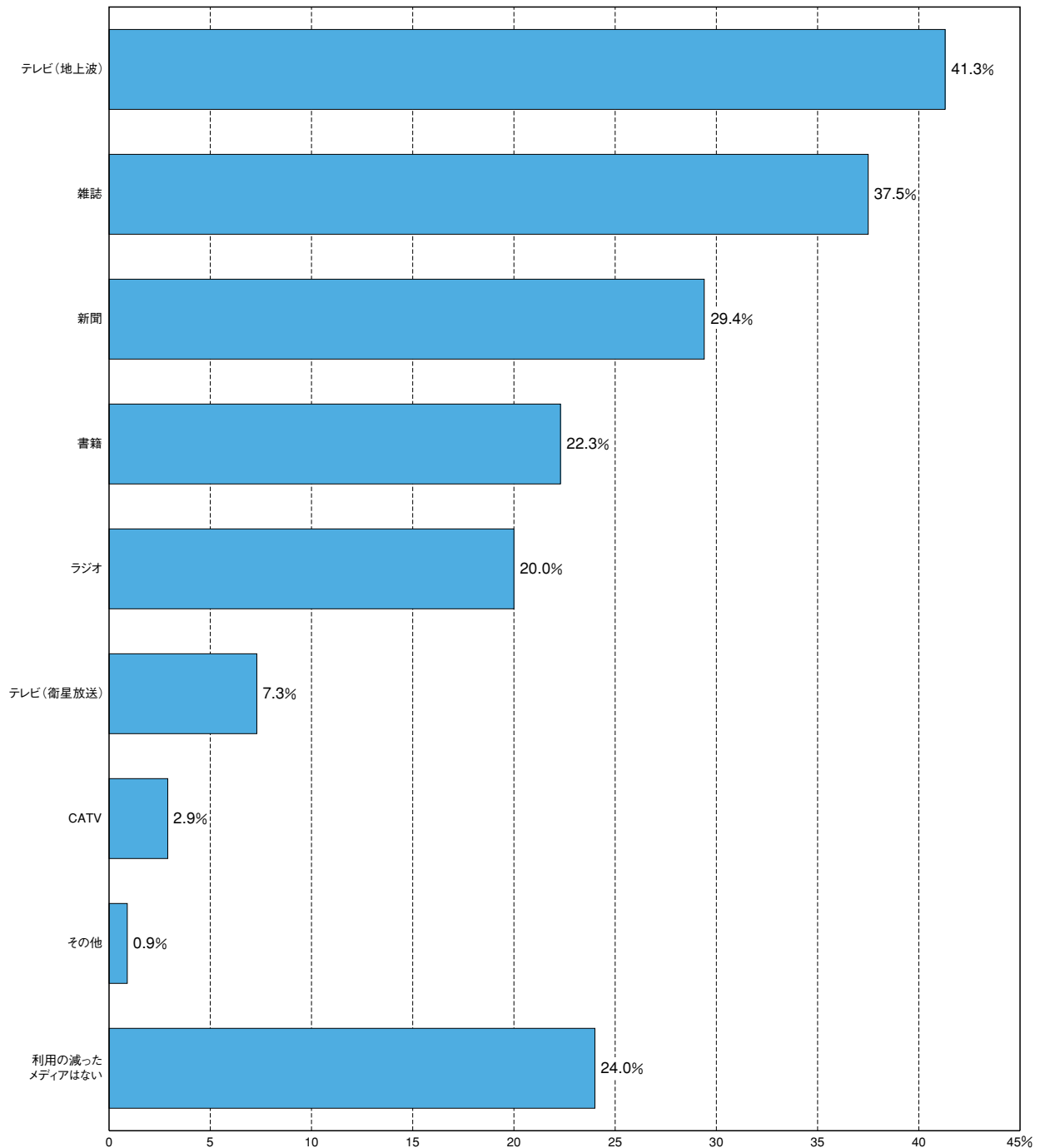
インターネットの利用時間は、午後8時から午前0時までのピーク時以外は、午前8時から午後8時まで分散している。この傾向は、2005年と比較しても同様である。年代別で見ると10代、20代の若年層では、午後6時から午前2時の深夜まで、ピーク後も利用しており、利用時間の幅が広い。一方、高齢層である50歳、60歳以上では「午後8時から午後10時」をピークにそれ以降の利用率は低い。



## メディア比較

## インターネットの影響で利用時間が減ったのは、地上波テレビ

資料2-1-10 インターネットにより利用の減ったメディア（複数回答） N=1,705



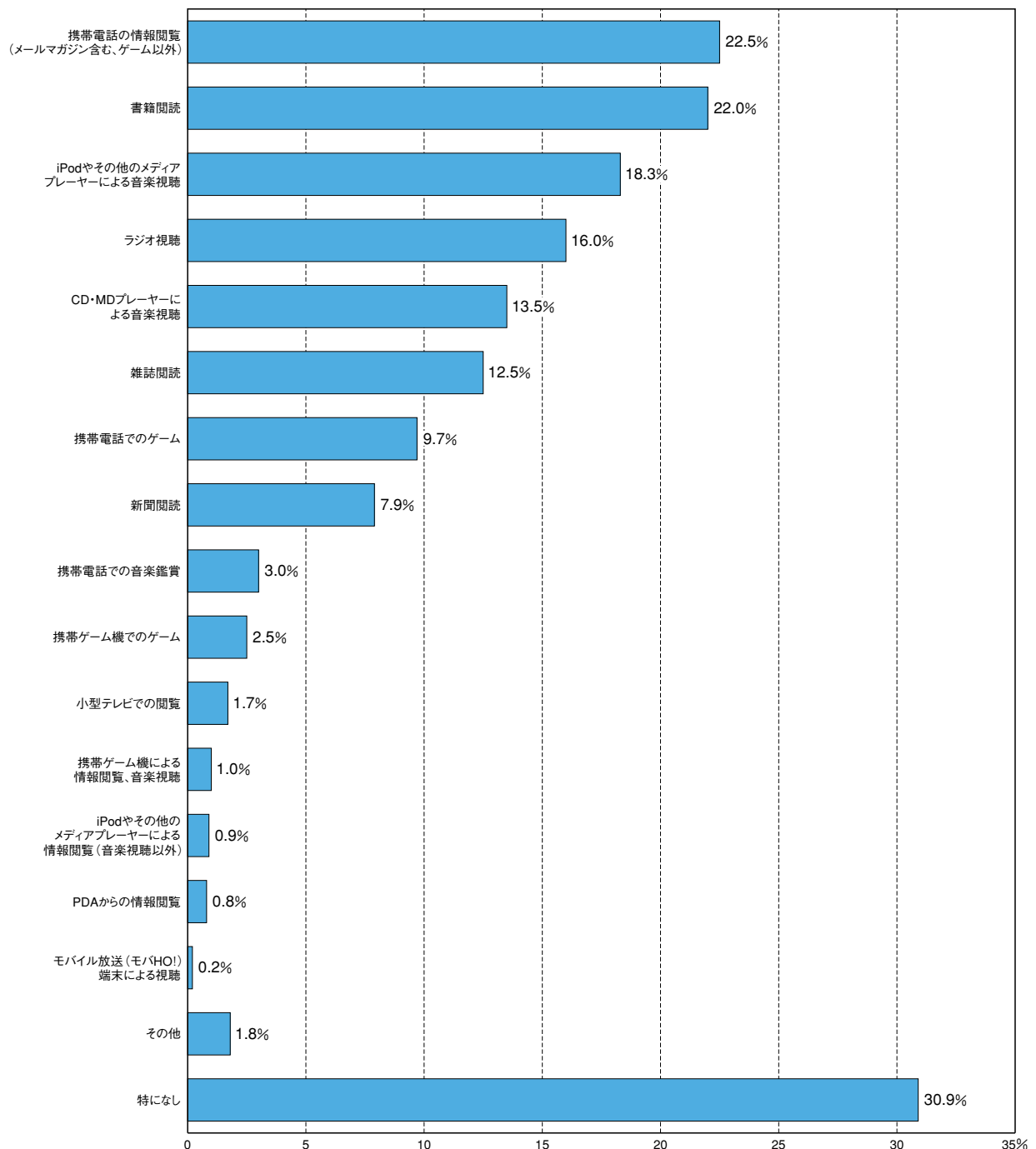
©Access Media/impress R&amp;D,2006

2001年から聞いている設問であるが、「テレビ（地上波）」の減少率が年々増している。「テレビ（地上波）」だけではなく、その他の「雑誌」「新聞」「書籍」についても、インターネット利用にシフトしているのがわかる。ただし、インターネット利用はメール、チャットといったコミュニケーションも含まれているため、メディアと同様の全情報がインターネットに置き換わっているわけではない。

## メディア比較

## 移動中によく利用するのは「携帯電話の情報閲覧」22.5%と「書籍閱讀」22.0%

資料2-1-11 移動中によく使うメディア（複数回答） N=1,705



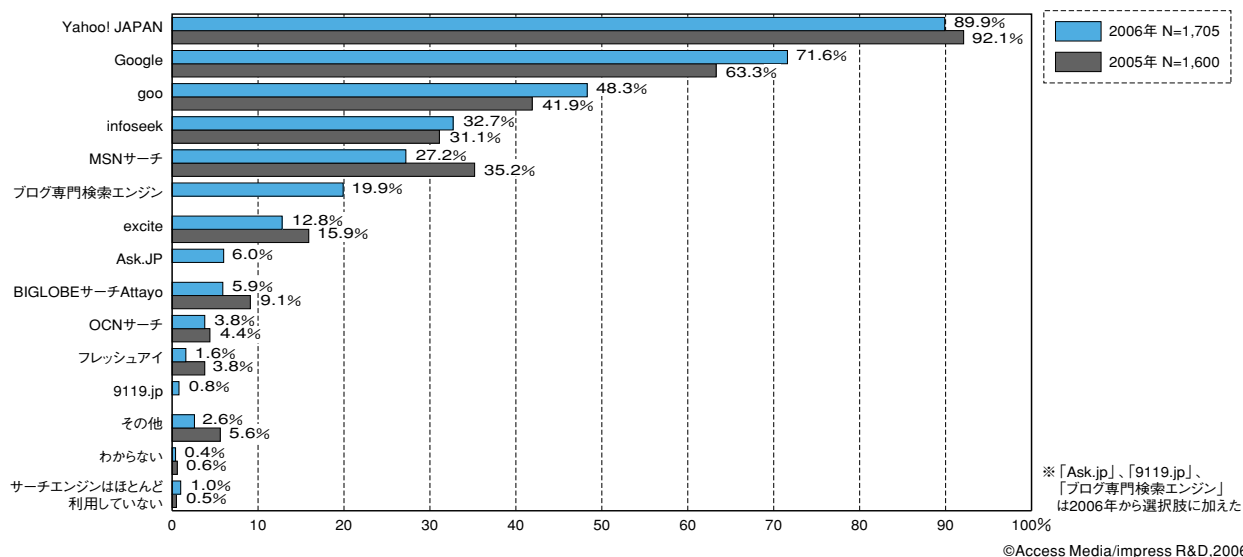
©Access Media/impress R&amp;D,2006

移動中のメディア接触状況について聞いた。ここでは、携帯電話のメール利用についてはメールマガジン閲覧のみで、私信のメール閲覧や送信はメディアとしての概念から外れるため、選択肢から外している。「特になし」は3割を占めるが、年齢が高くなるほど何もしない傾向がみられる。音楽視聴やゲームは利用機器にかかわらず10代、20代、30代が多く、「新聞閱讀」「ラジオ視聴」は40代、50代、60歳以上が占める。

## メディア比較

## 「Yahoo! JAPAN」が89.9%でトップ、「Google」が躍進71.6%

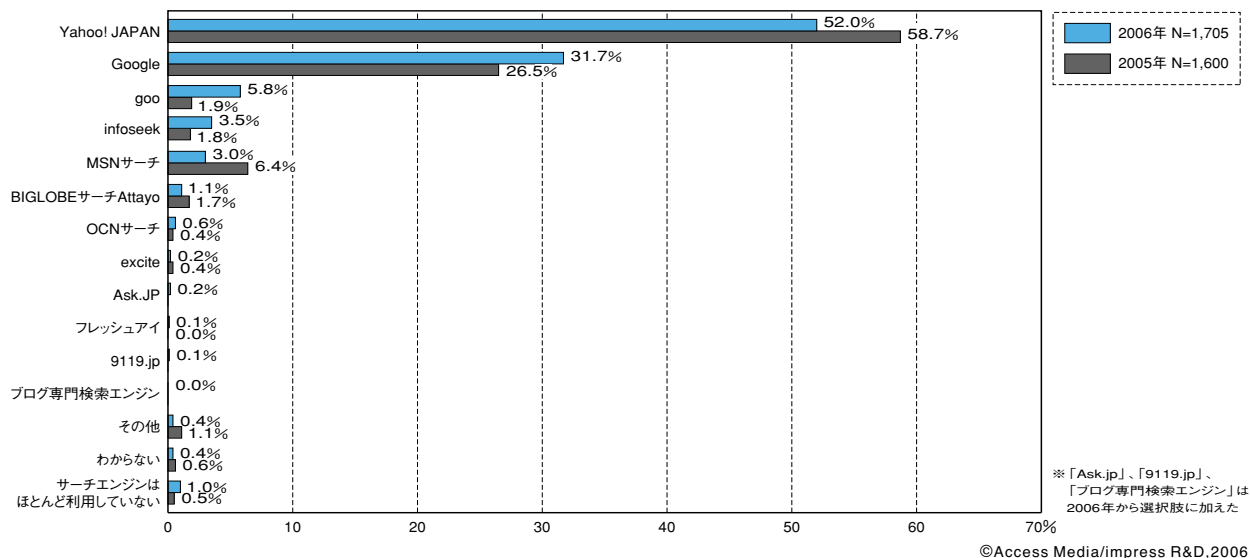
資料2-1-12 利用している検索サービス（複数回答）[2005年－2006年]



利用している検索サービスは、ポイントを若干落としてはいるが2005年同様「Yahoo! JAPAN」がほぼ9割の利用者がいることがわかる。また「Google」は71.6%で2005年より8.3%増と躍進している。2006年から加えた「ブログ専門検索エンジン」は19.9%に支持されている。ブログ検索については、今後既存のウェブ検索サービスプロバイダーから、独自の特性を活かしたサービスが出てくることが予測される。

## 単一回答でも「Yahoo! JAPAN」が過半数、「Google」も31.7%に

資料2-1-13 最も利用している検索サービス（単一回答）[2005年－2006年]



このグラフは、主に利用している検索サービスについて聞いた結果である。「Yahoo! JAPAN」が過半数の52.0%を占めトップである。次いで2005年比5%増の「Google」で31.7%となっている。インターネット利用歴別でみると、10年以上の利用者において「Yahoo! JAPAN」と「Google」は拮抗しており、「Google」の利用率も高い。



## [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)