

『インターネット白書 2005』最新調査結果にみる IT 市場の現在

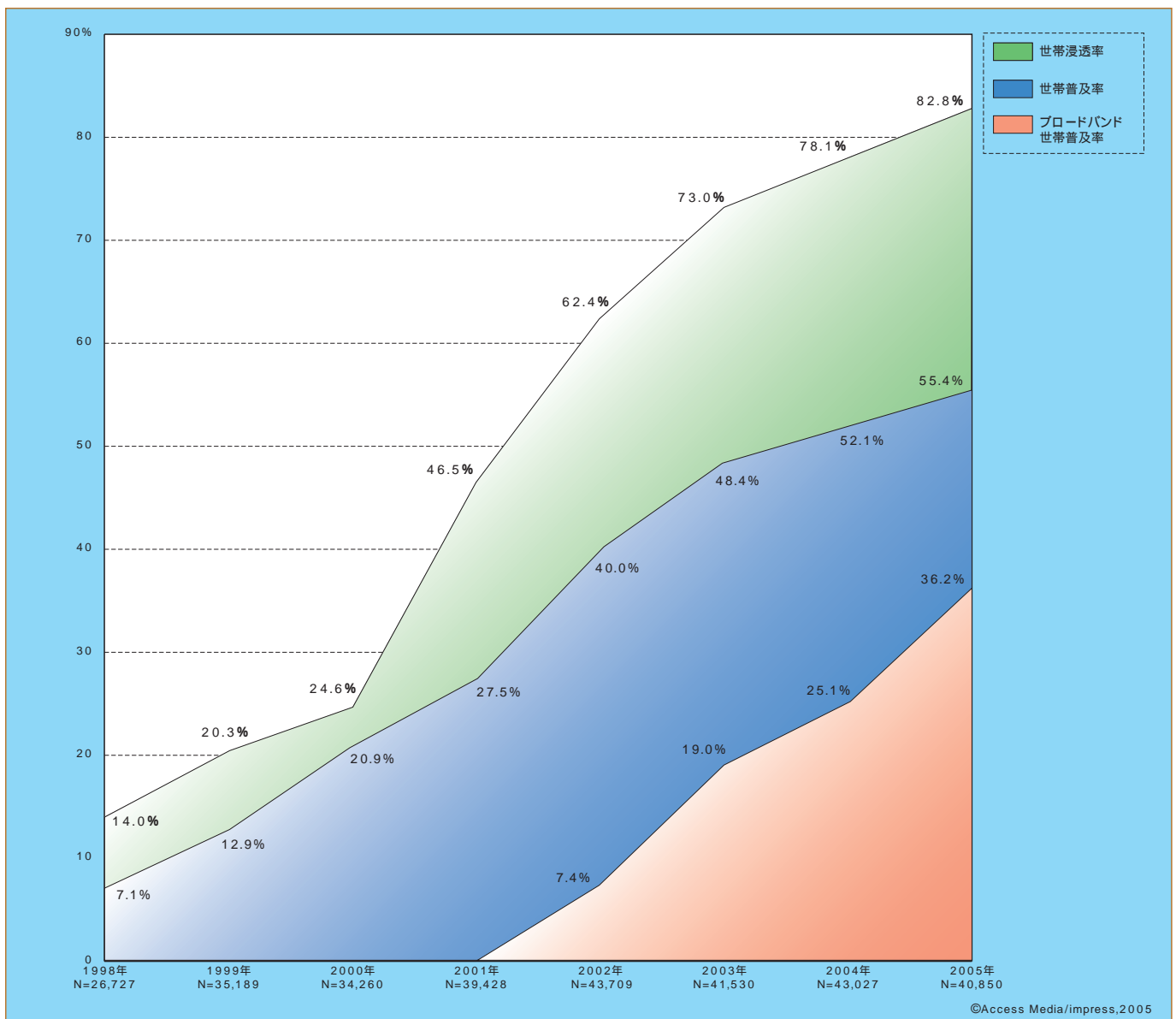
バブル崩壊後のIT業界を支えたのはブロードバンドと携帯電話利用者の急激な増加である。刊行10年目を迎えたインターネット白書の最新刊『インターネット白書 2005』（財団法人インターネット協会監修、インプレス発行）の最新調査結果から、2005年のIT市場を展望する。

(注)調査方法は電話による調査とウェブアンケート



3,000万人を突破したブロードバンド利用者数

BROADBAND



©Access Media/impress.2005

図1 インターネット世帯浸透率と世帯普及率の推移(1988年-2005年)

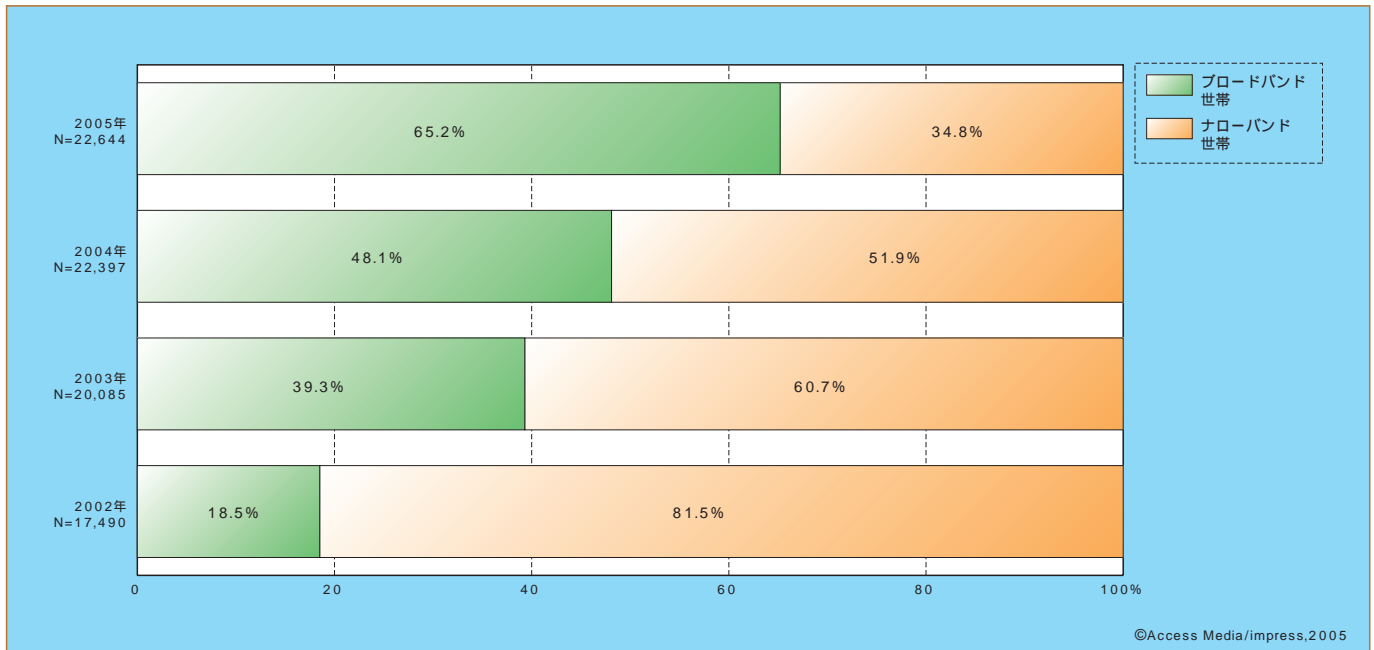


図2 インターネット利用世帯におけるブロードバンドとナローバンドの構成比(2002年-2005年)

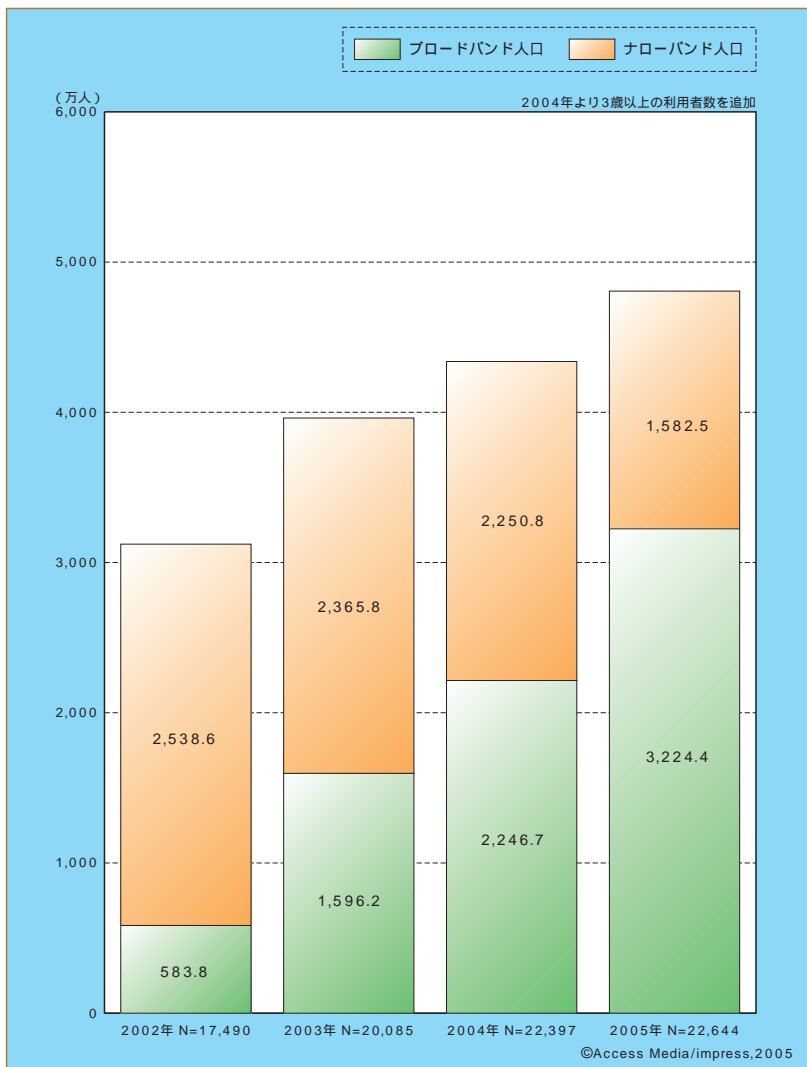


図3 ブロードバンドとナローバンドの利用者数推移(2002年-2005年)

ブロードバンド世帯普及率は36.2%。日本の3分の1の世帯でブロードバンドが利用されている。「携帯電話のみ」「学校/勤務先での利用のみ」も含めたインターネット利用者のいる世帯比率を示す「インターネット世帯浸透率」は82.8%。すでに飽和と言ってよい値だが、自宅の機器からの利用率を示す「インターネット世帯普及率」(55.4%)とブロードバンドにはまだ普及の余地が残っている。ここ4年間のインターネット利用世帯におけるブロードバンドへの移行は順調で(図2)、今後もナローバンドからの切り替えは確実に進む。ブロードバンド利用者数はこの1年で約1,000万人伸びて3,224万人4千となった(図3)。

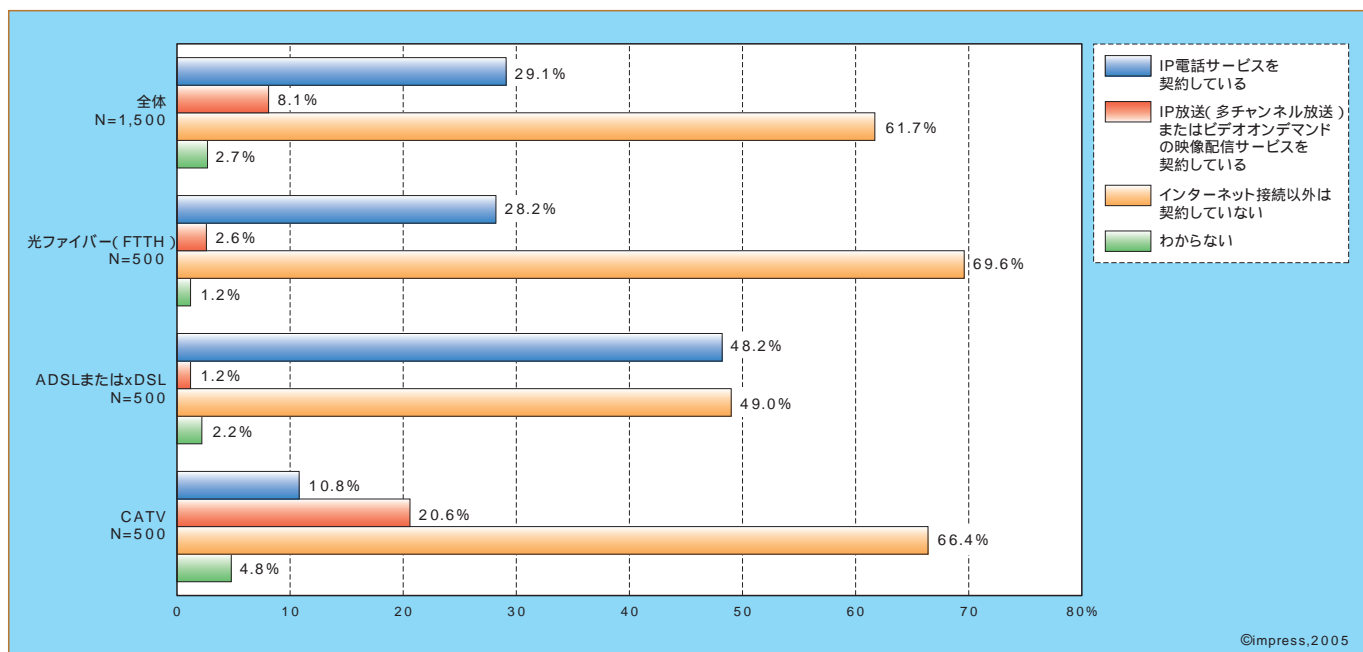


図4 「トリプルプレイ」サービスの利用状況[全体と回線別]

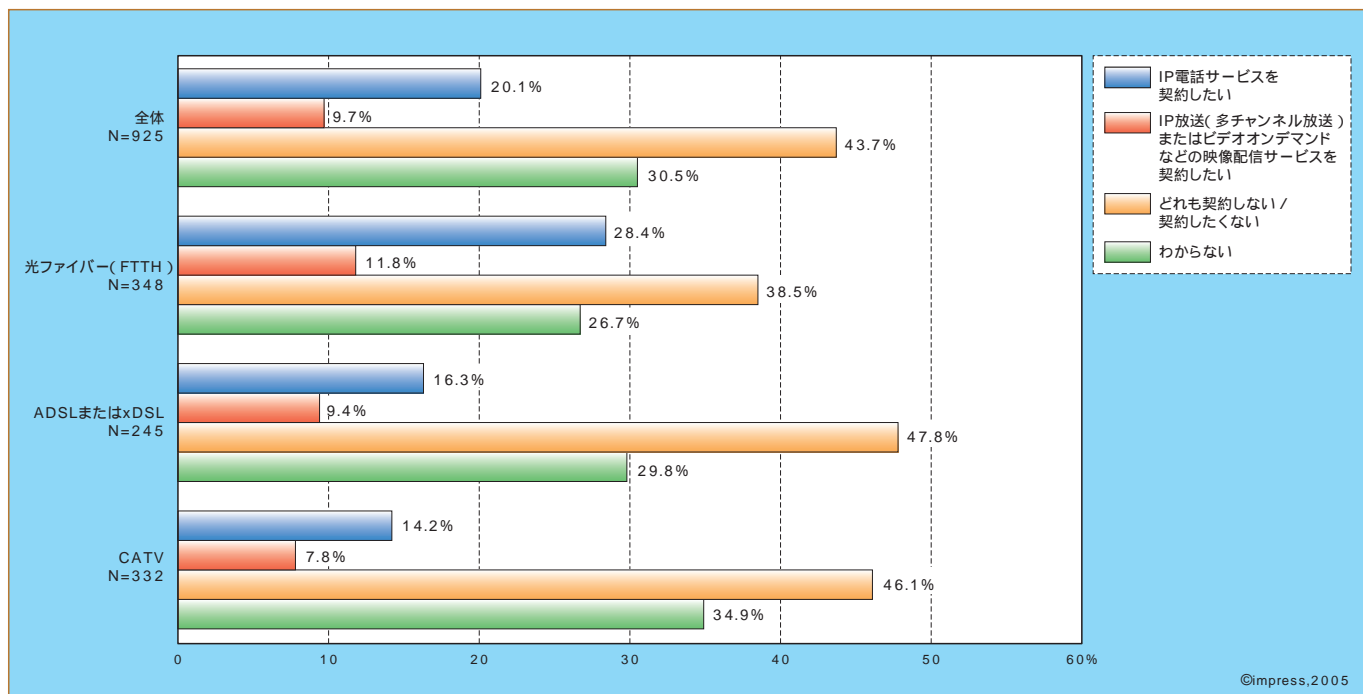


図5 「トリプルプレイ」サービスの利用意向[全体と回線別]

ブロードバンド回線事業者がネット接続以外にIP電話や映像配信(多チャンネル放送やビデオオンデマンド)と一緒に提供することを「トリプルプレイ」と呼ぶが、その利用状況は回線によって異なる(図4)。IP

電話はADSLで48.2%、光ファイバーで28.2%、CATVで10.8%。映像配信は光ファイバーで2.6%、ADSL利用者で1.2%だが、もともと放送事業者であるCATVでは20.6%に上る。ネット接続以外は契

約していないという人に聞いた今後の利用意向は、IP電話が高く、映像配信サービスは低い。しかし、事業者の差別化のため、今後映像配信競争がブロードバンド上で展開されることは間違いない。

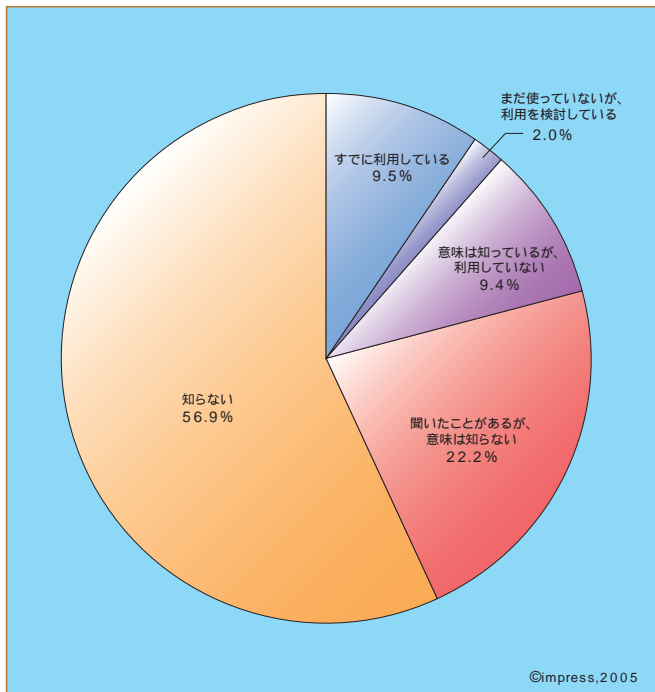


図6 RSSリーダーの認知度と利用 N=1,600

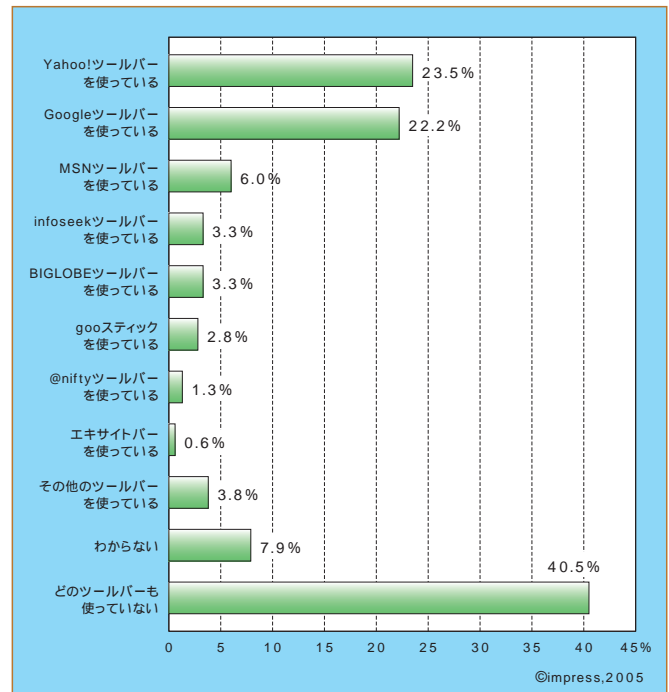


図7 利用している検索ツールバー N=1,592

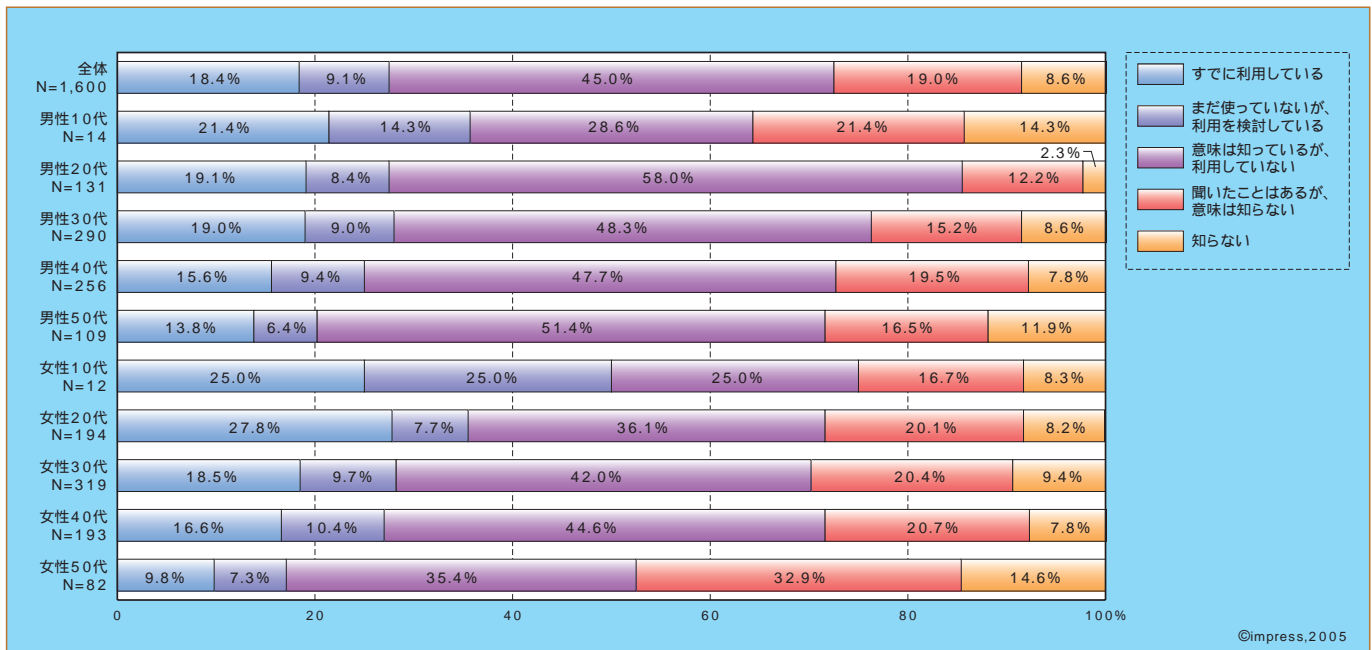


図8 ブログの認知度 [全体と年代と性別]

2004年から2005年にかけて、RSSリーダー、検索サイトが配布するツールバー、ブログASPなど、新しいツールやコミュニティサービスが続々と登場した。特にRSSは、メール、ウェブに続く第三のメ

ディアとして注目されているが、今のところ9.5%と利用率は1割にも満たず、言葉も知らない人が過半数を占める(図7)。検索サイトが顧客囲い込みのために配布しているツールバーは、Yahoo!と

Googleが拮抗している(図8:複数回答)。この1年で最も定着したと言えるのはブログの利用である。ブログの認知率は72.5%、利用率は18.4%。10代、20代では特によく利用されている。

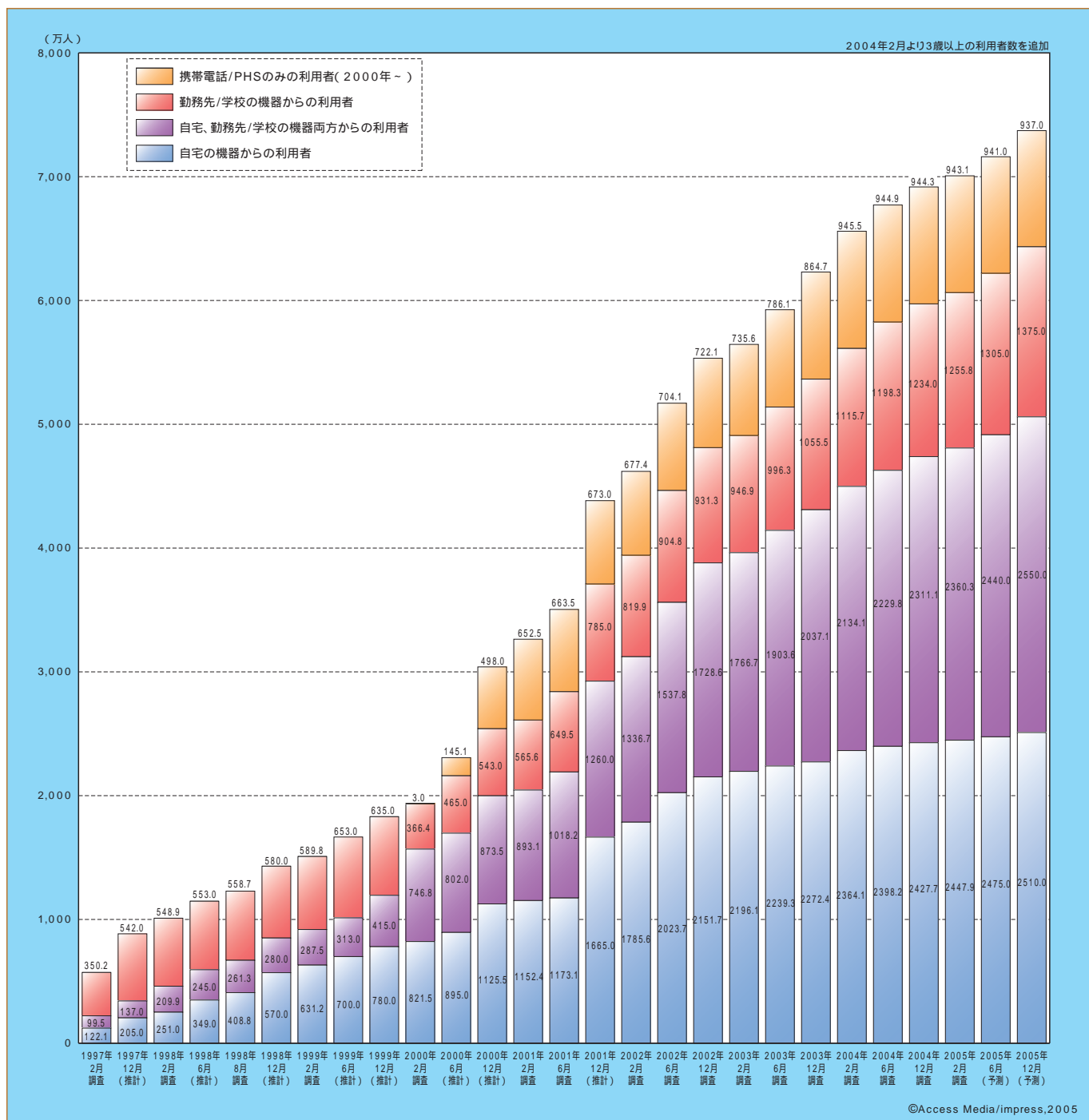


図9 利用場所・利用機器別 日本国内のインターネット利用者数(1997年-2005年)

2005年2月時点のインターネット利用者数は前年比106.8%の7,007万2千人。人口普及率にすると55.3%になる。利用シーン別に分類すると、「自宅の機器からの利用者」が2,447万9千人(34.9%)、「自宅、

勤務先/学校の機器両方からの利用者」が2,360万3千人(33.7%)、「勤務先/学校の機器からの利用者」が1,255万8千人(17.9%)、「携帯電話/PHSのみ」の利用者が943万1千人(13.5%)となっている。

「携帯電話/PHSのみ」の利用者は、2000年以降インターネット利用者数の増加を牽引してきたが、今年初めて減少に転じた。ブロードバンドの普及でパソコンとの併用が進んだためである。

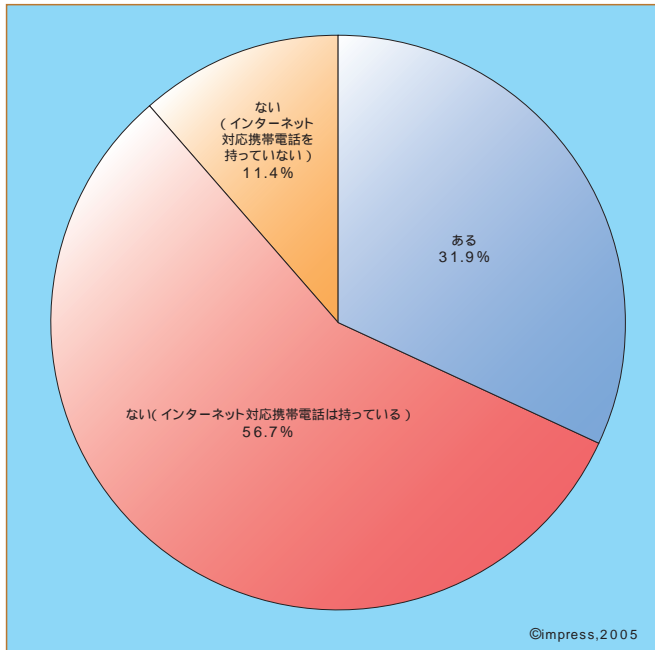


図 10 ウェブサイトの携帯電話との併用有無

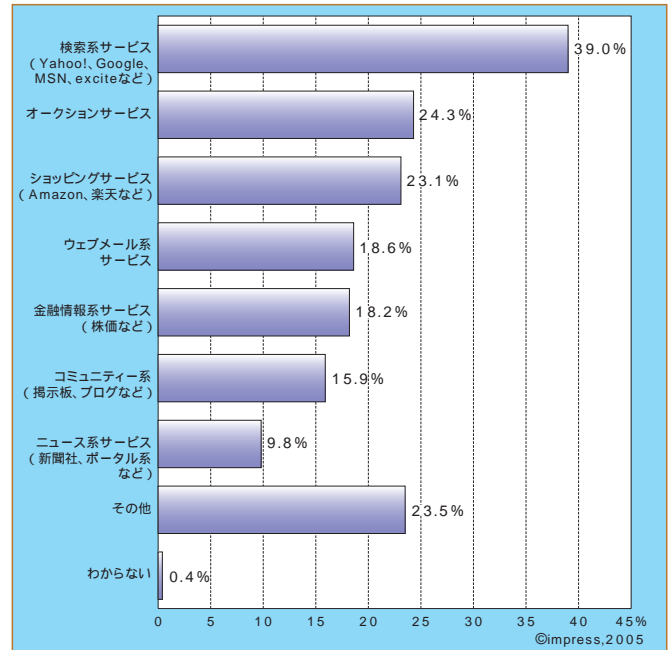


図 11 携帯電話からもアクセスしているウェブサイトの種別

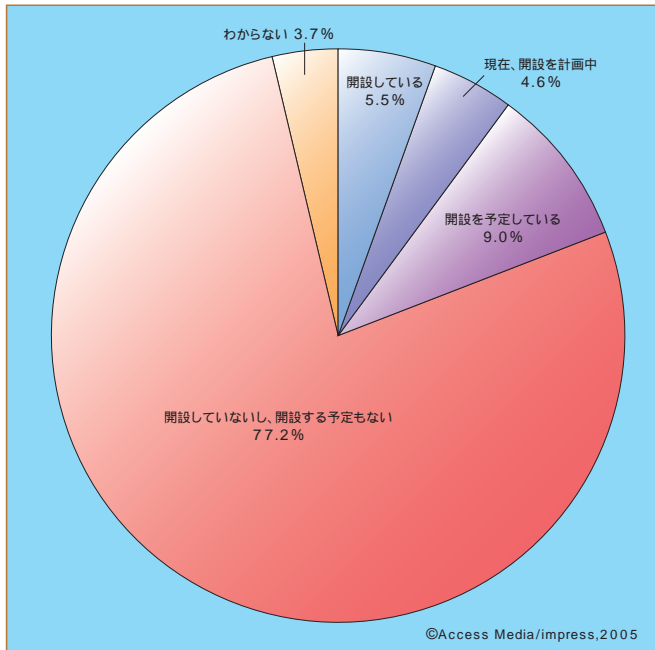


図 12 企業におけるモバイルウェブサイトの開設状況

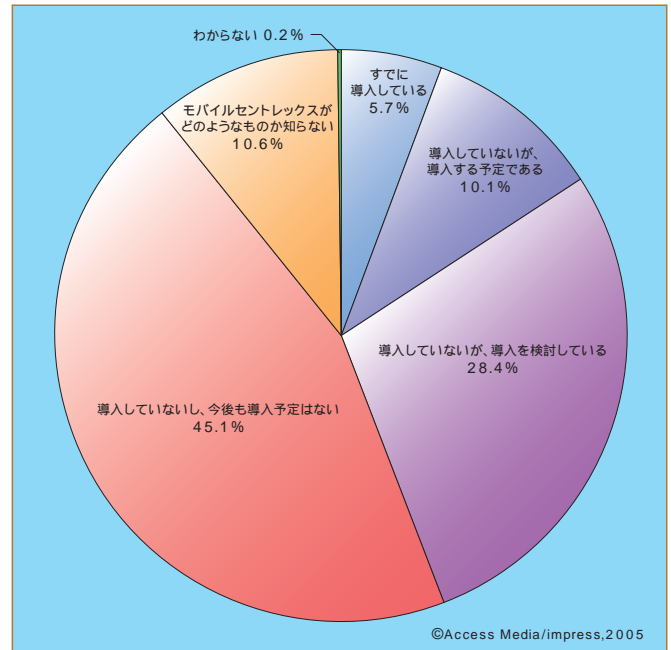


図 13 企業におけるモバイルセントレックスの導入状況

携帯電話からもパソコンからも利用するウェブサイトが「ある」と回答した人は31.9%(図10)。両方から利用する分野は検索系が39.0%でトップ。オークション、ショッピングと続き(図11)、コンシュー

マーには併用のニーズが確実にあることが分かる。しかし、企業のウェブマスターに聞くと、モバイルサイトを開設しているのはわずか5.5%。開設予定のない企業が77.2%を占め(図12)、一般企業のモバ

イルサイトへの関心はきわめて低い。また、携帯電話を企業の内線電話として使うモバイルセントレックスの導入は5.7%。費用対効果がまだ認知されておらず、ITとしての携帯電話は発展途上である。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

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、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)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、写真の撮影者、イラストの作成者、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収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用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する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時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が、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の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。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp