

「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23年度＞

概要版

平成23年12月

近畿情報通信協議会

目次

1. 調査計画と標本構成

2. 調査結果

- (1) 家庭等における情報メディアの利用状況について
- (2) インターネットの利用状況について
- (3) スマートフォン・携帯電話・PHSの利用状況について
- (4) ICカードについて
- (5) 地上デジタル放送について
- (6) ICT機器の保有意向について
- (7) 災害発生時の情報収集について
- (8) ユビキタスネット社会について
- (9) ユビキタスネット社会への期待と不安について
- (10) ユビキタスネット社会の具体的な問題点について

※ 本概要版は、アンケート結果の一部を記載しています。また、平成21、22年度も同様の調査を実施しておりますので、本調査報告書を含めて、ご覧になりたい方は当協議会事務局までお問い合わせください。

1. 調査計画と標本構成

■ 調査目的

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おり、また、複数年度にわたっての調査を実施することにより、ユーザーの意識の変化が浮き彫りになることが考えられる。

そこで、本調査では、21年度、22年度に引き続き、各種メディアの利用状況やICT機器に関する同様の設問項目による定点的調査に加えて、この1年間で注目を集めてきた内容についても調査・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た。

■ 調査対象

- ・近畿圏在住の12歳以上の男性、女性 計1034名

■ 調査方法

- ・民間インターネット調査会社(株)マクロミルの登録モニター(1,047,624人、内近畿184,115人(2011.8.1現在))を対象としたWebアンケート
- ・対象者年齢構成は、平成17年度国勢調査の近畿圏年齢別人口(10歳代から10歳きざみ)の実態を正確に反映して合計目標数(1,000名)のサンプル割付数を決定し、目標数に達するまで収集

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
近畿圏人口 (17,953千人)	(15歳以上) 1,078千人	2,454千人	3,018千人	2,510千人	3,117千人	5,776千人
比率	6.0%	13.7%	16.8%	14.0%	17.3%	32.2%
サンプル割付数 (1,000人)	(12歳以上) 60人	137人	168人	140人	173人	322人

* 10歳代の近畿圏人口は、国勢調査速報値が5歳きざみのため15歳以上の人口

* 10歳代のサンプル割付数は12歳以上

* 70歳以上の登録モニターは非常に少ないため、割付は60歳以上として収集するが、分析は60歳代、70歳以上に分類

1. 調査計画と標本構成

■ 調査期間

・平成23年8月11日

■ 標本構成

◆ 性別 (%)

	回答者数	男性	女性
全体	1034	55.1	44.9

◆ 年齢 (%)

	回答者数	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
全体	1034	6.0	13.7	16.8	14.0	17.3	24.3	7.8

◆ 職業 (%)

	回答者数	公務員	経営者・役員	会社員(事務系)	会社員(技術系)	会社員(その他)	自営業	自由業	専業主婦(主夫)	パート・アルバイト	学生	その他	無職
全体	1034	2.4	3.1	9.2	7.5	7.4	7.2	2.2	20.6	10.6	9.1	10.1	10.6

◆ 住まいの環境 (%)

	回答者数	都市中心部	郊外住宅地	農山漁村地域・山間部
全体	1034	33.0	62.1	4.9

◆ 通勤・通学地の環境 (%)

	回答者数	都市中心部	郊外住宅地	農山漁村地域・山間部	通勤/通学していない
全体	1034	33.3	23.2	3.7	39.8

◆ 世帯構成 (%)

	回答者数	一人暮らし	夫婦のみ	親と子	二世帯(親と子世帯)	三世帯(親と子と孫)	その他
全体	1034	13.7	25.0	42.3	10.8	5.8	2.4

※母集団が大きくなると、信頼度95%、誤差3%の場合、必要標本数は1,100程度を上限にほぼ一定となるため、今回のアンケートも1,000サンプルで適切である。

※年齢別で高齢者が多くみえるかもしれないが、割付人数は平成17年度国勢調査の近畿圏年齢別人口の実態を正確に反映している。

※平成18年度調査では、Web調査に並行して協議会メンバーの家族や企業等職員を対象に、今回と同様のいくつかの設問で紙ベースのアンケートを実施した。その結果、ほぼ同様の傾向であったため、Web調査であっても一般的な住民の傾向とほぼ同様と考えている。(幹事会で議論・了承済)

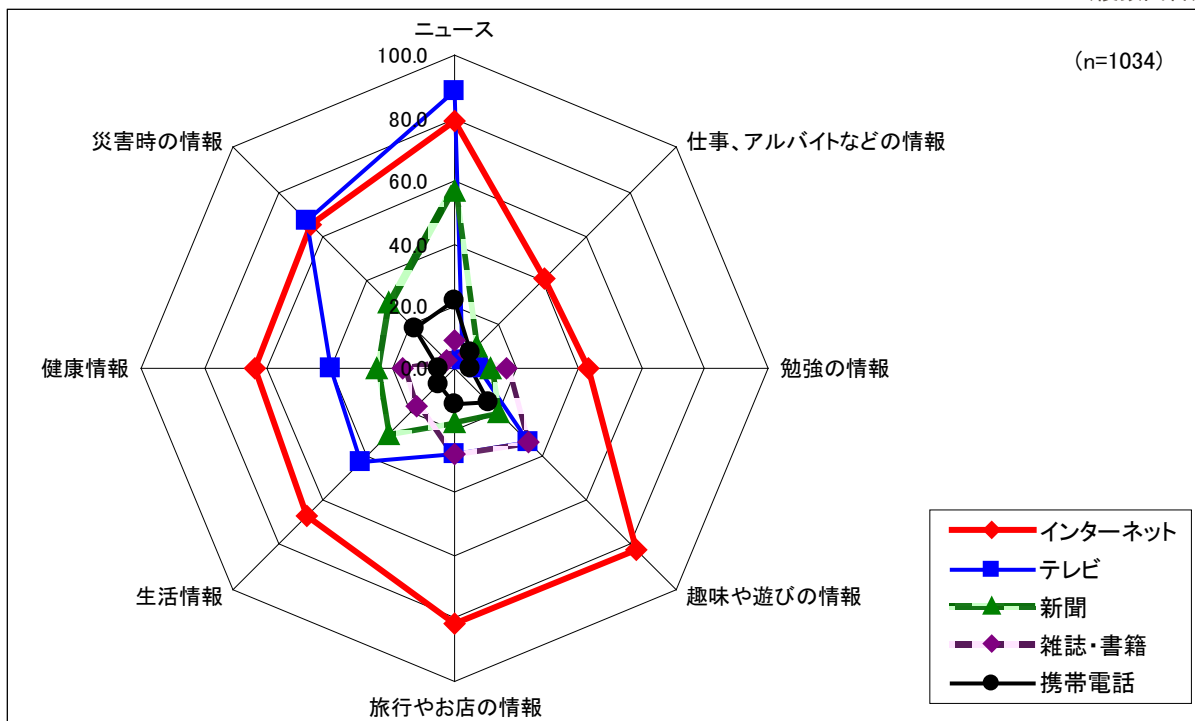
※参考資料の「他の全国調査(平成22年通信利用動向調査【世帯編】総務省)(郵送調査)」との比較を行っており、項目の違い等があるものの、ほぼ同様の傾向が得られている。

2. 調査結果

(1) 家庭等における情報メディアの利用状況について

■ 情報収集における利用メディア

(複数回答)



(注1)「インターネット」はパソコン等からのWebサイト接続や電子メール等のことであり、スマートフォン・携帯電話・PHS等からのインターネット接続(Webサイト接続)は、「携帯電話」に含みます。

(注2)携帯電話等によるテレビ視聴(ワンセグ等)は、「テレビ」に含みます。

◆“ニュース”では、「テレビ」が88.4%と群を抜いて多く、「インターネット」(78.7%)、「新聞」(57.0%)と続いているが、速報性や利用のしやすさを考えると、「テレビ」での情報収集が中心となっている。

◆“ニュース”以外の分野では、「インターネット」の利用が最も多く、特に“趣味や遊びの情報”、“旅行やお店の情報”ではその傾向が顕著であり、これまでこうした情報の入手先であった「書籍・雑誌」を大幅に上回っている。

◆「携帯電話」での情報収集は、全体としてはどの分野でもまだまだ少ない傾向であるが、10~20歳代ではかなり利用されている。

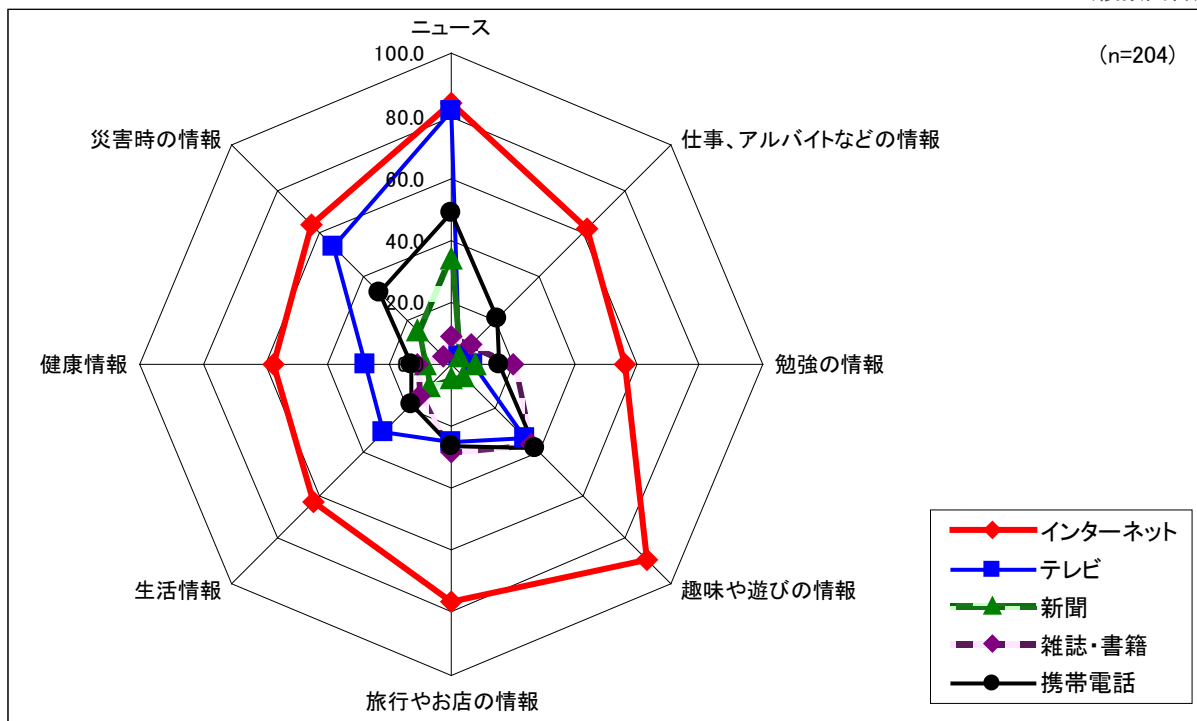
◆“災害時の情報”は、他の分野とは異なり、「インターネット」と「テレビ」が65%程度で拮抗している。

2. 調査結果

(1) 家庭等における情報メディアの利用状況について

■ 情報収集における利用メディア(10~20歳代のみ)

(複数回答)



(注1)「インターネット」はパソコン等からのWebサイト接続や電子メール等のことであり、スマートフォン・携帯電話・PHS等からのインターネット接続(Webサイト接続)は、「携帯電話」に含みます。
(注2)携帯電話等によるテレビ視聴(ワンセグ等)は、「テレビ」に含みます。

◆10~20歳代に限ってみると、新聞と携帯電話がちょうど入れ替わるような傾向が見られる。

◆携帯電話は、“ニュース”の48.5%を筆頭に、全項目が12%以上とかなり面積が大きくなっており、雑誌や新聞を完全に凌駕している。他の設問においても、10~20歳代の携帯電話の利用は、全年齢平均よりも高い傾向がある。

◆新聞は、最大でも“ニュース”の33.8%であり、ほとんどの項目が10%未満と、新聞離れの状態が見てとれる。

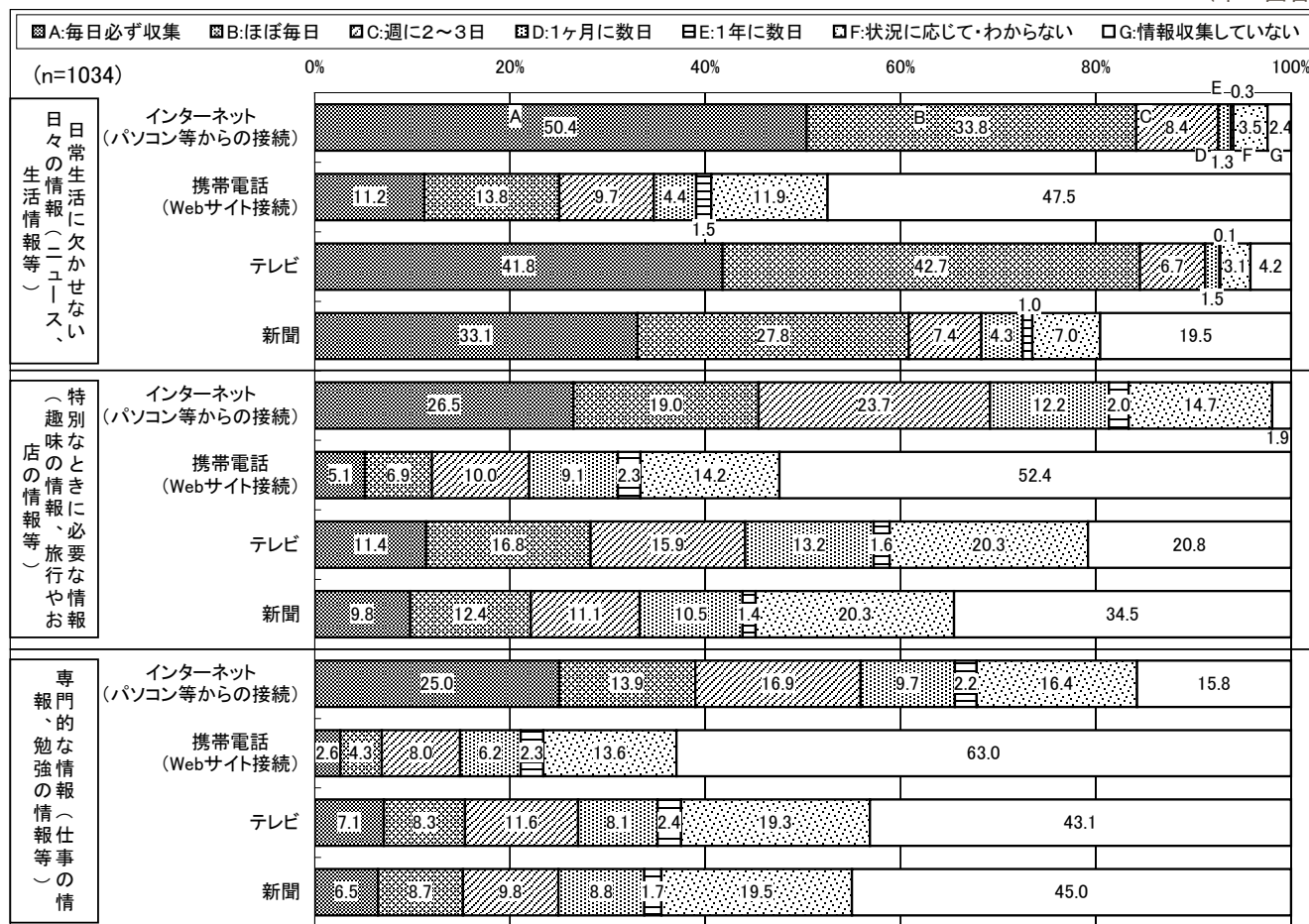
◆インターネットの利用傾向は、全年齢平均と似ているが、“仕事、アルバイトなどの情報”と“勉強の情報”で2割ほど高くなっている。

2. 調査結果

(1) 家庭等における情報メディアの利用状況について

■ 主要メディアでの情報収集頻度

(単一回答)



◆インターネットからの情報収集頻度は、ニュースや生活情報などの「日常生活に欠かせない日々の情報」では“毎日必ず収集～ほぼ毎日”を合わせると84.2%であり、趣味や遊び、旅行などの「特別なときに必要な情報」(45.5%)や、仕事やアルバイト、勉強の情報などの「専門的な詳細情報」(38.9%)に比べて非常に高い。

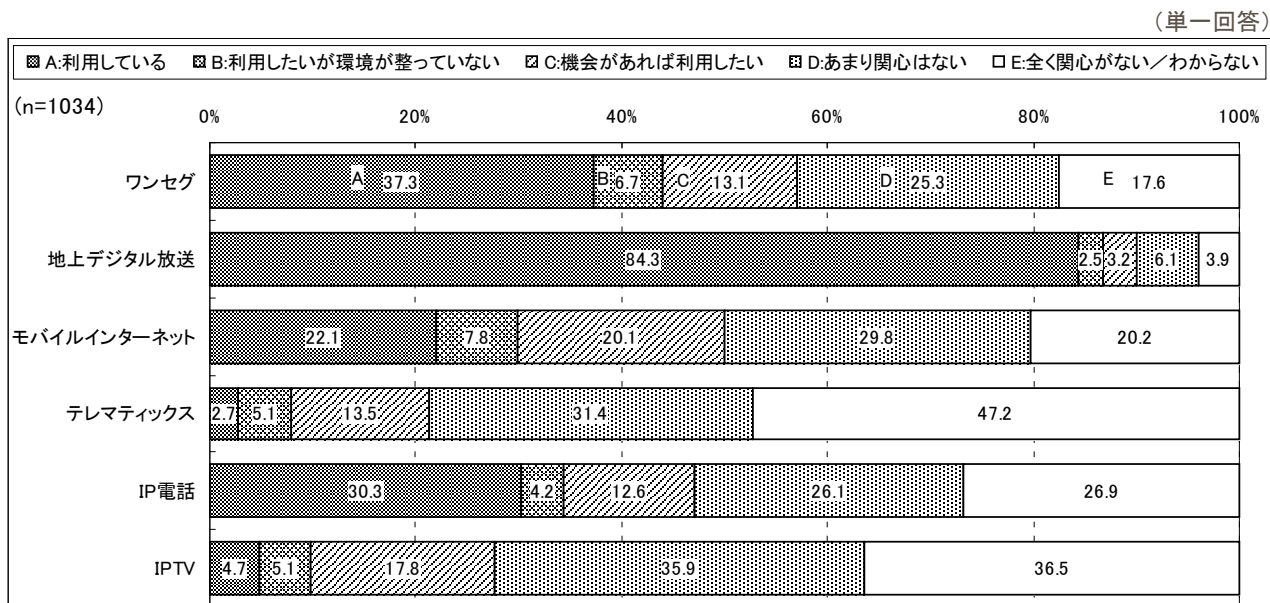
◆携帯電話(Webサイト接続)からの情報収集頻度は、どのような情報でも約半数の人が“情報収集はしていない”であり、「日常生活に欠かせない情報」であっても、“毎日必ず収集～ほぼ毎日”は25.0%と、全体としては利用頻度がまだ少ないのが現状であるが、10～20歳代ではかなり利用されている。

◆テレビ、新聞からの情報収集頻度は、「日常生活に欠かせない情報」では、インターネットに匹敵するが、それ以外の情報は少ない。

2. 調査結果

(1) 家庭等における情報メディアの利用状況について

■ 普及が期待されている情報メディアの利用状況、関心度



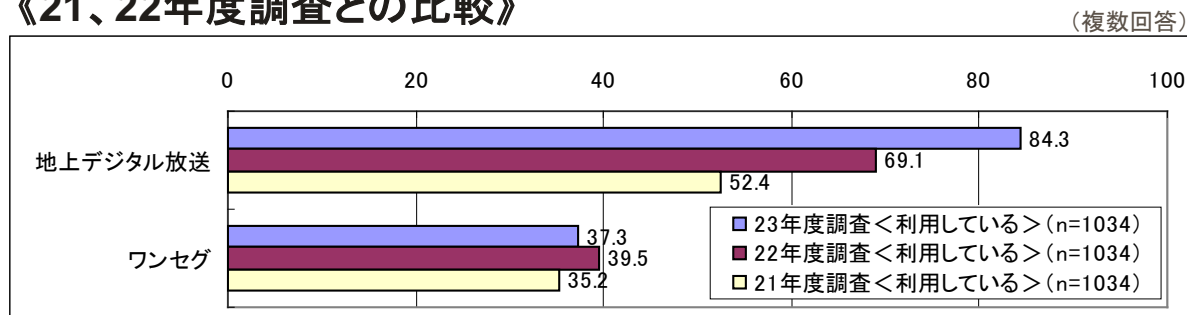
◆調査直前に地上デジタル放送への完全移行があり、「地上デジタル放送」(84.3%)の利用率は非常に高くなっている。しかし、5.7%の人は利用意向があるのに未対応である。

◆次によく利用しているものは、「ワンセグ」(37.3%)、「IP電話」(30.3%)であり、“利用したいが環境が整っていない”を含めると、44.0%、34.5%で、積極的な利用意向がうかがえるが、利用率は頭打ちの傾向である。

◆それに対して「IPTV」は、利用している人は4.7%と低いものの、年を追って伸びる傾向がうかがえる。

◆「テレマティックス」は、利用している人は2.7%と低く、利用意向も低調である。これは、まだまだ認知度が低いためと思われる。

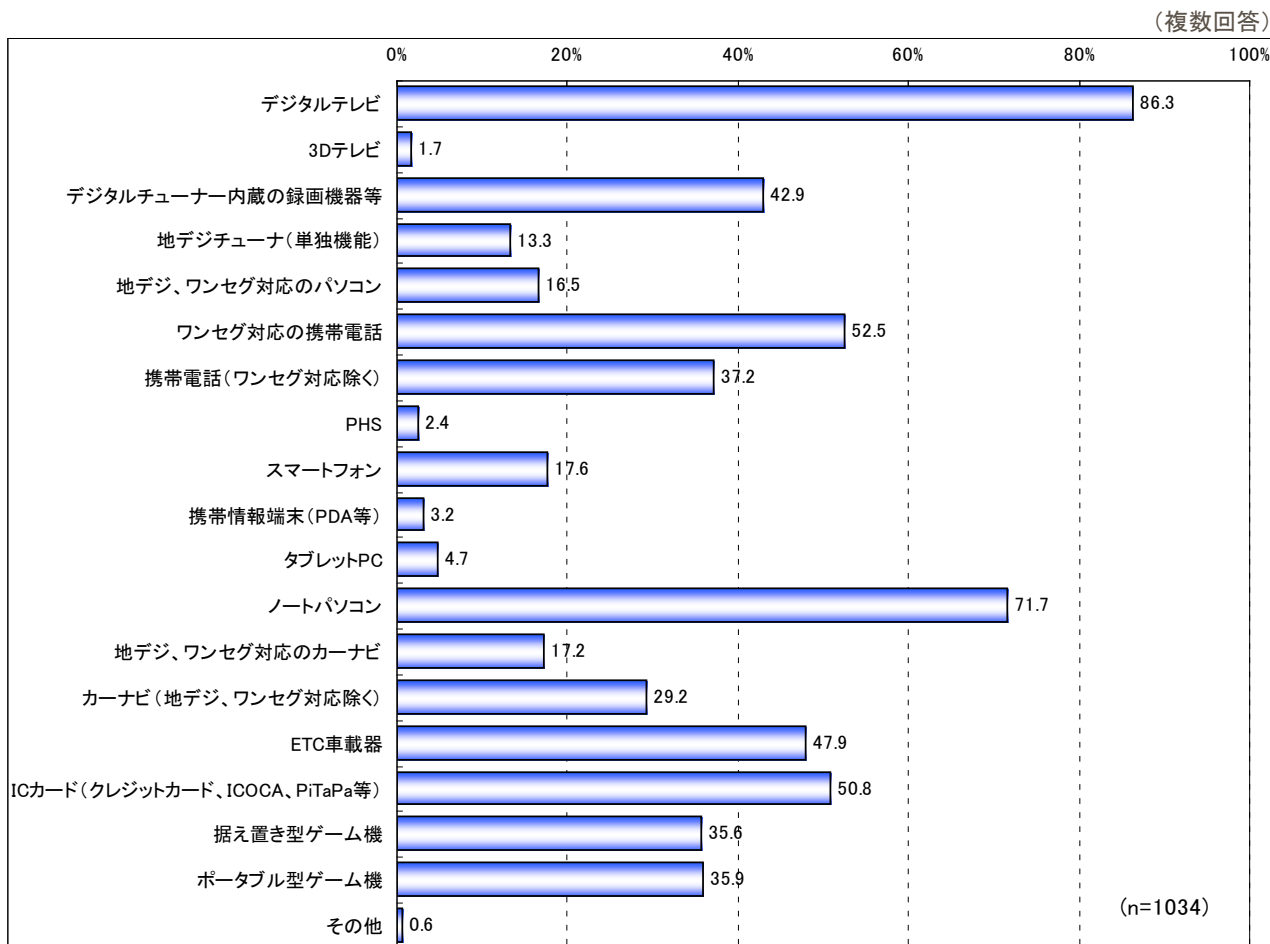
《21、22年度調査との比較》



2. 調査結果

(1) 家庭等における情報メディアの利用状況について

■ ICT機器の保有状況



◆「デジタルテレビ」(86.3%)が群を抜いており、それに「ノートパソコン」(71.7%)が続き、「ワンセグ対応の携帯電話」(52.5%)、「ICカード」(50.8%)、「ETC車載器」(47.9%)、「デジタルチューナー内蔵の録画機器等」(42.9%)が肩を並べている。

◆「スマートフォン」(17.6%)は昨年度(5.9%)から約3倍になっており、本格的な普及に入ったと思われるが、世間で実感する割合よりは低い印象である。しかし、年齢別でみると、20歳代では35.9%、10歳代では30.6%と高く、実感に近い。

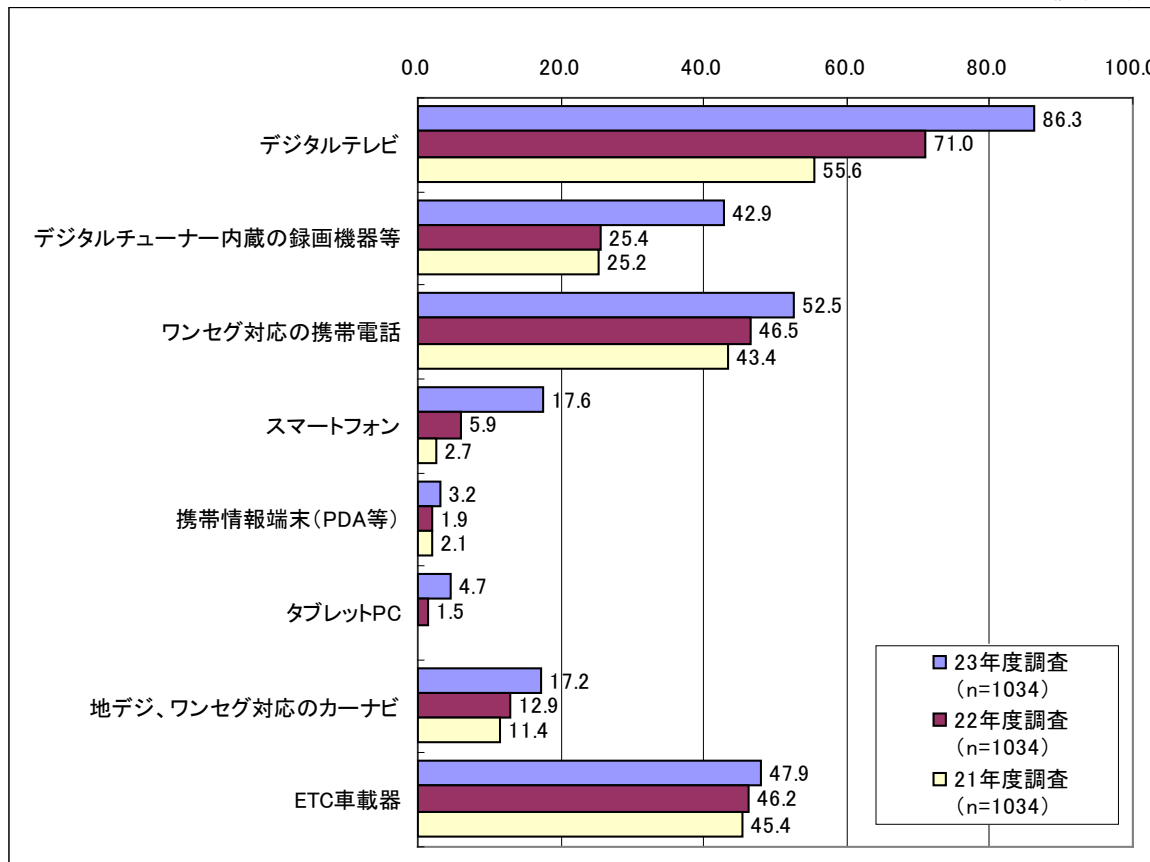
◆「タブレットPC」(4.7%)、「携帯情報端末(PDA等)」(3.2%)は、まだ保有率は低いものの、伸びを示しており、新しい製品の投入等もあり今後の普及が予想される。

2. 調査結果

(1) 家庭等における情報メディアの利用状況について

■ ICT機器の保有状況 《21、22年度調査との比較》

(複数回答)



◆「デジタルテレビ」は、21年度55.6%、22年度71.0%、今年度86.3%と順調に普及している。

◆「デジタルチューナー内蔵の録画機器等」(42.9%)は、昨年から一挙に17.5%伸びており、地上デジタル放送完全移行への対応の結果が出ていると考えられる。

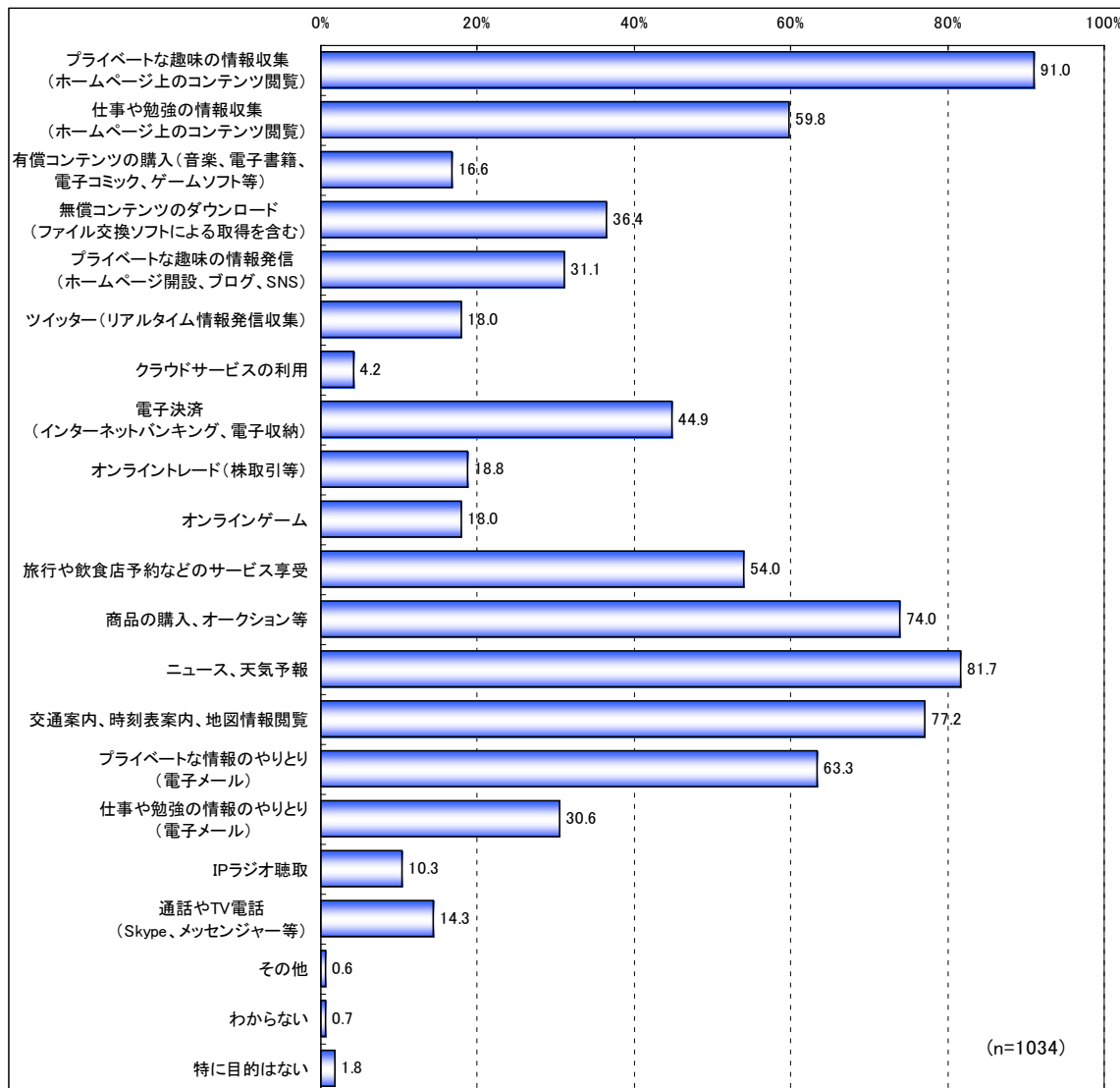
◆「ワンセグ対応の携帯電話」は52.5%と高く、毎年一定の伸びを示しているが、逆に「携帯電話(ワンセグ対応除く)」が減少しているため、携帯電話全体の保有率はあまり変わらない。

2. 調査結果

(2) インターネットの利用状況について

■ インターネットの利用内容

(複数回答)



◆「プライベートな趣味の情報収集」が91.0%でトップであり、続いて「ニュース、天気予報」(81.7%)、「交通案内、時刻表案内、地図情報閲覧」(77.2%)、「商品の購入、オークション等」(74.0%)、「プライベートな情報のやりとり」(63.3%)、「仕事や勉強の情報収集」(59.8%)、「旅行や飲食店予約などのサービス享受」(54.0%)が高い。

◆「商品の購入、オークション等」(74.0%)、「電子決済」(44.9%)、「オンライントレード」(18.8%)や「有償コンテンツの購入」(16.6%)などにも積極的に利用され、インターネットが単なる情報収集・交流のツールから、そのインタラクティブ性を活かした商取引や業務処理のツールとして利用されている。

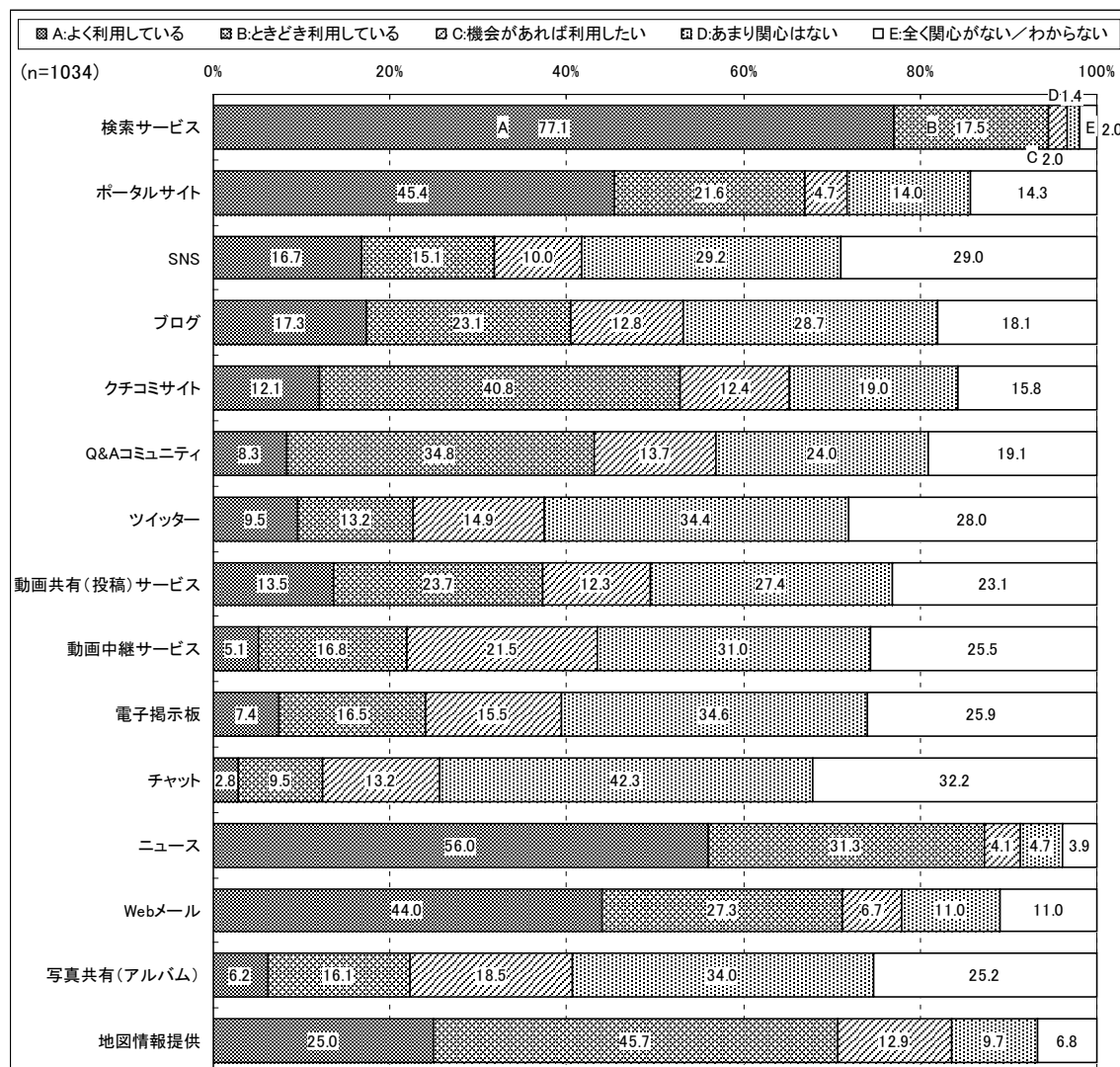
◆年齢別では、10歳代～20歳代で「無償コンテンツのダウンロード」、「プライベートな趣味の情報発信」、「ツイッター」、「オンラインゲーム」の利用が多い。

2. 調査結果

(2) インターネットの利用状況について

■ インターネットのサービス形態の利用状況、関心度

(単一回答)



◆「検索サービス」が“よく利用している～ときどき利用している”までを含めると94.6%にもなり、インターネット利用者の大部分の人が利用している。次いで、「ニュース」(87.3%)、「Webメール」(71.3%)、「地図情報提供」(70.7%)、「ポータルサイト」(67.0%)も多くの人利用している。

◆「クチコミサイト」、「Q&Aコミュニティ」、「ブログ」は、“よく利用している～ときどき利用している”で各々52.9%、43.1%、40.4%と、インターネットの代表的なサービスになりつつあることがうかがえる。

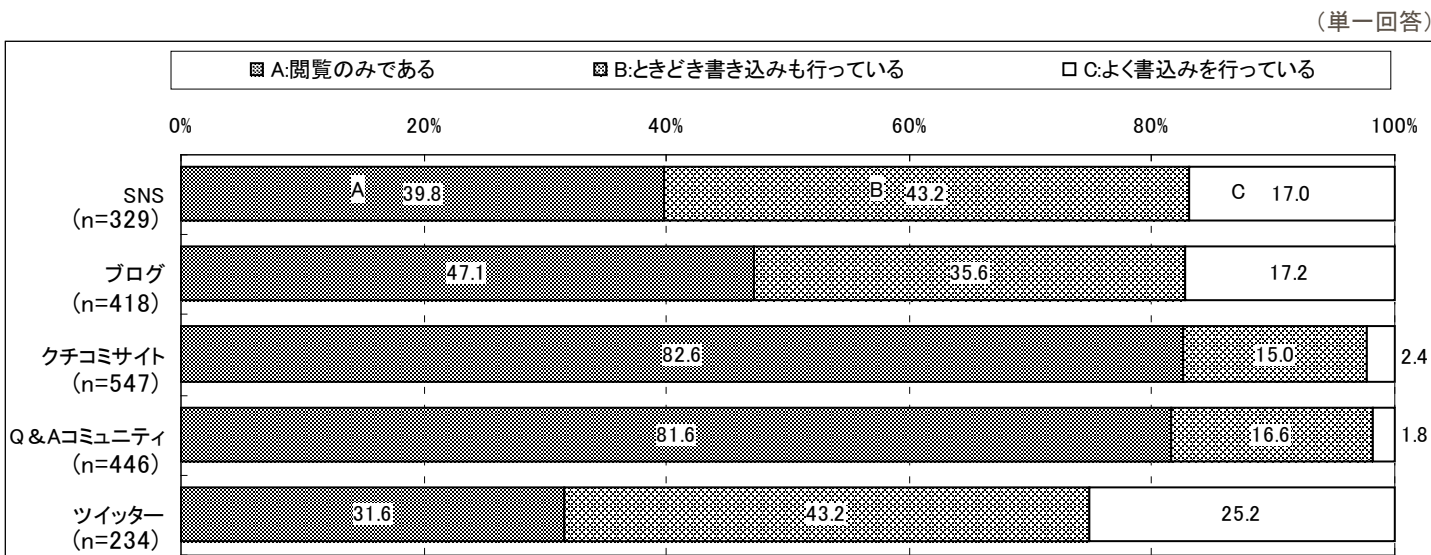
◆「動画共有(投稿)サービス」も、“よく利用している～ときどき利用している”で37.2%と、着実に多くの人に浸透しつつある。

◆「ツイッター」、「動画中継サービス」は、“よく利用している～ときどき利用している”でそれぞれ22.7%、21.9%と利用率はまだそれほど高くないが、昨年比べて着実に伸びている。

2. 調査結果

(2) インターネットの利用状況について

■ CGMサービスの利用状況



◆CGMサービス(Consumer Generated Media)の利用状況は、回答数nが年々着実に増えており浸透がうかがえる。特にツイッターでは、昨年度の176から234と約33%の伸びを示している。

◆「クチコミサイト」、「Q&Aコミュニティ」は“閲覧のみ”が各々82.6%、81.6%であり、利用率は高いが片方向の利用が中心である。

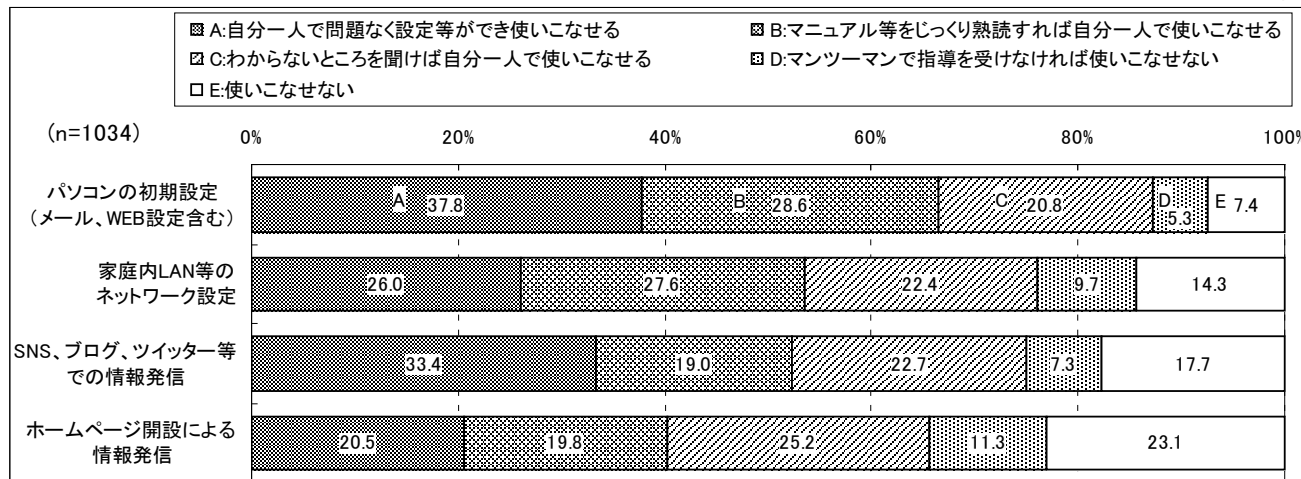
◆「SNS」、「ブログ」の“よく書き込みを行っている”は、各々17.0%、17.2%であり、一部の人の積極的利用にとどまっているが、「ツイッター」は25.2%と昨年よりかなり増加している。また、“よく書き込みを行っている”のは10～20歳代の若年層である。

2. 調査結果

(2) インターネットの利用状況について

■ ICT機器の使いこなしの度合い

(単一回答)



◆ 今回の調査対象者がインターネット利用者であることを考慮すべきであるが、「パソコンの初期設定」、「家庭内LAN等のネットワーク設定」、「SNS、ブログ、ツイッター等での情報発信」では“自分一人で問題なく設定等ができ使いこなせる～マニュアル等をじっくり熟読して自分一人で使いこなせる”を合わせると各々66.4%、53.6%、52.4%であり、半数以上の人が使いこなせると認識している。

◆ 一方、「ホームページ開設による情報発信」では、“自分一人で問題なく設定等ができ使いこなせる～マニュアル等をじっくり熟読して自分一人で使いこなせる”を合わせても40.3%と、ややハードルが高くなる。

◆ “わからないところを聞けば自分一人で使いこなせる”まで含めると、すべての作業について65%以上の人が、程度の差はあるにせよ使いこなせると回答しており、一般人のITスキルの向上を実感する。

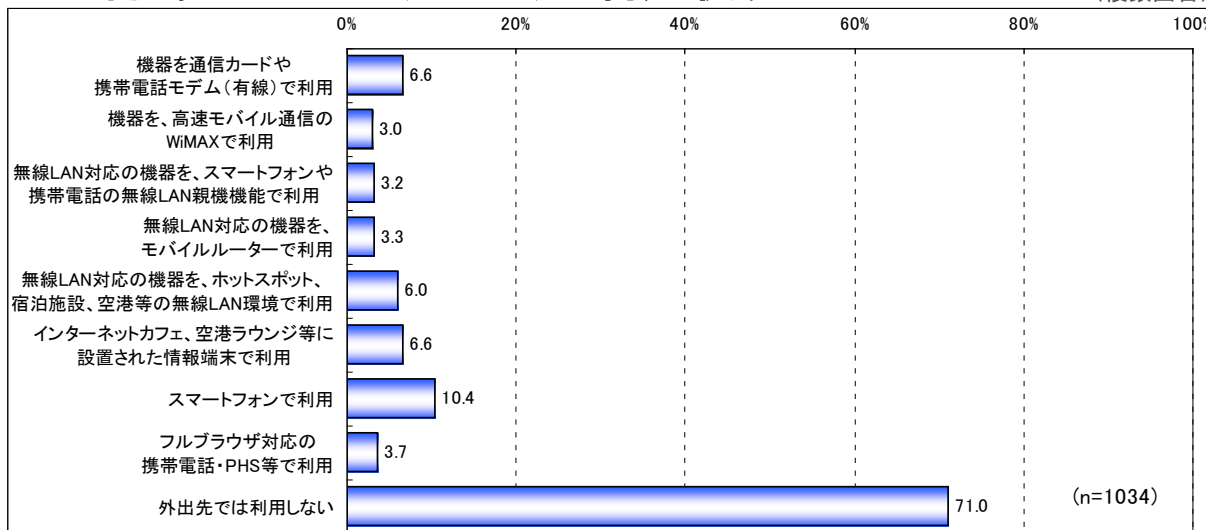
◆ 「パソコンの初期設定」、「家庭内LAN等のネットワーク設定」は、女性に比べ男性の方が使いこなしている割合が高い。

2. 調査結果

(2) インターネットの利用状況について

■ 外出先でのインターネット利用状況

(複数回答)

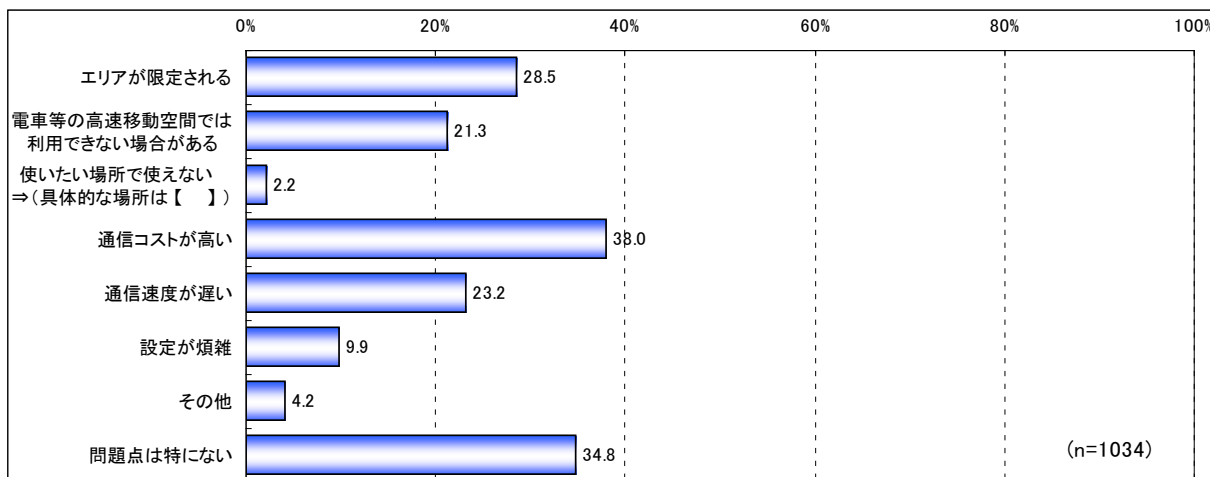


◆外出先でのインターネットの利用（携帯電話向けサイトへの接続及び携帯電話からのメールは除く）は、「外出先では利用しない」が71.0%であり、多くの人はまだまだ利用していない。

◆それでも、「機器を、高速モバイル通信のWiMAXで利用」は昨年と比べて割合が増えており、新しい選択肢の「無線LAN対応の機器を、スマートフォンや携帯電話の無線LAN親機機能(テザリング)で利用」、「無線LAN対応の機器を、モバイルルーターで利用」、「スマートフォンで利用」である程度の割合を示しており、外出先でのインターネット利用は増える傾向にはあるといえる。

■ 外出先でのインターネット接続の問題点

(複数回答)

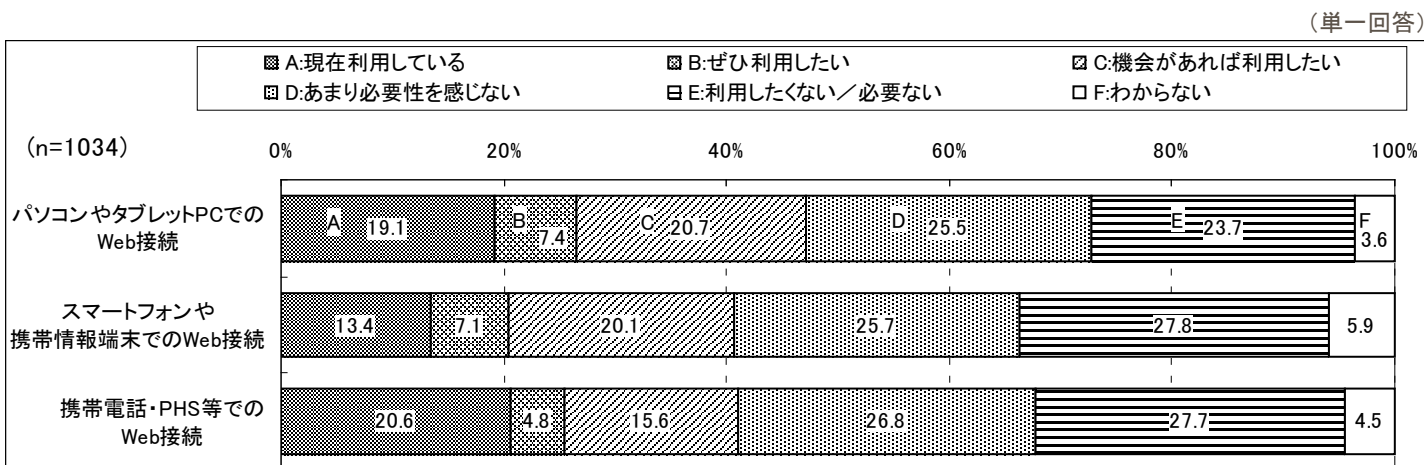


◆外出先でのインターネット接続の問題点は、「通信コストが高い」(38.0%)、「エリアが限定される」(28.5%)、「通信速度が遅い」(23.2%)、「電車等の高速移動空間では利用できない場合がある」(21.3%)が比較的高い。

2. 調査結果

(2) インターネットの利用状況について

■ 外出先でのインターネット利用意向



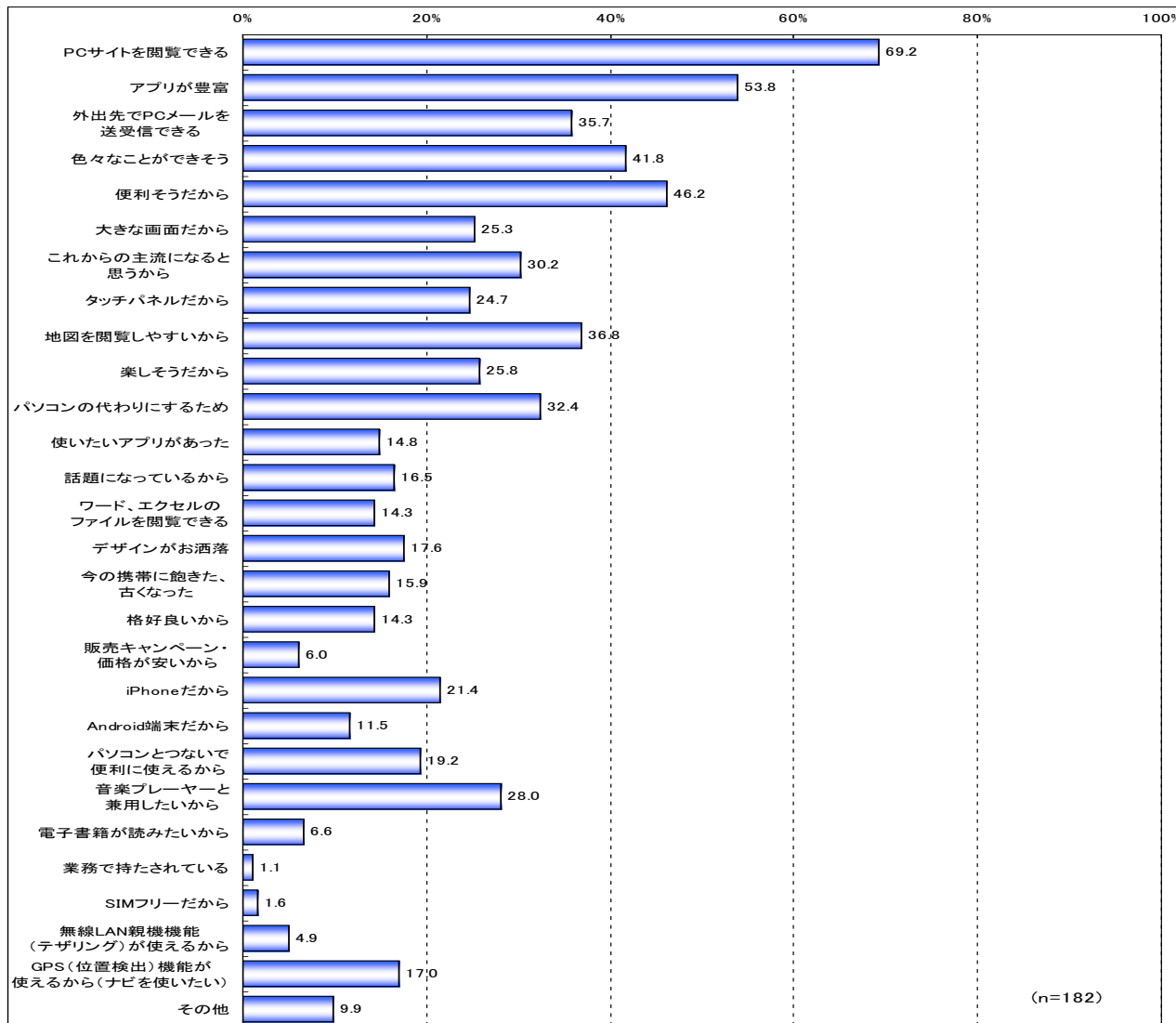
- ◆外出先でのインターネット利用意向は、「パソコンやタブレットPCでのWeb接続」で、“ぜひ利用したい”、“機会があれば利用したい”に“現在利用している”を加えた積極的な意見と、“利用したくない”、“あまり必要性を感じない”の慎重な意見は、それぞれ47.2%、49.2%と拮抗している。
- ◆「スマートフォンや携帯情報端末でのWeb接続」での利用意向は、積極的意見、慎重意見がそれぞれ40.6%、53.5%と、「パソコンやタブレットPCでのWeb接続」より慎重意見が多い。
- ◆同じく「携帯電話・PHS等でのWeb接続」での利用意向も、積極的意見、慎重意見がそれぞれ41.0%、54.5%と、「パソコンやタブレットPCでのWeb接続」より慎重意見が多い。
- ◆「スマートフォンや携帯情報端末でのWeb接続」においては、“現在利用している”が、年齢別では20歳代で非常に高く、50歳代～70歳以上でかなり低い。また、職業別では学生で高く、これは就職活動によるものと思われる。

2. 調査結果

(3) スマートフォン・携帯電話・PHSの利用状況について

■ スマートフォンの所有理由

(複数回答)



(n=182)

◆「PCサイトを閲覧できる」(69.2%)が群を抜いており、続いて「アプリが豊富」(53.8%)、「便利そうだから」(46.2%)、「色々なことができそう」(41.8%)が40%以上であるが、トップ以外は比較的漠然とした期待感が感じられる。

◆さらに、「地図を閲覧しやすいから」(36.8%)、「外出先でPCメールを送受信できる」(35.7%)、「パソコンの代わりにするため」(32.4%)と続き、これらは比較的明確な理由といえる。

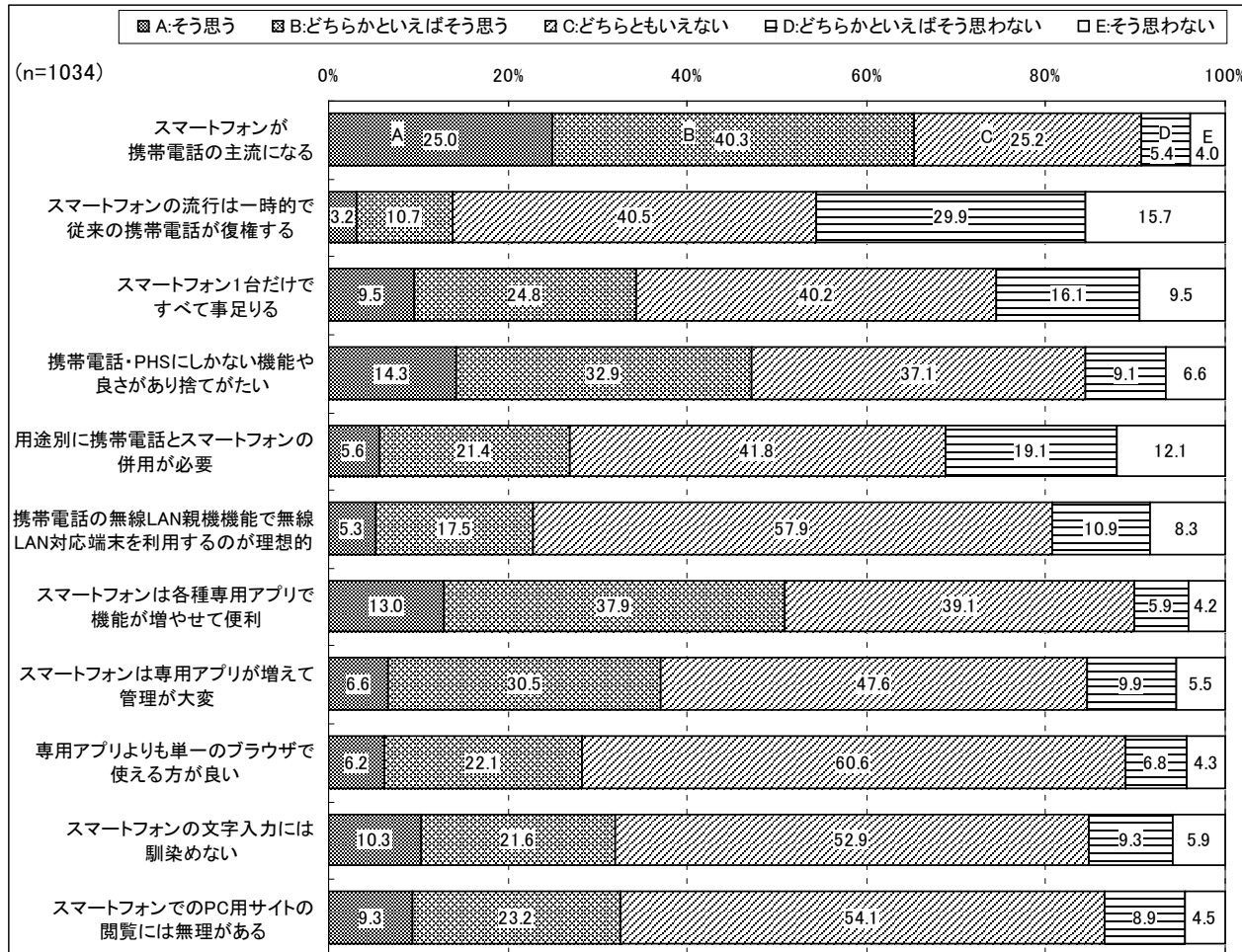
◆年齢別では、20歳代では、「アプリが豊富」、「パソコンとつないで便利に使えるから」が他の年齢層に比べて高く、機能的に使いこなしていることがうかがえる。一方、30歳代では、「タッチパネルだから」、「デザインがお洒落」、「格好良いから」が他の年齢層に比べて高く、利用スタイルに重きを置いていることがうかがえる。

2. 調査結果

(3) スマートフォン・携帯電話・PHSの利用状況について

■ スマートフォン・携帯電話・PHSの今後

(単一回答)



◆「スマートフォンが携帯電話の主流になる」で、“そう思う”、“どちらかといえばそう思う”を合わせた肯定意見が65.3%と、“そう思わない”、“どちらかといえばそう思わない”を合わせた否定意見の9.4%を大きく上回っており、スマートフォンが主流になるとの認識が大勢を占めている。

◆逆に、「スマートフォンの流行は一時的であり従来の携帯電話が復権する」は、肯定意見13.9%に対して、否定意見45.6%であり、従来の携帯電話に戻ることはないという認識である。

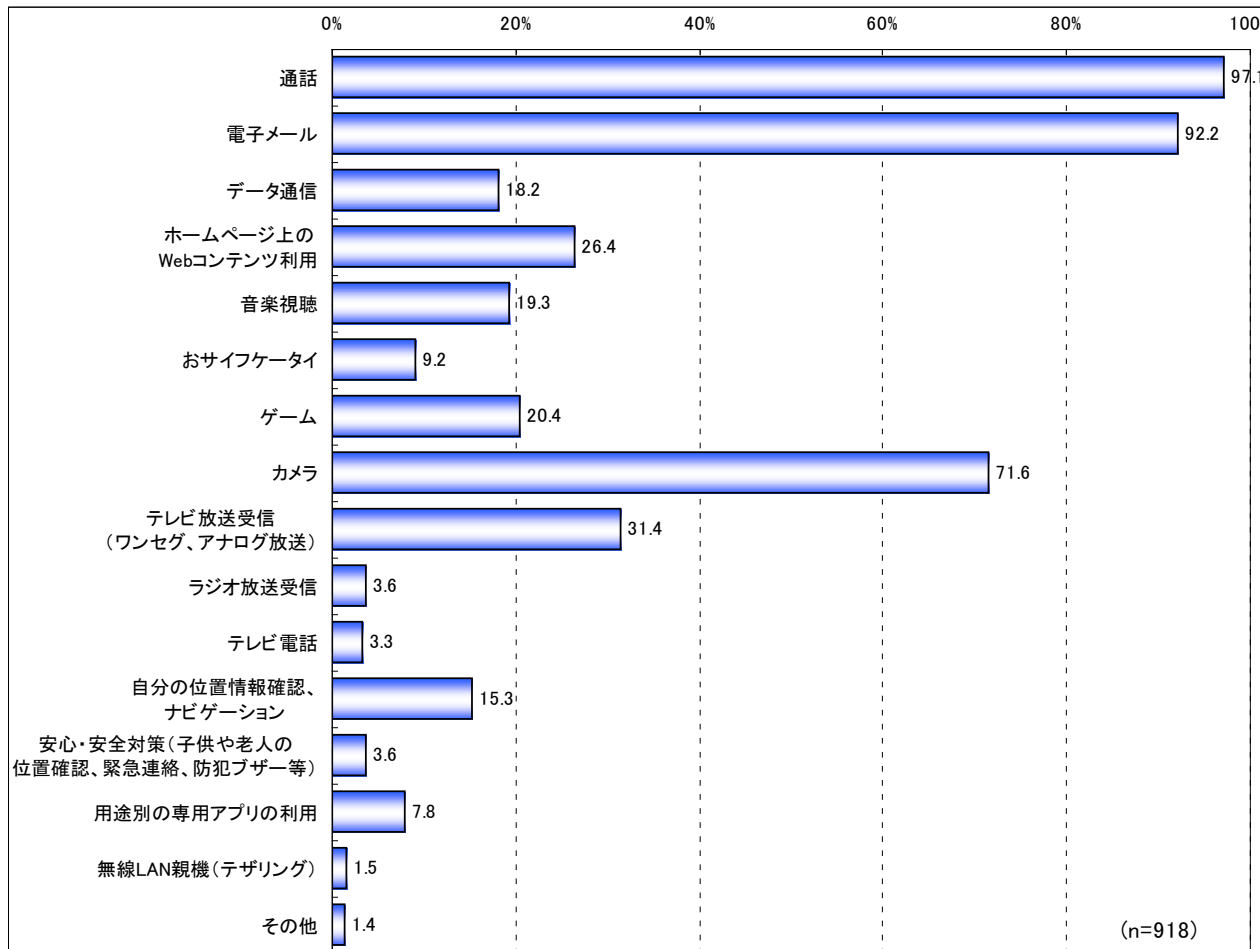
◆しかしながら、「スマートフォン1台ですべて事足りる」は肯定意見34.3%、否定意見25.6%、「携帯電話・PHSにしかない機能や良さが捨てがたい」は肯定意見47.2%、否定意見15.7%のように、まだスマートフォンは携帯電話を完全に置き換えるには十分ではないと思われる。

2. 調査結果

(3) スマートフォン・携帯電話・PHSの利用状況について

■ スマートフォン・携帯電話・PHSの利用機能

(複数回答)



◆スマートフォン・携帯電話・PHSの日頃の利用機能は、「通話」(97.1%)、「電子メール」(92.2%)が突出しており、続いて「カメラ」(71.6%)、「テレビ放送受信」(31.4%)、「ホームページ上のWebコンテンツ利用」(26.4%)となっている。

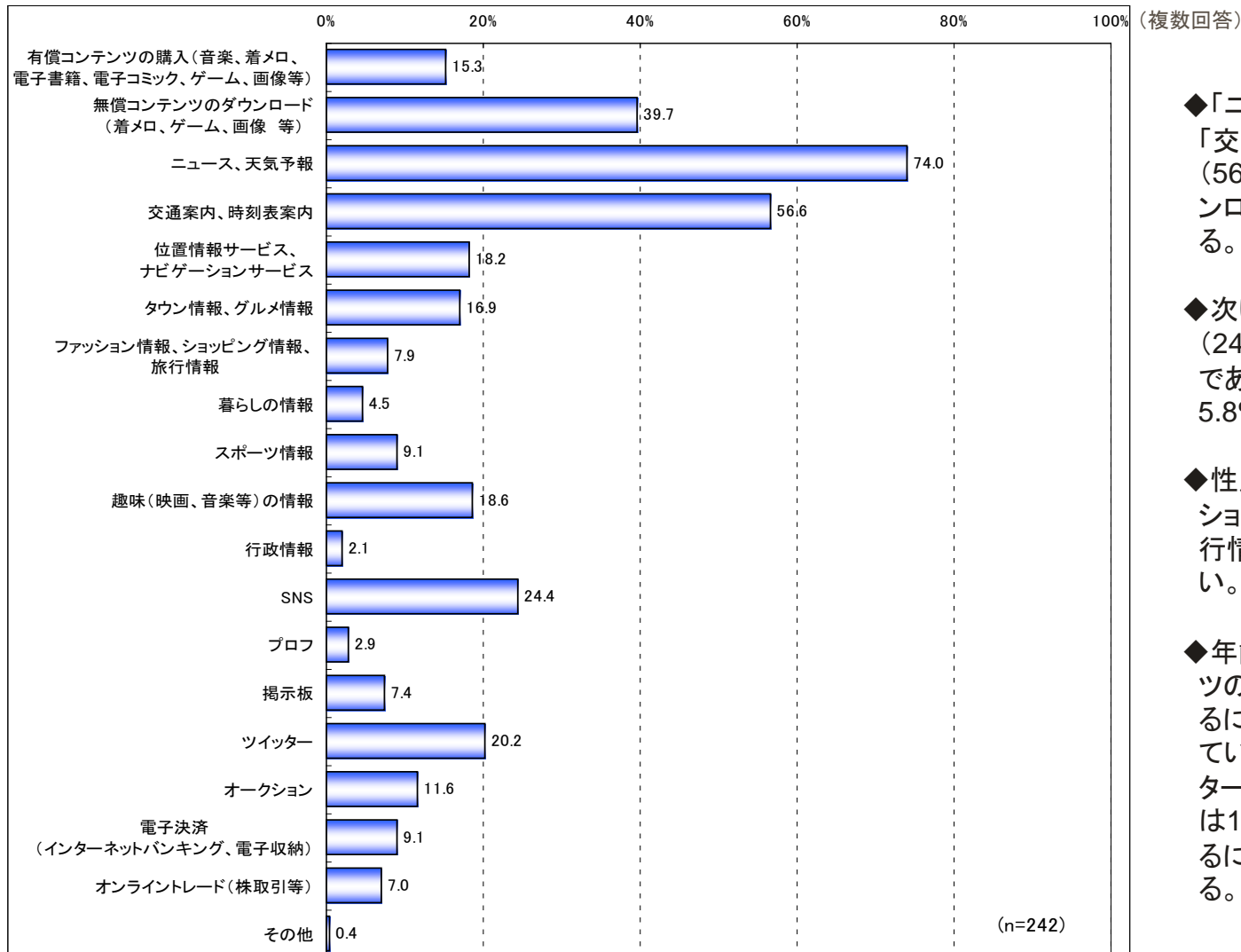
◆携帯電話等による「ホームページ上のWebコンテンツ利用」は、先の家庭のパソコンによるコンテンツ閲覧(約60~90%程度)に比べて26.4%と低く、「データ通信」(18.2%)、「自分の位置情報確認、ナビゲーション」(15.3%)等を考慮しても、情報収集端末としての利用は限定的であるといえる。ただし、10~20歳代では積極的な利用傾向がうかがえる。

◆携帯電話の付加価値的な機能においては、10~20歳代で利用率が高く、60歳代~70歳以上で低くなっている。特に「データ通信」、「ホームページ上のWebコンテンツ利用」、「音楽視聴」、「ゲーム」でその傾向が顕著である。

2. 調査結果

(3) スマートフォン・携帯電話・PHSの利用状況について

■ スマートフォン・携帯電話・PHSのWebコンテンツ利用内容



◆「ニュース、天気予報」(74.0%)、「交通案内、時刻表案内」(56.6%)、「無償コンテンツのダウンロード」(39.7%)がトップ3である。

◆次いで利用の多いのは、「SNS」(24.4%)、「ツイッター」(20.2%)であり、「ツイッター」は昨年からの5.8%の伸びである。

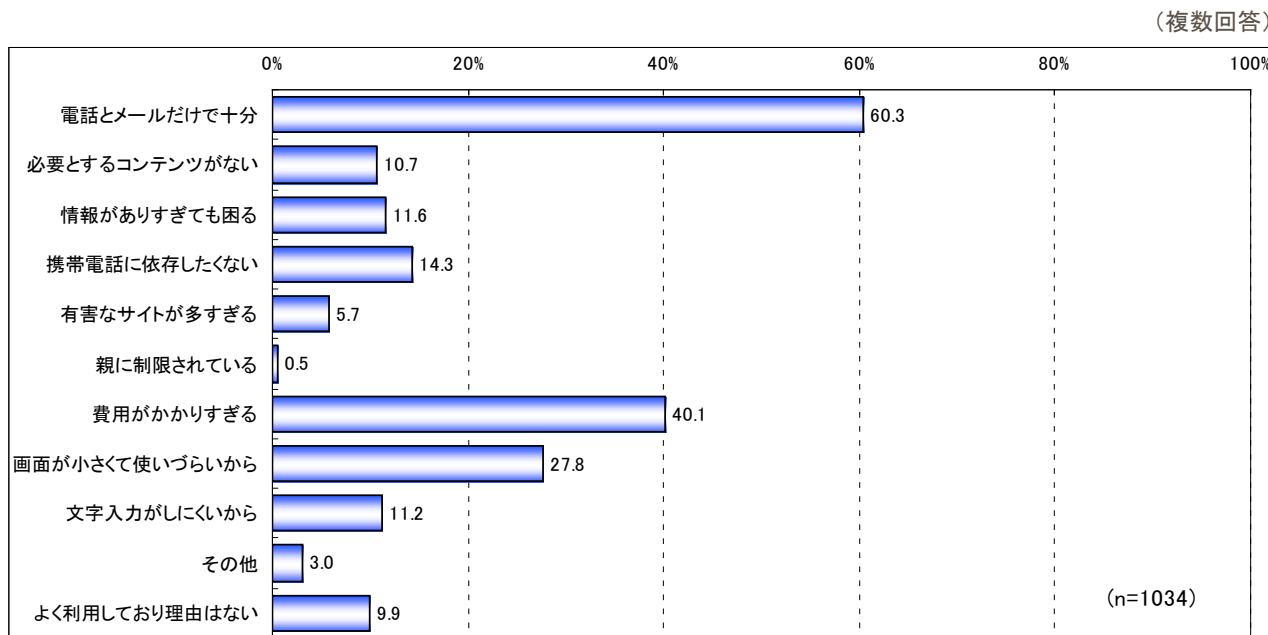
◆性別で見ると、「SNS」、「ファッション情報、ショッピング情報、旅行情報」では女性が男性よりも高い。

◆年齢別にみると、「無償コンテンツのダウンロード」は年齢が高くなるに従いその利用者が少なくなっている。同様に「SNS」、「ツイッター」においてもその利用の中心は10～20歳代であり、高年齢になるに従い利用者は少なくなっている。

2. 調査結果

(3) スマートフォン・携帯電話・PHSの利用状況について

■ Webコンテンツを利用しない理由



◆Webコンテンツを利用しない理由は、「電話とメールだけで十分」が60.3%と飛びぬけており、多機能化された現在の携帯電話への拒否感もうかがえる。

◆また、現在ではパケット定額サービスが一般化し、比較的低価格でWebコンテンツが利用しやすくなったが、それでも「費用がかかりすぎる」が40.1%もあり、利用しない大きな阻害要因となっている。

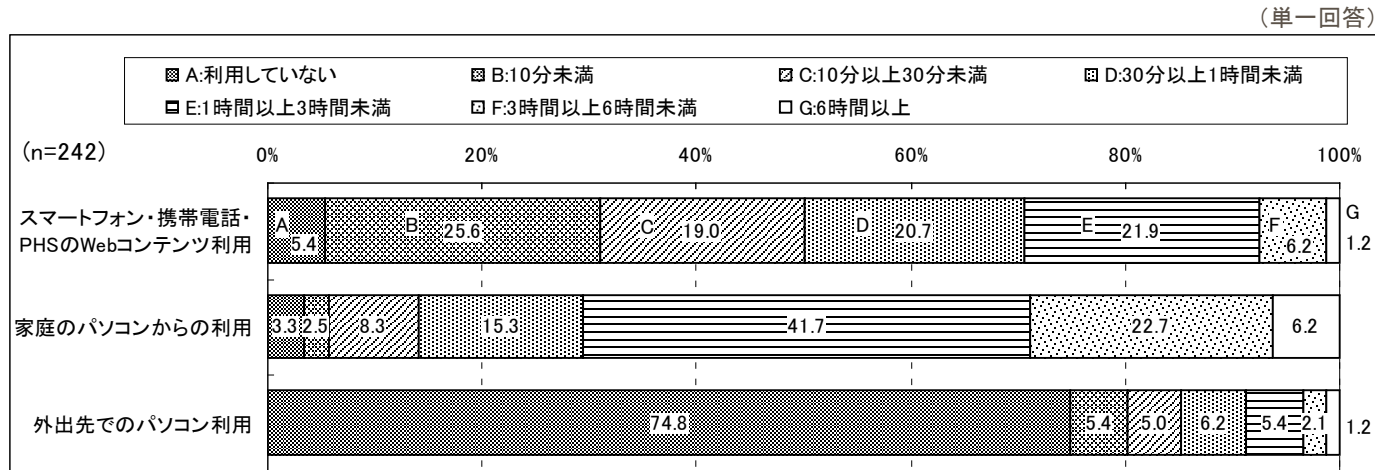
◆「画面が小さくて使いづらいから」も27.8%と高く、パソコンからのWebコンテンツ利用と比較し、情報量、操作性などの面で利用しにくいという評価である。

◆年齢別にみると、最も回答が多い「電話とメールだけで十分」は、年齢が高くなるほどその割合が高い。

2. 調査結果

(3) スマートフォン・携帯電話・PHSの利用状況について

■ Webコンテンツの利用時間



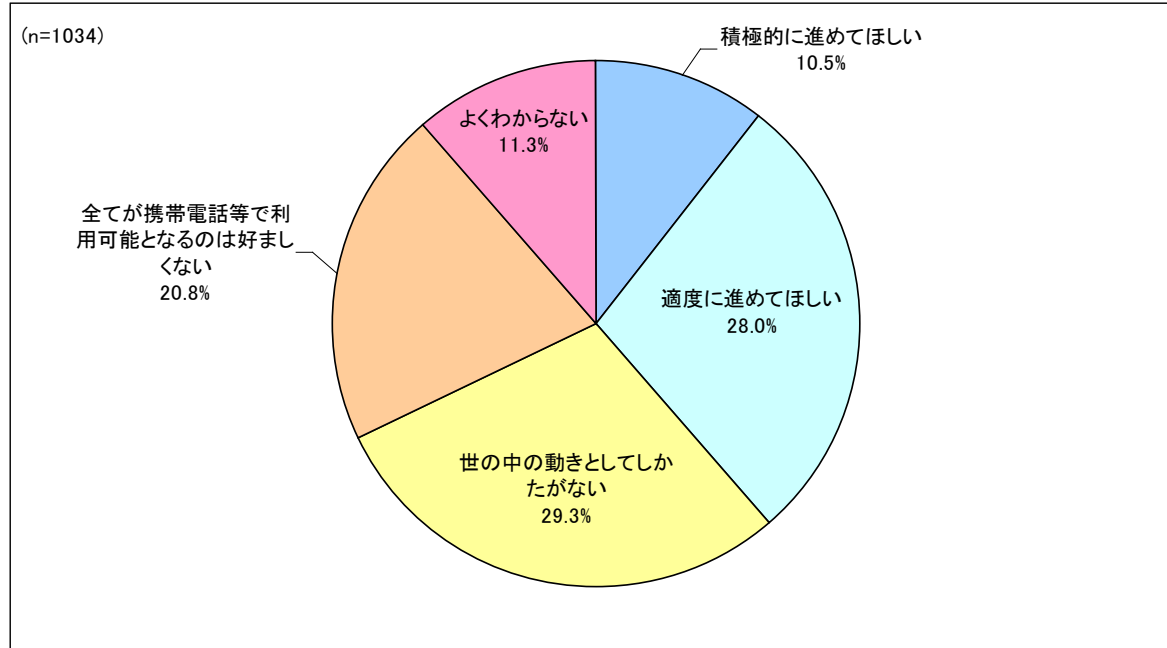
- ◆「スマートフォン・携帯電話・PHSのWebコンテンツ利用」の時間は、“10分未満”が25.6%と最も多く、同時に質問した「家庭のパソコンからの利用」の中心が“1時間以上3時間未満”（41.7%）に比べると、利用時間が短く用途の棲み分けがあると推察される。
- ◆また、「外出先でのパソコン利用」では、“利用していない”が74.8%あり、続いて“10分未満”が5.4%と、この結果からもモバイル環境でのWebコンテンツ利用はあまり多くはない。
- ◆「家庭のパソコンからの利用」は、“1時間以上3時間未満”が41.7%と最も多く、“3時間以上6時間未満”（22.7%）、“6時間以上”（6.2%）のヘビーユーザも非常に多い。
- ◆年齢別でみると、「スマートフォン・携帯電話・PHSのWebコンテンツ利用」で利用者が最も多い“10分未満”では40歳代～60歳代が高く、“1時間以上3時間未満”といったヘビーユーザは、10歳代～30歳代の若年層に多い。

2. 調査結果

(3) スマートフォン・携帯電話・PHSの利用状況について

■ 携帯電話の高機能化

(単一回答)

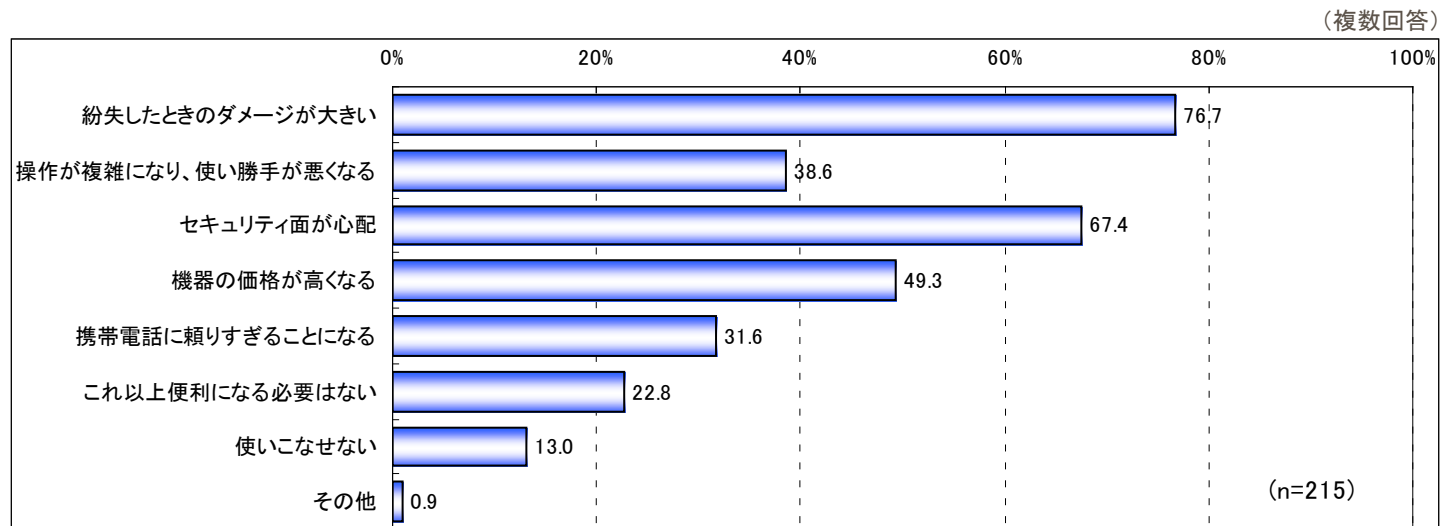


- ◆携帯電話の高機能化については、「積極的に進めてほしい」の10.5%に比べ、「全てが携帯電話等で利用可能となることは好ましくない」が20.8%であり、まだまだ高機能化へは反対の意見が多い。
- ◆しかしながらその一方で、「適度に進めてほしい」が28.0%、「世の中の動きとしてしかたがない」が29.3%と意見が分かれているものの、積極的ではないにせよ携帯電話の高機能化は、ユビキタスネット社会の方向として認識されつつあることがうかがえる。
- ◆年齢別にみると、10歳代が積極的な推進派であるのに対して、年齢が高くなるに従い高機能化には否定的である。

2. 調査結果

(3) スマートフォン・携帯電話・PHSの利用状況について

■ 携帯電話の高機能化が好ましくない理由



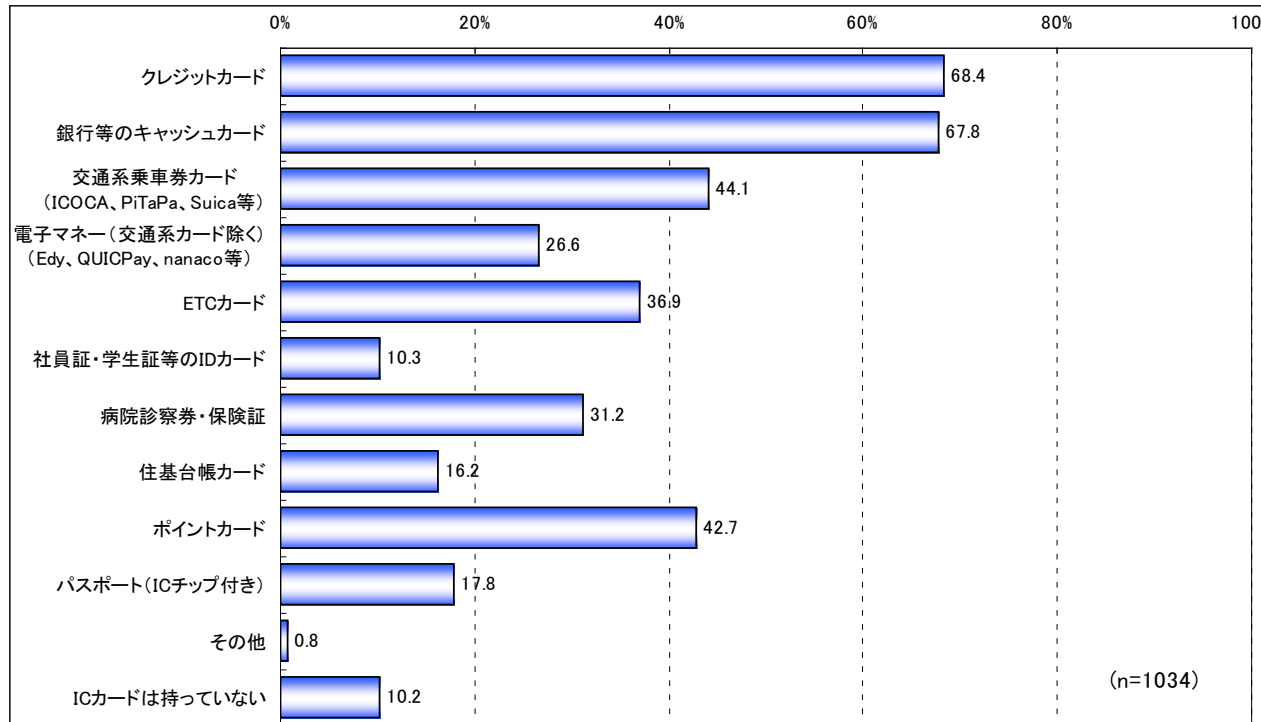
◆携帯電話の高機能化が好ましくない理由についての傾向としては、「紛失したときのダメージが大きい」(76.7%)、「セキュリティ面が心配」(67.4%)が群を抜いており、「機器の価格が高くなる」(49.3%)、「操作が複雑になり、使い勝手が悪くなる」(38.6%)、「携帯電話に頼りすぎることになる」(31.6%)がそれに続く。

2. 調査結果

(4) ICカードについて

■ ICカードの保有状況

(複数回答)



◆ICカードの保有状況は、「クレジットカード」(68.4%)、「銀行等のキャッシュカード」(67.8%)が群を抜いているが、これらは、従来型の磁気カードからの切り替えが進んできた結果であるといえる。

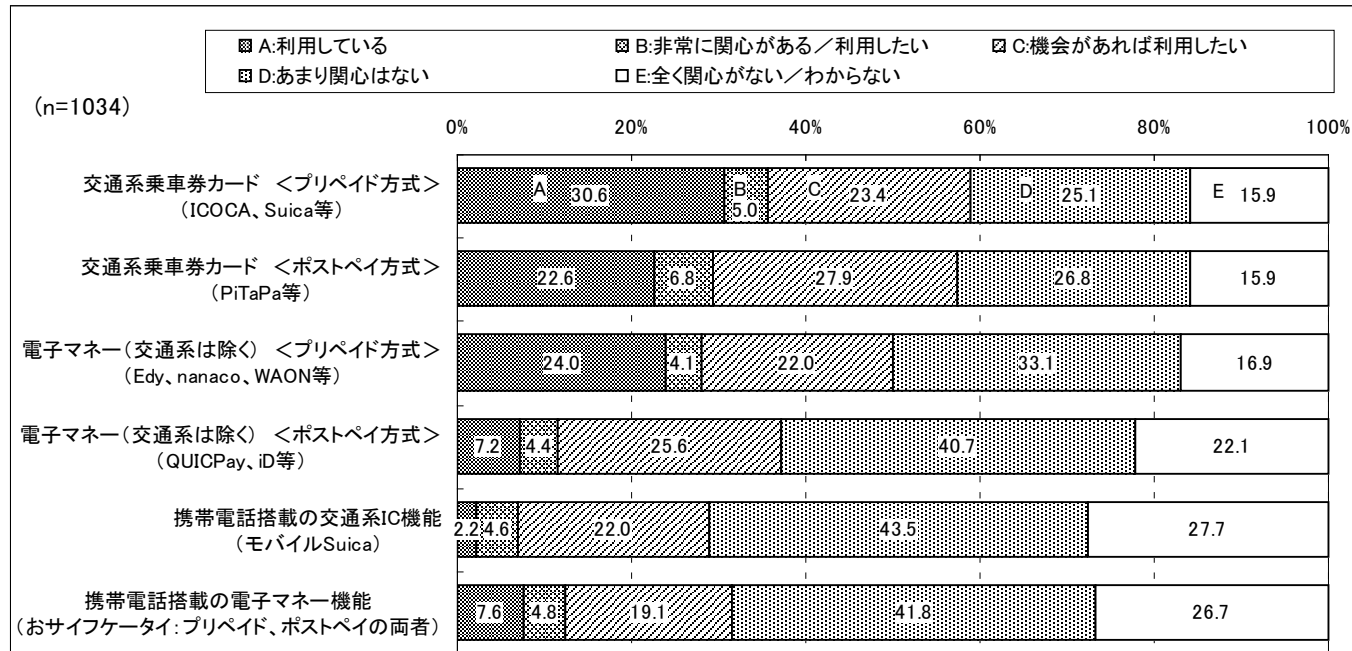
◆普及が著しい「交通系乗車券カード」が44.1%と第3位であり、都市部での利便性の高さが認められているようである。加えて、「電子マネー(交通系カードを除く)」も26.6%と、交通系を含めた電子マネーの普及がうかがえる。

2. 調査結果

(4) ICカードについて

■ 電子マネー系ICカードの利用状況・関心度

(単一回答)



◆電子マネー系のICカードの利用状況・関心度において、ICOCA、Suica等の「プリペイド方式の交通系乗車券カード」は、30.6%の人が利用しており、“非常に興味がある～機会があれば利用したい”まで含めると、約59%が利用を望んでいる。また、「ポストペイ方式の交通系乗車券カード」であるPiTaPa等は、22.6%の利用状況である。この方式は後払いであり、クレジットカード発行と同等の手続きが必要であることから、プリペイド方式に比べ利用者がまだ少ない。

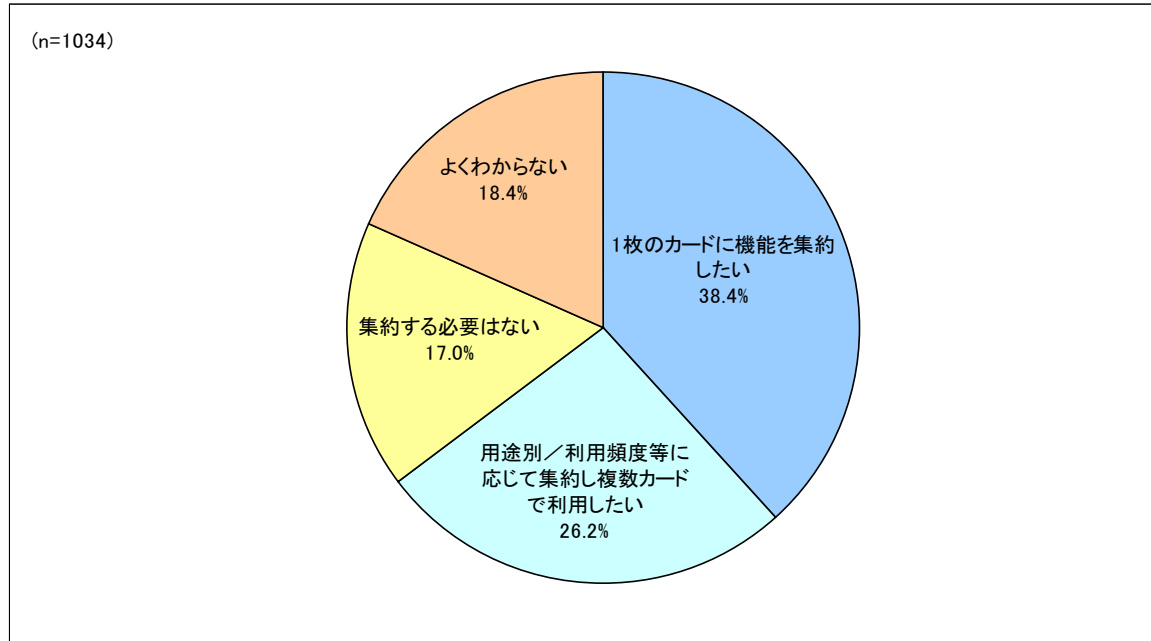
◆交通系を除いた電子マネーは、“利用している”がプリペイド方式で24.0%、ポストペイ方式においては7.2%であり、22年度調査に比べるとプリペイド方式、ポストペイ方式とも足踏み状態である。

2. 調査結果

(4) ICカードについて

■ ICカードの多機能化

(単一回答)



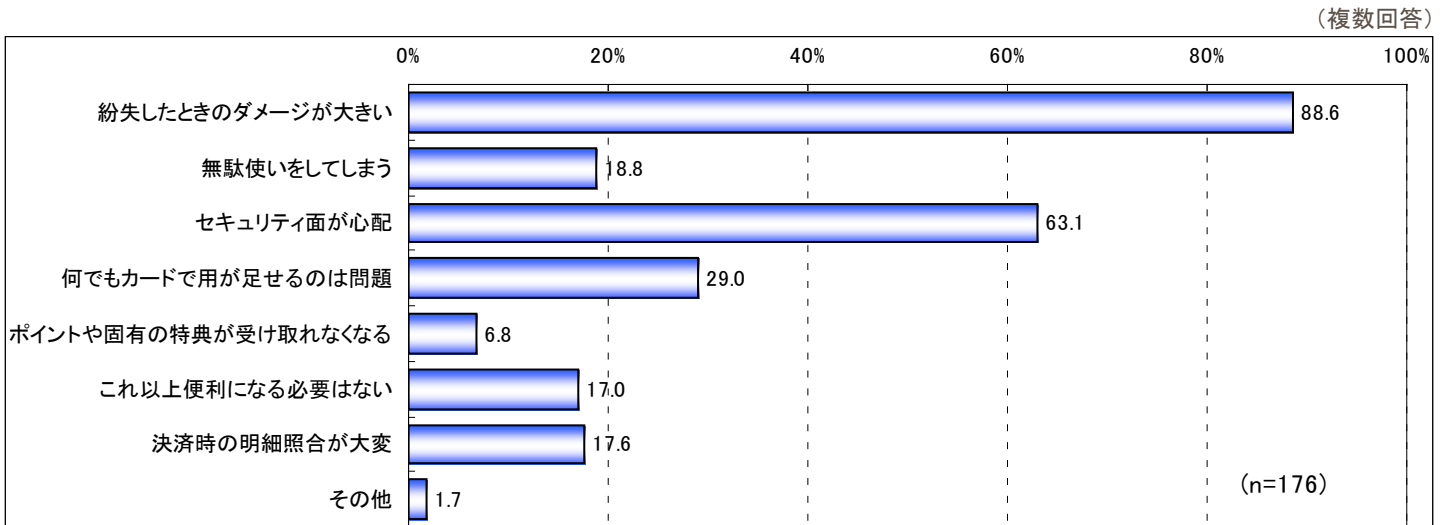
◆ICカードの多機能化については、「1枚のカードに機能を集約したい」が38.4%で最も多く、次いで、「用途別/利用頻度等に応じて集約し複数カードで利用したい」が26.2%で続き、総じてカードの多機能化には肯定的な意見が多い。

◆こうした傾向は、携帯電話の高機能化とは若干異なり、携帯電話では、「全てが携帯電話等で利用可能となることは好ましくない」など否定的な意見が20.8%であるが、ICカードでは、「集約する必要はない」は17.0%であり、否定的な意見はやや少ない。

2. 調査結果

(4) ICカードについて

■ ICカードの集約化が好ましくない理由



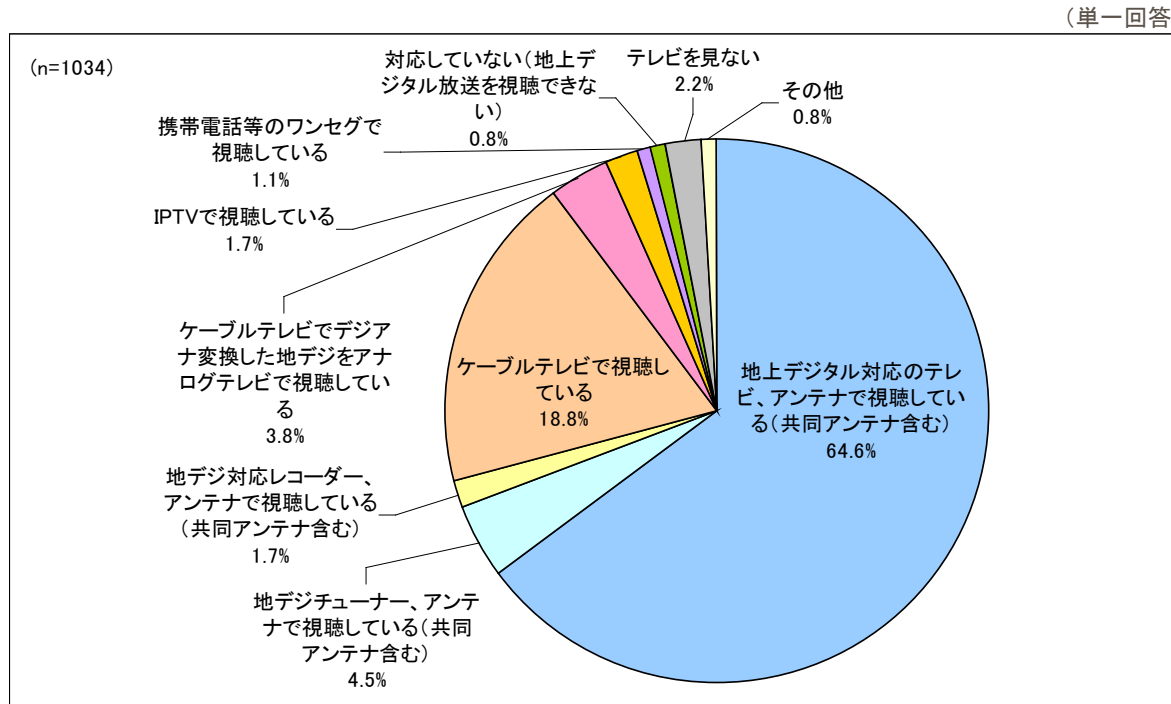
◆ ICカードの集約化が好ましくない理由についての傾向としては、「紛失したときのダメージが大きい」が88.6%、「セキュリティ面が心配」が63.1%の二つが群を抜いている。

◆ 携帯電話の多機能化が好ましくない理由との違いは、ICカードの集約化では上位2つの項目以外は概ね5~30%程度と比較的低い点である。

2. 調査結果

(5)地上デジタル放送について

■ 地上デジタル放送への対応状況



◆地上デジタル放送への完全移行直後の調査であるが、「対応していない」(0.8%)、「テレビを見ない」(2.2%)、「その他」(0.8%)以外の96.2%の人は、何らかの形で地上デジタル放送を見られる状態になっており、残すは「対応していない」(0.8%)の人への対応のみである。これは、22年度調査の75.0%から大きく躍進した。

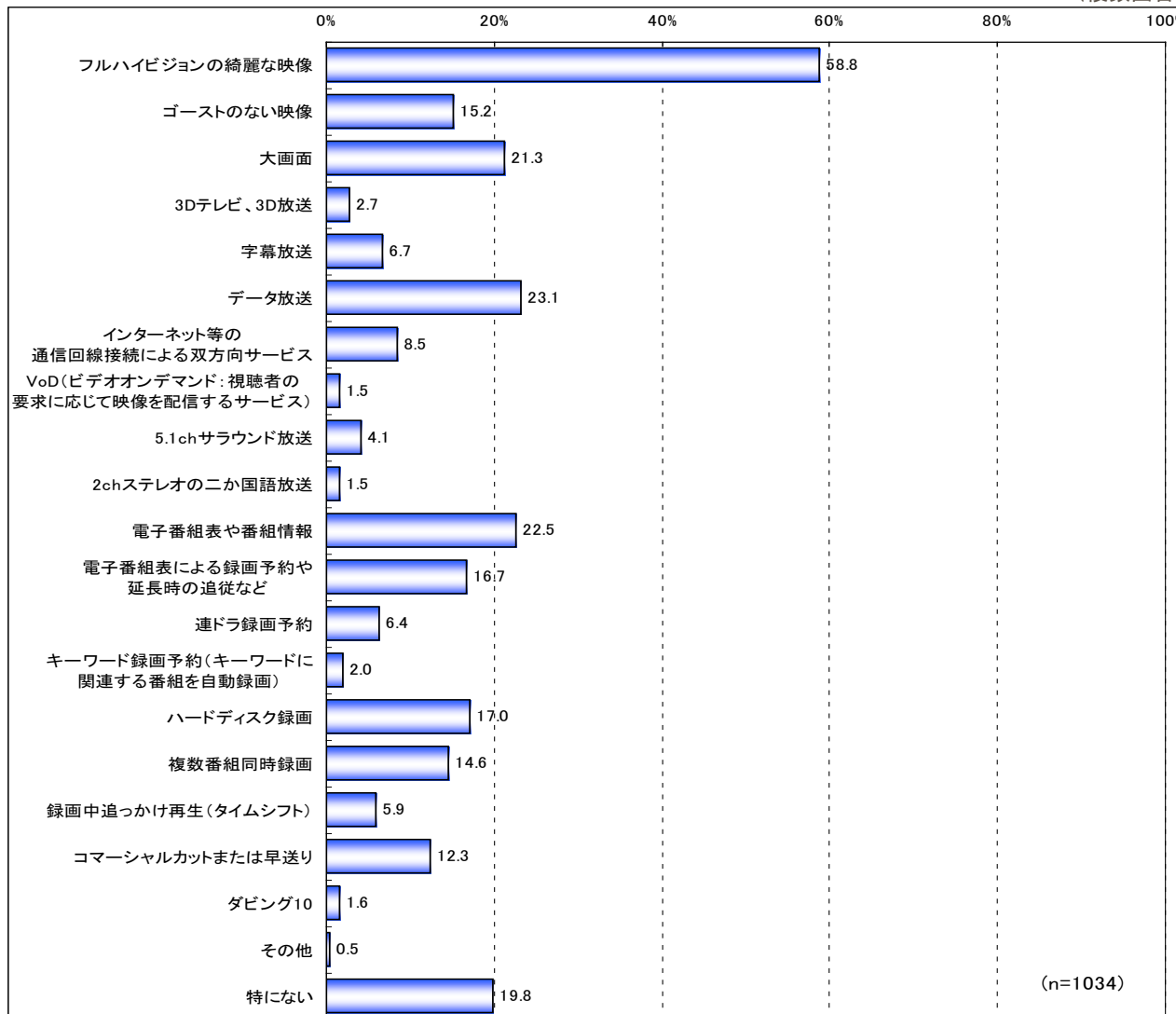
◆年齢別でみると、「地上デジタル対応のテレビ、アンテナで視聴している」は若い年齢ほど高く年齢が上がるに従って低くなる。逆に「ケーブルテレビで視聴している」は、高齢ほど高く、年齢が下がるにつれて低くなる。この二つの選択肢の間には相補的な関係が読み取れる。

2. 調査結果

(5) 地上デジタル放送について

■ 地上デジタル放送や機器への評価・期待

(複数回答)



◆「フルハイビジョンの綺麗な映像」(58.8%)が群を抜いており、「データ放送」(23.1%)、「電子番組表や番組情報」(22.5%)、「大画面」(21.3%)がそれに続く。

◆「3Dテレビ、3D放送」(2.7%)、「インターネット等の通信回線接続による双方向サービス」(8.5%)、「5.1chサラウンド放送」(4.1%)や「2chステレオの二か国語放送」(1.5%)などの音響系、「連ドラ録画予約」(6.4%)、「キーワード録画予約」(2.0%)、「ダビング10」(1.6%)等は目新しい機能であるが、意外に評価・期待は低い。

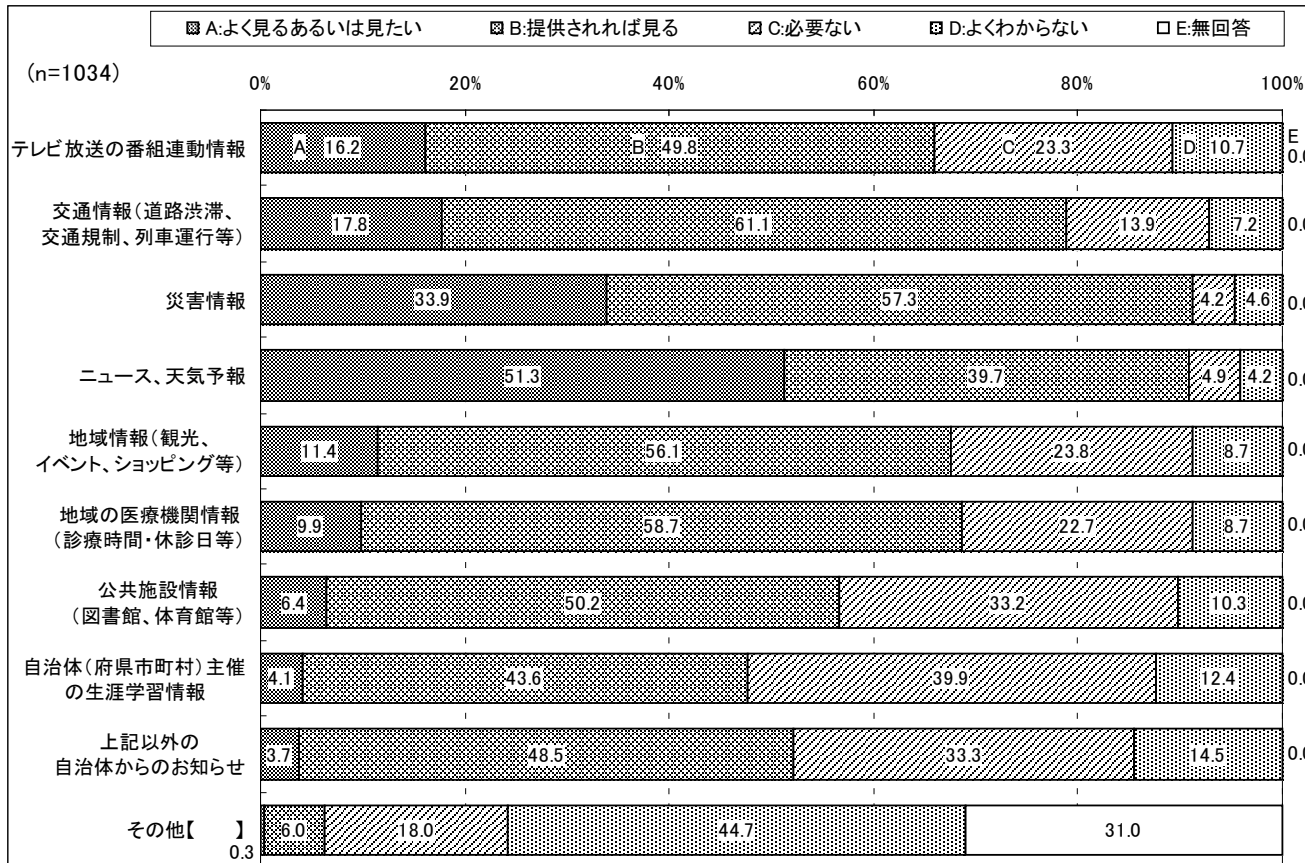
◆性別でみると、「ゴーストのない映像」、「インターネット等の通信回線接続による双方向サービス」は女性より男性が倍以上高く、「連ドラ録画予約」、「キーワード録画予約」は、値は低いものの女性の方が男性の倍以上である。

2. 調査結果

(5) 地上デジタル放送について

■ データ放送番組の視聴意向

(単一回答)



◆データ放送番組について、「災害情報」、「ニュース、天気予報」など、日常生活における必要最低限の情報は、“よく見るあるいは見たい～提供されれば見る”が90%程度あり、その必要性が理解されていると考えられる。

◆その一方で、「公共施設情報」や「自治体からのお知らせ」などの行政関連情報は、“よく見るあるいは見たい”という積極的な視聴意向はあまりみられず、逆に“必要ない”という意見も情報によっては30～40%近くもあり、何でもデータ放送番組で提供すれば良いというわけではないことがうかがえる。

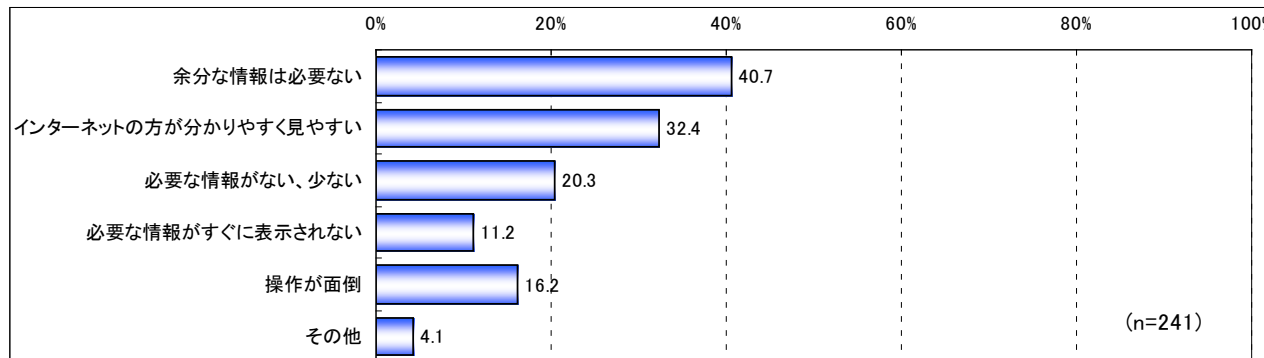
2. 調査結果

(5) 地上デジタル放送について

■ データ放送番組が必要でない理由

<テレビ放送の番組連動情報>

(複数回答)

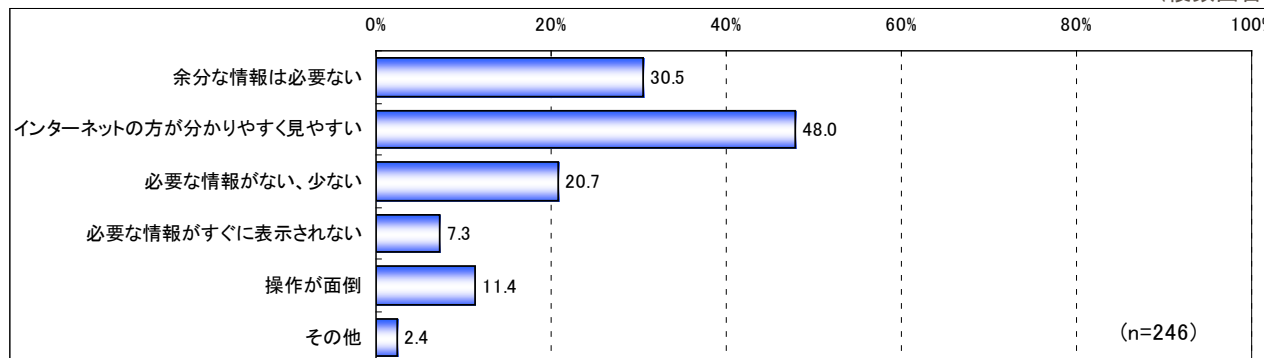


◆ データ放送番組が必要でない理由を情報(番組)ごとに聞いたところ、全ての情報で、「余分な情報は必要ない」、「インターネットのほうが分かりやすく見やすい」が1位、2位を占めている。

◆ 中でも“テレビ放送の番組連動情報”では、テレビ番組そのものの情報でありながら「余分な情報は必要ない」が40.7%と4割以上になっている。

<ニュース・天気予報>

(複数回答)



◆ また、“地域情報”、“ニュース・天気予報”、“地域の医療機関情報”、“交通情報”では、「インターネットのほうが分かりやすく見やすい」が各々48.0%、47.1%、44.3%、41.7%と比率が高い。

2. 調査結果

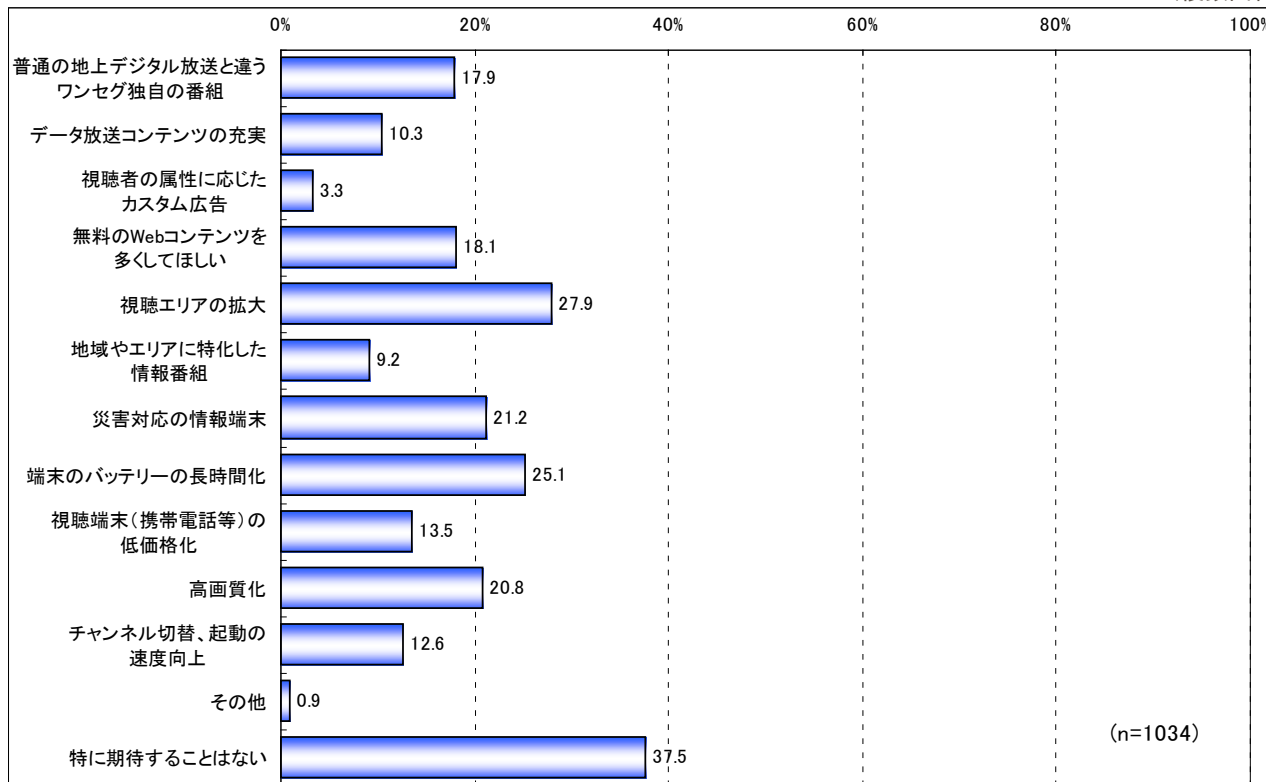
(5) 地上デジタル放送について

■ ワンセグのデータ放送の利用状況

◆ワンセグのデータ放送利用は、「よく利用している」がわずか3.8%、「多少は利用している」を合わせても31.8%であり、逆に「全く利用していない」が28.0%と、まだまだデジタル放送のサービス機能は十分に活用されていないのが現状である。

■ ワンセグへの期待

(複数回答)



◆ワンセグへの期待は、「視聴エリアの拡大」(27.9%)、「端末のバッテリーの長時間化」(25.1%)、「災害対応の情報端末」(21.2%)、「高画質化」(20.8%)が20%を超えており、多岐にわたっている。

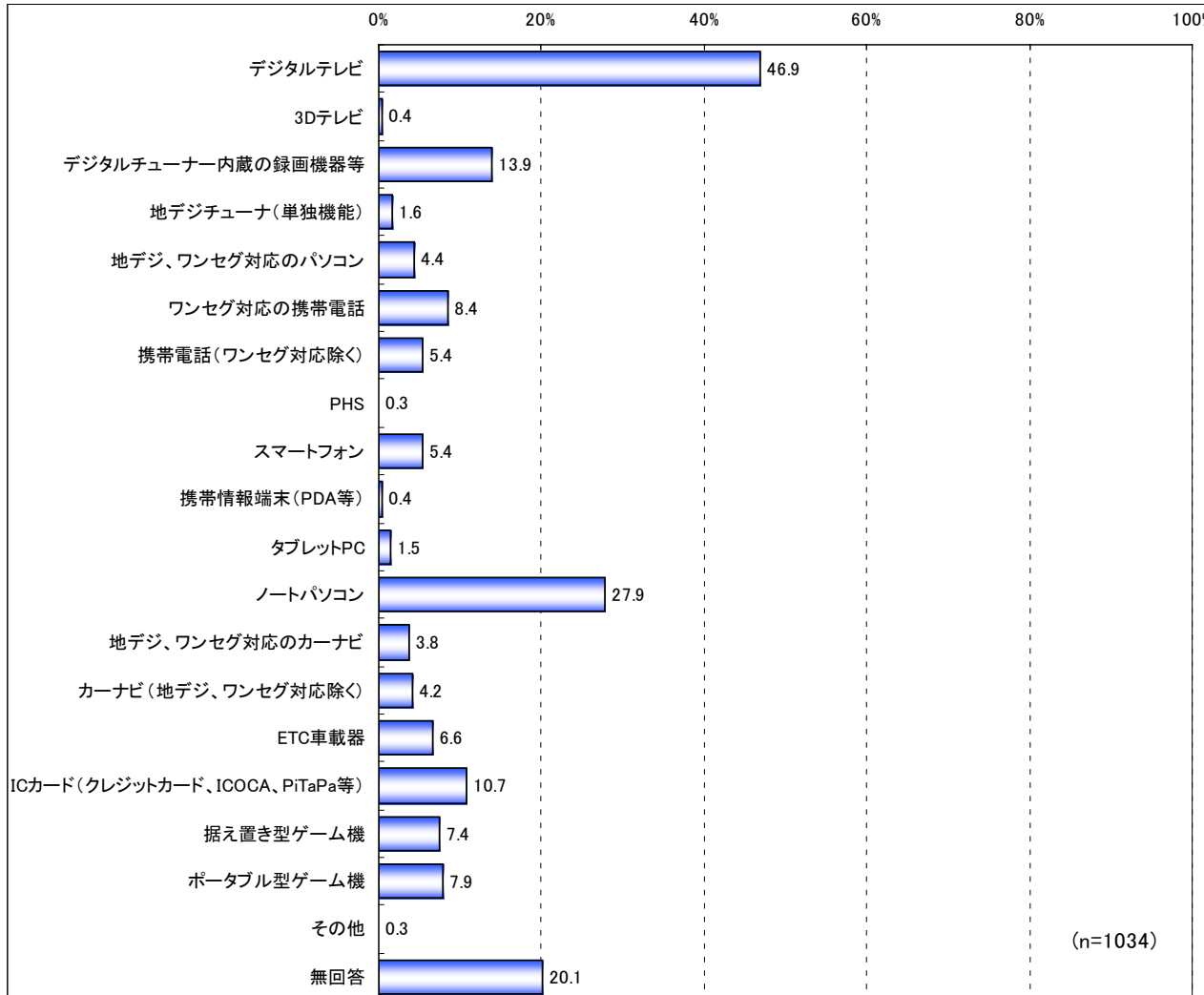
◆年齢別でみると、「端末のバッテリーの長時間化」が10歳代~50歳代で高く、比較的よく利用されているのではないかと考えられる。

2. 調査結果

(6) ICT機器の保有意向について

■ 2台目以降の機器の保有意向

(複数回答)



◆「デジタルテレビ」が46.9%と群を抜いて高く、これは一家に1台を超えて、一人に1台に近づきつつあるためだと考えられる。また、「デジタルチューナー内蔵の録画機器等」も13.9%と比較的高く、本体だけでなく周辺機器も2台目需要が高まっていると考えられる。

◆家族の世帯構成でみると、「デジタルテレビ」において、当然ではあるが一人暮らしの2台目以降の保有意向は低く、三世帯と家族が多くなると保有意向が高い。

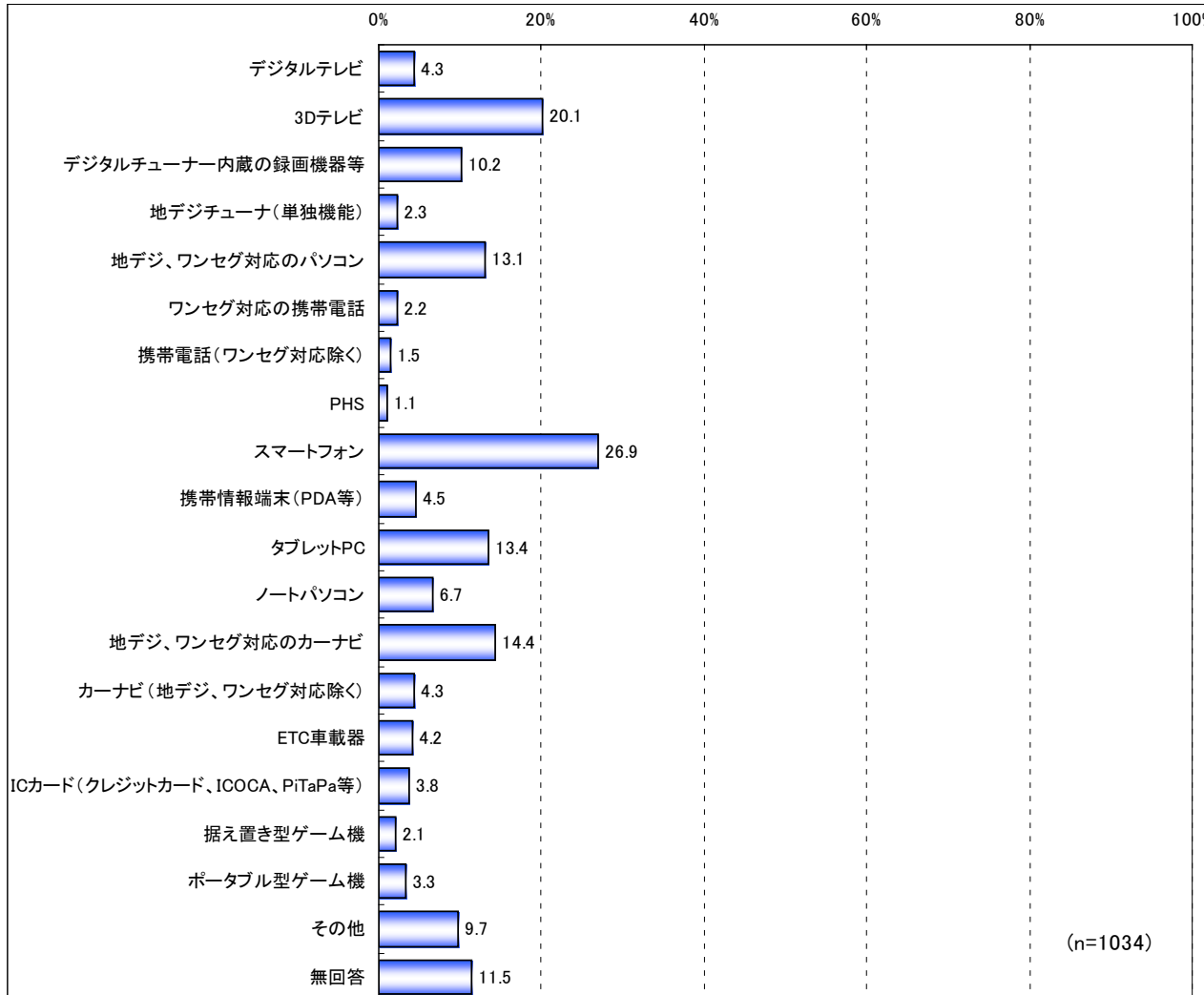
◆「ノートパソコン」は今年新設した選択肢であるが、27.9%と高く、パソコンも一人1台ないしは外出用としての複数所有の機運が高まっていると思われる。

2. 調査結果

(6) ICT機器の保有意向について

■ 現在保有していない機器の保有意向

(複数回答)



◆ 現在保有していないICT機器の保有意向については、「スマートフォン」が26.9%とトップであり、21、22年度に比べて急激に躍進している。

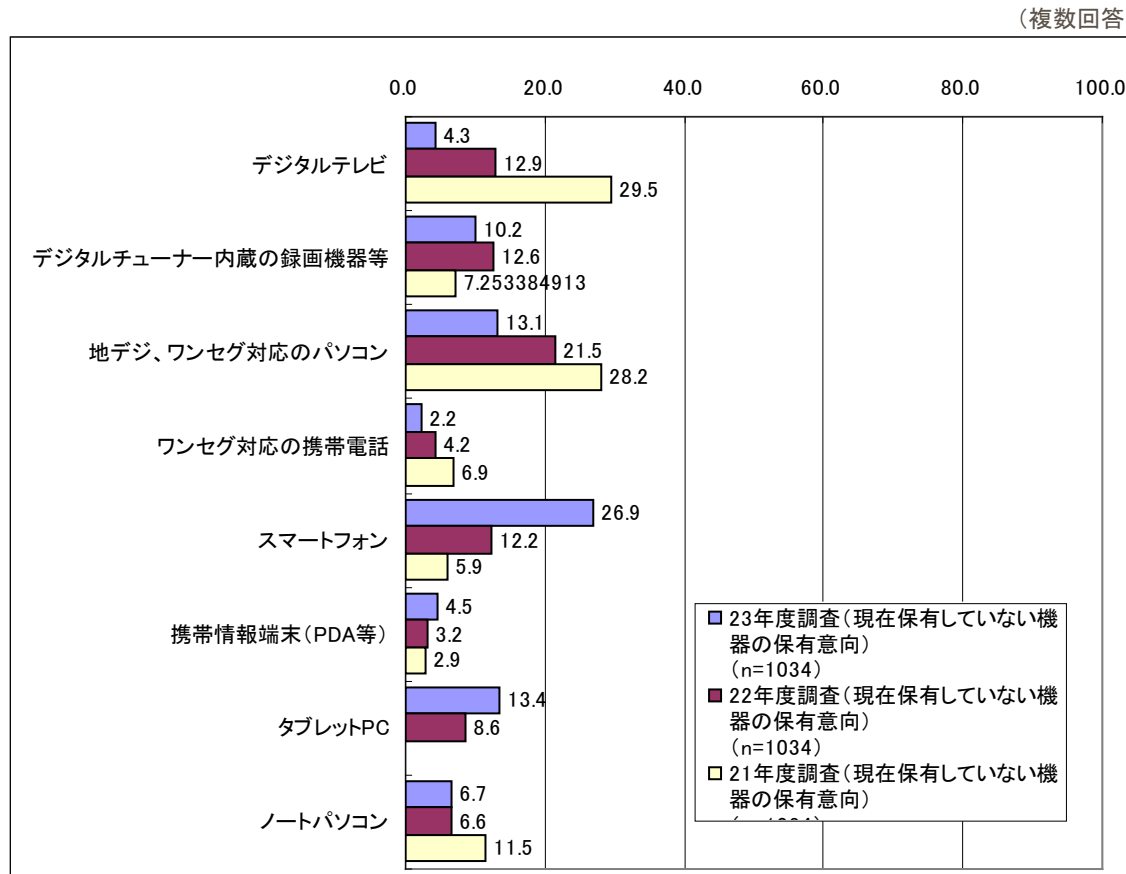
◆ 「3Dテレビ」の保有率は1.7%とまだ低いですが、保有意向は20.1%と非常に高い。

◆ それに続くのは、「地デジ、ワンセグ対応のカーナビ」(14.4%)、「タブレットPC」(13.4%)、「地デジ、ワンセグ対応のパソコン」(13.1%)、「デジタルチューナー内蔵の録画機器等」(10.2%)であり、比較的保有意向が高い。

2. 調査結果

(6) ICT機器の保有意向について

■ ICT機器の保有意向 《21、22年度調査との比較》



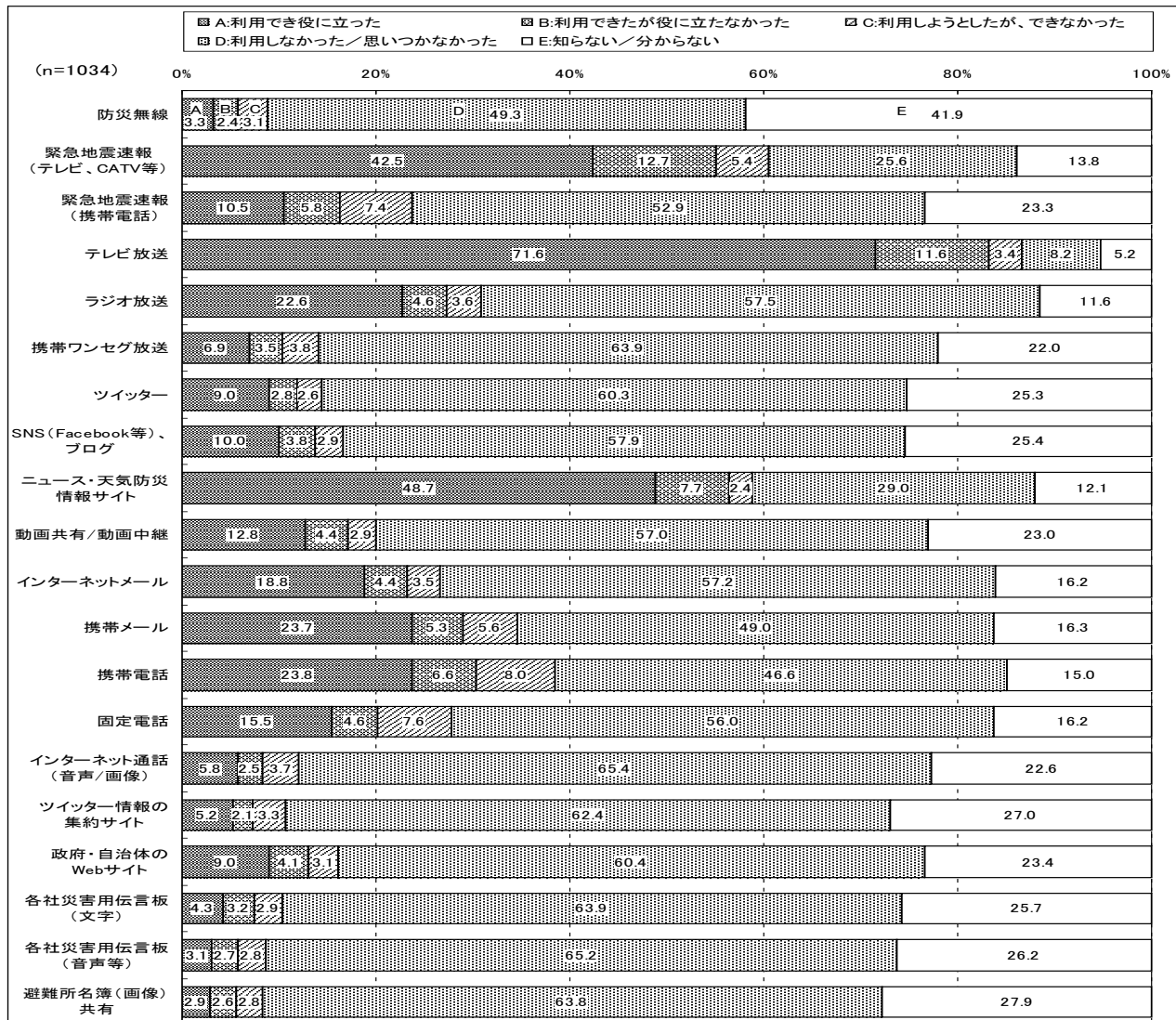
◆地上デジタル放送完全移行により、「デジタルテレビ」(4.3%)、「地デジ、ワンセグ対応のパソコン」(13.1%)、「ワンセグ対応の携帯電話」(2.2%)などは21年度、22年度から年を追うごとに下がっている。

2. 調査結果

(7) 災害発生時の情報収集について

■ 東日本大震災発生時および発生直後の情報収集

(単一回答)



3月11日の東日本大震災により、お亡くなりになられた方々のご冥福をお祈り申し上げます。また、被災された皆さま、並びにご家族・ご関係者の皆様に、謹んでお見舞い申し上げますとともに、被災地の一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

◆「利用でき役に立った”のは、「テレビ放送」(71.6%)、「ニュース・天気防災情報サイト」(48.7%)、「緊急地震速報(テレビ、CATV等)」(42.5%)、「携帯電話」(23.8%)、「携帯メール」(23.7%)、「ラジオ放送」(22.6%)などが20%以上と比較的高い。

◆一方、「防災無線」、「携帯ワンセグ放送」、「ツイッター」、「SNS、ブログ」、「インターネット通話」、「ツイッター情報の集約サイト」、「政府・自治体のWebサイト」、「各社災害用伝言板(文字)」、「各社災害用伝言板(音声等)」、「避難者名簿(画像)共有」などは、“利用しなかった／思いつかなかった”と“知らない／分からない”の合計が80%以上と、あまり認知されていないメディアと考えられる。

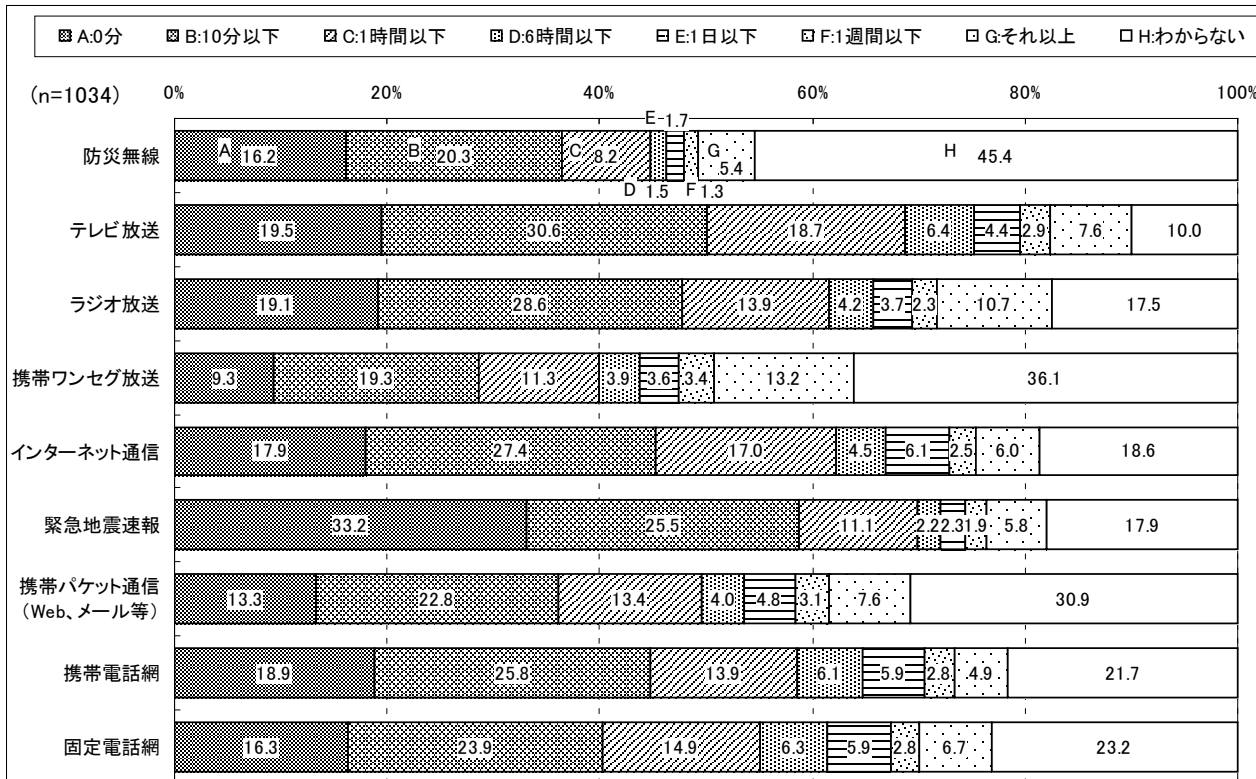
◆「利用しようとしたができなかった”は、「携帯電話」(8.0%)、「固定電話」(7.6%)、「緊急地震速報(携帯電話)」(7.4%)が比較的高く、震災時発生時にやや弱いメディアと考えられる。

2. 調査結果

(7) 災害発生時の情報収集について

■ 震災発生時および発生直後に必要な情報収集メディア

(単一回答)



◆“0分”が一番高いのが「緊急地震速報」(33.2%)であり、不測の地震に緊急に備えるための重要なメディアとして認知されているといえる。

◆これに続くのは、「テレビ放送」(19.5%)、「ラジオ放送」(19.1%)、「携帯電話網」(18.9%)、「インターネット通信」(17.9%)、「固定電話網」(16.3%)であり、“10分以下”の許容度を合わせると、概ね40%以上の人が必要なメディアととらえている。

◆「防災無線」は“0分”が16.2%と比較的高いが、“わからない”も45.4%と非常に高く、地域性が高く、一般的には認知度の高いメディアといえる。

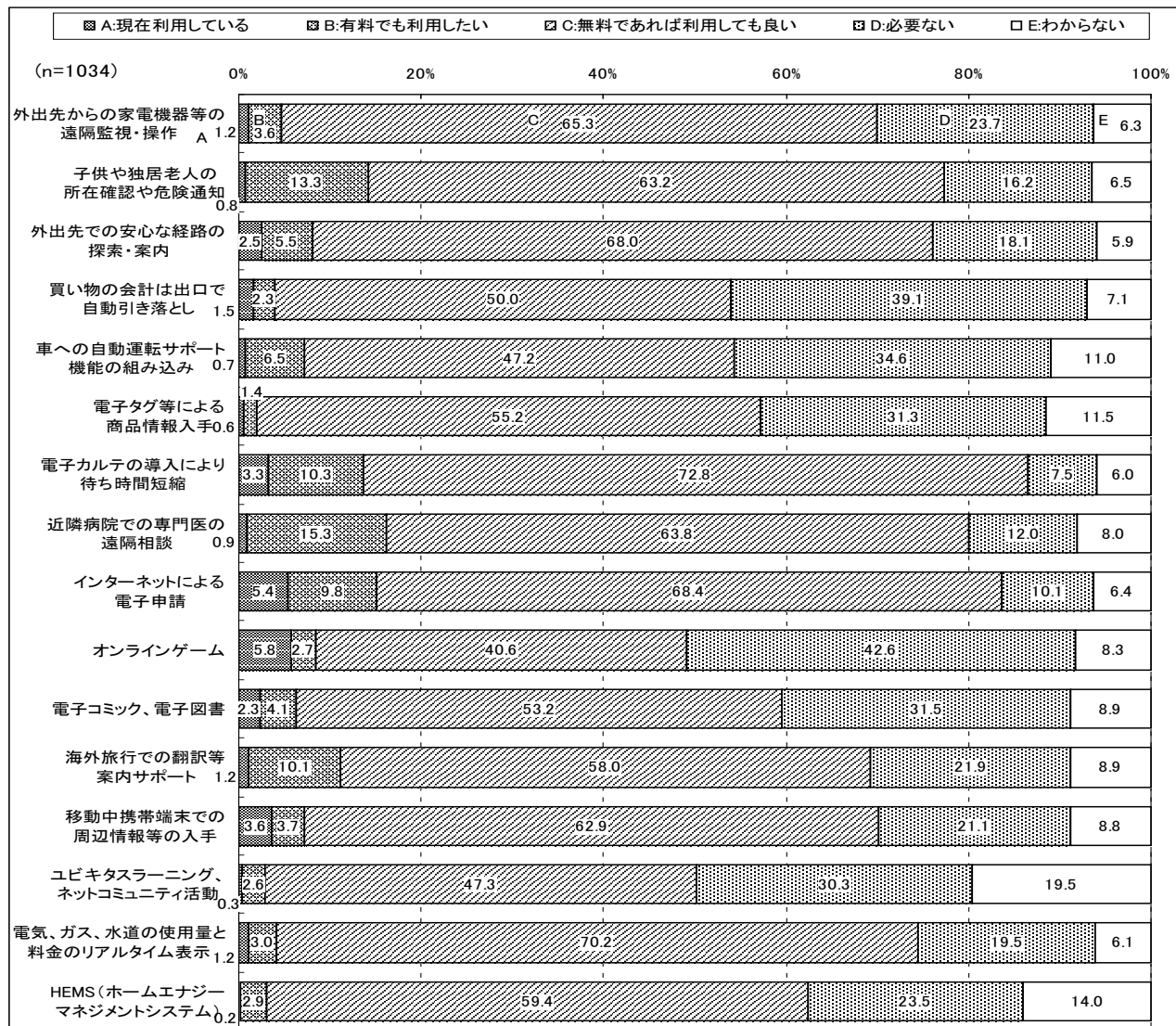
◆「携帯ワンセグ放送」は被災地で役に立ったメディアと聞いているが、本調査では、“0分”は9.3%と低く、“わからない”が36.1%と高いので認知度はいまひとつと思われる。

2. 調査結果

(8) ユビキタスネット社会について

■ ユビキタスサービスの利用状況、利用意向

(単一回答)



◆ユビキタスサービスの利用状況は、「オンラインゲーム」(5.8%)、「インターネットによる電子申請」(5.4%)、「移動中携帯端末での周辺情報の入手」(3.6%)、「電子カルテの導入により待ち時間短縮」(3.3%)、「外出先での安心な経路の探索・案内」(2.5%)、「電子コミック、電子図書」(2.3%)が上位であるが、最大でも6%程度であり、サービスの内容や体制が十分ではないにしても、まだまだ普及には程遠いことがうかがえる。

◆有料でも利用したいユビキタスサービスは、「近隣病院での専門医の遠隔相談」(15.3%)、「子供や独居老人の所在確認や危険通知」(13.3%)、「電子カルテの導入により待ち時間短縮」(10.3%)、「海外旅行での翻訳等案内サポート」(10.1%)が10%以上で上位となっており、社会インフラとしての必要性が指摘されている。

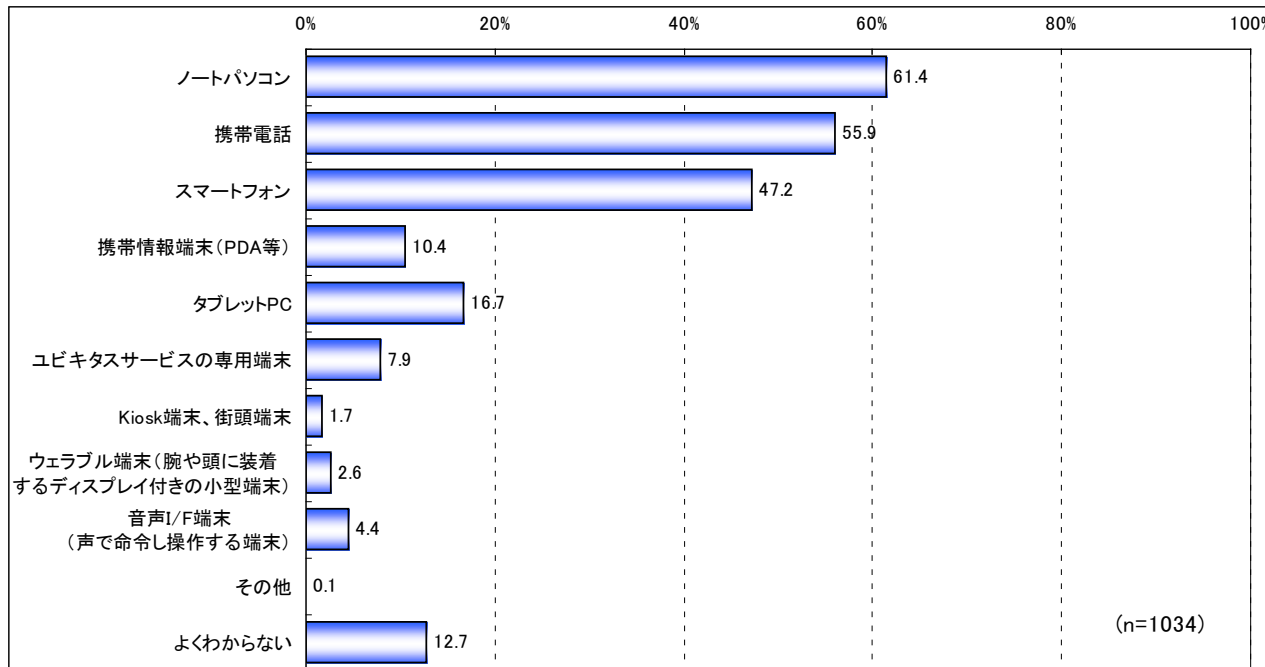
◆“無料であれば利用しても良い”まで含めると、健康や医療、安心・安全、エコの項目が多く、ユビキタスネット社会への期待内容がみとれる。

2. 調査結果

(8) ユビキタスネット社会について

■ 望ましいと考えられる情報端末の形態

(複数回答)



◆ ユビキタスサービスの享受において、望ましいと考えられる情報端末の形態は、「ノートパソコン」が61.4%、「携帯電話」が55.9%と、使い慣れている端末をそのまま利用したいという傾向が見てとれるが、「スマートフォン」は昨年度の23.1%から47.2%に倍増して肩を並べており、新しい情報端末としての地位を固めつつある。

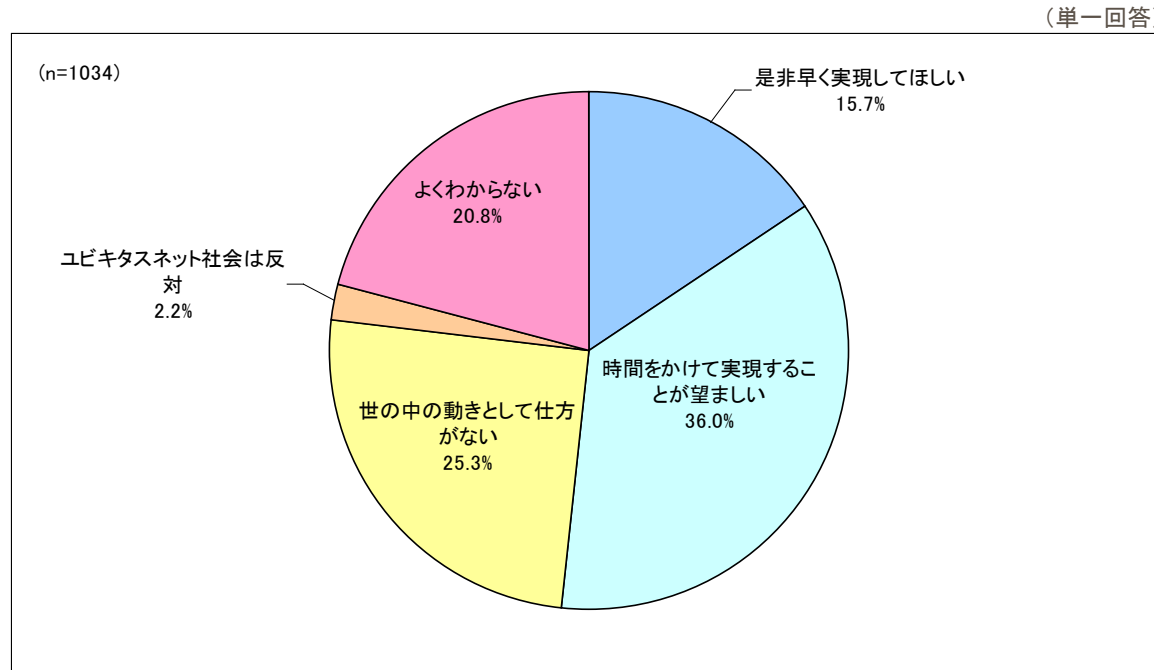
◆ 「タブレットPC」(16.7%)と「携帯情報端末 (PDA等)」(10.4%)がこれに続き、この二つの端末の普及も予感される。

◆ 「Kiosk端末、街頭端末」、「ウェアブル端末」、「音声I/F端末」、「ユビキタスサービスの専用端末」への要望は少ない。

2. 調査結果

(9) ユビキタスネット社会への期待と不安について

■ ユビキタスネット社会への期待度



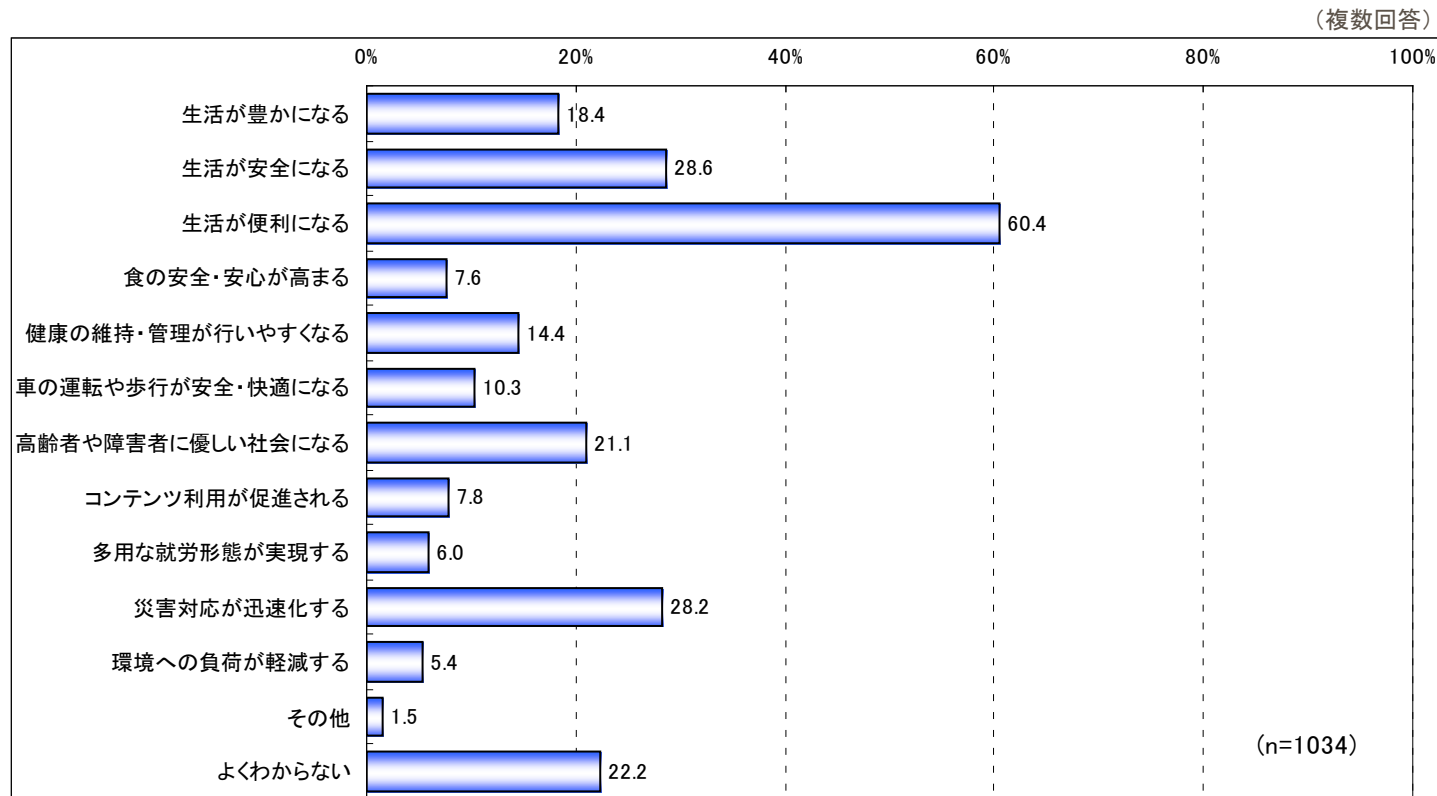
◆ユビキタスネット社会の実現に対する期待度は、「是非早く実現してほしい」が15.7%、「時間をかけて実現することが望ましい」が36.0%を占め、半数の人がユビキタスネット社会に肯定的ではあるものの、「世の中の動きとして仕方がない」が25.3%もあり、期待度が高いとは言いがたい。

◆しかしながら、「ユビキタスネット社会は反対」はわずか2.2%ではあるが、「世の中の動きとして仕方がない」を含め反対意見もあるため、ユビキタスネット社会の“陰”の部分の問題点や課題を考慮した推進が望まれるところである。

2. 調査結果

(9) ユビキタスネット社会への期待と不安について

■ ユビキタスネット社会への期待内容

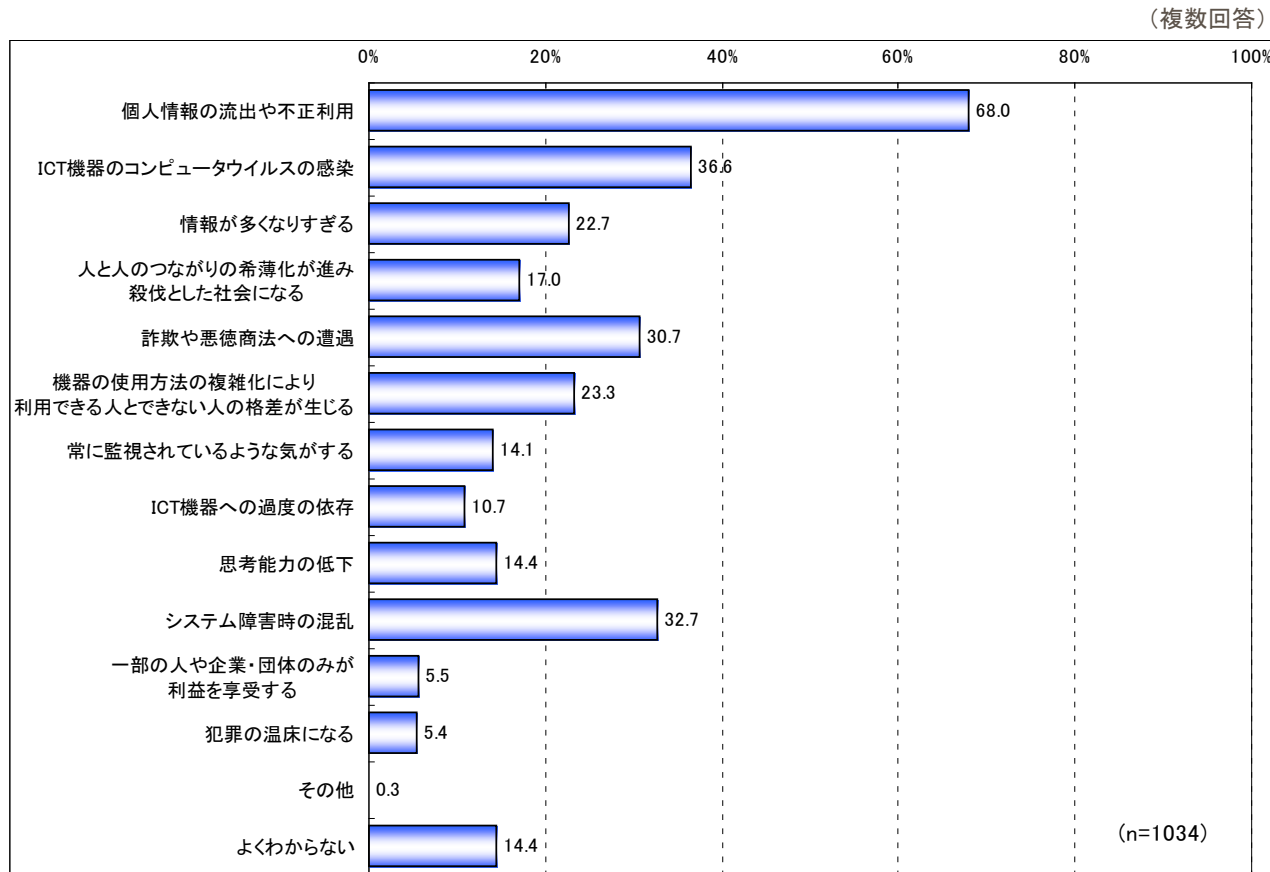


◆ ユビキタスネット社会への期待内容は、「生活が便利になる」が60.4%で群を抜いている。続いて、「生活が安全になる」(28.6%)、「災害対応が迅速化する」(28.2%)、「高齢者や障害者に優しい社会になる」(21.1%)が高く、便利さとともに、安全・安心の社会を期待している。

2. 調査結果

(9) ユビキタスネット社会への期待と不安について

■ ユビキタスネット社会の不安内容



◆ユビキタスネット社会に対しての不安内容は、「個人情報の流出や不正利用」が68.0%とトップで、続いて「ICT機器のコンピュータウイルスの感染」(36.6%)、「システム障害時の混乱」(32.7%)、「詐欺や悪徳商法への遭遇」(30.7%)であり、プライバシー侵害、情報システム上のセキュリティ不安などの内容が上位を占めている。

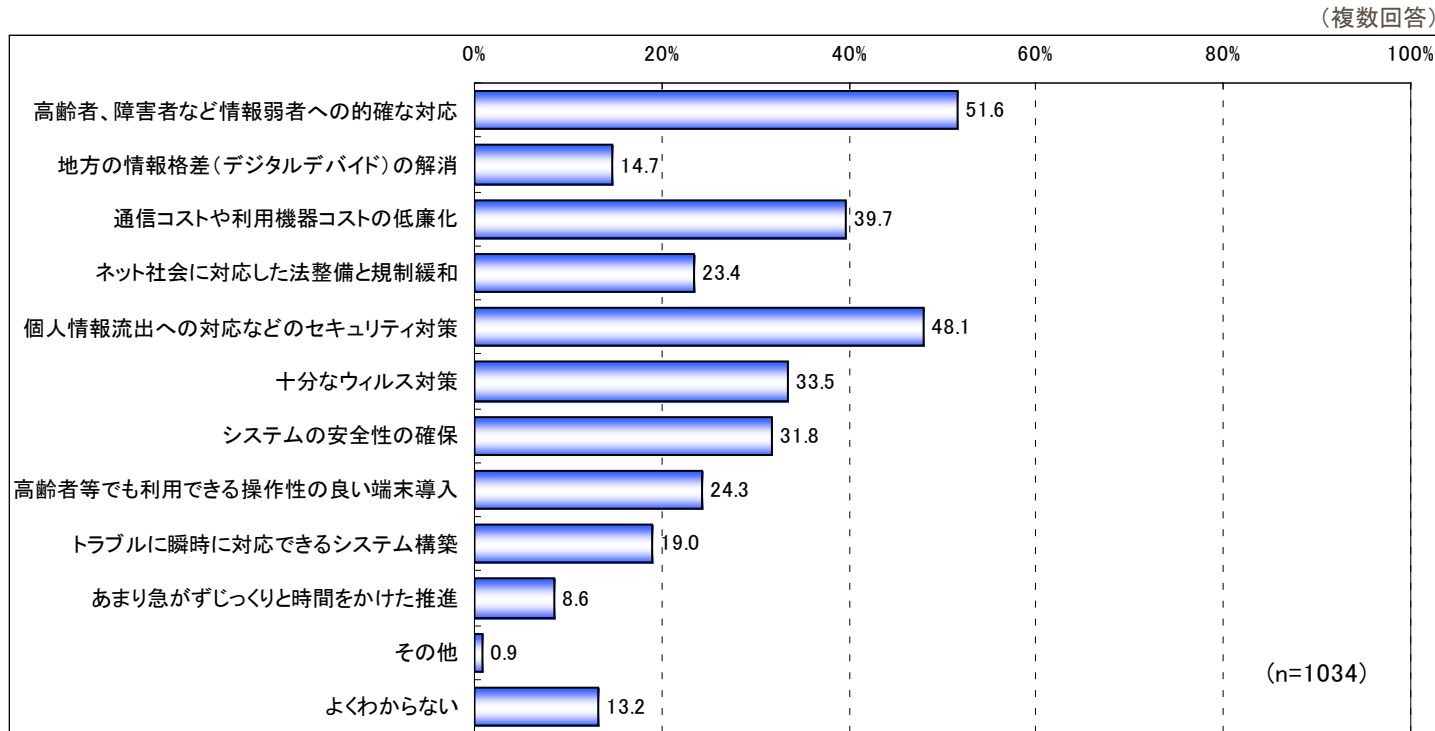
◆加えて、「人と人のつながりの希薄化が進み殺伐とした社会になる」(17.0%)や「思考能力の低下」(14.4%)、「常に監視されているような気がする」(14.1%)といった“人間のあり方”そのものに関する不安も指摘されている。

◆「個人情報の流出や不正利用」は、年齢別の10歳代と職業別の学生はあまり不安を感じていないが、会社員(技術系)とが公務員は強い不安を感じている。

2. 調査結果

(9) ユビキタスネット社会への期待と不安について

■ ユビキタスネット社会推進への要望



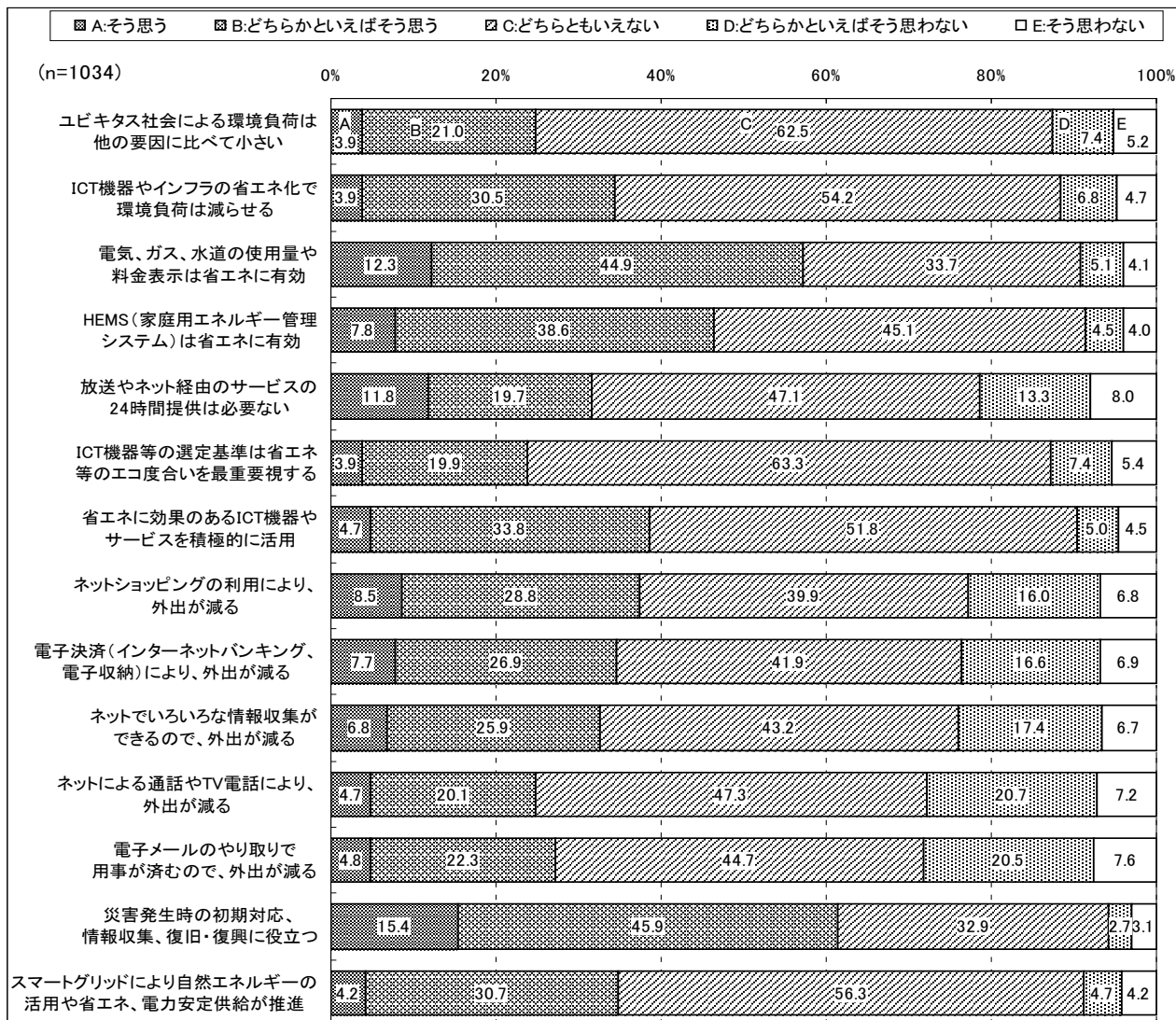
◆ユビキタスネット社会推進への要望は、「高齢者、障害者など情報弱者への的確な対応」(51.6%)、「個人情報流出への対応などのセキュリティ対策」(48.1%)、「通信コストや利用機器コストの低廉化」(39.7%)がトップ3であるが、「十分なウイルス対策」(33.5%)「システムの安全性の確保」(31.8%)など、割合的に見ても要望内容は多岐にわたっている。

2. 調査結果

(9) ユビキタスネット社会への期待と不安について

■ ユビキタスネット社会の進展による環境への影響

(単一回答)



◆全項目について、「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」を足した帯の幅は、「どちらかといえばそう思わない」、「そう思わない」を足した帯の幅よりも大きく、全体的にみて「ユビキタスネット社会の進展は環境に悪い影響を与えない」と思われているといえる。

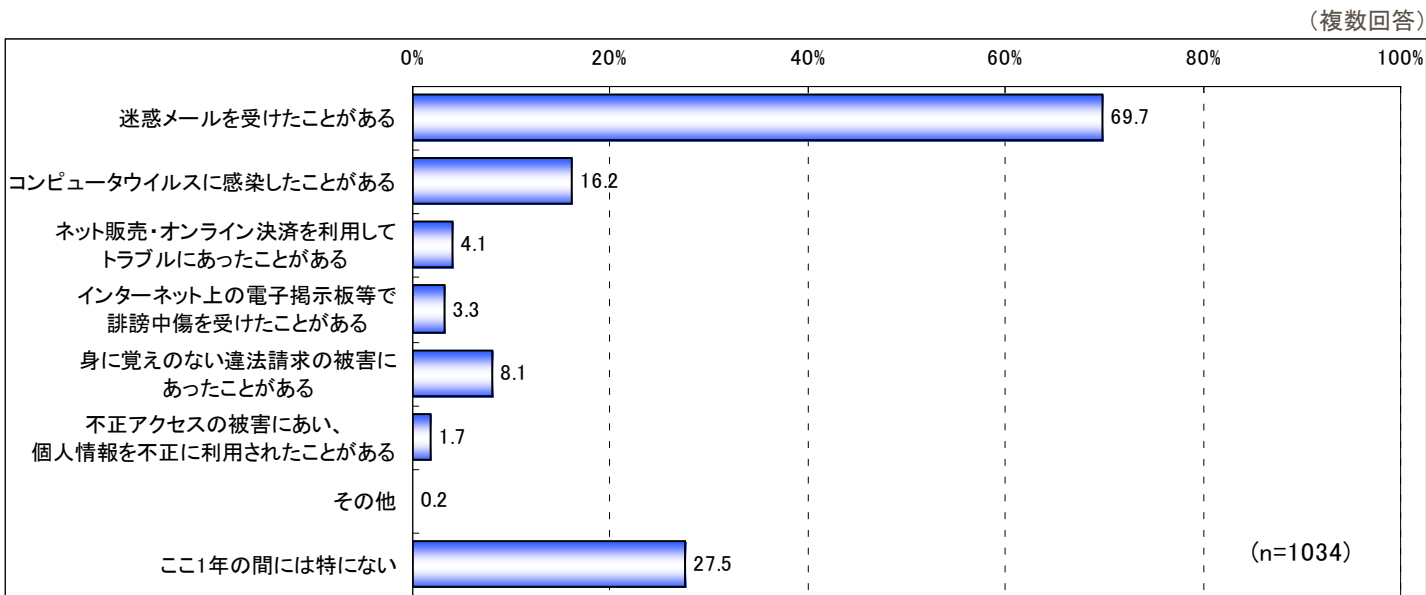
◆トップ2の「災害発生時の初期対応、情報収集、復旧・復興に役立つ」、「電気、ガス、水道の使用量や料金表示は省エネに有効」は、「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」を合わせると、それぞれ、61.3%、57.2%であり、かなり効果が期待されている。

◆続いて「HEMS(家庭用エネルギー管理システム)は省エネに有効」、「省エネに効果のあるICT機器やサービスを積極的に活用」、「ネットショッピングの利用により外出が減る」が約4割と期待が高い。

2. 調査結果

(10) ユビキタスネット社会の具体的な問題点について

■ 情報セキュリティのトラブル経験

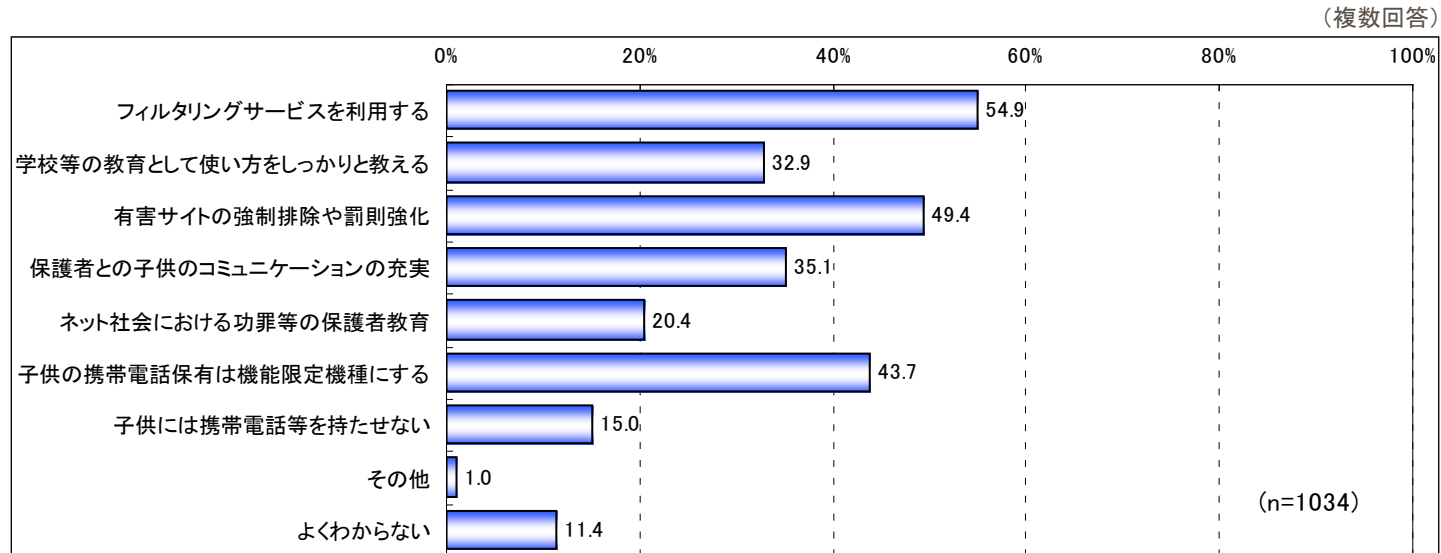


◆情報セキュリティのトラブル経験は、「迷惑メールを受けたことがある」が69.7%と群を抜いて高く、インターネットや携帯電話での迷惑メールは避けては通れないものである。次いで、「コンピュータウイルスに感染したことがある」(16.2%)、「身に覚えのない違法請求の被害にあったことがある」(8.1%)が続いている。

2. 調査結果

(10) ユビキタスネット社会の具体的な問題点について

■ 有害サイトへの対応



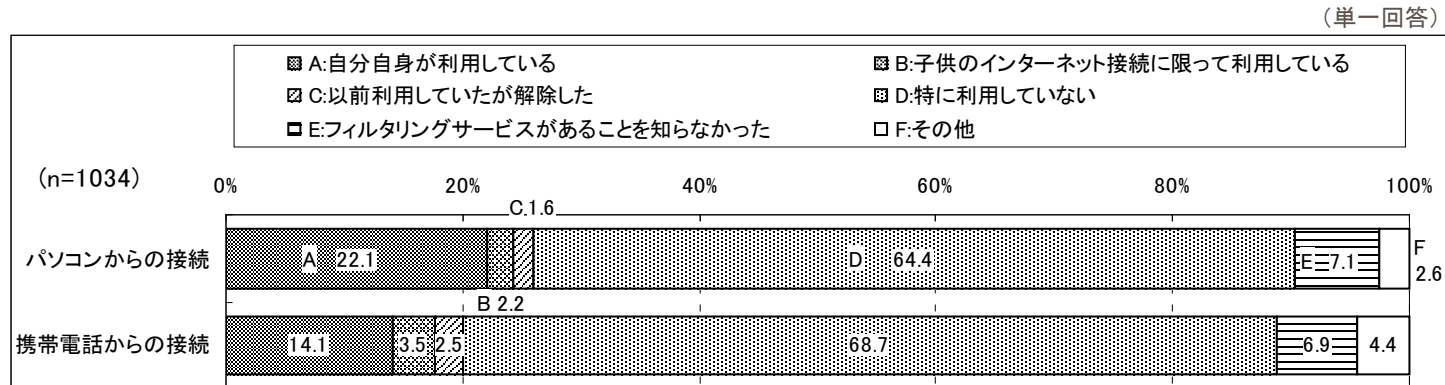
◆社会問題化している有害サイトへの対応は、「フィルタリングサービスを利用する」(54.9%)、「有害サイトの強制排除や罰則強化」(49.4%)、「子供の携帯電話保有は機能限定機種にする」(43.7%)、がトップ3であるが、「保護者との子供のコミュニケーションの充実」、「学校等の教育として使い方をしっかりと教える」といった、人間性に関わる部分やネット教育への対応も30%以上の回答があり、様々な対策が必要とされている。

◆年齢別では、「有害サイトの強制排除や罰則強化」で、年齢が高くなるほど回答者が多く、社会全体での対応を高齢者ほど求めていることがうかがえる。

2. 調査結果

(10) ユビキタスネット社会の具体的な問題点について

■ フィルタリングサービスの利用状況

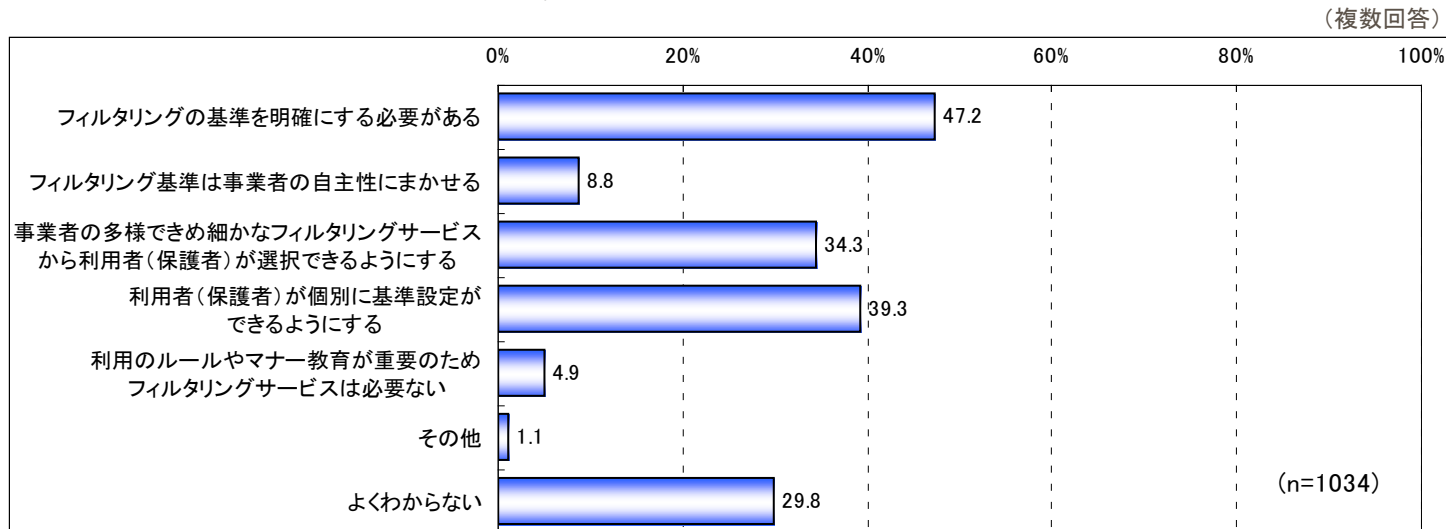


- ◆フィルタリングサービスの利用状況は、パソコンからの接続、携帯電話からの接続ともに「特に利用していない」がそれぞれ64.4%、68.7%と群を抜いており、あまり普及していない。
- ◆しかしながら、「自分自身が利用している」、「子供のインターネット接続に限って利用している」を合わせると、パソコンからの接続、携帯電話からの接続でそれぞれ24.3%、17.6%と、22年度調査に比べると、ともに2倍以上の伸びを示している。
- ◆年齢別でみると、パソコンからの接続、携帯電話からの接続ともに、「自分自身が利用している」で、10歳代が多いのは想定していたが、20～30歳代でも比較的高いのはやや意外である。

2. 調査結果

(10) ユビキタスネット社会の具体的な問題点について

■ フィルタリングサービスへの考え方



◆フィルタリングサービスは、十分普及しているとは言いがたいが、こうした中でのフィルタリングに対する考え方は、「フィルタリングの基準を明確にする必要がある」が47.2%でトップであり、続いて「利用者(保護者)が個別に基準設定ができるようにする」(39.3%)、「事業者の多様できめ細かなフィルタリングサービスから利用者(保護者)が選択できるようにする」(34.3%)と、設定基準についての要望はあるものの、概ね肯定的な意見が多く、「フィルタリングサービスは必要ない」といった否定的な意見は少ない。