

ユビキタスネット社会に関する アンケート結果報告書

平成18年3月

近畿情報通信協議会

目 次

I. 調査計画.....	1
II. 標本構成.....	5
III. 調査結果.....	9
1. 家庭等における情報メディアの利用状況について	11
(1) 情報収集における利用メディア	11
(2) 情報メディアの利用状況.....	14
①情報メディアの認知状況.....	14
②利用している情報メディア	15
③情報メディアへの関心度.....	16
(3) 現在所有の I C T 機器	18
(4) パソコンの活用状況.....	20
①所有パソコンのインターネット接続有無.....	20
②インターネットの利用内容	21
③インターネットの接続回線	23
④外出先でのインターネットの利用方法	24
⑤外出先でのインターネット利用充実場所.....	25
(5) 携帯電話・ P H S の活用状況.....	27
①携帯電話・ P H S の利用機能.....	27
②携帯電話・ P H S での電子メールの主な通信相手	28
③携帯電話・ P H S のホームページ閲覧内容	29
(6) 今後利用したい I C T 機器	32
2. ユビキタスネット社会について	34
(1) 「ユビキタスネット社会」の認知度.....	34
(2) 「ユビキタスネット社会」のサービス利用状況	36
①ユビキタスネット・サービスの利用経験.....	36
②ユビキタスネット・サービスの利用満足度	38
③既存のユビキタスネット・サービス非利用者の意向.....	41
(3) 今後の「ユビキタスネット社会」の想定サービス.....	43
①今後のユビキタスネット・サービスの利用意向.....	43
②利用したいユビキタスネット・サービスの対価	46

(4) 「ユビキタスネット社会」のサービスの利用機器	47
(5) 「ユビキタスネット社会」への期待と不安	48
① 「ユビキタスネット社会」に対する期待内容	48
② 「ユビキタスネット社会」に対する不安内容	49
③ 情報セキュリティに関するトラブル経験	51
④ 望まれる情報セキュリティ対策	53
⑤ 「ユビキタスネット社会」実現への期待度	54
(6) 「ユビキタスネット社会」や「ICT」に関しての自由意見	56
IV. 主な自由意見の一覧	57
V. アンケート調査票	65

I . 調査計画

(1) 調査の目的

ユビキタスネット社会は、あらゆる ICT 機器（Information and Communication Technology）が高度なネットワークで結ばれ、「いつでも、どこでも、誰でも、何でも」簡単に情報をやりとりすることが可能となり、様々なサービスを楽しむ環境が実現します。その結果、生活の豊かさの向上や経済の活性化、社会的課題の克服等の恩恵をもたらせることが期待されています。しかしながら、最近の ICT 機器の高度化や普及、コンテンツ流通などは、エンドユーザーの利用状況や嗜好に大きく左右される傾向にあり、今後ユビキタスネット社会を早期に実現するためには、ユーザーの利用実態、意向等の把握が極めて重要となっています。

そこで、最近の ICT 機器やインターネット等情報メディアに関するエンドユーザーの利用実態、意向を把握するとともに、ユビキタスネット社会におけるサービス利用の意向や期待等を調査・分析し、もって、近畿の ICT 産業に携わる近畿情報通信協議会会員の活動に資することを目的に実施しました。

(2) 調査対象

近畿圏在住の15歳以上の男性、女性

(3) 回収状況

	回収数	有効票数	(有効票率)	不能票
全体	964	961	99.7%	3
郵送	509	506	99.4%	3
Web	455	455	100.0%	-

注) 回収数 964 票のうち、3 票は各設問が無記入のため、集計対象より除外。

(4) 対象者抽出方法

近畿情報通信協議会の会員企業・団体の従業員・職員及びその家族等

(5) 調査方法

WEB アンケートと郵送法の併用（発送は郵送配布、返信は WEB 回収及び郵送回収）

(6) 調査期間

平成 17 年 9 月 14 日～10 月 7 日

II. 標本構成

(1) 回答者の性別

	合計	男性	女性	不明
全体	961	59.4	40.4	0.2

※合計のみ実数、これ以外は割合（%）を示す。
以下同様。

(2) 回答者の年齢

	合計	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
全体	961	1.2	24.0	35.3	19.8	15.4	4.2	0.1

注) 10歳代及び70歳以上は、極端に回答者数が少ない(統計上、代表性に欠ける)ため、以下の集計では、10歳代と20歳代をまとめて「10～20歳代」、60歳代と70歳代をまとめて「60歳以上」とする。

(3) 居住地

	合計	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	その他	不明
全体	961	4.0	10.0	47.1	25.8	9.5	2.5	1.0	0.1

(4) 勤務地・通学地

	合計	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	その他	なし
全体	961	3.0	6.2	70.6	10.9	4.2	2.8	0.6	1.7

(5) 職業

	合計	自営業	会社員	公務員	団体職員	専門職	家事専念	学生	パート・アルバイト	無職	その他
全体	961	0.8	72.5	8.4	4.9	0.8	2.1	4.6	4.4	0.3	1.1

注) 自営業及び専門職は、極端に回答者数が少ない(統計上、代表性に欠ける)ため、以下の集計では、その他に含む。(その他=自営業+専門職+その他)

(6) 世帯構成

	合計	一人暮らし	夫婦のみ	親と子	二世帯	三世帯	その他	不明
全体	961	17.4	18.8	42.1	13.4	5.5	2.5	0.2

Ⅲ. 調查結果

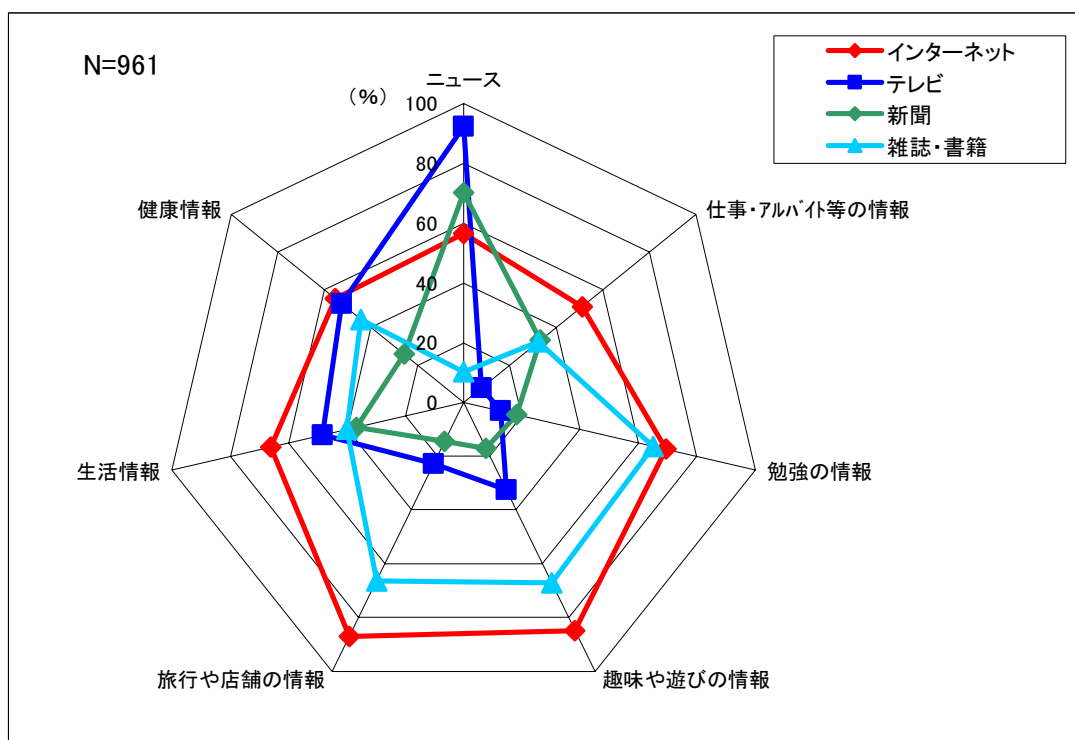
1. 家庭等における情報メディアの利用状況について

(1) 情報収集における利用メディア

速報性や同報性、正確さが求められる“ニュース”は「テレビ」が92.4%と群を抜いており、次いで、「新聞」(70.2%)、「インターネット」(56.6%)となっている。しかし、ニュース以外の分野の情報は「インターネット」が最も高く、次いで「雑誌・書籍」であり、これらメディアが一般的なビジュアル情報の入手先となっている。

映画やドラマ、エンターテインメント系など豊富なコンテンツを所有するテレビ業界にとっては、視聴者へのサービスとして、生活情報や趣味情報、旅行情報、グルメ情報など多種多様な情報をデータベース的に提供しているインターネットとの連携・融合の必要性がうかがえる。

【図1-1：情報収集と利用メディア】（複数回答）



これを他の調査データと比較すると【表 1-1】の通りであり、調査対象者や質問方法、調査時期などは異なるが、大部分の項目で今回調査と同様の傾向であることがうかがえる。

また、今回調査の回答収集は「郵送回答」と「WEB回答」の併用であり、その両者の傾向をみると【表 1-2】に示すように、インターネット利用の“生活情報”、“健康情報”や、雑誌・書籍利用の“生活情報”などの一部の情報では「WEB回答者」が「郵送回答者」より高い利用状況を示しているが、その他の利用メディアでは、両者ともに概ね同様の利用状況である。

【表1-1：他調査における情報収集と利用メディア】

(%)

	今回調査の利用メディア					他調査の利用メディア				
	回答者数	インターネット	テレビ	新聞	雑誌・書籍	インターネット	テレビ	新聞	雑誌・書籍	資料の出所
ニュース	961	56.5	92.4	70.2	10.3	67.4	84.0	62.2	6.2	平成17年度 情報通信白書 N=2079
仕事・アルバイト等の情報	961	51.0	7.7	33.1	32.2	61.6	12.8	26.0	31.6	
勉強の情報	961	69.2	12.8	18.2	65.0	65.1	11.9	15.5	45.2	
趣味や遊びの情報	961	84.8	32.5	17.1	67.1	88.6	35.6	11.6	54.6	
旅行や店舗の情報	961	86.9	22.9	14.4	66.4	80.3	28.1	11.5	50.3	
生活情報	961	66.0	48.5	36.6	40.0	73.3	45.9	26.1	28.6	
健康情報	961	55.2	52.5	25.6	44.1	62.9	46.6	20.5	33.2	

【表1-2：回答方法における情報収集と利用メディア】

(%)

	WEB回答 N=455				郵送回答 N=506			
	ネット	テレビ	新聞	雑誌・書籍	ネット	テレビ	新聞	雑誌・書籍
ニュース	56.3	91.4	66.6	11.4	56.7	93.9	73.5	9.3
仕事・アルバイト等の情報	52.3	9.5	35.2	32.7	49.8	6.1	31.2	31.6
勉強の情報	70.3	14.5	18.5	63.1	68.2	11.3	18.0	66.8
趣味や遊びの情報	85.9	35.2	17.1	69.2	83.8	30.0	17.0	65.2
旅行や店舗の情報	85.9	22.2	14.1	67.0	87.7	23.5	14.6	65.8
生活情報	70.3	49.7	36.5	45.1	62.1	47.4	36.8	35.4
健康情報	60.0	50.1	26.8	43.3	50.8	54.7	24.5	44.9

これを性別にみると、全般的にインターネットの利用は男性で高い傾向を示している。“ニュース”、“生活情報”では、女性より男性で「インターネット」の利用率が高い。“仕事・アルバイト等の情報”では、男性は「新聞」、女性は「雑誌・書籍」の利用率が高い。また、“趣味や遊びの情報”、“生活情報”では男性は「インターネット」で、女性は「雑誌・書籍」で高い。“旅行や店舗情報”は女性の「雑誌・書籍」の利用度が男性より高い。

年代別にみると、各分野において60歳以上の人は、「インターネット」をはじめ各種メディアの利用は年代間で最も低い。

また、“ニュース”、“健康情報”は年代が高いほど「新聞」、「雑誌・書籍」の利用率が高く速報性や正確さを重視していることがうかがえる。同様に、“趣味や遊びの情報”、“旅行や店舗情報”、“生活情報”も年代が高いほど「新聞」を情報入手先にしている。逆に、“趣味・遊び情報”、“仕事・アルバイト等の情報”では若い人ほど「インターネット」の利用率が高い。

職業別では、会社員や公務員、団体職員などは、“勉強の情報”、“趣味や遊びの情報”、“生活情報”は「雑誌・書籍」で、“旅行や店舗情報”は「インターネット」を入手先として利用する率が高い。また、学生やパート等は“仕事・アルバイト等の情報”、“勉強の情報”で「インターネット」、「雑誌・書籍」のウエイトが高い。

【表1-3：情報収集と利用メディア（属性別）】（複数回答）

（％）

	回答者数	ニュース					仕事・アルバイト等の情報					勉強の情報					
		ネット	テレビ	新聞	雑誌・書	不明	ネット	テレビ	新聞	雑誌・書	不明	ネット	テレビ	新聞	雑誌・書	不明	
全体	961	56.5	92.4	70.2	10.3	0.2	51.0	7.7	33.1	32.2	20.1	69.2	12.8	18.2	65.0	7.7	
性別	男性	571	60.8	91.2	72.7	13.7	0.2	52.4	9.5	36.4	29.1	20.5	71.8	11.6	18.9	66.9	6.5
	女性	388	50.0	94.1	66.8	5.2	0.3	49.0	4.9	28.4	36.6	19.3	65.2	14.7	17.3	62.4	9.5
年代別	10～20歳代	243	58.8	91.4	60.9	8.6	0.4	64.6	7.4	20.2	43.6	11.5	74.1	16.5	16.0	64.6	6.2
	30歳代	339	58.7	93.8	66.1	8.3	0.0	48.1	7.7	29.5	31.6	22.7	69.9	11.8	13.0	59.0	8.6
	40歳代	190	51.6	89.5	74.2	8.9	0.0	51.1	8.4	48.4	27.9	17.4	71.6	12.6	21.6	73.7	6.3
	50歳代	148	58.1	93.9	83.8	15.5	0.7	41.2	6.1	39.9	26.4	25.7	60.8	8.1	20.9	67.6	8.8
	60歳以上	41	41.5	95.1	92.7	24.4	0.0	29.3	12.2	43.9	9.8	41.5	53.7	17.1	48.8	68.3	12.2
職業別	会社員	697	57.0	92.4	70.2	10.8	0.3	51.9	8.8	34.7	33.0	19.8	69.3	13.8	16.8	64.8	7.6
	公務員	81	63.0	88.9	76.5	9.9	0.0	48.1	11.1	38.3	30.9	18.5	69.1	13.6	24.7	61.7	6.2
	団体職員	47	51.1	95.7	70.2	19.1	0.0	51.1	4.3	31.9	12.8	23.4	66.0	12.8	23.4	63.8	12.8
	家事専念	20	30.0	90.0	70.0	5.0	0.0	30.0	0.0	45.0	0.0	35.0	50.0	5.0	30.0	60.0	5.0
	学生	44	52.3	86.4	52.3	9.1	0.0	54.5	2.3	9.1	54.5	6.8	77.3	11.4	13.6	81.8	0.0
	パート等	42	57.1	97.6	83.3	4.8	0.0	52.4	0.0	28.6	40.5	16.7	71.4	7.1	23.8	59.5	9.5
	その他	27	59.3	100	59.3	0.0	0.0	40.7	0.0	11.1	22.2	40.7	70.4	3.7	14.8	70.4	14.8
	無職	3	66.7	100	100	0.0	0.0	66.7	33.3	66.7	33.3	33.3	66.7	0.0	33.3	33.3	33.3

	回答者数	趣味や遊びの情報					旅行や店舗の情報					生活情報					
		ネット	テレビ	新聞	雑誌・書	不明	ネット	テレビ	新聞	雑誌・書	不明	ネット	テレビ	新聞	雑誌・書	不明	
全体	961	84.8	32.5	17.1	67.1	1.2	86.9	22.9	14.4	66.4	2.1	66.0	48.5	36.6	40.0	3.7	
性別	男性	571	87.7	31.7	18.4	62.9	1.2	89.5	18.7	14.7	59.9	1.8	69.5	44.8	39.8	34.2	3.7
	女性	388	80.4	33.8	15.2	73.5	1.3	83.0	29.1	13.9	76.0	2.6	60.6	54.1	32.2	48.5	3.9
年代別	10～20歳代	243	85.6	35.4	8.6	73.3	0.8	87.7	23.5	7.4	72.0	2.5	67.9	46.5	23.5	43.6	3.3
	30歳代	339	90.0	34.5	13.0	65.2	0.3	90.6	25.4	8.0	70.2	0.9	70.8	47.8	26.8	44.5	3.8
	40歳代	190	84.2	27.4	20.0	68.4	1.1	84.2	19.5	18.9	67.9	1.6	61.1	52.1	50.5	37.9	2.1
	50歳代	148	79.7	31.1	26.4	60.8	3.4	86.5	20.9	22.3	50.7	4.1	63.5	46.6	48.6	29.1	5.4
	60歳以上	41	58.5	26.8	53.7	63.4	4.9	65.9	22.0	58.5	51.2	4.9	46.3	56.1	87.8	29.3	7.3
職業別	会社員	697	86.7	33.9	17.1	69.3	0.7	87.9	24.4	15.1	67.9	1.3	68.0	49.4	35.9	41.9	3.4
	公務員	81	84.0	28.4	17.3	65.4	1.2	92.6	17.3	13.6	70.4	0.0	64.2	43.2	39.5	34.6	1.2
	団体職員	47	78.7	27.7	17.0	61.7	4.3	85.1	17.0	21.3	57.4	0.0	63.8	55.3	53.2	34.0	2.1
	家事専念	20	75.0	45.0	40.0	45.0	0.0	70.0	20.0	20.0	75.0	10.0	45.0	50.0	40.0	35.0	10.0
	学生	44	79.5	31.8	4.5	56.8	2.3	77.3	25.0	2.3	61.4	6.8	56.8	45.5	13.6	31.8	6.8
	パート等	42	69.0	26.2	16.7	61.9	4.8	78.6	19.0	7.1	57.1	7.1	50.0	50.0	47.6	40.5	2.4
	その他	27	92.6	18.5	14.8	66.7	3.7	85.2	18.5	11.1	51.9	11.1	77.8	29.6	29.6	33.3	14.8
	無職	3	66.7	33.3	66.7	66.7	0.0	100	0.0	33.3	33.3	0.0	66.7	66.7	100	33.3	0.0

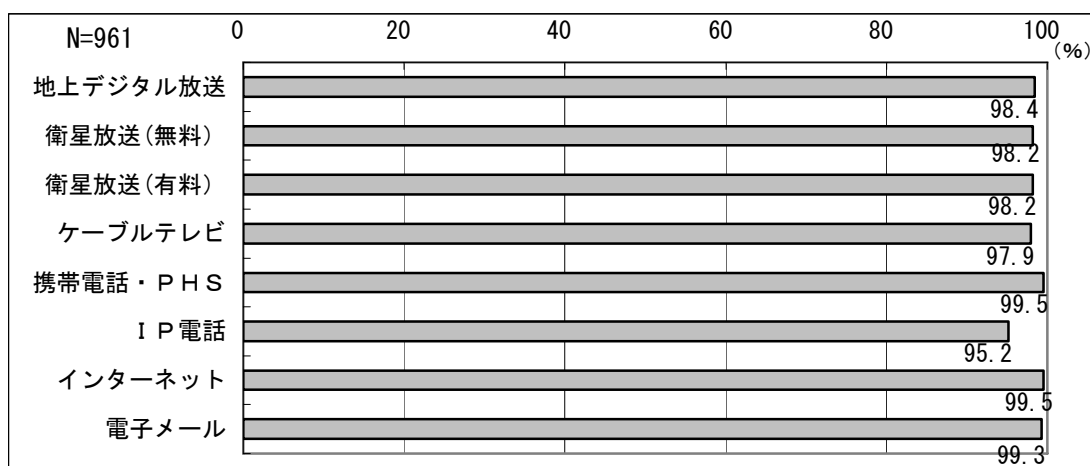
	回答者数	健康情報					
		ネット	テレビ	新聞	雑誌・書	不明	
全体	961	55.2	52.5	25.6	44.1	7.0	
性別	男性	571	58.0	45.2	26.6	39.2	7.4
	女性	388	50.8	63.4	24.2	51.3	6.4
年代別	10～20歳代	243	55.6	55.1	14.8	40.3	8.6
	30歳代	339	56.6	54.6	18.6	46.0	6.8
	40歳代	190	53.2	51.6	34.7	44.7	5.3
	50歳代	148	56.1	45.9	35.8	42.6	7.4
	60歳以上	41	46.3	48.8	68.3	53.7	4.9
職業別	会社員	697	56.5	52.4	25.0	44.5	7.0
	公務員	81	56.8	54.3	23.5	44.4	4.9
	団体職員	47	51.1	48.9	36.2	46.8	6.4
	家事専念	20	35.0	60.0	30.0	40.0	15.0
	学生	44	47.7	52.3	11.4	31.8	6.8
	パート等	42	40.5	57.1	35.7	47.6	9.5
	その他	27	74.1	44.4	33.3	44.4	3.7
	無職	3	33.3	66.7	33.3	66.7	0.0

(2) 情報メディアの利用状況

①情報メディアの認知状況

今回の調査対象者は、社会の情報化に関心や関わりを持った企業・団体の関係者が中心であり、また、インターネットを介して回答を寄せた人が多いことから、IP 電話以外の各メディアともほぼ 98%以上の認知率で、対象者のほぼ全員が認知していると言える。

【図1-2：情報メディアの認知状況】（複数回答）



【表1-4：情報メディアの認知状況（属性別）】（複数回答） (%)

		回答者数	地上デジタル放送	衛星放送(無料)	衛星放送(有料)	ケーブルテレビ	携帯電話・PHS	IP電話	インターネット	電子メール
全体		961	98.4	98.2	98.2	97.9	99.5	95.2	99.5	99.3
性別	男性	571	99.4	99.3	98.4	98.6	99.8	98.0	99.8	99.6
	女性	388	96.7	96.4	97.7	96.7	99.0	90.8	98.9	98.7
年代別	10～20歳代	243	98.0	98.4	99.2	98.4	99.6	91.8	99.6	99.6
	30歳代	339	99.1	98.5	97.6	97.9	100.0	96.5	100.0	100.0
	40歳代	190	98.9	97.9	99.5	98.4	100.0	97.9	100.0	99.5
	50歳代	148	97.9	97.9	98.0	97.9	98.6	96.0	99.3	99.3
	60歳以上	41	92.7	95.1	90.2	90.2	95.1	87.8	92.7	90.3
職業別	会社員	697	98.6	98.6	98.3	98.7	99.5	96.3	99.6	99.6
	公務員	81	100.0	98.8	100.0	100.0	99.6	97.5	100.0	100.0
	団体職員	47	97.9	93.6	93.6	93.6	100.0	97.9	100.0	100.0
	家事専念	20	100.0	95.0	95.0	95.0	97.9	85.0	95.0	95.0
	学生	44	93.2	97.7	97.7	95.5	100.0	86.4	100.0	100.0
	パート	42	97.6	97.6	100.0	92.8	100.0	90.5	100.0	100.0
	その他	27	96.3	96.3	96.3	88.9	100.0	81.5	96.3	88.9
	無職	3	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

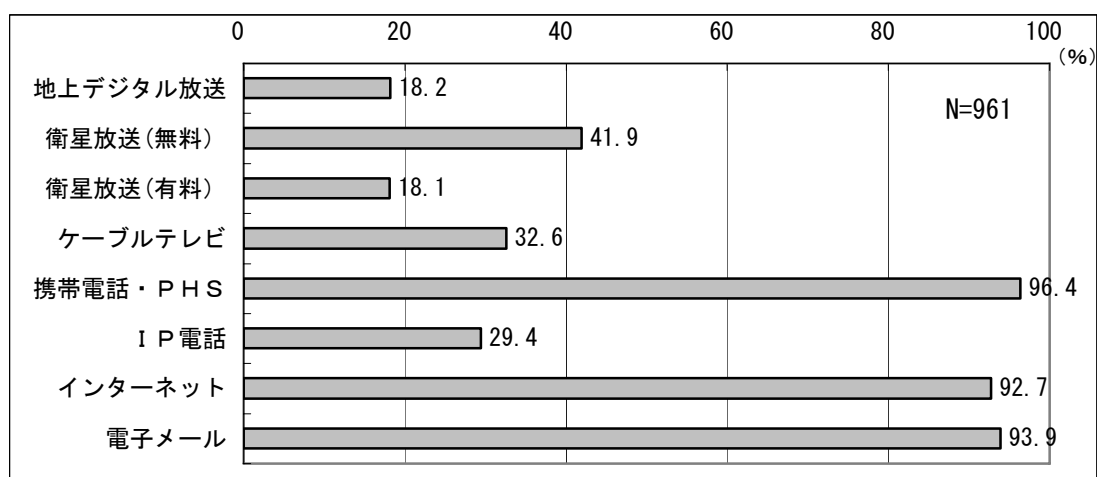
②利用している情報メディア

よく利用する情報メディアは、「携帯電話・PHS」(96.4%)、「電子メール」(93.9%)、「インターネット」(92.7%)であり、通信系のほぼ全てが90%以上と高く、上位を占めている。次いで「衛星放送(無料)」(41.9%)、「ケーブルテレビ」(32.6%)など放送系となっている。

放送系では、別途の視聴料金が必要でない「衛星放送(無料)」が41.9%と非常に高い点が注目される。なお、「地上デジタル放送」(18.2%)、「衛星放送(有料)」(18.1%)は、利用率はあまり高くはないが、今後の伸びが期待されている。

なお、本アンケートにおいてアナログ放送テレビについて触れていないのは、アナログ放送テレビは利用率がほぼ100%であると見なしていることによる。

【図1-3：利用している情報メディア】(複数回答)



これを他の調査データと比較すると【表 1-5】の通りであり、調査対象者や質問方法、調査時期などは異なるが、大部分の項目で今回調査での利用率は高い。このことから、今回調査の対象者は、ICT化に関係する、あるいは関心のある人達であることがうかがえる。

【表1-5：他調査における情報メディアの利用状況】

今回調査の利用率 (%)		他調査の利用率等 (%)		資料の出所
衛星放送(無料)	41.9	BS(無料及びNHK)	43.2	平成16年通信利用動向調査報告書(世帯編) 平成17年3月
衛星放送(有料)	18.8	BS(WOWWOW)又はCS	14.6	
ケーブルテレビ	32.6	ケーブルテレビ世帯加入率	28.9	
携帯電話・PHS	96.4	携帯電話世帯保有率	91.1	
		携帯電話利用率(過去1年間)	65.1	
IP電話	29.4	IP電話利用率(世帯)	12.7	
インターネット	92.7	インターネット利用率(世帯)	86.8	
		インターネット利用率(個人)	69.4	

これを性別にみると、「IP電話」、「衛星放送(無料)」で、女性に比べ男性で高いが、女性の「インターネット」利用が89.9%と高く、家庭の中に深くパソコンが普及していることがう

かがえる。

年代別では、「携帯電話・PHS」、「インターネット」、「電子メール」は年代の若いほど利用率が高いが、50歳代で89.9%、60歳以上でも75.6%に達し、インターネットがもはや若者の情報メディアではなくなっている。その他のメディアは、年代が高くなるほど利用率が低くなる傾向がうかがえる。特に、情報化の牽引役となっていると考えられる10～30歳代の若い世代の情報メディアの利用行動は、通信費が安価になったこともありパソコン・携帯電話といったメディアの利用に積極的である。更に、後述の“インターネットの利用内容”にみるように、これらメディア利用への誘因は、「仕事」ではなく「楽しみ」として音楽・映像等の商業化された娯楽系のメディアへの消費意欲が高い。40歳代を超えると「IP電話」や「ケーブルテレビ」、「地上デジタルテレビ」、「衛星放送（有料・無料）」といった放送系メディアのウエイトが高くなる。

職業別では、「衛星放送（有料・無料）」は団体職員や家事専念、パート等で、「ケーブルテレビ」は会社員で高く、「携帯電話・PHS」は家事専念以外で高い。

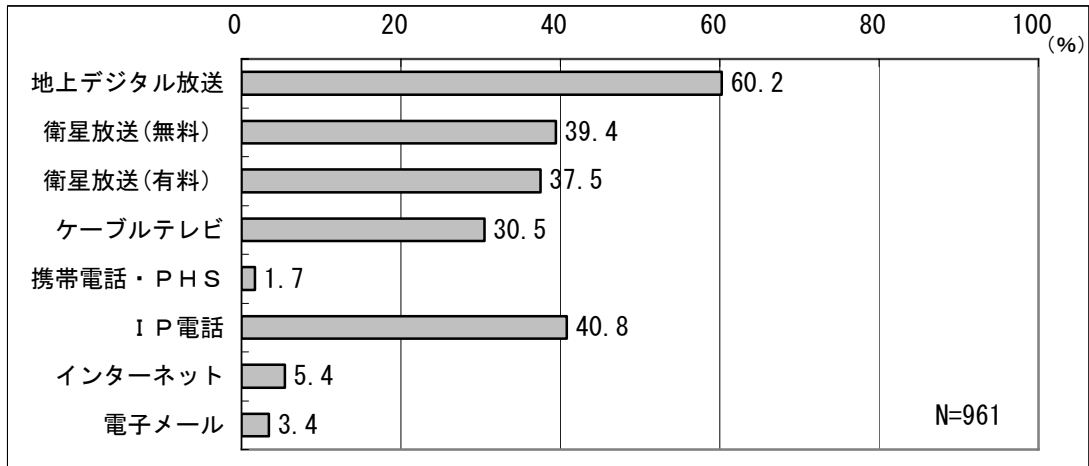
【表1-6：利用している情報メディア（属性別）】（複数回答） (%)

		回答者数	地上デジタル放送	（衛星放送） （無料放送）	（衛星放送） （有料放送）	ケーブルテレビ	S 携帯・PHS	IP 電話	インターネット	電子メール
全体		961	18.2	41.9	18.1	32.6	96.4	29.4	92.7	93.9
性別	男性	571	18.6	45.5	16.3	34.2	96.8	34.9	94.6	95.3
	女性	388	17.8	36.9	20.9	30.4	95.6	21.4	89.9	91.8
年代別	10～20歳代	243	19.3	35.8	14.4	30.9	97.1	25.1	93.4	94.7
	30歳代	339	12.1	37.5	13.6	27.1	97.6	29.5	95.6	96.5
	40歳代	190	23.2	46.8	23.2	35.8	95.8	31.1	92.6	94.2
	50歳代	148	21.6	50.7	25.0	40.5	95.9	33.1	89.9	91.9
	60歳以上	41	26.8	61.0	29.3	43.9	85.4	34.1	75.6	73.2
職業別	会社員	697	18.2	41.8	16.1	34.3	96.4	32.1	92.7	94.8
	公務員	81	16.0	40.7	17.3	32.1	100.0	19.8	96.3	96.3
	団体職員	47	19.1	44.7	23.4	29.8	95.7	29.8	89.4	91.5
	家事専念	20	20.0	50.0	40.0	20.0	85.0	25.0	90.0	85.0
	学生	44	18.2	31.8	13.6	15.9	97.7	18.2	90.9	93.2
	パート	42	19.0	40.5	28.6	23.8	90.5	14.3	90.5	85.7
	その他	27	18.5	51.9	33.3	40.7	85.2	29.6	96.3	85.2
	無職	3	33.3	100.0	66.7	66.7	100.0	66.7	100.0	100.0

③情報メディアへの関心度

今後、機会があれば利用したいメディアは、「地上デジタル放送」が60.2%と最も高く、次いで「IP電話」（40.8%）、「衛星放送（無料）」（39.4%）、「衛星放送（有料）」（37.5%）、「ケーブルテレビ」（30.5%）であり、放送系が上位を占めている。携帯電話・PHSやパソコンは普及の飽和点にあることがうかがえる。

【図1-4：機会があれば利用したいメディア】（複数回答）



性別にみると、男女とも今後の関心は「地上デジタル放送」、「IP 電話」に移行しており、特に女性に比べ男性で高い。

年代別では、「衛星放送（有料・無料）」、「ケーブルテレビ」、「IP 電話」は年代が若いほど高く、特に10～30歳代が顕著であり、今後の若い層の動向が注目される。

職業別では、家事専念が「地上デジタルテレビ」に最も関心を寄せているが、公務員、会社員、団体職員は「地上デジタルテレビ」をはじめ「衛星放送（有料・無料）」、「ケーブルテレビ」、「IP 電話」など今後の欲求メディアは多岐に亘っている。

【表1-7：機会があれば利用したいメディア（属性別）】（複数回答） (%)

		回答者数	地上デジタル放送 (%)	衛星放送(無料) (%)	衛星放送(有料) (%)	ケーブルテレビ (%)	携帯電話・PHS (%)	IP電話 (%)	インターネット (%)	電子メール (%)
全体		961	60.2	39.4	37.5	30.5	1.7	40.8	5.4	3.4
性別	男性	571	65.1	38.9	38.2	29.4	1.6	43.1	3.7	2.3
	女性	388	53.1	39.9	36.1	31.7	1.8	37.4	8.0	5.2
年代別	10～20歳代	243	58.0	45.3	46.9	35.8	1.2	41.6	5.3	4.5
	30歳代	339	65.8	44.2	42.5	34.5	0.9	42.5	4.1	2.1
	40歳代	190	58.4	33.7	28.4	25.3	3.2	38.4	5.8	3.7
	50歳代	148	54.7	30.4	25.7	23.0	2.0	40.5	6.1	3.4
	60歳以上	41	56.1	24.4	24.4	17.1	2.4	34.1	12.2	7.3
職業別	会社員	697	61.1	40.5	39.3	30.0	1.4	40.2	5.7	3.2
	公務員	81	59.3	35.8	38.3	35.8	0.0	56.8	3.7	1.2
	団体職員	47	61.7	31.9	40.4	34.0	2.1	42.6	6.4	4.3
	家事専念	20	65.0	25.0	20.0	20.0	5.0	40.0	5.0	10.0
	学生	44	59.1	47.7	34.1	36.4	2.3	36.4	6.8	6.8
	パート	42	47.6	38.1	26.2	28.6	4.8	31.0	4.8	4.8
	その他	27	55.6	40.7	22.2	25.9	3.7	33.3	0.0	3.7
	無職	3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

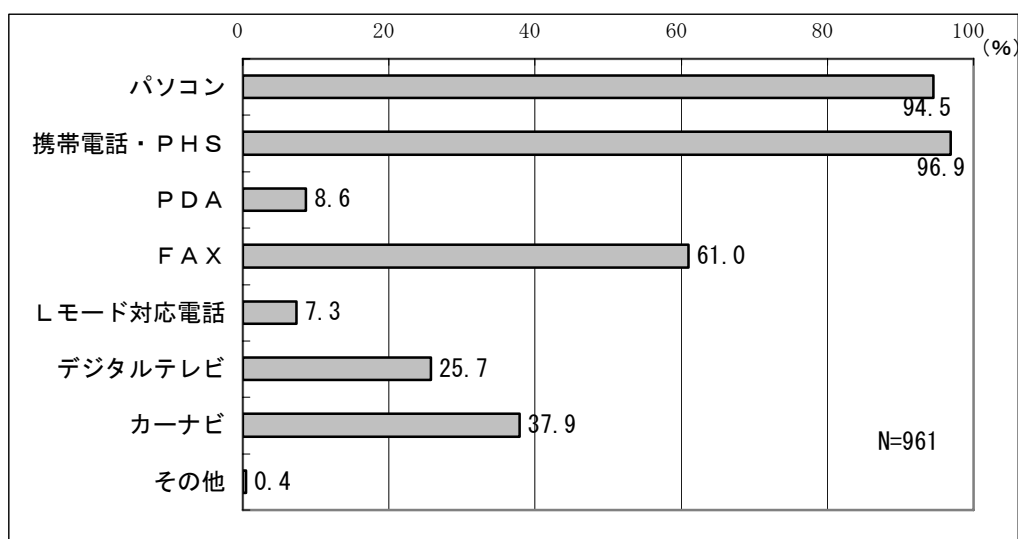
(3) 現在所有のICT機器

ICT機器の世帯所有率は高く、

- ・携帯電話・PHS 96.9%
- ・パソコン 94.5%
- ・FAX 61.6%
- ・カーナビ 37.9%
- ・デジタルテレビ 25.7%

が顕著であり、種々の情報通信ツールを使いたいときに使うことが可能な環境が醸成されつつあることがうかがえる。

【図1-5：所有しているICT機器】（複数回答）



これを他の調査データと比較すると【表 1-8】の通りであり、概ね全国調査と同様の保有傾向であるが、大部分の項目で今回調査での保有率は高い。

【表1-8：他調査におけるICT機器の保有状況】

今回調査の 所有率 (%)		他調査の 所有率等 (%)		資料の出所
パソコン	94.5	パソコン	77.5	
携帯電話・PHS	96.9	携帯電話	91.1	
PDA	8.6	PHS	5.7	
FAX	61.0	携帯情報端末	4.9	
カーナビ	37.9	FAX	52.9	
		カーナビ	33.5	

これを年代別にみると、「パソコン」、「携帯電話・PHS」は年代間に差はなく、20歳代や30歳代が中心であったICT機器が、年齢の枠を超えて広がりを見せており、特に「携帯電話・PHS」は、外出先や移動中の通話利用から自宅内での通話にも利用するなど、利用形態の変化と個人財としての傾向を強めていることがうかがえる。また、最近話題の「デジタルテレビ」は40～60歳以上で高い。

職業別では、「Lモード対応電話」、「FAX」、「カーナビ」は家事専念に多い。

【表1-9：所有しているICT機器（属性別）】（複数回答） (%)

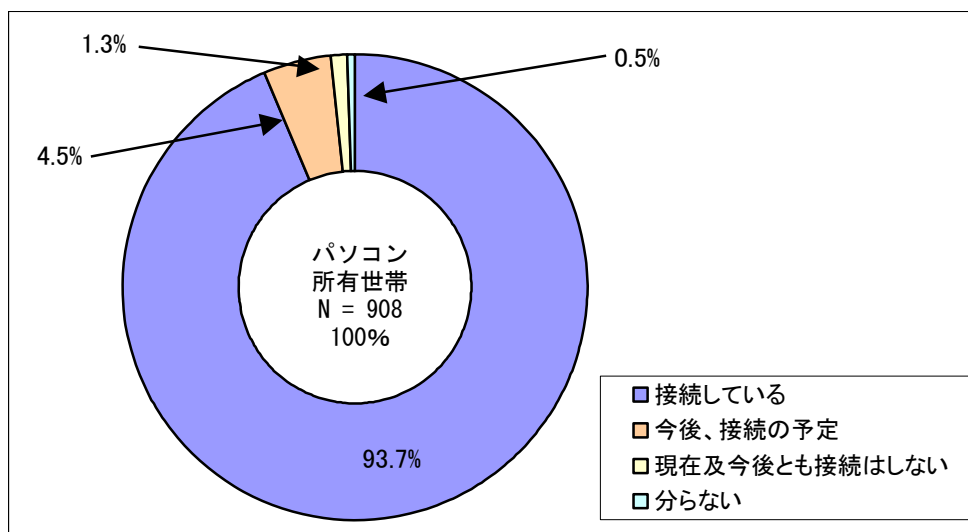
		回答者数	パソコン	S携帯電話・PHS	PDA	FAX	話Lモード対応電	デジタルテレビ	カーナビ	その他	不明
全体		961	94.5	96.9	8.6	61.0	7.3	25.7	37.9	0.4	0.2
性別	男性	571	96.5	96.7	11.0	62.0	6.0	25.9	40.8	0.5	0.2
	女性	388	91.5	97.2	5.2	59.3	9.0	25.5	33.8	0.3	0.3
年代別	10～20歳代	243	95.5	97.5	4.1	46.9	9.1	25.5	27.6	0.0	0.0
	30歳代	339	96.2	97.1	9.7	61.7	7.7	19.5	42.8	0.6	0.0
	40歳代	190	90.0	95.8	9.5	67.4	4.7	31.6	34.2	1.1	0.0
	50歳代	148	95.3	97.3	12.8	68.2	7.4	30.4	43.9	0.0	0.7
	60歳以上	41	92.7	95.1	7.3	82.9	4.9	34.1	53.7	0.0	2.4
職業別	会社員	697	93.4	97.1	9.2	61.1	6.9	27.1	36.9	0.6	0.3
	公務員	81	98.8	97.5	6.2	54.3	8.6	19.8	46.9	0.0	0.0
	団体職員	47	97.9	93.6	6.4	68.1	4.3	25.5	42.6	0.0	0.0
	家事専念	20	100.0	100.0	10.0	85.0	20.0	30.0	60.0	0.0	0.0
	学生	44	100.0	97.7	2.3	38.6	9.1	11.4	20.5	0.0	0.0
	パート	42	90.5	92.9	2.4	66.7	4.8	23.8	23.8	0.0	0.0
	その他	27	96.3	96.3	25.9	74.1	11.1	33.3	59.3	0.0	0.0
無職	3	100.0	100.0	0.0	66.7	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	

(4) パソコンの活用状況

① 所有パソコンのインターネット接続有無

現在、所有パソコンのインターネット接続状況を見ると、「接続している」(93.6%)、「今後、接続の予定」(4.5%)で、両者を合わせると98.1%とほぼ全員が接続している状況であり、パソコン所有=インターネット接続の感を呈している。

【図1-6：所有パソコンのインターネット接続有無】（単一回答）



年代別では、若い年代ほど接続率は高い。しかし、「今後、接続の予定」まで入れると年代間には殆ど差はみられない。

職業別では、家事専念、団体職員で若干「接続している」が低い、「今後、接続の予定」まで入れると職業間には殆ど差は見られない。

【表1-10：所有パソコンのインターネット接続有無（属性別）】（単一回答）(%)

		(PC回答者数 所有世帯)	接続している	今後、接続の予定	現在及今後とも接続はしない	分からない
全体		908	93.6	4.5	1.3	0.5
性別	男性	551	95.3	3.6	0.5	0.6
	女性	355	91.0	5.9	2.5	0.6
年齢別	10～20歳代	232	94.8	3.4	1.7	0.0
	30歳代	326	94.8	4.0	0.9	0.3
	40歳代	171	93.6	3.5	2.3	0.6
	50歳代	141	90.8	7.1	0.7	1.4
	60歳以上	38	86.8	10.5	0.0	2.6
職業別	会社員	651	94.0	4.6	0.9	0.5
	公務員	80	92.5	6.3	1.3	0.0
	団体職員	46	91.3	8.7	0.0	0.0
	家事専念	20	90.0	5.0	0.0	5.0
	学生	44	93.2	0.0	6.8	0.0
	パート	38	92.1	2.6	5.3	0.0
	その他	26	96.2	0.0	0.0	3.8
	無職	3	100.0	0.0	0.0	0.0

②インターネットの利用内容

インターネットの利用内容をみると、

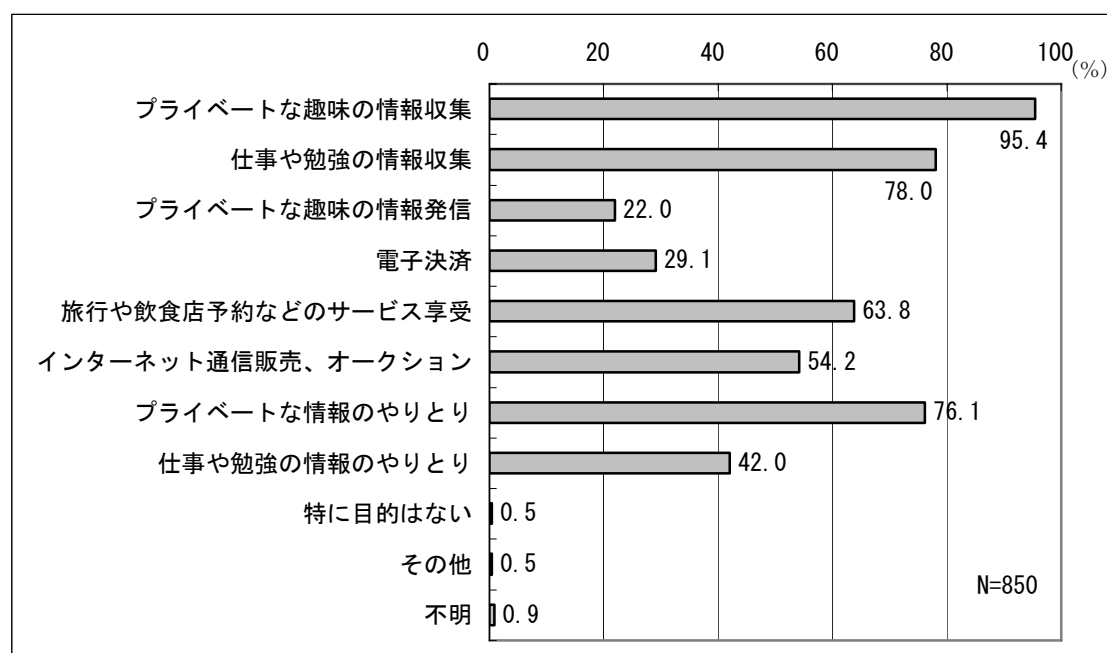
- ・プライベートな趣味の情報収集..... 95.4%
- ・仕事や勉強の情報収集..... 78.0%
- ・プライベートな情報のやりとり..... 76.1%

がトップ3で、仕事や勉強時に必要な情報収集のツールとして利用するとともに、プライベートな情報の収集や友人・知人との交流（メール）などに積極的に活用するなど、インターネット利用が仕事や勉強中心から、電子メール、趣味のホームページ閲覧などに軸足を移している。

また、「旅行や飲食店の予約」（63.8%）、「インターネット通販、オークション」（54.2%）、「プライベートな趣味情報の発信」（22.0%）にも積極的に利用しており、インターネットが単なる情報収集の手段ではなく、購買活動や個人の意見など情報発信ツールとして利用されるとともに、“趣味縁”といった新たなコミュニティ形成にも活用されはじめている。

数年前までは、パソコンの利用目的は仕事や勉強のためであり、パソコンを使えないと取り残されるといった危機感や不安感があった。しかし、この調査で明らかのように、現在では“プライベートで楽しむ”ためにインターネットにアクセスしている。更に、娯楽感覚でインターネットを利用することからステップアップし、購買活動や地域情報の入手など日常生活にインターネットを活用している。

【図1-7：インターネットの利用内容】（複数回答）



これを性別にみると、男女とも「プライベートな趣味の情報収集」が最も高いが、家庭においても仕事や勉強にインターネットを活用しており、特に男性は「仕事や勉強の情報収集」、「仕事や勉強の情報のやりとり」、「電子決済」が高い。

年代別では、10歳代、20歳代が中心だったインターネットは、性別・年齢を超えて確実に普及拡大しており、今後の社会を牽引する若い層の用途をみると、10～20歳代は「プライベートな趣味の情報収集」、「プライベートな趣味の情報発信」が多く、ゲーム感覚や娯楽感覚でサービスを利用していることがうかがえる。30歳代は「電子決済」、「旅行や飲食店予約のサービス享受」、「インターネット通販、オークション」が高く、インターネットを単なる楽しみの道具から、購買やサービス享受目的の情報収集、電子商取引など、日常的な生活への活用と利用範囲を拡大している。40歳以上の層は仕事や勉強に利用することが他年代より多い。

職業別では、「仕事や勉強の情報収集」、「仕事や勉強の情報のやりとり」は家事専念を除いた職種で高い。同様に、「プライベートな趣味の情報収集」、「プライベートな情報発信」、「プライベートな情報のやりとり」も概ね職業に関係なく高く、仕事や勉強がらみ中心から、友人と電子メールのやりとりや趣味でのホームページ閲覧など、プライベート利用中心へ軸足を移していることがうかがえる。

【表1-11：インターネットの利用内容（属性別）】（複数回答） (%)

		回答者数 (インターネット 接続者)	情報 収集 プライベート な趣味の	仕事 や勉強の 情報収集	情報 発信 プライベート な趣味の	電子 決済	旅行 や飲食店 予約など のサービス 享受	売、イン ターネット オークシ ョン通 信販	やプ ライ ベ ー ト な 情 報 の や り と り	り仕 と事 や 勉 強 の 情 報 の や り と り	特 に 目 的 は な い	そ の 他	不 明
全体		850	95.4	78.0	22.0	29.1	63.8	54.2	76.1	42.0	0.5	0.5	0.9
性別	男性	525	96.2	84.2	23.6	34.5	63.8	54.3	75.0	49.1	0.4	0.4	1.0
	女性	323	94.1	68.1	19.5	20.4	63.5	53.9	78.0	30.7	0.6	0.3	0.9
年齢別	10～20歳代	220	97.3	77.7	30.5	25.9	60.5	54.5	70.0	41.8	0.0	0.5	1.0
	30歳代	309	95.5	75.4	18.1	32.7	67.3	57.0	77.3	36.6	0.3	0.3	1.0
	40歳代	160	95.6	80.6	16.9	29.4	61.9	49.4	77.5	44.4	0.6	1.3	1.2
	50歳代	128	92.2	79.7	21.9	26.6	63.3	57.8	82.0	48.4	1.6	0.0	0.8
	60歳以上	33	93.9	84.8	27.3	24.2	63.6	36.4	75.8	57.6	0.0	0.0	0.0
職業別	会社員	612	96.2	76.8	21.7	31.4	65.8	53.1	77.1	41.8	0.7	0.5	0.8
	公務員	74	93.2	85.1	17.6	13.5	58.1	60.8	71.6	35.1	0.0	1.4	2.8
	団体職員	42	85.7	81.0	26.2	38.1	73.8	66.7	76.2	57.1	0.0	0.0	2.4
	家事専念	18	88.9	44.4	16.7	22.2	44.4	55.6	72.2	5.6	0.0	0.0	0.0
	学生	41	95.1	85.4	22.0	9.8	34.1	39.0	65.9	58.5	0.0	0.0	0.0
	パート	35	100.0	80.0	28.6	22.9	57.1	65.7	82.9	25.7	0.0	0.0	0.0
	その他	25	96.0	88.0	32.0	44.0	84.0	48.0	76.0	60.0	0.0	0.0	0.0
	無職	3	100.0	100.0	0.0	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	0.0	0.0	0.0

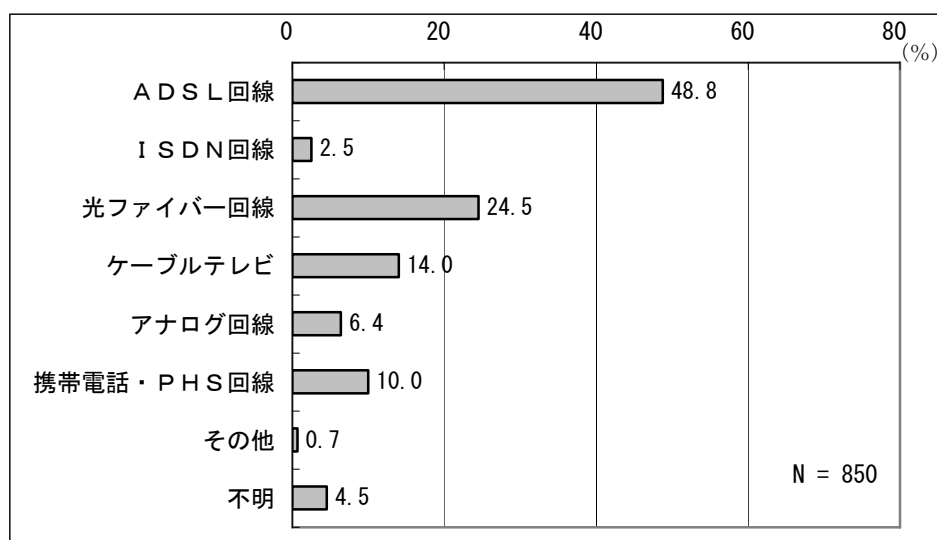
③インターネットの接続回線

インターネットの接続回線を全体で見ると、「ADSL 回線」(48.8%)がほぼ過半数を占め、次いで、「光ファイバー回線」(24.5%)、「ケーブルテレビ回線」(14.0%)となっており、この3種類の回線で87.3%に達し、今回の調査対象者のほぼ90%の世帯で高速回線が導入されている。

それでも「アナログ回線」(6.4%)は少数派であるがまだまだ存在しており、インフラの整備状況によるものであることが考えられる。

また、「携帯電話・PHS」利用者が10.0%であり、家庭でも状況により使い分けているであろうことがうかがえる。

【図1-8：インターネットの接続回線】(複数回答)



これを年代別にみると、年代間には殆ど差はないが、「ADSL 回線」では若干30~50歳代で高く、また40歳以上では「光ファイバー回線」が高い。

職業別では、職種に関係なく「ADSL 回線」が最も多いが、学生は「光ファイバー回線」の利用が若干多い。

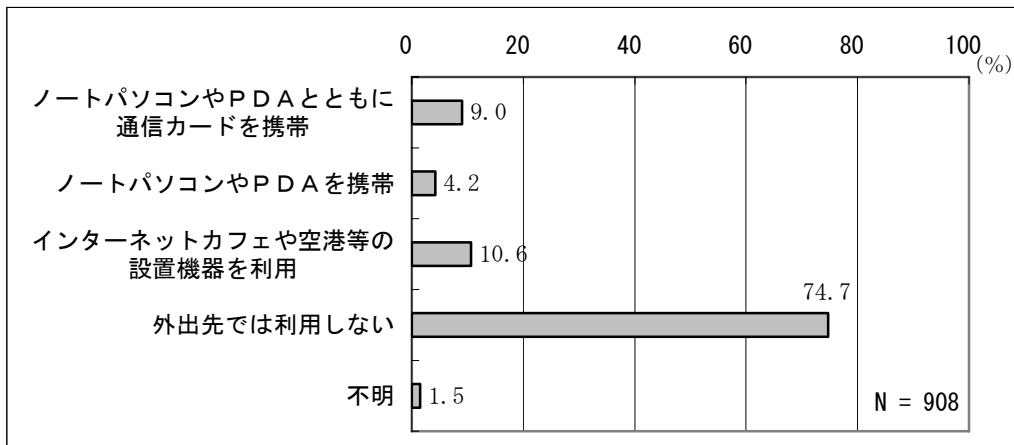
【表1-12：インターネットの接続回線（属性別）】（複数回答）（%）

		(インターネット 接続者) 回答者数	A D S L 回 線	I S D N 回 線	光 フ ア イ バ ー 回 線	ケ ー ブ ル テ レ ビ	ア ナ ロ グ 回 線	回 携 帯 電 話 ・ P H S	そ の 他	不 明
全体		850	48.8	2.5	24.5	14.0	6.4	10.0	0.7	4.5
性別	男性	525	51.0	1.9	27.0	15.2	5.0	10.3	1.0	1.6
	女性	323	44.9	3.4	20.4	12.1	8.7	9.3	0.3	9.3
年齢別	10～20歳代	220	44.1	1.8	24.1	14.5	6.8	10.0	0.9	6.8
	30歳代	309	50.8	2.3	22.0	12.0	8.4	9.1	1.3	3.9
	40歳代	160	48.8	2.5	26.3	15.6	3.1	11.9	0.0	5.4
	50歳代	128	53.9	3.1	26.6	15.6	4.7	10.9	0.0	1.6
	60歳以上	33	42.4	6.1	33.3	15.2	6.1	6.1	0.0	6.1
職業別	会社員	612	47.1	2.5	25.0	15.4	6.4	10.9	0.3	4.9
	公務員	74	51.4	1.4	23.0	14.9	9.5	9.5	0.0	2.7
	団体職員	42	61.9	7.1	21.4	2.4	7.1	4.8	0.0	0.0
	家事専念	18	83.3	5.6	11.1	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0
	学生	41	48.8	2.4	29.3	7.3	4.9	4.9	2.4	4.9
	パート	35	48.6	0.0	11.4	17.1	2.9	8.6	2.9	8.6
	その他	25	40.0	0.0	40.0	12.0	8.0	12.0	8.0	4.0
無職	3	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	

④外出先でのインターネットの利用方法

外出先では、利用方法が異なるものの、4人に1人（23.8%）がインターネットを利用して
いる。そのときの利用端末は、「インターネットカフェや空港等の設置機器を利用」（10.6%）
が最も多いが、「ノートパソコンやPDAとともに通信カードを携帯して利用」（9.0%）、「ノ
ートパソコンやPDAを携帯し、ホットスポット等の利用可能環境で利用」（4.2%）と、少なく
とも自分の端末を携帯する人も13.2%と、ほぼ8人に1人の割合であり、空港や駅、ホテルな
ど公共性の高い施設での接続環境整備の必要性がうかがえる。

【図1-9：外出先でのインターネット利用方法】（単一回答）



これを性別で見ると、外出先でも利用する人は男性で若干高い。

年代別では、10～40歳代での利用者が多い。利用方法は、10～20歳代は「インターネットカフェ等の設置機器を利用」が17.2%と多いが、30歳を超えると少なくとも端末は携帯しており、30～50歳代は「端末とともに通信カード携帯」が10%強と多く、60歳以上は「端末のみ携帯・利用環境活用」(7.9%)が多くなっている。

職業別では、全体的にみると学生、パート等の利用率が高いが、会社員、公務員、団体職員の利用も23%前後で4人に1人の割合である。学生は「端末のみ携帯・利用環境活用」(13.6%)、パート等は「インターネットカフェ等の設置機器を利用」(23.7%)が高い。

【表1-13：外出先でのインターネット利用方法（属性別）】（単一回答）（%）

		(PC所有者) 回答者数	通とノ 信とト カもパ ーにソ ドをコ ン 携や 帯P D A	をノ 携ト 帯パ ソ コ ン や P D A	設空イ 置港ン 機器等 器の をネ 利用ッ ト カ フ エ や	外 出 先 で は 利 用 し な い	不 明
全体		908	9.0	4.2	10.6	74.7	1.5
性別	男性	551	12.7	5.6	8.9	71.3	1.5
	女性	355	3.1	2.0	13.2	80.0	1.7
年齢別	10～20歳代	232	5.6	4.7	17.2	71.6	0.9
	30歳代	326	9.2	3.1	9.2	77.6	0.9
	40歳代	171	12.3	5.3	9.9	72.5	0.0
	50歳代	141	12.1	3.5	5.0	75.9	3.5
	60歳以上	38	2.6	7.9	5.3	73.7	10.5
職業別	会社員	651	9.7	2.8	10.8	75.6	1.2
	公務員	80	5.0	7.5	11.3	75.0	1.3
	団体職員	46	10.9	4.3	6.5	73.9	4.3
	家事専念	20	0.0	0.0	5.0	90.0	5.0
	学生	44	9.1	13.6	4.5	70.5	2.3
	パート	38	0.0	5.3	23.7	68.4	2.6
	その他	26	23.1	15.4	7.7	53.8	0.0
	無職	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

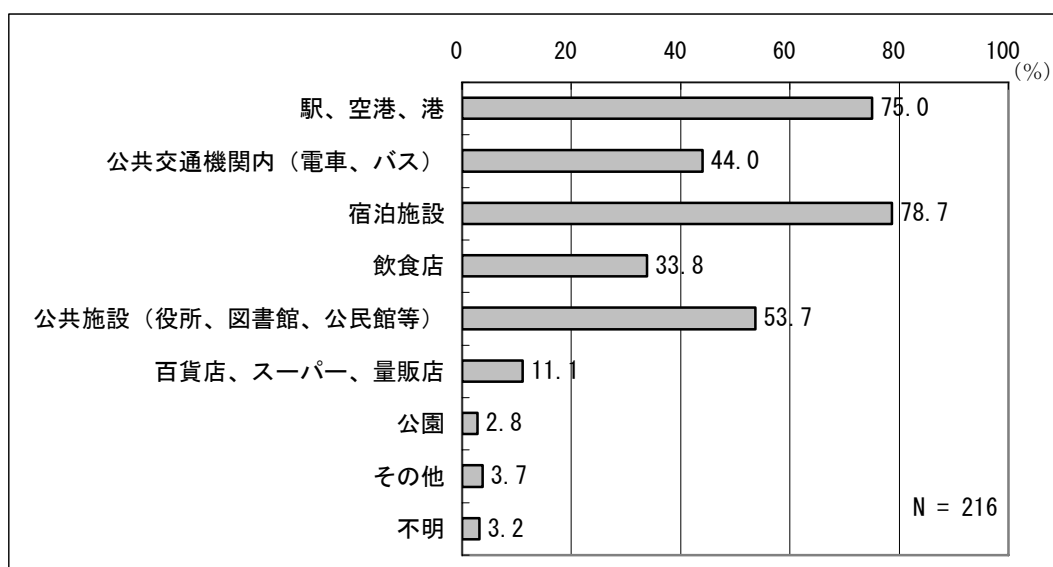
⑤外出先でのインターネット利用充実場所

外出先でのインターネット利用充実場所は、

- ・ 宿泊施設 78.7%
- ・ 駅、空港、港 75.0%
- ・ 公共施設 53.7%

がトップ3で、次いで「公共交通機関内」(44.0%)となっており、公共的なスペースでの利用意向が高い。

【図1-10：外出先でのインターネットの利用充実場所】（複数回答）



これを性別でみると、男性はどちらかと言えば様々な施設の充実を望んでいるが、女性に比べ、「公共交通機関内」、「飲食店」で高く、逆に女性は「百貨店、スーパー、量販店」で高い。

年代別では、「駅、空港、港」は年代が高いほど充実意向は高くなるが、30～50歳代では「公共交通機関内」、「宿泊施設」での意向が高い。

職業別では、会社員や公務員は「宿泊施設」の充実意向が非常に高く、インターネット接続は出張時には必須となっており、ホテル・旅館にとってインターネット接続の環境整備が求められている。

【表1-14：外出先でのインターネットの利用充実場所（属性別）】（複数回答） (%)

		ネット利用者 (外出先インターネット 回答者数)	駅、 空港、 港	車、公 共交 通機 関内 (電 車、 バス)	宿 泊 施 設	飲 食 店	書公 館、 施 設 (役 所、 図 書 館、 公 民 館 等)	量 販 店、 ス ー パ ー、	公 園	そ の 他	不 明
全体		216	75.0	44.0	78.7	33.8	53.7	11.1	2.8	3.7	3.2
性別	男性	150	75.3	54.0	78.0	40.0	50.7	6.7	2.7	3.3	2.7
	女性	65	73.8	20.0	80.0	20.0	60.0	21.5	3.1	4.6	4.6
年齢別	10～20歳代	64	70.3	35.9	67.2	35.9	48.4	14.1	4.7	4.7	4.7
	30歳代	70	74.3	45.7	84.3	37.1	51.4	7.1	0.0	4.3	2.9
	40歳代	47	80.9	53.2	80.9	40.4	66.0	14.9	4.3	2.1	4.3
	50歳代	29	75.9	48.3	89.7	13.8	48.3	10.3	0.0	3.4	0.0
	60歳以上	6	83.3	16.7	66.7	16.7	66.7	0.0	16.7	0.0	0.0
職業別	会社員	151	75.5	48.3	79.5	37.7	53.0	9.3	2.0	4.6	4.0
	公務員	19	63.2	26.3	100.0	36.8	63.2	26.3	5.3	0.0	0.0
	団体職員	10	90.0	70.0	70.0	20.0	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	家事専念	1	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	学生	12	66.7	33.3	41.7	25.0	33.3	0.0	8.3	8.3	0.0
	パート	11	81.8	0.0	72.7	18.2	45.5	18.2	0.0	0.0	0.0
	その他	12	75.0	50.0	91.7	16.7	50.0	8.3	8.3	0.0	8.3
無職	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

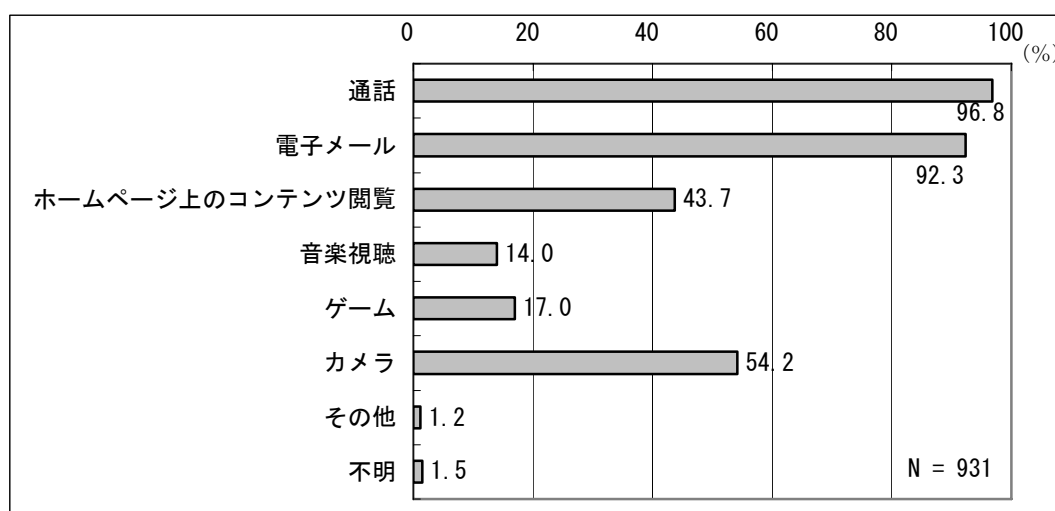
(5) 携帯電話・PHSの活用状況

①携帯電話・PHSの利用機能

携帯電話・PHSの日頃の利用機能は、「通話」(96.8%)、「電子メール」(92.3%)が突出しており、続いて「カメラ」(54.2%)、「ホームページ上のコンテンツ閲覧」(43.7%)となっている。殆どの人が通話機能を利用し、同時に友人等との電子メール交換や趣味でのホームページを閲覧するなど、インターネット利用が活発化していることがうかがえる。

携帯電話・PHSによる「ホームページ上のコンテンツ閲覧」は、先の家庭のパソコンによるコンテンツ閲覧である「プライベートや趣味の情報収集」、「仕事や勉強の情報収集」に比べて低いものの、40%強の人が利用していることは、携帯電話・PHSがパソコンと並ぶインターネット端末として主要なICT機器の位置を占めてきており、いつでも・どこでも・誰でもがアクセスできる社会のインフラとなり得た感が強い。

【図1-11：携帯電話・PHSの利用機能】(複数回答)



これを性別にみると、一般的に情報機器に比較的疎遠と言われている中高年の女性にも着実に利用が拡大している。特に、「カメラ」、「電子メール」で若干女性の利用が高い傾向がみられるが、男女とも携帯電話・PHSの機能をフルに使っている。

年代別では、各機能とも若い年代層ほど利用率が高いが、中高年齢層にも着実に浸透している。特に、携帯電話・PHSの機能をフルに活用している層は10~20歳代で、「電子メール」、「ホームページ上のコンテンツ閲覧」、「音楽視聴」、「ゲーム」、「カメラ」と多岐にわたりモバイル時代のパイオニア的役割を演じている。

職業別では、「通話」は職業に関わりなく広く利用されているが、最もよく携帯電話・PHSの機能を活用しているのは会社員や公務員で、若い10~30歳代と同様に様々な機能を利用している。

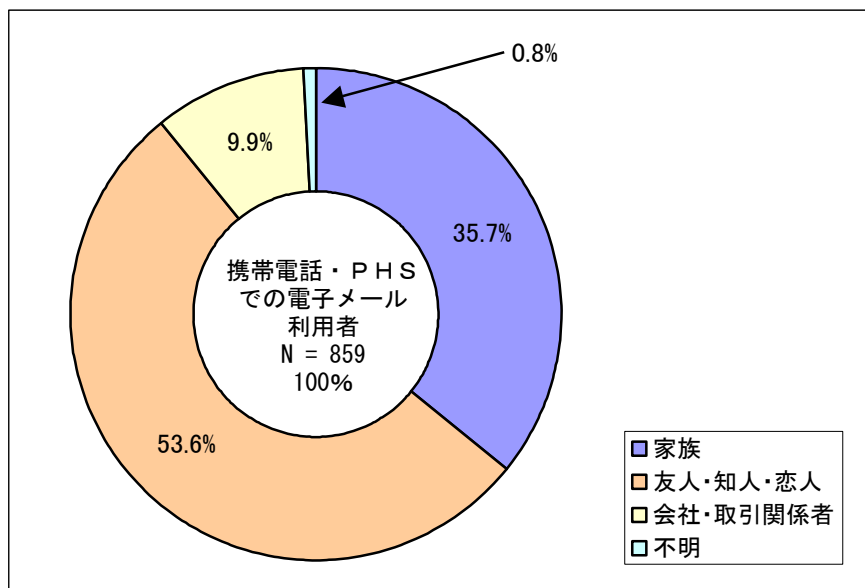
【表1-15：携帯電話・PHSの利用機能（属性別）】（複数回答）（%）

		回答者数 （携帯・PHS 所有者）	通話	電子メール	ホーム ページ 閲覧	音楽 視聴	ゲーム	カメラ	その他	不明
全体		931	96.8	92.3	43.7	14.0	17.0	54.2	1.2	1.5
性別	男性	552	97.8	90.4	44.7	13.8	16.3	50.2	0.7	0.7
	女性	377	95.2	95.0	41.9	14.3	17.5	60.2	1.9	2.7
年齢別	10～20歳代	237	97.0	97.5	57.4	22.8	24.9	63.7	0.8	0.8
	30歳代	329	97.3	95.7	45.0	13.1	19.1	59.3	1.2	1.2
	40歳代	182	96.7	90.1	40.7	11.0	12.6	44.5	2.7	1.6
	50歳代	144	97.9	88.9	31.9	8.3	9.0	44.4	0.0	0.7
	60歳以上	39	87.2	53.8	7.7	2.6	0.0	35.9	0.0	10.3
職業別	会社員	677	98.1	93.1	47.0	16.1	17.4	56.3	1.3	0.9
	公務員	79	96.2	96.2	49.4	13.9	20.3	55.7	0.0	1.3
	団体職員	44	95.5	88.6	31.8	2.3	11.4	43.2	0.0	2.3
	家事専念	20	80.0	75.0	20.0	0.0	5.0	35.0	0.0	15.0
	学生	43	95.3	97.7	34.9	16.3	27.9	51.2	0.0	0.0
	パート	39	89.7	84.6	33.3	0.0	12.8	48.7	5.1	7.7
	その他	26	92.3	80.8	11.5	7.7	3.8	46.2	0.0	0.0
	無職	3	100.0	100.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0

②携帯電話・PHSでの電子メールの主な通信相手

携帯電話・PHSでの電子メールの主な通信相手を全体でみると、「友人・知人・恋人」（53.6%）、「家族」（35.7%）などパーソナル利用がほぼ90%を占めている。なお、「会社・取引関係者」（9.9%）の利用は10%程度であり、携帯電話・PHSのメール機能は、主な通信相手としてはまだまだビジネス利用には浸透していないことがうかがえる。

【図1-12：携帯電話・PHSでの電子メールの主な通信相手】（単一回答）



これを性別にみると、女性は男性に比べ「友人・知人・恋人」(68.4%)が高く、交友関係に積極的に利用している。逆に、男性は「家族」(41.5%)、「会社・取引関係者」(14.8%)など家族とのコミュニケーションやビジネスに多く活用している。

これを年代別にみると、「家族」や「会社・取引関係者」とのメール交換は年代が高くなるほど高く、逆に「友人・知人・恋人」は若い層ほど高い。

職業別では、学生やパート等は「友人・知人・恋人」と、家事専念は「家族」とのコミュニケーションに最もよく利用している。

【表1-16：携帯電話・PHSでの電子メールの主な通信相手（属性別）】（単一回答）

		（携帯・PHSで電子メール利用者） 回答者数	家族	友人・知人・恋人	会社・取引関係者	その他	不明	(%)
全体		859	35.7	53.6	9.9	0.0	0.8	
性別	男性	499	41.5	42.9	14.8	0.0	0.8	
	女性	358	27.7	68.4	3.1	0.0	0.8	
年齢別	10～20歳代	231	16.5	78.8	3.0	0.0	1.7	
	30歳代	315	33.3	55.2	11.1	0.0	0.3	
	40歳代	164	49.4	36.0	14.0	0.0	0.6	
	50歳代	128	52.3	31.3	15.6	0.0	0.8	
	60歳以上	21	76.2	23.8	0.0	0.0	0.0	
職業別	会社員	630	35.1	51.7	12.4	0.0	0.8	
	公務員	76	43.4	52.6	3.9	0.0	0.0	
	団体職員	39	35.9	56.4	5.1	0.0	2.6	
	家事専念	15	53.3	40.0	6.7	0.0	0.0	
	学生	42	16.7	81.0	0.0	0.0	2.4	
	パート	33	42.4	57.6	0.0	0.0	0.0	
	その他	21	33.3	61.9	4.8	0.0	0.0	
	無職	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

③携帯電話・PHSのホームページ閲覧内容

携帯電話・PHSを介して閲覧するホームページコンテンツを全体でみると、

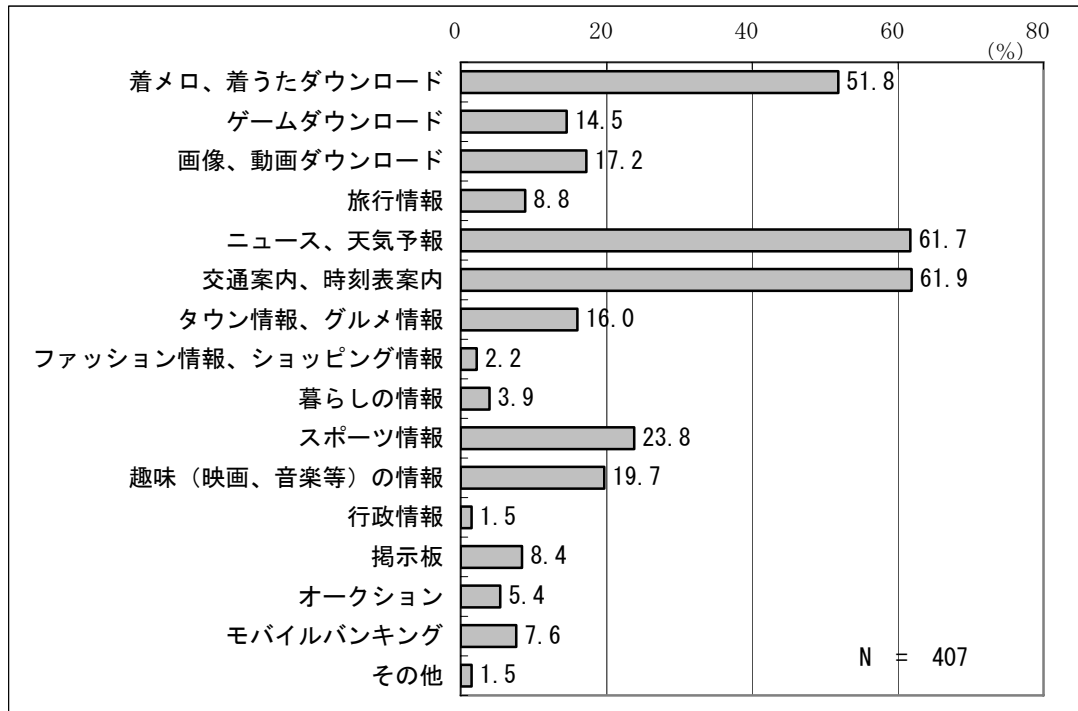
- ・ 交通案内・時刻表案内 61.9%
- ・ ニュース、天気予報 61.7%
- ・ 着メロ、着うたダウンロード 51.8%

が群を抜いて高くトップ3である。

次いで「スポーツ情報」(23.8%)、「趣味情報(映画・音楽等)」(19.7%)、「画像、動画ダウンロード」(17.2%)である。

携帯電話・PHS の多機能化が進み、音声だけでなく、データや文字、画像をも取り込める総合的な情報端末となっており、音声情報や画像情報を積極的に取り込み、楽しみや娯楽のツールとして日常生活に活用している。

【図1-13：携帯電話・PHSでのホームページ閲覧内容】（複数回答）



これを性別にみると、男性に比べ「着メロ、着うたダウンロード」、「趣味情報（映画・音楽等）」は女性で高いが、逆に「ニュース、天気予報」、「スポーツ情報」は男性で高く、女性は文字情報だけでなく音声情報や画像情報を積極的に取り込み活用している感が強い。

年代別では、「ニュース、天気予報」は年代が高くなるほど閲覧率は高いが、10～20歳代を中心に「着メロ、着うたダウンロード」、「ゲームダウンロード」、「画像、動画ダウンロード」、「趣味情報」などは若い年代で高く、携帯電話・PHSの機能をフルに活用し「楽しみ・娯楽」のツールとして日常生活に活かしている。しかし、30～40歳代になると「着メロ、着うたダウンロード」や「趣味情報」、「スポーツ情報」など娯楽系だけでなく「ニュース、天気予報」、「オークション」、「モバイルバンキング」の閲覧率が高くなる。

職業別では、会社員や公務員、団体職員など勤め人は、「スポーツ情報」、「ニュース、天気予報」、「交通案内・時刻表案内」、「モバイルバンキング」などの閲覧率が高い。逆に、学生は「着メロ、着うたダウンロード」、「ゲームダウンロード」、「画像、動画ダウンロード」など娯楽系コンテンツを、家事専念は「趣味情報」や「タウン情報、グルメ情報」の地域情報のウエイトが高い。

【表1-17：携帯電話・PHSでのホームページ閲覧内容（属性別）】（複数回答） (%)

		回答者数 (携帯電話等でコン テツツ閲覧者)	着メロ、着うたダウ ンロード	ゲームダウンロード	画像、動画ダウン ロード	旅行情報	ニュース、天気予報	内 交 通 案 内、 時 刻 表 案	情 報 タ ウ ン 情 報、 グ ル メ	シ ョ ッ ピ ン グ 情 報	フ ァ ッ シ ョ ン 情 報、 シ ョ ッ ピ ン グ 情 報	暮 ら し の 情 報	ス ポ ー ツ 情 報	等 の 情 報 (映 画 、 音 楽)	行 政 情 報	掲 示 板	オ ー ク シ ョ ン	モ バ イ ル バ ン キ ン グ	そ の 他
全体		407	51.8	14.5	17.2	8.8	61.7	61.9	16.0	2.2	3.9	23.8	19.7	1.5	8.4	5.4	7.6	1.5	
性別	男性	247	40.9	13.0	17.4	10.9	70.9	62.3	12.1	2.0	5.7	32.0	17.4	1.2	8.9	6.5	9.3	2.0	
	女性	158	68.4	15.8	17.1	5.7	48.1	61.4	21.5	2.5	1.3	10.8	23.4	1.9	7.6	3.8	5.1	0.6	
年齢別	10～20歳代	136	67.6	20.6	26.5	3.7	52.9	64.0	16.2	2.9	0.7	14.7	18.4	1.5	12.5	5.1	5.1	0.7	
	30歳代	148	48.6	14.9	14.2	13.5	64.2	62.2	15.5	1.4	5.4	29.1	25.7	0.7	6.1	4.7	7.4	1.4	
	40歳代	74	50.0	9.5	12.2	6.8	68.9	55.4	17.6	4.1	4.1	28.4	13.5	2.7	6.8	9.5	10.8	2.7	
	50歳代	46	21.7	4.3	8.7	10.9	69.6	65.2	15.2	0.0	6.5	23.9	15.2	2.2	6.5	2.2	10.9	2.2	
	60歳以上	3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	66.7	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業別	会社員	318	51.9	11.9	16.4	9.4	65.7	63.2	16.7	2.5	4.1	24.2	18.9	1.3	9.1	5.7	7.2	1.6	
	公務員	39	53.8	15.4	15.4	5.1	53.8	59.0	15.4	2.6	0.0	30.8	35.9	5.1	5.1	5.1	10.3	2.6	
	団体職員	14	50.0	21.4	0.0	7.1	64.3	57.1	14.3	0.0	7.1	28.6	14.3	0.0	0.0	14.3	14.3	0.0	
	家事専念	4	50.0	0.0	25.0	25.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	学生	15	60.0	53.3	46.7	0.0	46.7	60.0	6.7	0.0	0.0	6.7	6.7	0.0	13.3	0.0	0.0	0.0	
	パート	13	46.2	23.1	30.8	7.7	30.8	53.8	15.4	0.0	15.4	15.4	15.4	0.0	7.7	0.0	7.7	0.0	
	その他	3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	
	無職	1	0.0	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

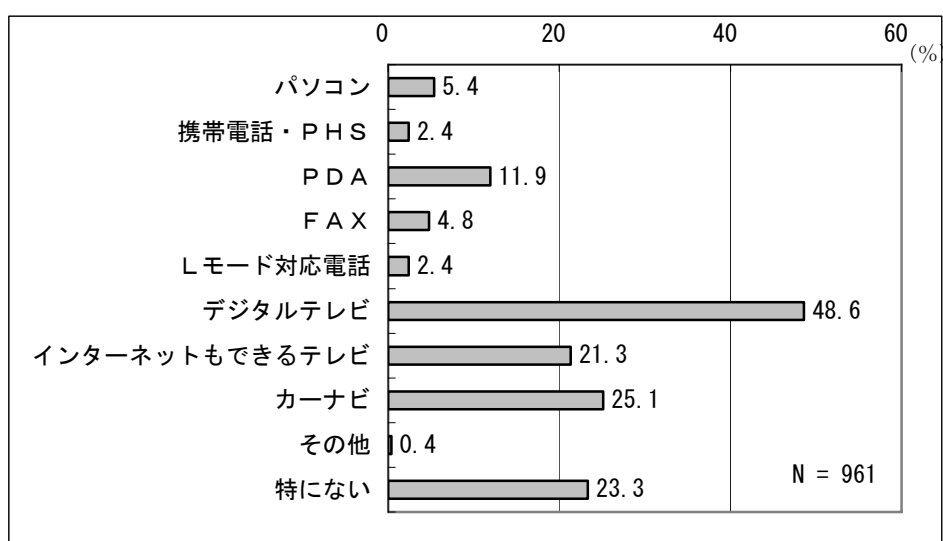
(6) 今後利用したいICT機器

今後、新たに利用したいICT機器を全体で見ると、

- ・デジタルテレビ..... 48.6%
- ・カーナビ..... 25.1%
- ・インターネットもできるテレビ..... 21.3%

がトップ3で、パソコンや携帯電話・PHSが普及していることにも関係するが、今回の調査対象者の関心事項はデジタルテレビなどの放送系に移行している。

【図1-14：今後利用したいICT機器】（複数回答）



これを性別にみると、女性に比べ「デジタルテレビ」、「PDA」は男性で高い。

年代別では殆ど差はみられないが、「デジタルテレビ」は40～60歳以上で他の年代より若干高い傾向がうかがえる。

職業別では、職業間に殆ど差はないが、学生で「カーナビ」の購入予定者が若干多い。

【表1-18：今後利用したいICT機器（属性別）】（複数回答） (%)

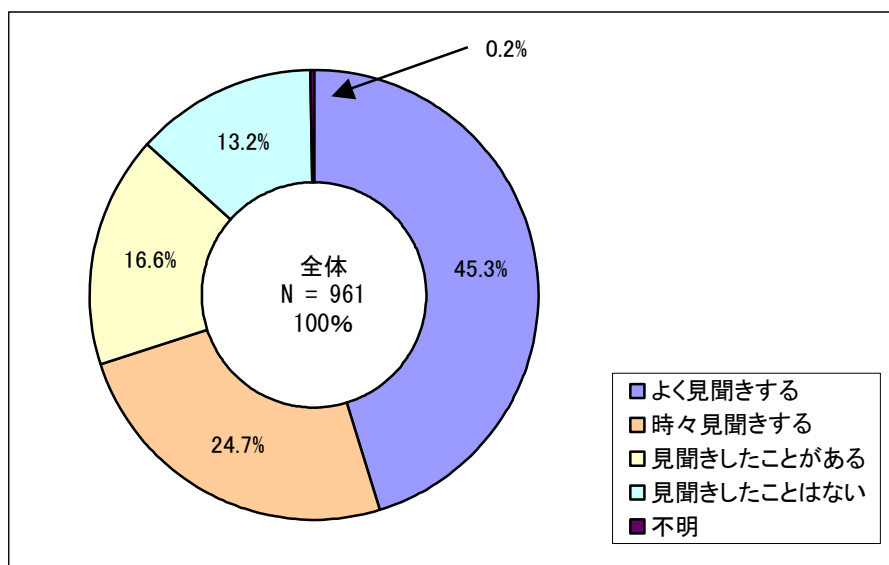
		回答者数	パソコン	S 携 帯 電 話 ・ P H	P D A	F A X	話 L モ ー ド 対 応 電	デ ジ タ ル テ レ ビ	も イ ン タ ー ネ ッ ト	カ ー ナ ビ	そ の 他	特 に な い
全体		961	5.4	2.4	11.9	4.8	2.4	48.6	21.3	25.1	0.4	23.3
性別	男性	571	3.7	2.5	15.4	2.6	2.1	52.2	19.1	27.5	0.7	21.2
	女性	388	8.0	2.3	6.7	8.0	2.8	43.6	24.7	21.1	0.0	26.5
年代別	10～20歳代	243	6.2	2.5	11.9	5.8	1.6	44.9	22.2	29.6	0.4	23.0
	30歳代	339	3.2	0.6	10.9	4.7	1.2	48.1	18.0	22.1	0.6	28.6
	40歳代	190	7.4	4.7	11.1	4.7	4.2	51.6	24.2	24.2	0.5	18.9
	50歳代	148	6.1	2.0	14.9	3.4	4.7	50.0	23.0	25.7	0.0	17.6
	60歳以上	41	7.3	7.3	12.2	4.9	0.0	56.1	24.4	24.4	0.0	22.0
職業別	会社員	697	6.0	1.7	12.9	4.9	2.6	47.1	21.1	25.8	0.3	23.1
	公務員	81	3.7	1.2	13.6	2.5	3.7	49.4	23.5	21.0	2.5	19.8
	団体職員	47	4.3	4.3	8.5	4.3	0.0	66.0	23.4	25.5	0.0	19.1
	家事専念	20	0.0	5.0	5.0	0.0	0.0	50.0	20.0	10.0	0.0	30.0
	学生	44	4.5	6.8	9.1	2.3	2.3	52.3	20.5	31.8	0.0	20.5
	パート	42	2.4	2.4	4.8	7.1	2.4	50.0	11.9	23.8	0.0	35.7
	その他	27	3.7	7.4	3.7	11.1	0.0	40.7	33.3	18.5	0.0	29.6
	無職	3	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	100.0	33.3	33.3	0.0	0.0

2. ユビキタスネット社会について

(1) 「ユビキタスネット社会」の認知度

ユビキタスネット社会について見聞きしたことがある人を全体でみると、「よく見聞きする～見聞きしたことがある」のレベルでみると、86.6%とほぼ90%の人が程度に差はあるが見聞きした経験を持っている。特に、「よく見聞きする」(45.3%)が最も高く過半数に迫る勢いである。

【図2-1：「ユビキタスネット社会」の言葉の認知度】（単一回答）



これを性別に「よく見聞きする～見聞きしたことがある」のレベルでみると、男性 93.5%、女性 76.3%と男性で高い。特に、男性の「よく見聞きする」は 57.1%に達する。逆に、女性では「見聞きしたことはない」が 23.2%と多い。

年代別では、「よく見聞きする～見聞きしたことがある」人は、40～60歳以上で多く、特に「よく見聞きする」は40～50歳代で55%前後に達する。逆に、10～30歳代では「時々見聞きする」、「見聞きしたことがある」が多い。

職業別では、「よく見聞きする～見聞きしたことがある」人は、会社員、公務員、団体職員で多く、逆に「見聞きしたことはない」は家事専念、学生、パート等に多い。

【表2-1：「ユビキタスネット社会」の言葉の認知度（属性別）】（単一回答）

		回答者数	よく見聞きする	時々見聞きする	が見聞きしたことがある	は見聞きしたことはない	不明
全体		961	45.3	24.7	16.6	13.2	0.2
性別	男性	571	57.1	24.0	12.4	6.5	0.0
	女性	388	27.6	25.8	22.9	23.2	0.5
年齢別	10～20歳代	243	34.2	22.2	21.8	21.8	0.0
	30歳代	339	45.4	29.5	12.4	12.4	0.3
	40歳代	190	52.1	20.0	18.9	8.4	0.5
	50歳代	148	56.1	25.0	11.5	7.4	0.0
	60歳以上	41	39.0	19.5	29.3	12.2	0.0
職業別	会社員	697	47.5	25.4	16.6	10.3	0.1
	公務員	81	51.9	27.2	11.1	9.9	0.0
	団体職員	47	53.2	21.3	19.1	6.4	0.0
	家事専念	20	0.0	25.0	30.0	45.0	0.0
	学生	44	38.6	18.2	9.1	34.1	0.0
	パート	42	19.0	23.8	26.2	28.6	2.4
	その他	27	44.4	18.5	11.1	25.9	0.0
	無職	3	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0

(%)

(2)「ユビキタスネット社会」のサービス利用状況

①ユビキタスネット・サービスの利用経験

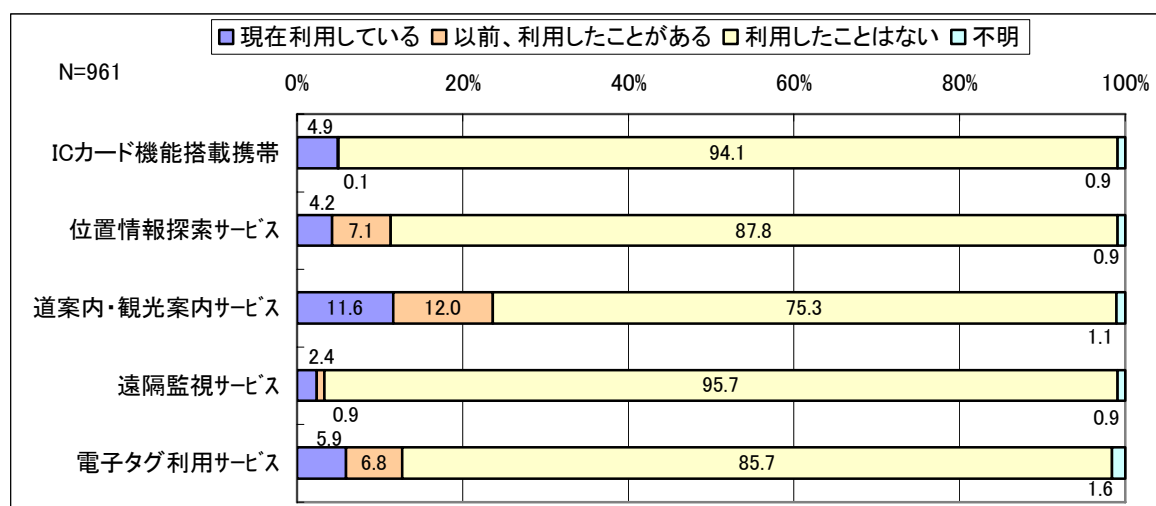
現在、先行してサービスが提供されているユビキタスネット・サービスの利用経験をみると、

	<現在利用>	<以前に利用>	<計>
・携帯端末による道案内・観光案内サービス	11.6%	12.0%	23.6%
・電子タグ、二次元バーコードを利用したサービス	5.9%	6.8%	12.7%
・GPS 機能付携帯端末による位置情報探索サービス	4.2%	7.1%	11.3%
・IC カード機能搭載型携帯電話	4.9%	0.1%	5.0%
・センサー等を使った遠隔監視サービス	2.4%	0.9%	3.3%

であり、“現在、利用している”は、「携帯端末による道案内・観光案内サービス」のみ 10%以上であり、他のサービスは 6%以下と、サービスとしては黎明期の段階である。

また、“以前に利用”が、「携帯端末による道案内・観光案内サービス」(12.0%)、「GPS 機能付携帯端末による位置情報探索サービス」(7.1%)、「電子タグ、二次元バーコードを利用したサービス」(6.8%)と、何らかの要因によりサービスを中止した人が多いことから、まだまだ社会に浸透していないサービスであることがうかがえる。

【図2-2：ユビキタスネット・サービスの利用経験】（単一回答）



性別では、どのサービスもあまり差はない。

年代別で見ると、「IC カード機能搭載型携帯電話」及び「電子タグ、二次元バーコードを利用したサービス」は 10～20 歳代で、「GPS 機能付携帯端末による位置情報探索サービス」は 40 歳代で、また、「センサー等を使った遠隔監視サービス」は 60 歳以上で多い。

職業別では、会社員、団体職員が「携帯端末による道案内・観光案内サービス」を、家事専念が「GPS 機能付携帯端末による位置情報探索サービス」を良く利用している。

