

「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24年度＞

概要版

平成24年12月

近畿情報通信協議会

目次

I. 調査計画

II. 調査結果

1. 情報メディア全般について

1-1 情報メディアの利用

1-2 インターネットサービス

1-3 ネットワークインフラ

1-4 ICT機器について

2. 個別メディア・機器の状況

2-1 スマートフォン・携帯電話等

2-2 タブレット端末

2-3 放送メディア

2-4 ICカード

3. 災害への対応について

3-1 災害発生時利用の情報メディア

3-2 今後必要な情報メディア

4. ユビキタスネット環境について

4-1 ユビキタスネット社会への期待と不安

4-2 ユビキタスネット社会の具体的な問題点

I . 調査計画

調査目的と調査方法

■ 調査目的

あらゆるICT機器が高度なネットワークで結ばれ、様々なサービスを楽しむユビキタスネット環境が実現してきた。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がもたらされてきたが、その一方で、セキュリティ面や情報格差などの様々な課題も明らかになってきた。こうしたなか、最近のICT機器の高機能化やコンテンツの多様化などは、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が更に進展していくためには、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る。

そこで、本調査では、23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1033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
(1,095,443人 人、内近畿193,023人(2012.7.1現在))を対象としたWebアンケート
- ・対象者年齢構成は、平成22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 (12歳以上)	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
近畿圏人口(12歳以上) (18,096千人)	1,576千人	2,171千人	2,884千人	2,688千人	2,458千人	6,319千人
サンプル割付数 (1,000人)	87人	120人	159人	149人	136人	349人
比率	8.7%	12.0%	15.9%	14.9%	13.6%	34.9%

* 10歳代のサンプル割付数は12歳以上(中学生以上)

* 10歳以上の近畿圏人口は20,903千人

* 70歳以上の登録モニターは少ないため、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

調査期間と標本構成

■ 調査期間

・平成24年8月10～11日

■ 標本構成

◆性別 (%)

	回答者数	男性	女性
全体	1033	49.0	51.0

◆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	1033	8.7	12.0	15.9	14.9	13.6	28.3	6.6

◆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
全体	1033	2.3	2.6	8.8	6.9	7.8	7.1	2.5

	専業主婦(主夫)	パート・アルバイト	学生	その他	無職
	18.8	10.3	11.6	8.1	13.2

◆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	1033	31.2	64.1	4.7

◆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	1033	32.4	26.3	3.1	38.1

◆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	1033	12.2	25.5	40.3	13.2	5.6	3.3

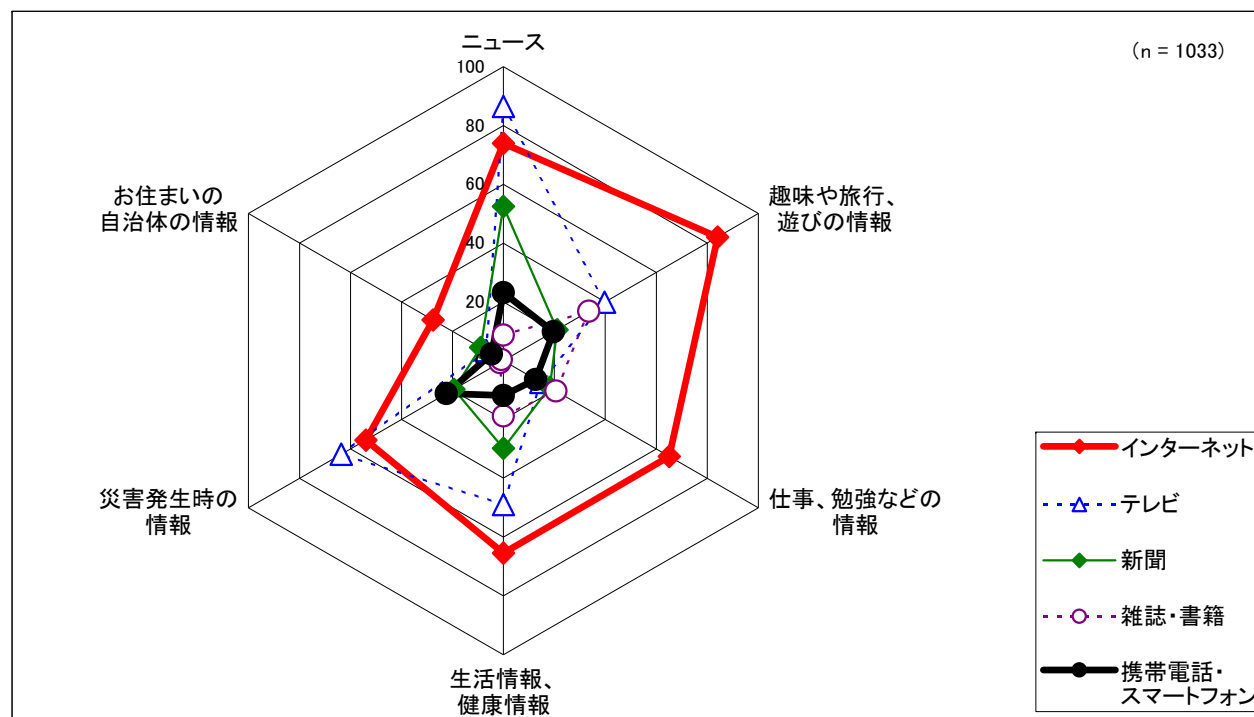
II. 調查結果

1. 情報メディア全般について

1-1 情報メディアの利用

■ 日常生活における情報収集メディア

(複数回答)



◆情報収集における利用メディアにおいて、主要メディア(インターネット、テレビ、新聞、雑誌・書籍、携帯電話・スマートフォン)では、“ニュース”及び“災害発生時の情報”といった速報性が求められる情報は「テレビ」の利用が多い。

◆“ニュース”では、「テレビ」が86.4%と群を抜いて高く、「インターネット」(74.0%)、「新聞」(52.5%)と続いている。

◆“趣味や旅行、遊びの情報”や“仕事、勉強などの情報”、“生活情報、健康情報”は、概ね「インターネット」の利用が最も多く、これまで、こうした情報の入手先であった「雑誌・書籍」を大幅に上回っている。

◆“お住まいの自治体の情報”では、トップである「インターネット」もわずか27.6%にとどまっている。

(注1)「インターネット」は、パソコンやタブレット端末等からのWebサイト利用やSNS、電子メール等のことです。

(注2)ただし、スマートフォン、携帯電話、PHS等からのインターネット利用(Webサイト利用、SNS、ツイッター等)や電子メールは、「携帯電話・スマートフォン」に含みます。

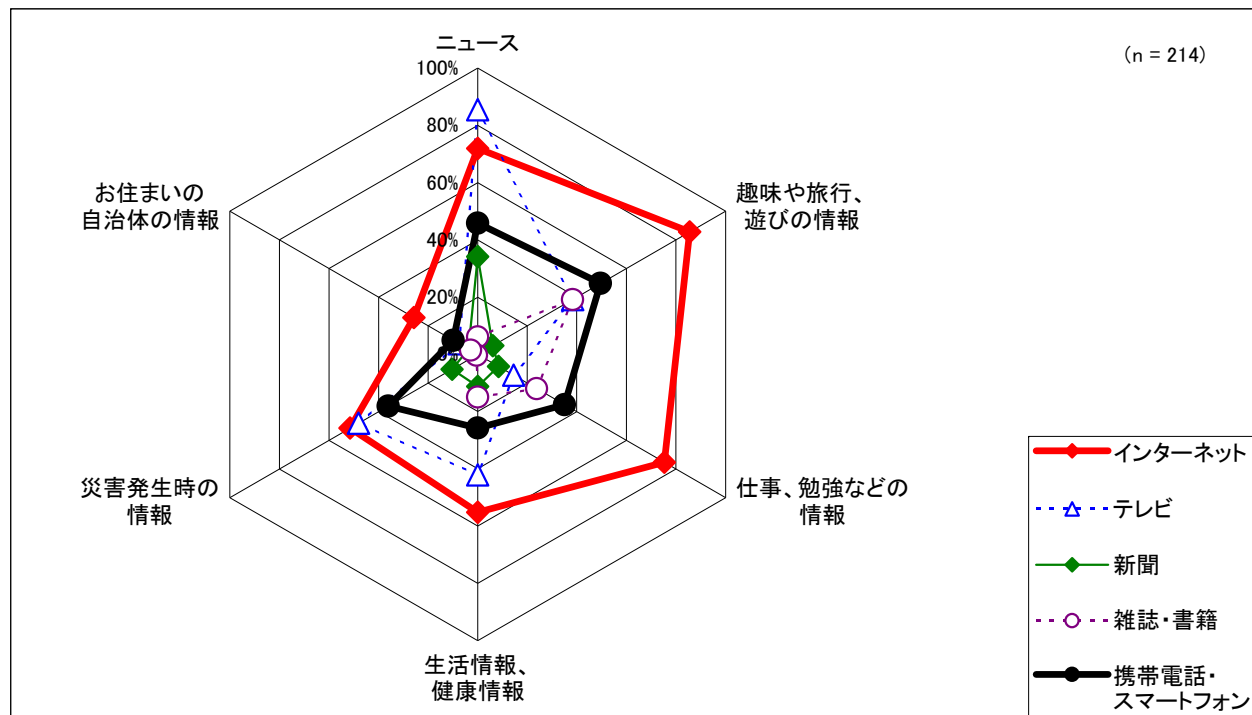
(注3)携帯電話等によるテレビ視聴(ワンセグ等)は、「テレビ」に含みます。

1. 情報メディア全般について

1-1 情報メディアの利用

■ 日常生活における情報収集メディア(10~20歳代のみ)

(複数回答)



◆10~20歳代に限ってみると、「インターネット」、「テレビ」、「雑誌・書籍」は全年齢とあまり差はないが、「新聞」と「携帯電話・スマートフォン」がちょうど入れ替わるような傾向が見られる。

◆「携帯電話・スマートフォン」での情報収集は、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。こうした傾向は、外出先でもインターネット利用が進み、特に若年層でユビキタスネット社会が進展している結果と考えられる。

◆その一方で、「新聞」が“ニュース”以外では極端に少なくなり、若者の新聞ばなれが見てとれる。

(注1)「インターネット」は、パソコンやタブレット端末等からのWebサイト利用やSNS、電子メール等のことです。

(注2)ただし、スマートフォン、携帯電話、PHS等からのインターネット利用(Webサイト利用、SNS、ツイッター等)や電子メールは、「携帯電話・スマートフォン」に含みます。

(注3)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。

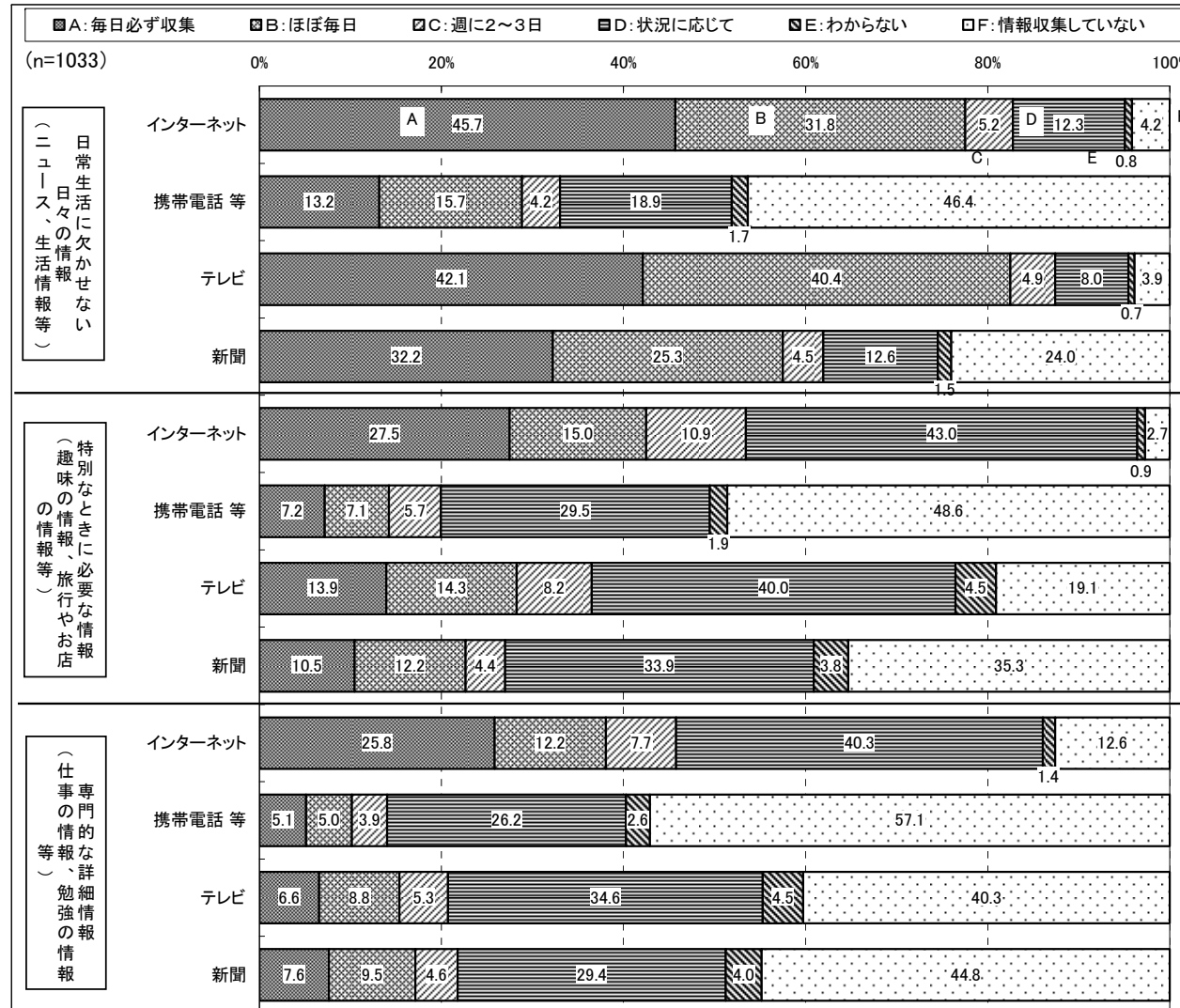
1. 情報メディア全般について

1-1 情報メディアの利用

(注)「インターネット」は、パソコンやタブレット端末等からのWebサイト利用、SNS等のことです。また、「携帯電話等」は、スマートフォン・携帯電話・PHS等からのインターネット利用(Webサイト利用、SNS、ツイッター等のこと)です。

■主要メディアにおける情報収集頻度

(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77.5%であり、趣味や旅行の情報などの「特別なときに必要な情報」(42.5%)や、仕事や勉強の情報などの「専門的な詳細情報」(38.0%)に比べて非常に高い。

◆携帯電話等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28.9%と、全体としては利用頻度がまだ少ないのが現状である。

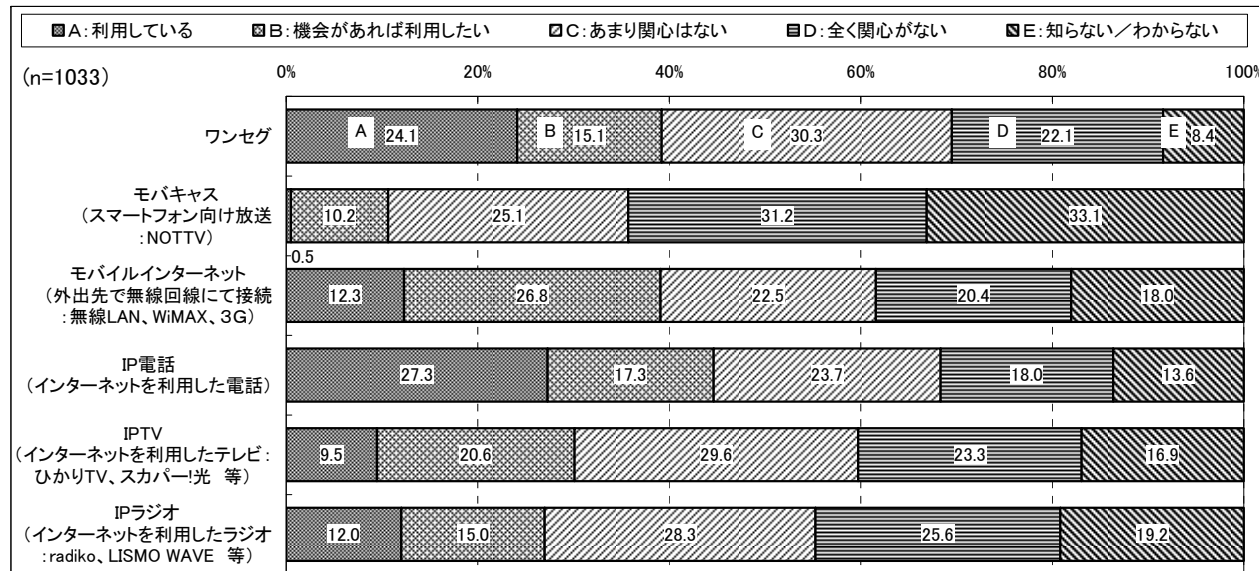
◆テレビ及び新聞からの情報収集頻度は、「日常生活に欠かせない日々の情報」で“毎日必ず収集～ほぼ毎日”は、各々82.5%、57.5%と、インターネットに匹敵、あるいはそれ以上であるが、「特別なときに必要な情報」や「専門的な詳細情報」では、15～30%程度である。

1. 情報メディア全般について

1-1 情報メディアの利用

■普及が期待されている情報メディアの利用状況、関心度

(単一回答)



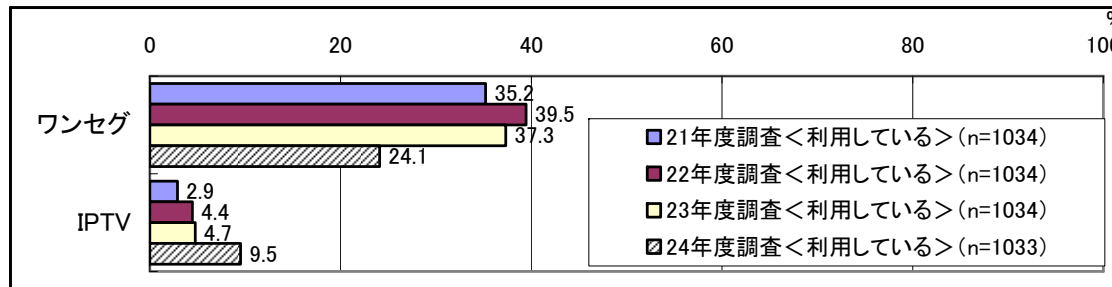
◆地上デジタル放送へ完全移行し、「ワンセグ」への期待が高まっているが、実際に利用している人は24.1%にとどまり、「全く関心がない」が22.1%と、普及しているとはいいがたい。

◆一方、「IPTV」は、「利用している」が9.5%と割合は少ないが、昨年度までと比較すると約2倍の利用率であり、年を追って伸びる傾向がうかがえる。

◆「モバキャス」は、サービスをスタートしたばかりであり、利用している人は僅か0.5%と低く、「あまり関心がない」、「全く関心がない」をあわせると56.3%もあり、認知度の向上を含め今後期待したいところである。

《21～23年度調査との比較》

(複数回答)

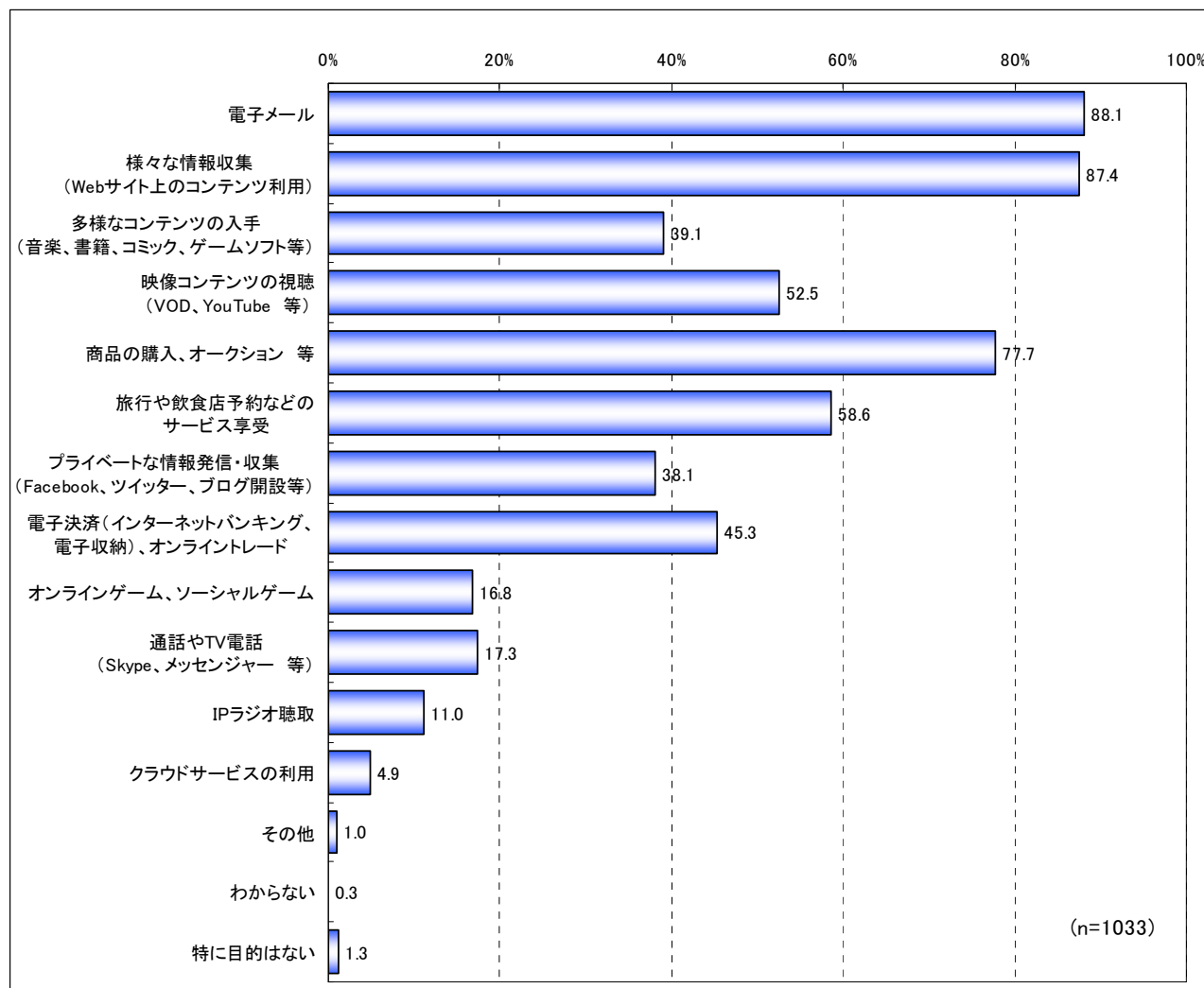


1. 情報メディア全般について

1-2 インターネットサービス

■ インターネットの利用内容

(複数回答)



◆インターネットの利用内容をみると、「電子メール」(88.1%)、「様々な情報収集」(87.4%)、「商品の購入、オークション」(77.7%)がトップ3であるが、「旅行や飲食店予約などのサービス享受」や「映像コンテンツの視聴」も50%以上であり、単に情報を得るだけでなくインタラクティブ性を活かした利用を含め、様々なサービスが多くの人に活用されている。

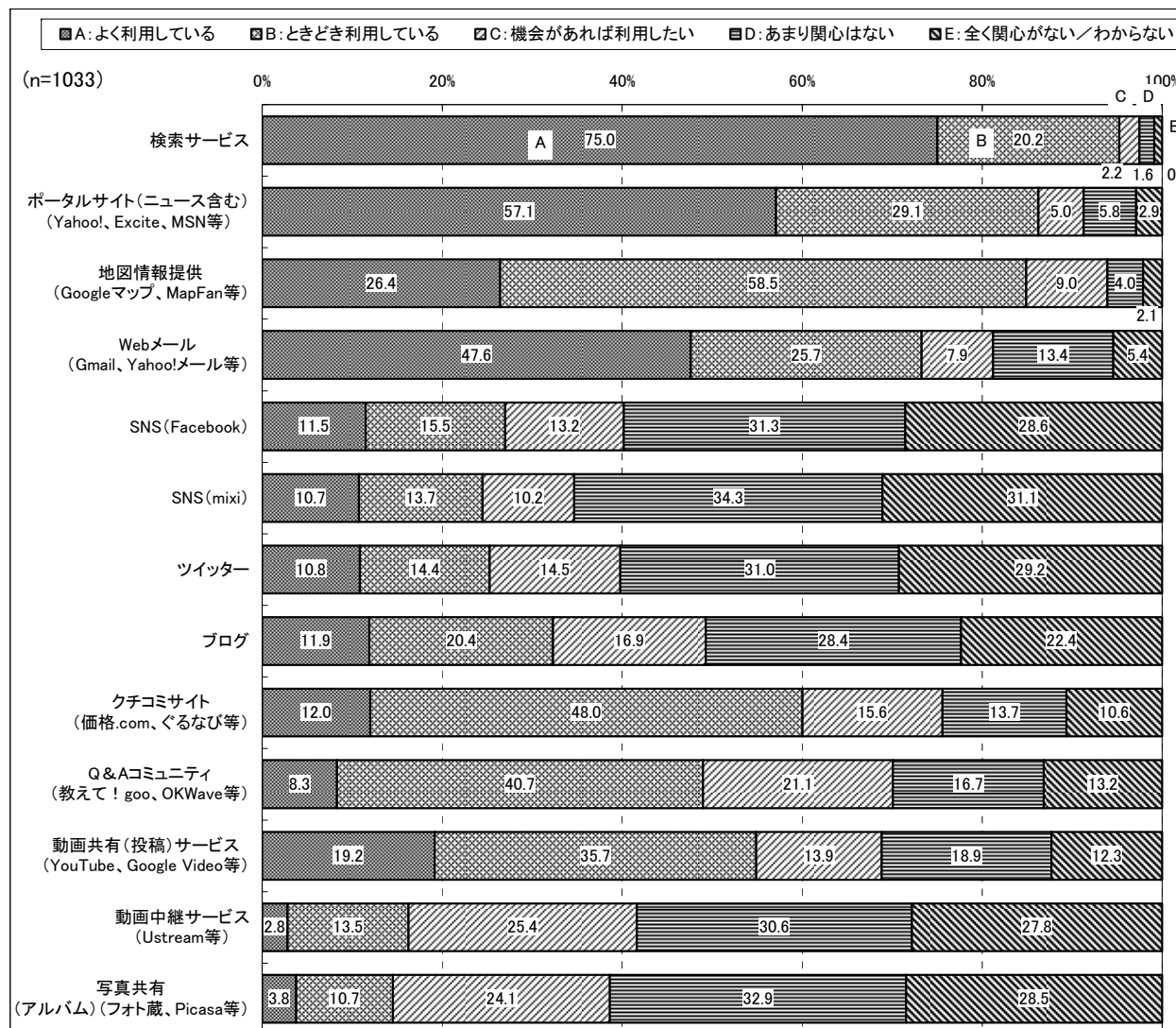
◆特に、近年利用者が増えているといわれているFacebookやツイッターなどの「プライベートな情報発信・収集」も38.1%と、多くの人々が利用している。

1. 情報メディア全般について

1-2 インターネットサービス

■ 主なインターネットサービスの利用状況、関心度

(単一回答)



◆ 様々なインターネットサービスの利用状況は、「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”が95.2%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、「ポータルサイト(ニュース含む)」「地図情報提供」「Webメール」(73.3%)であり、これらのサービスも多くの人利用している。

◆ 「クチコミサイト」、「動画共有(投稿)サービス」、「Q&Aコミュニティ」などの情報発信サービスは、“よく利用している～ときどき利用している”で各々60.0%、54.9%、49.0%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。

◆ 普及が著しい「SNS(Facebook)」、「SNS(Mixi)」及び「ツイッター」は、“よく利用している～ときどき利用している”でそれぞれ27.0%、24.4%、25.2%となっている。

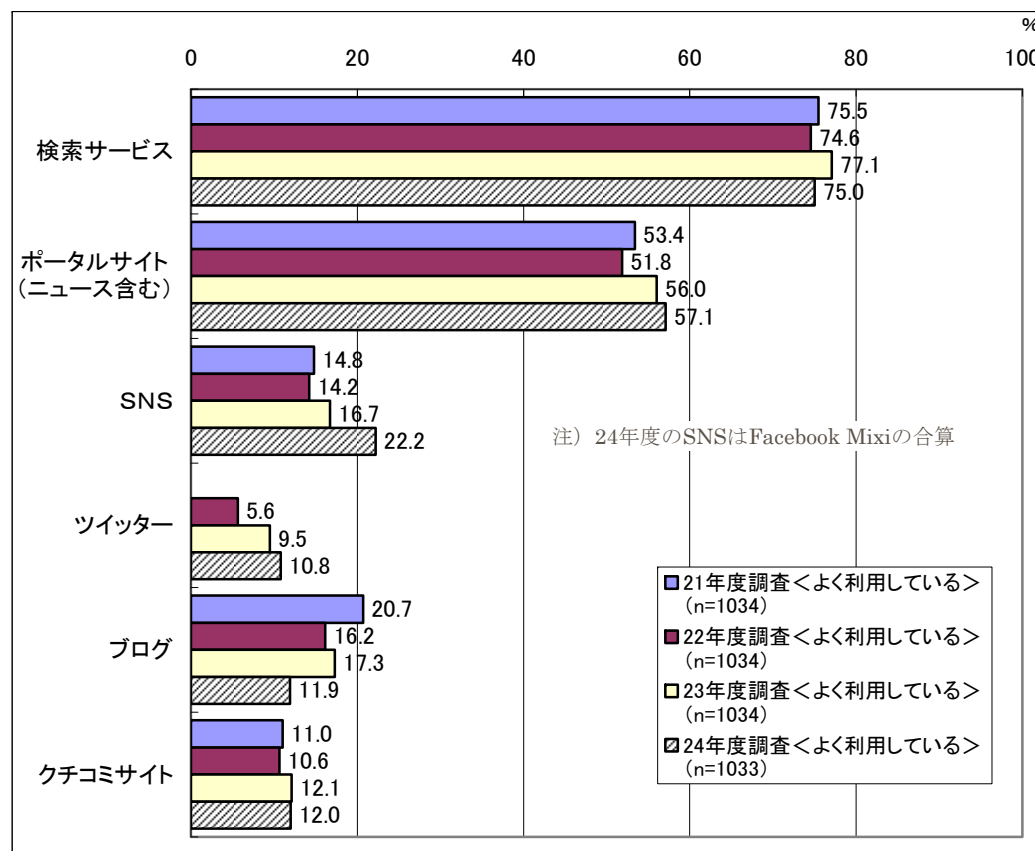
1. 情報メディア全般について

1-2 インターネットサービス

■ 主なインターネットサービスの利用状況、関心度

《21～23年度調査との比較》

(複数回答)



◆普及が著しい「SNS」及び「ツイッター」などのコミュニティ型のサービスは、利用率はまだそれほど高くないが、“よく利用している”は21～23年度に比べて着実に伸びていることがうかがえる。

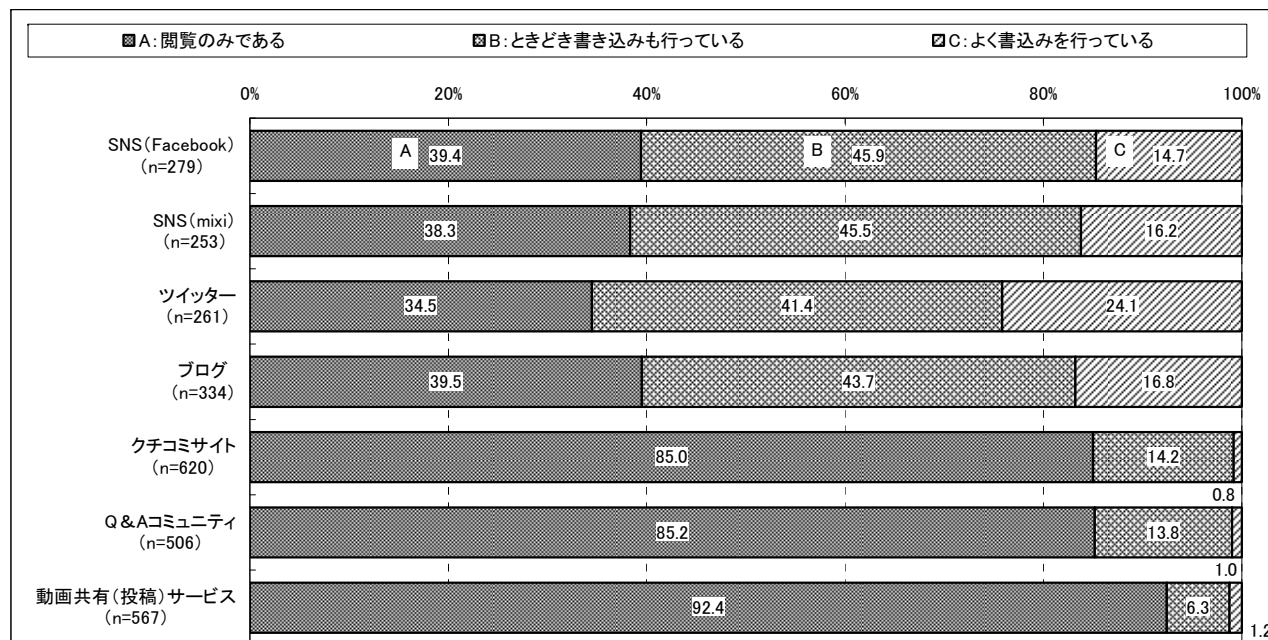
注) 今回は、SNSの代表的なサービス(Facebook、 Mixi)に分けて聞いているが、比較グラフでは合算して表示。

1. 情報メディア全般について

1-2 インターネットサービス

■ 情報発信サービスの利用状況

(単一回答)



◆情報発信サービスの中でも、コミュニティ型のSNS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。SNSの代表的なサービスであるFacebook、Mixiでは、昨年度のn=329から合算(重複利用含む)ではあるがn=532と約62%の伸びを示している。

◆「クチコミサイト」、「Q&Aコミュニティ」、「動画共有(投稿)サービス」は「閲覧のみである」が各々85.0%、85.2%、92.4%であり、利用率は高いが片方向の利用が中心である。

◆「SNS (Facebook)」、「SNS (Mixi)」、「ブログ」の「よく書き込みを行っている」は、各々14.7%、16.2%、16.8%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24.1%であり、SNS系よりも手軽に書き込みができる特徴のためと推察される。

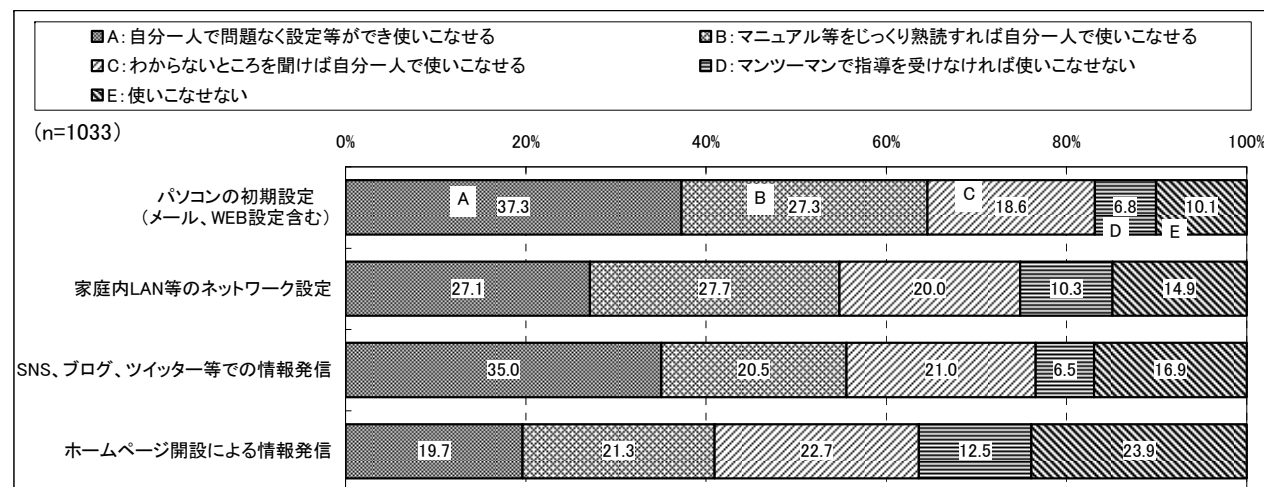
◆ Facebook、Mixiの利用状況の差は、ほぼないといえる。

1. 情報メディア全般について

1-2 インターネットサービス

■ インターネット等の使いこなし度合い

(単一回答)



◆インターネット等の使いこなし度合いは、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64.6%、54.8%、55.5%であり、半数以上の人を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41.0%と、ややハードルが高くなる。

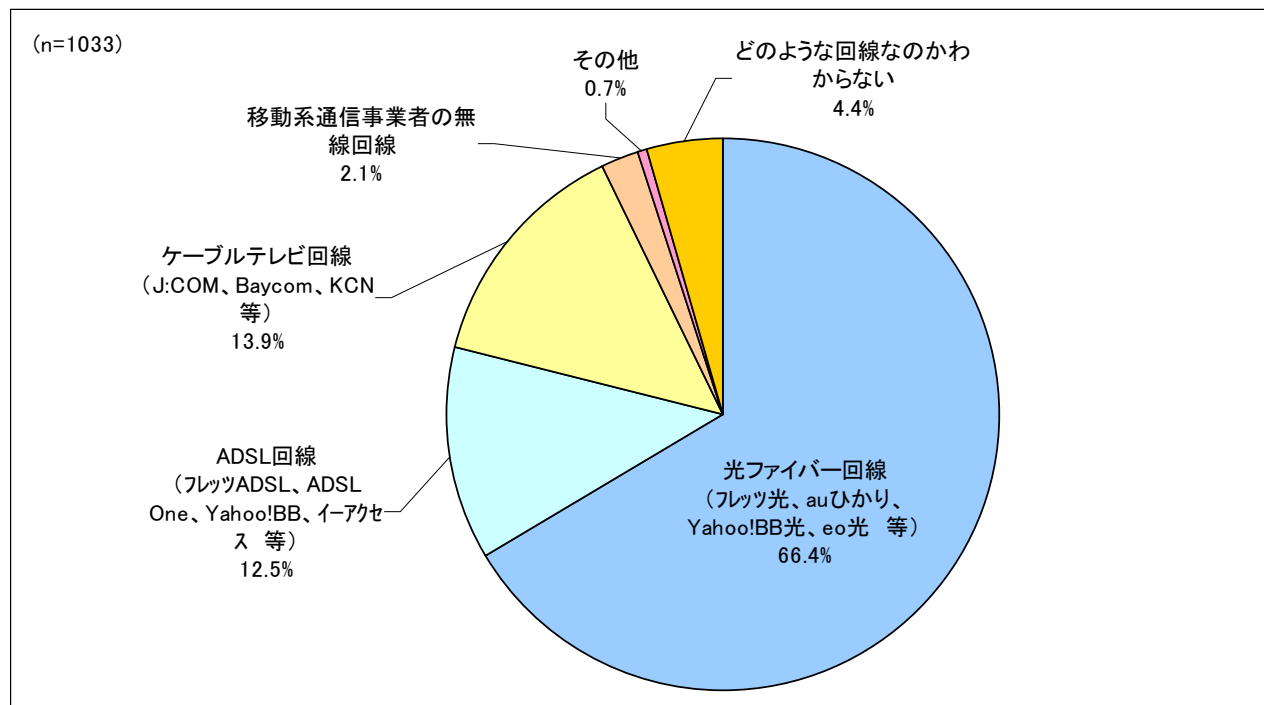
◆“わからないところを聞けば自分一人で使いこなせる”まで含めると、すべての作業について60%以上の人々が、程度の差はあるにせよ使いこなせると回答しており、一般人のITスキルの向上を実感する。

1. 情報メディア全般について

1-3 ネットワークインフラ

■ 家庭でのインターネット回線の種類

(単一回答)



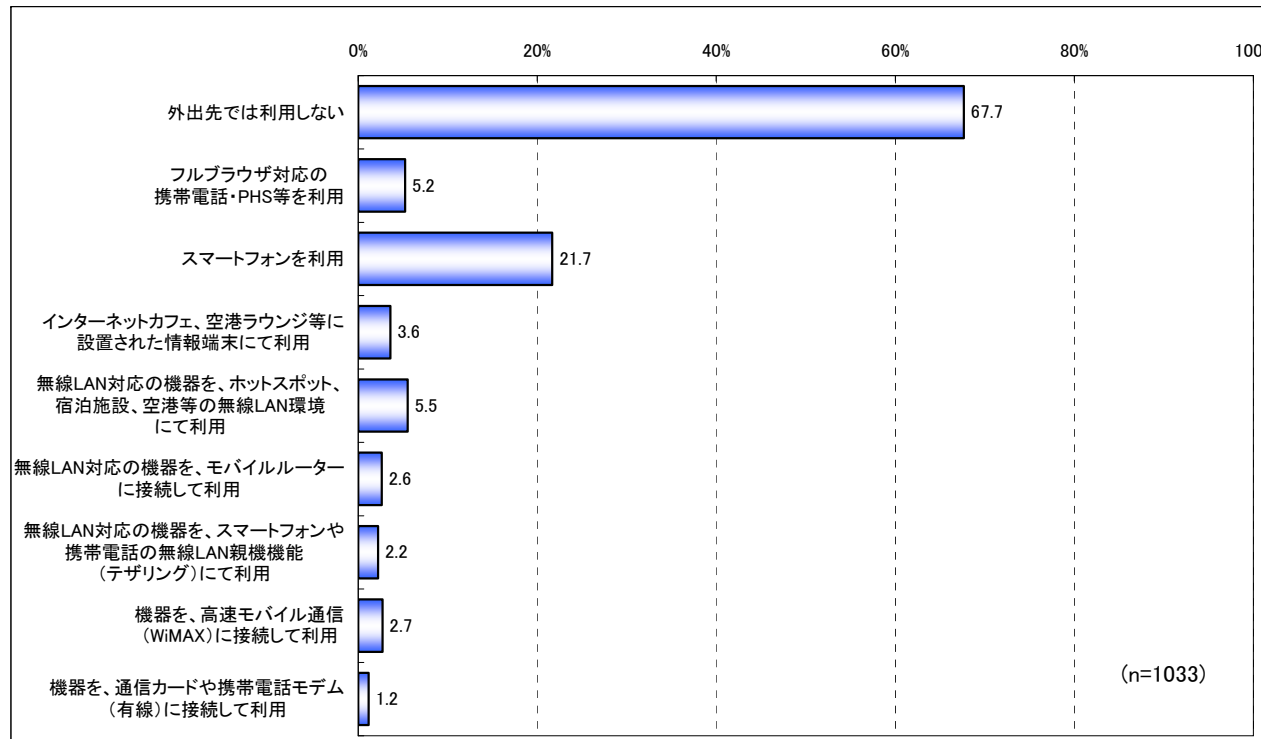
◆家庭でのインターネット利用回線は、「光ファイバー回線」が66.4%と群を抜いており、加えてケーブルテレビ回線(13.9%)も光化が進んでいることを考えると、高速回線の普及がみてとれる。

1. 情報メディア全般について

1-3 ネットワークインフラ

■ 外出先でのインターネット利用状況

(複数回答)

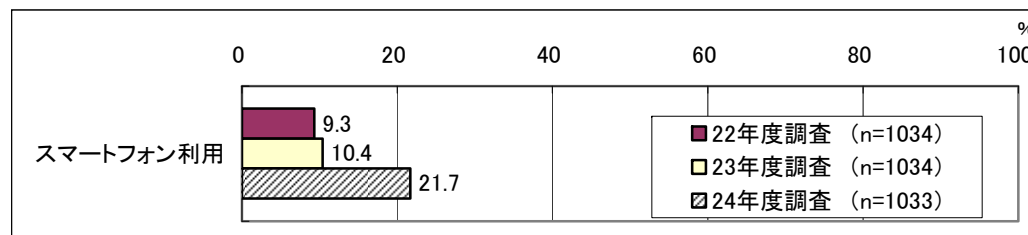


◆外出先でのインターネットの利用は、「外出先では利用しない」が67.7%であり、「いつでも、どこでも」のユビキタスネット社会が進展してきたといわれているが、街中等の外出先では多くの人はまだまだ利用していない。

◆外出先での使い方は、「無線LAN対応の機器を、ホットスポット、宿泊施設、空港等の無線LAN環境にて利用」(5.5%)や「フルブラウザ対応の携帯電話・PHSを利用」(5.2%)など多様な方法で入手しているが、割合的には5%程度であり普及しているとはいいがたい。

◆こうした中で、「スマートフォンを利用」は21.7%と他の利用に比べると非常に多く、昨年度の10.4%からは倍増しており、スマートフォン利用は更に進むと考えられる。

《22、23年度調査との比較》

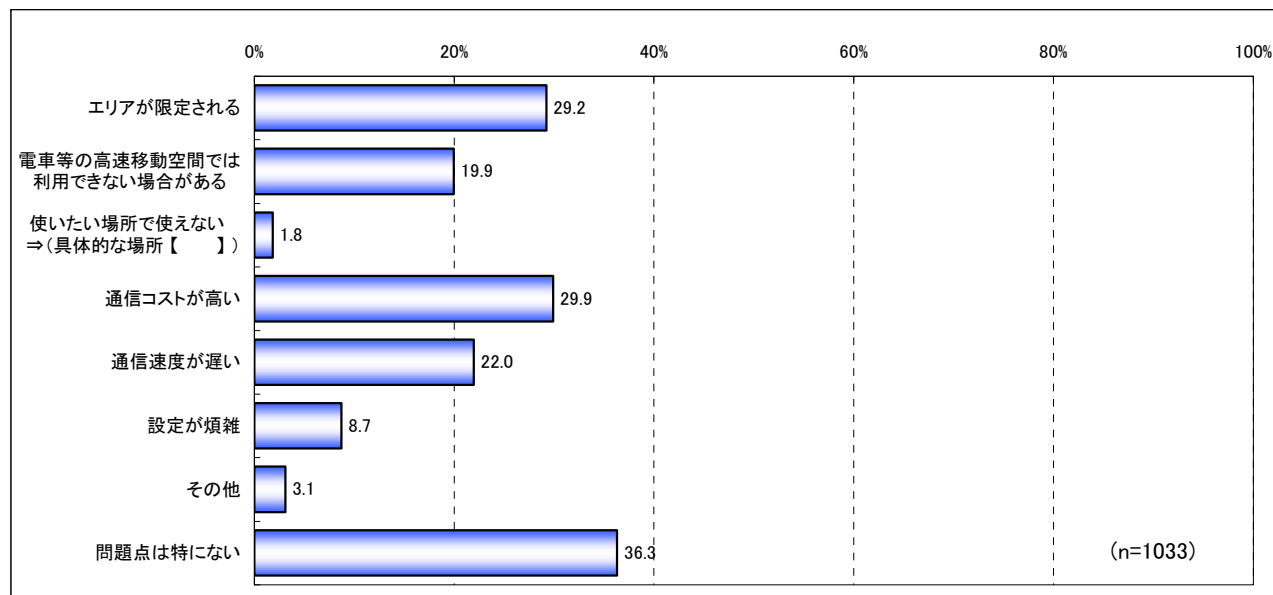


1. 情報メディア全般について

1-3 ネットワークインフラ

■ 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」(29.9%)、「エリアが限定される」(29.2%)、「通信速度が遅い」(22.0%)、「電車等の高速移動空間では利用できない場合がある」(19.9%)が比較的高い。

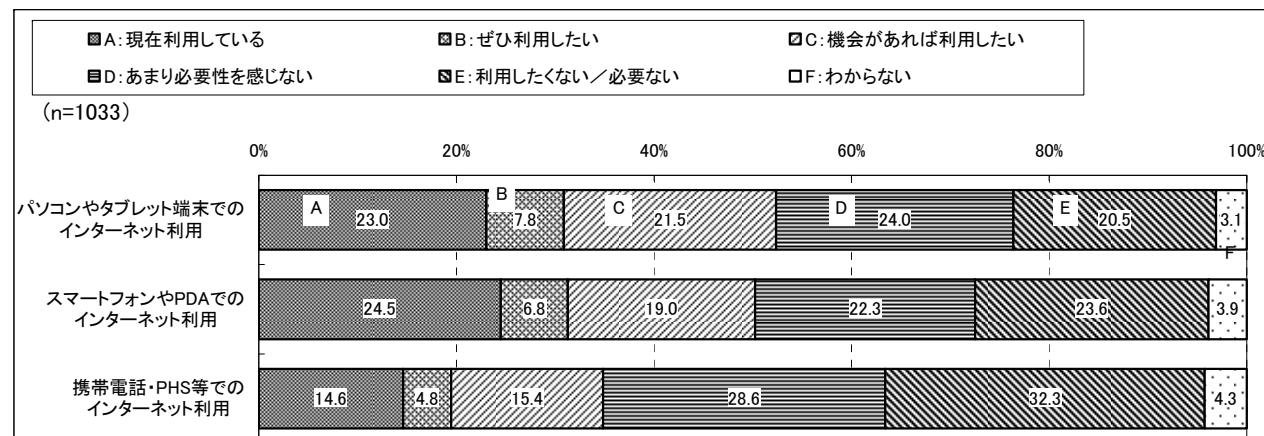
◆ただし、「通信コストが高い」の割合が、昨年度の38.0%から8ポイント程度下がっており、多少は安価になっていることが伺える。

1. 情報メディア全般について

1-3 ネットワークインフラ

■ 外出先でのインターネット利用意向

(単一回答)



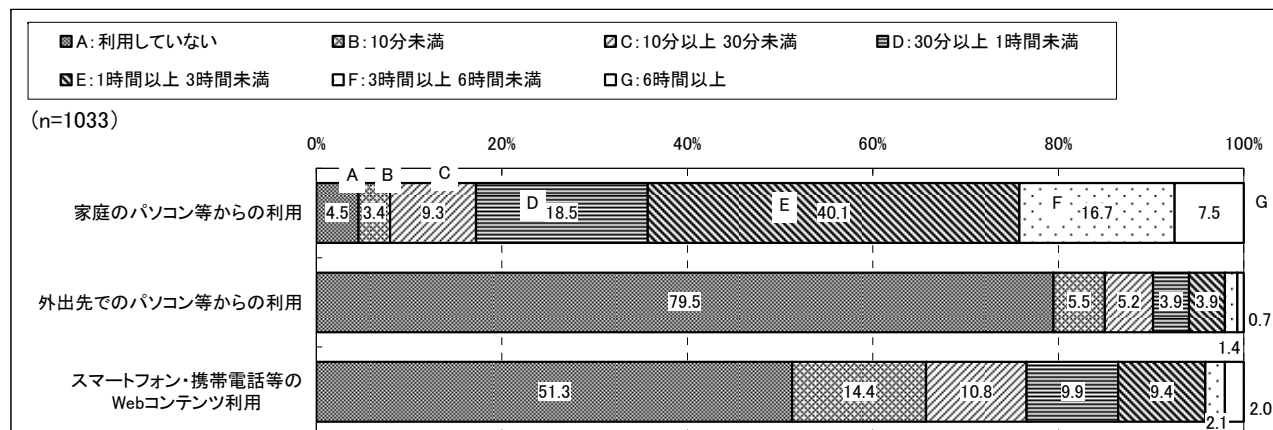
- ◆ 外出先でのインターネット利用意向は、「パソコンやタブレット端末でのインターネット利用」で、“ぜひ利用したい”、“機会があれば利用したい”に“現在利用している”を加えた積極的な意見と、“利用したくない”、“あまり必要性を感じない”の慎重な意見は、それぞれ52.3%、44.5%と若干ながら積極意見が多い。
- ◆ 「スマートフォンやPDAでのインターネット利用」での利用意向は、積極的意見、慎重意見がそれぞれ50.3%、45.9%と、これも若干ながら積極的意見が多い。
- ◆ 一方、「携帯電話・PHS等でのインターネット利用」での利用意向は、積極的意見、慎重意見がそれぞれ34.8%、60.9%と慎重意見が多いが、これは慎重意見というより利用端末が携帯電話・PHS等からタブレット端末やスマートフォンに移ってきたのではないかと推察される。
- ◆ 23年度調査と比較すると、「パソコンやタブレット端末でのインターネット利用」、「スマートフォンやPDAでのインターネット利用」は、積極的意見が増加しているが、「携帯電話・PHS等でのインターネット利用」は減少している。

1. 情報メディア全般について

1-3 ネットワークインフラ

■ インターネット(Webサイト)の利用時間

(単一回答)



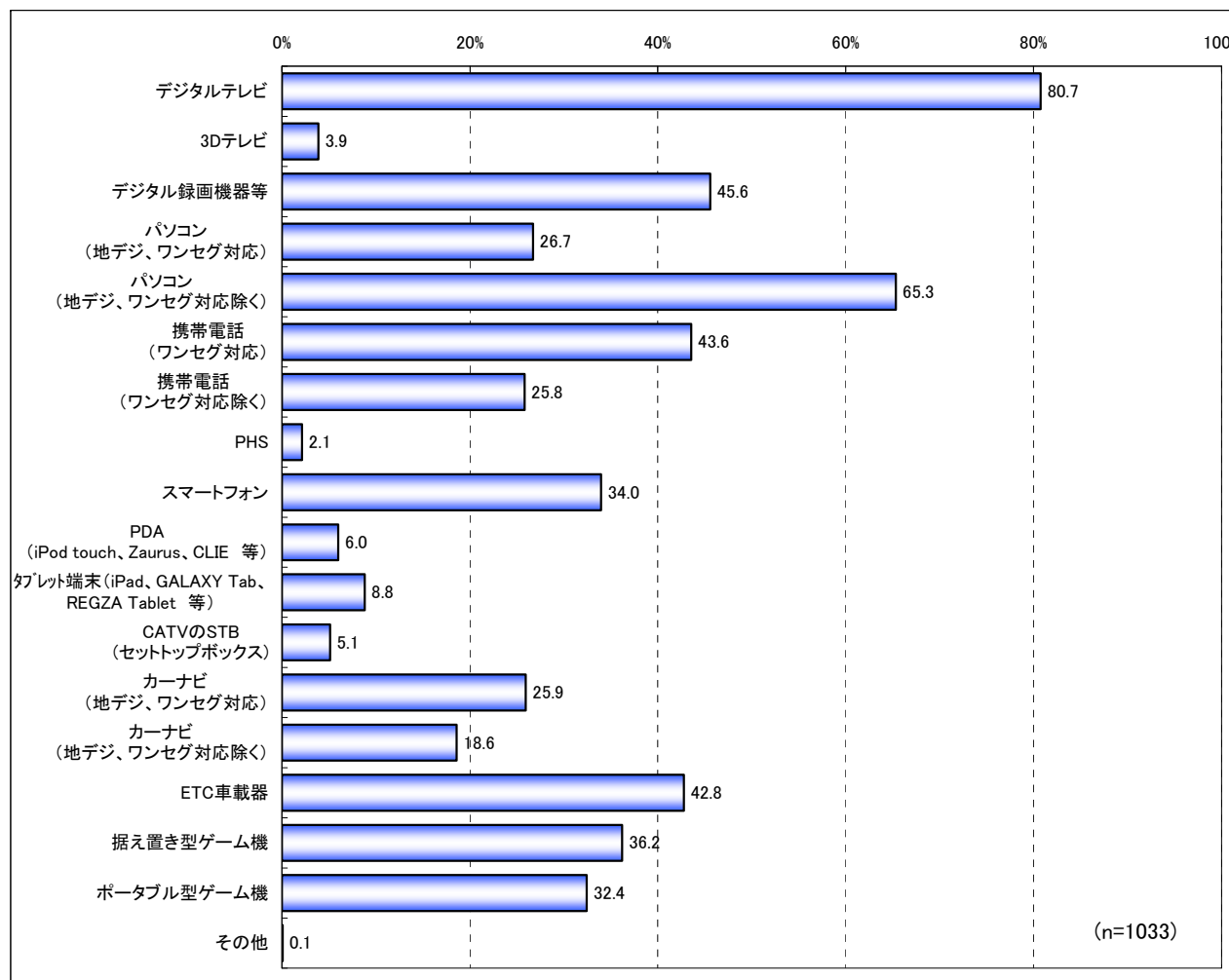
- ◆「家庭のパソコン等からの利用」は、“1時間以上3時間未満”が40.1%と最も多く、“30分以上1時間未満”(18.5%)、“3時間以上6時間未満”(16.7%)と続いている。
- ◆23年度調査では、同様の質問を「スマートフォン、携帯電話、PHS」の所有者で、かつ「Webサイト」を利用している人に限っているため直接比較はできないが、傾向はほぼ同様ではあるものの、3時間以上のヘビーユーザが若干ではあるが減っている。
- ◆また、「外出先でのパソコン利用」では、“利用していない”が79.5%もあり、モバイル環境(パソコン利用)でのインターネット利用はあまり多くはない。「外出先でのパソコン利用」においても、23年度調査と比較的似た傾向を示している。
- ◆「スマートフォン・携帯電話等のWebコンテンツ利用」の時間は、利用していない人を除くと、“10分未満”が14.4%と最も多く、続いて“10分以上30分未満”(10.8%)、“30分以上1時間未満”(9.9%)であり、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”(40.1%)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。

1. 情報メディア全般について

1-4 ICT機器

■ ICT機器の保有状況

(複数回答)



◆ICT機器の現在の保有状況は、「デジタルテレビ」(80.7%)が群を抜いており、「3Dテレビ」(3.9%)を加えると84.6%であり、21年度55.6%、22年度71.0%、23年度86.3%と順調に普及してきたが、地上デジタル放送が完全移行したこともあり一段落したのではと考えられる。

◆デジタルテレビに続くのは、「パソコン(地デジ、ワンセグ対応除く)」(65.3%)、「携帯電話(ワンセグ対応)」(43.6%)、「ETC車載器」(42.8%)の順である。

◆「デジタル録画機器等」(45.6%)は、昨年度を境に急激に伸びており、地上デジタル放送完全移行後も、まだまだ普及が進むと考えられる。

◆「携帯電話(ワンセグ対応)」は、昨年度まで毎年一定の伸びを示しているが、今年度は43.6%と若干ではあるが減っている。これは、携帯電話の代替として「スマートフォン」が伸びていることが要因と考えられる。

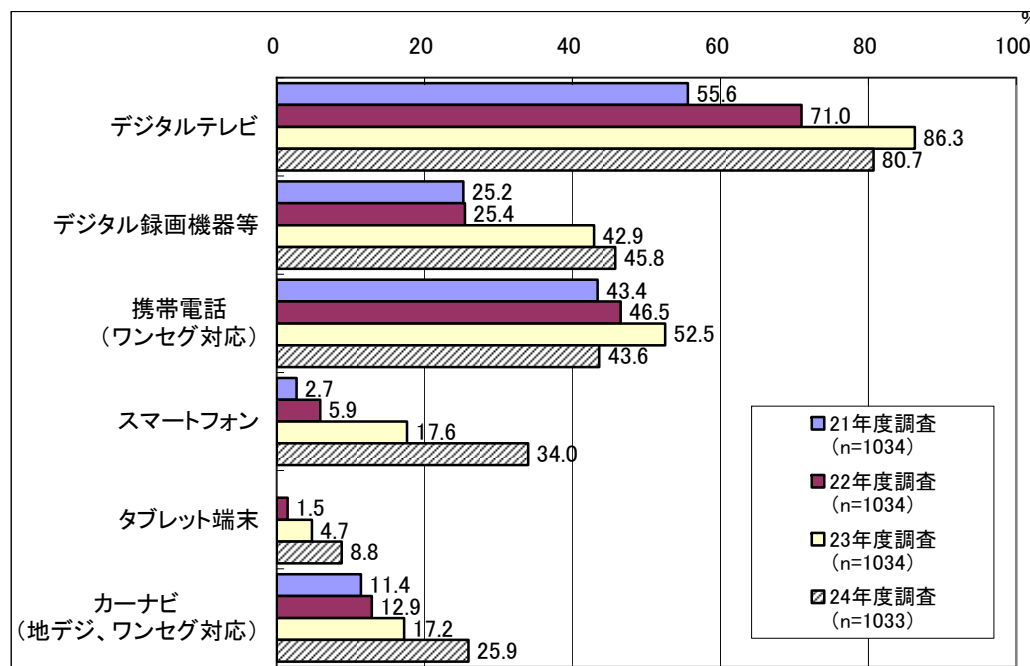
1. 情報メディア全般について

1-4 ICT機器

■ ICT機器の保有状況

《21～23年度調査との比較》

(複数回答)



◆21～23年度調査と比較すると、「スマートフォン」は今年度34.0%と、昨年度(17.6%)から約2倍、一昨年度(5.9%)からは約6倍になっており、本格的な普及期に入ったと思われる。

◆今後、普及が進むと考えられている「タブレット端末」は、8.8%と保有率はまだまだ低いが、昨年度(4.7%)に比べると、約2倍の伸びであり、新しい製品の投入等もあり今後の普及が予想される。

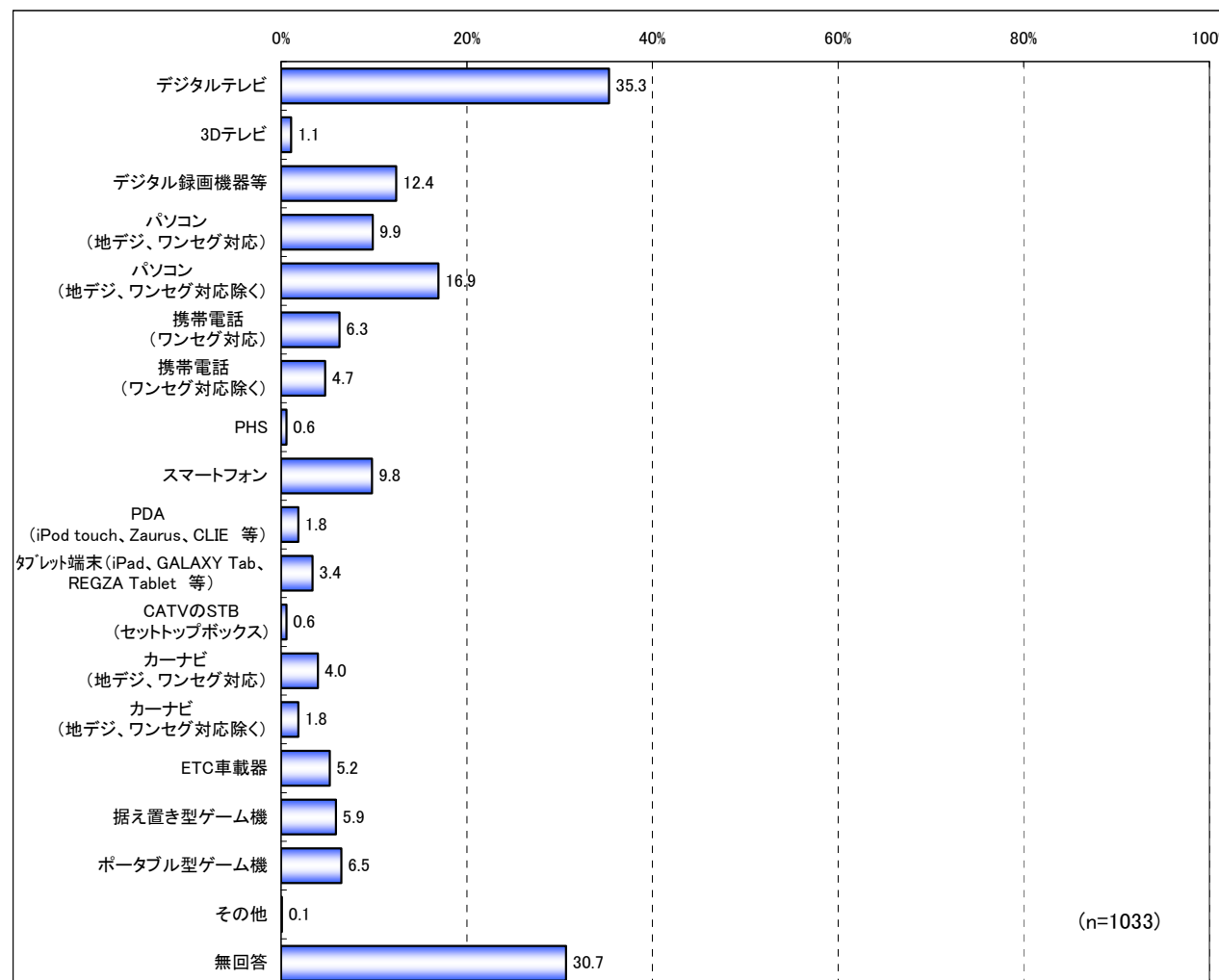
◆「カーナビ(地デジ、ワンセグ対応)」は、25.9%とこれまで順調に保有率が高まっている。家庭用テレビそのものの普及は一段落したが、こうした地デジ、ワンセグ対応のICT機器は、まだまだ普及が期待できる。

1. 情報メディア全般について

1-4 ICT機器

■ 2台目以降のICT機器の保有意向

(複数回答)



◆2台目以降のICT機器の保有意向は、「デジタルテレビ」が35.3%と高く、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、「パソコン(地デジ、ワンセグ対応除く)」も16.9%と比較的高く、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。

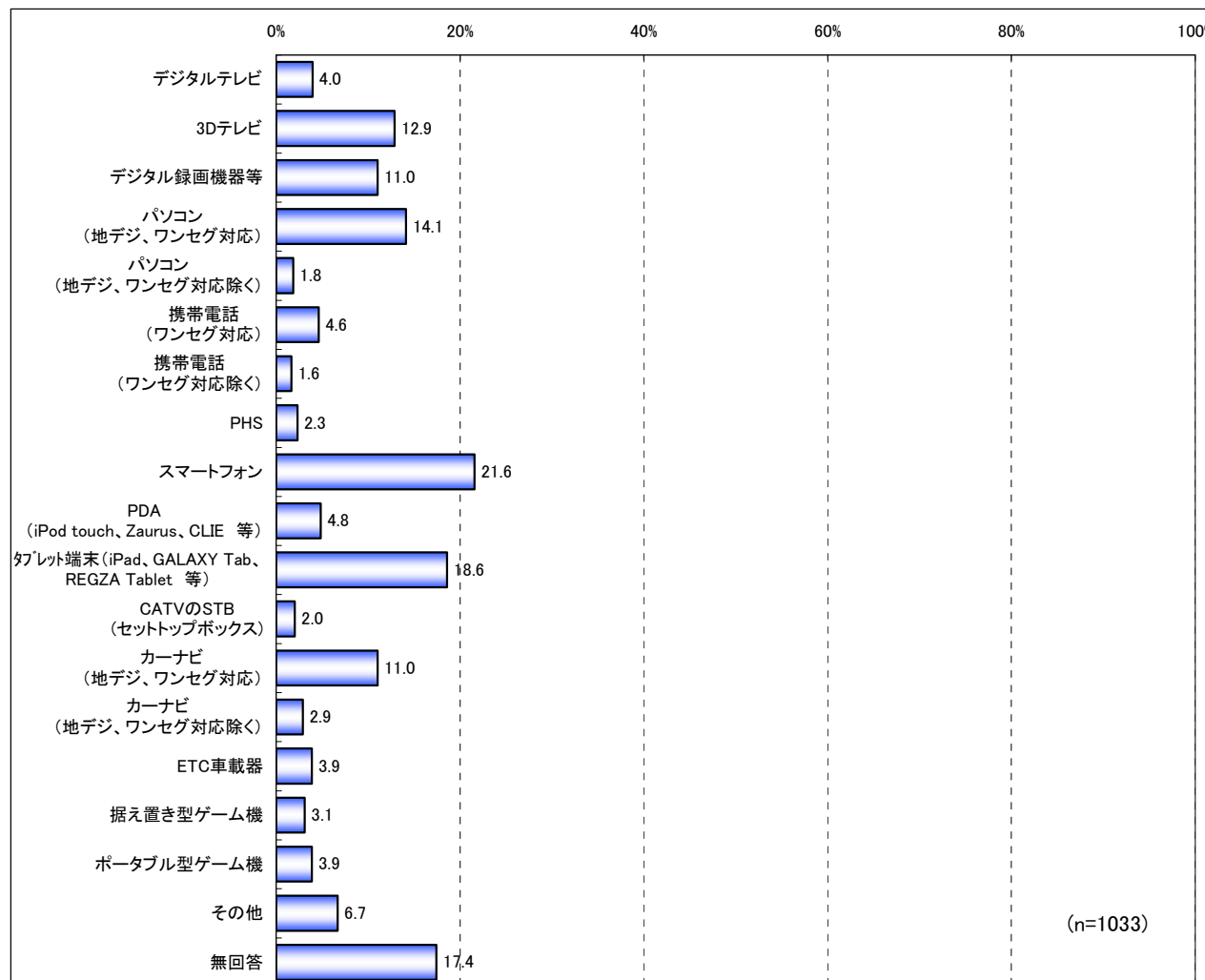
◆モバイル系端末である「スマートフォン」は、9.8%と23年度の5.4%から約2倍になっているが、その他のICT機器の保有意向は、23年度調査とほぼ同様である。

1. 情報メディア全般について

1-4 ICT機器

■ 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21.6%とトップであり、次に「タブレット端末」(18.6%)、「パソコン(地デジ、ワンセグ対応)」(14.1%)、「3Dテレビ(12.9%)」と続いている。

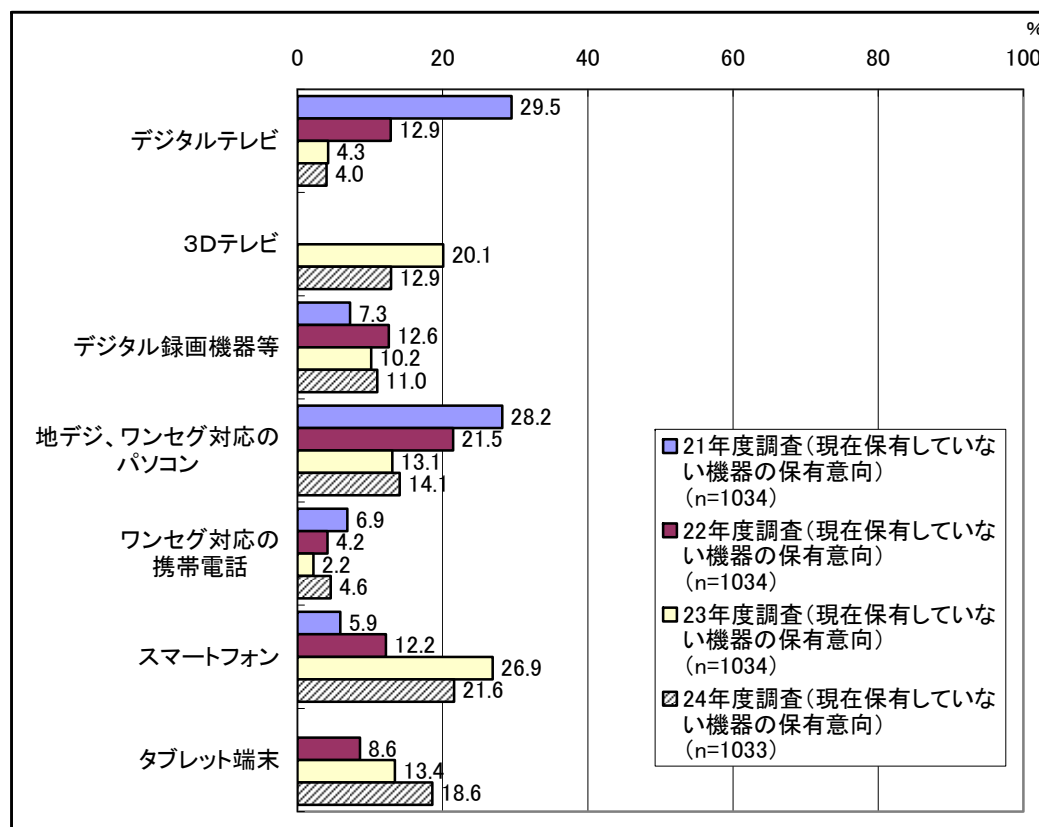
1. 情報メディア全般について

1-4 ICT機器

■ 現在保有していない機器の保有意向

《21～23年度調査との比較》

(複数回答)



◆21～23年度調査と比較すると、伸びが著しいのは、「タブレット端末」(18.6%)であり、「スマートフォン」と同様に、5人に1人が保有意向を示している。

◆「スマートフォン」は、23年度の急伸に比べると少し落ち着いてきたようである。

◆「3Dテレビ」の保有意向は、23年度は20.1%と比較的高かったが、今年度は12.9%と低く、普及が見られない。

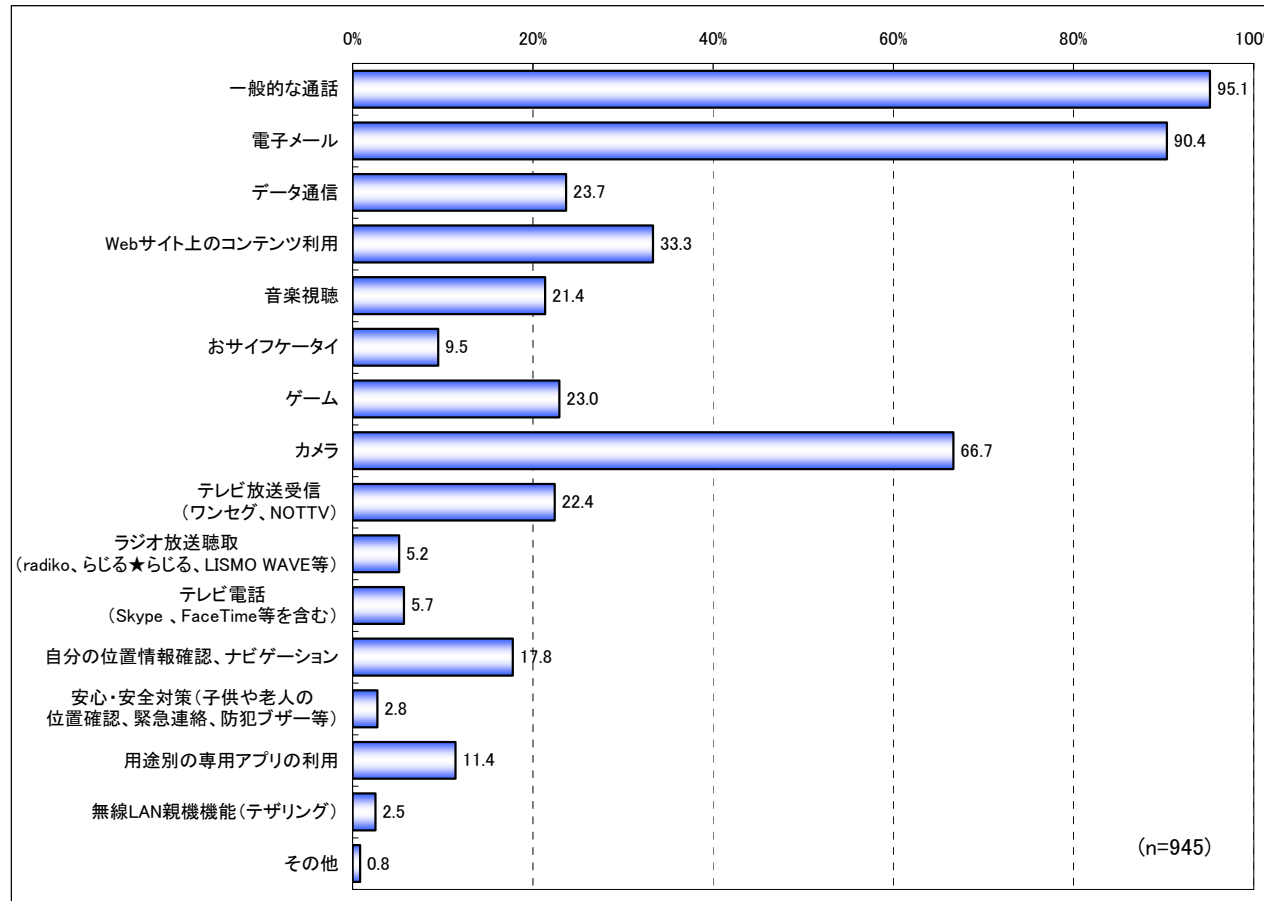
◆地上デジタル放送完全移行により、「デジタルテレビ」(4.0%)をはじめ、「パソコン(地デジ、ワンセグ対応)」(14.1%)、「携帯電話(ワンセグ対応)」(4.6%)などの放送系メディアとの複合端末は、年々保有意向が下がり落ち着いてきたようである。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-1 スマートフォン・携帯電話等

■ スマートフォン・携帯電話等の利用機能

(複数回答)



◆スマートフォン・携帯電話等の日頃の利用機能は、「一般的な通話」(95.1%)、「電子メール」(90.4%)が突出しており、続いて「カメラ」(66.7%)、「Webサイト上のコンテンツ利用」(33.3%)となっている。

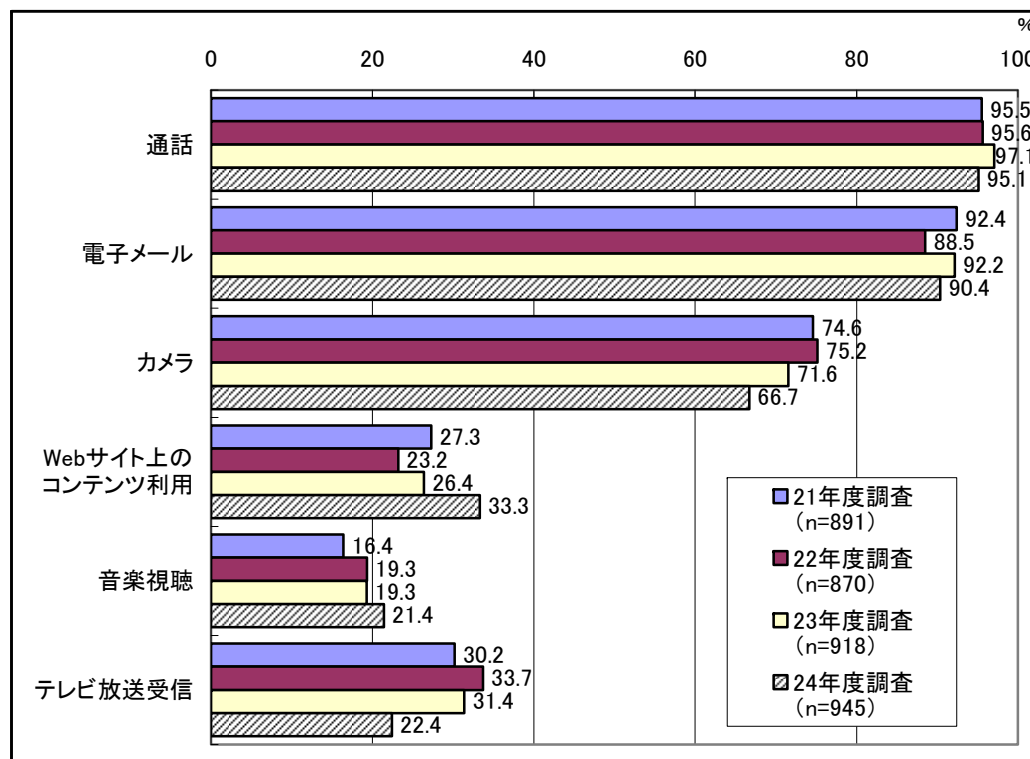
2. 個別メディア・機器の状況について

2-1 スマートフォン・携帯電話等

■ スマートフォン・携帯電話等の利用機能

《21～23年度調査との比較》

(複数回答)



◆ 21～23年度調査と比較すると、全体的な傾向は、あまり違いはないが、「一般的な通話」、「電子メール」といった基本機能は変わらないものの、「カメラ」や「テレビ放送受信」などの付加機能を利用する人は減少している。

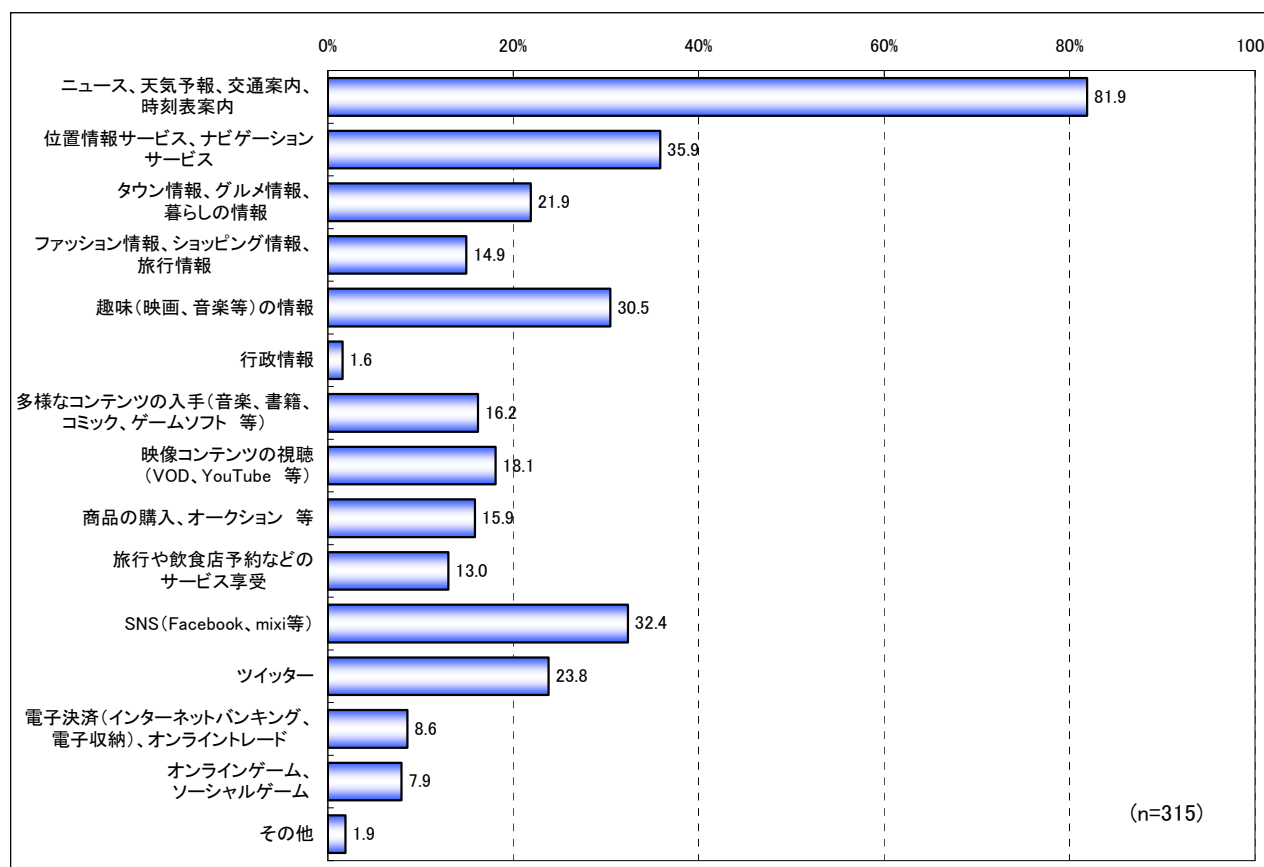
◆ また、「Webサイト上のコンテンツ利用」は、23年度の26.4%から33.3%に増加している。これは、先の家庭のパソコン等によるWebサイト上のコンテンツ閲覧(90%程度)に比べると低いものの、スマートフォンの普及によるところが大きいと思われる。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-1 スマートフォン・携帯電話等

■ スマートフォン・携帯電話等でのWebサイト内容

(複数回答)



◆スマートフォン・携帯電話等によるWebサイト利用は、「ニュース、天気予報、交通案内、時刻表案内」が81.9%で飛び抜けている。

◆続いて「位置情報サービス、ナビゲーションサービス」(35.9%)、「SNS」(32.4%)、「趣味(映画・音楽等)の情報」(30.5%)、「ツイッター」(23.8%)である。

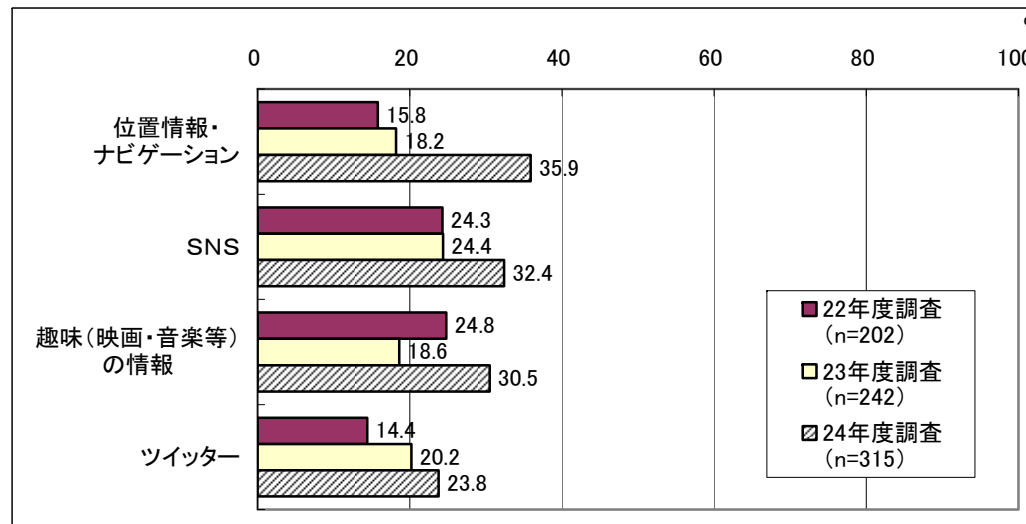
2. 個別メディア・機器の状況について

2-1 スマートフォン・携帯電話等

■ スマートフォン・携帯電話等でのWebサイト内容

《22、23年度調査との比較》

(複数回答)



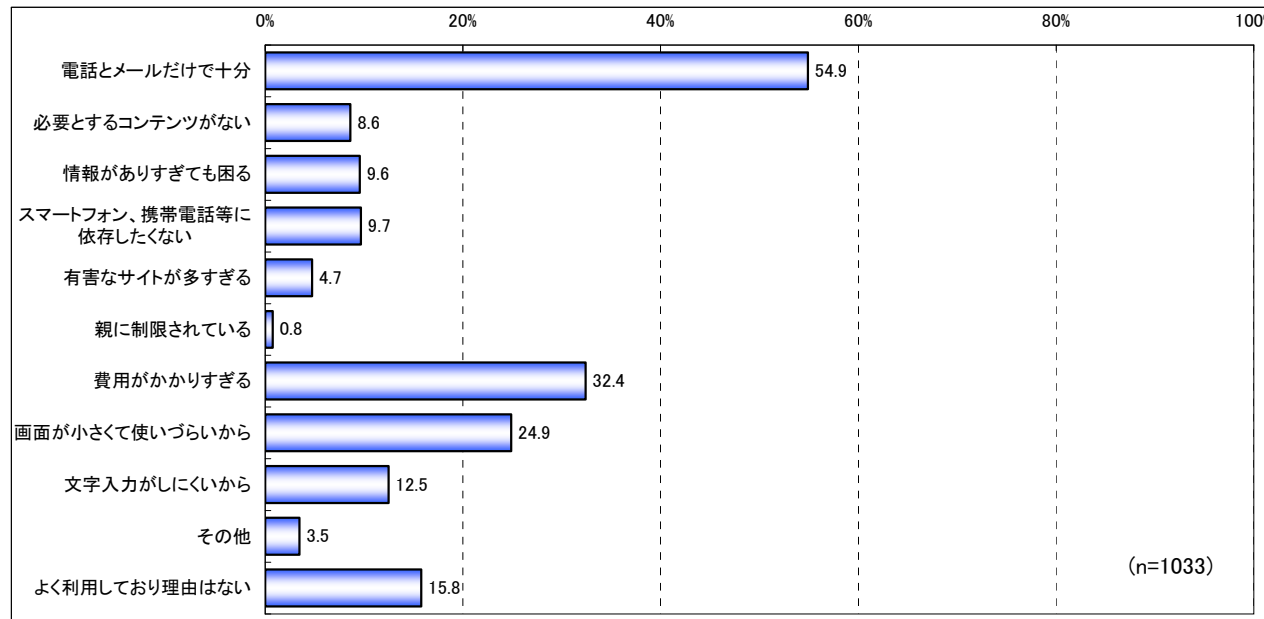
◆よく利用されている「位置情報サービス、ナビゲーションサービス」や「SNS」、「趣味の情報、ツイッター」は、22、23年度調査から着実に伸びている。特に「位置情報サービス、ナビゲーションサービス」は、昨年度からはほぼ2倍の伸びを示している。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-1 スマートフォン・携帯電話等

■ スマートフォン・携帯電話等でWebサイトを利用しない理由

(複数回答)



◆Webサイトを利用しない理由は、「電話とメールだけで十分」が54.9%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サイト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32.4%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24.9%と高く、パソコンからのWebサイト利用と比較すると、情報量、操作性などの面で利用しにくいという評価がうかがえる。

◆その他の内容では、「通信速度が遅い」、「充電が頻繁に必要なになる」など、「ハードやインフラ面に关わる要望も寄せられている。

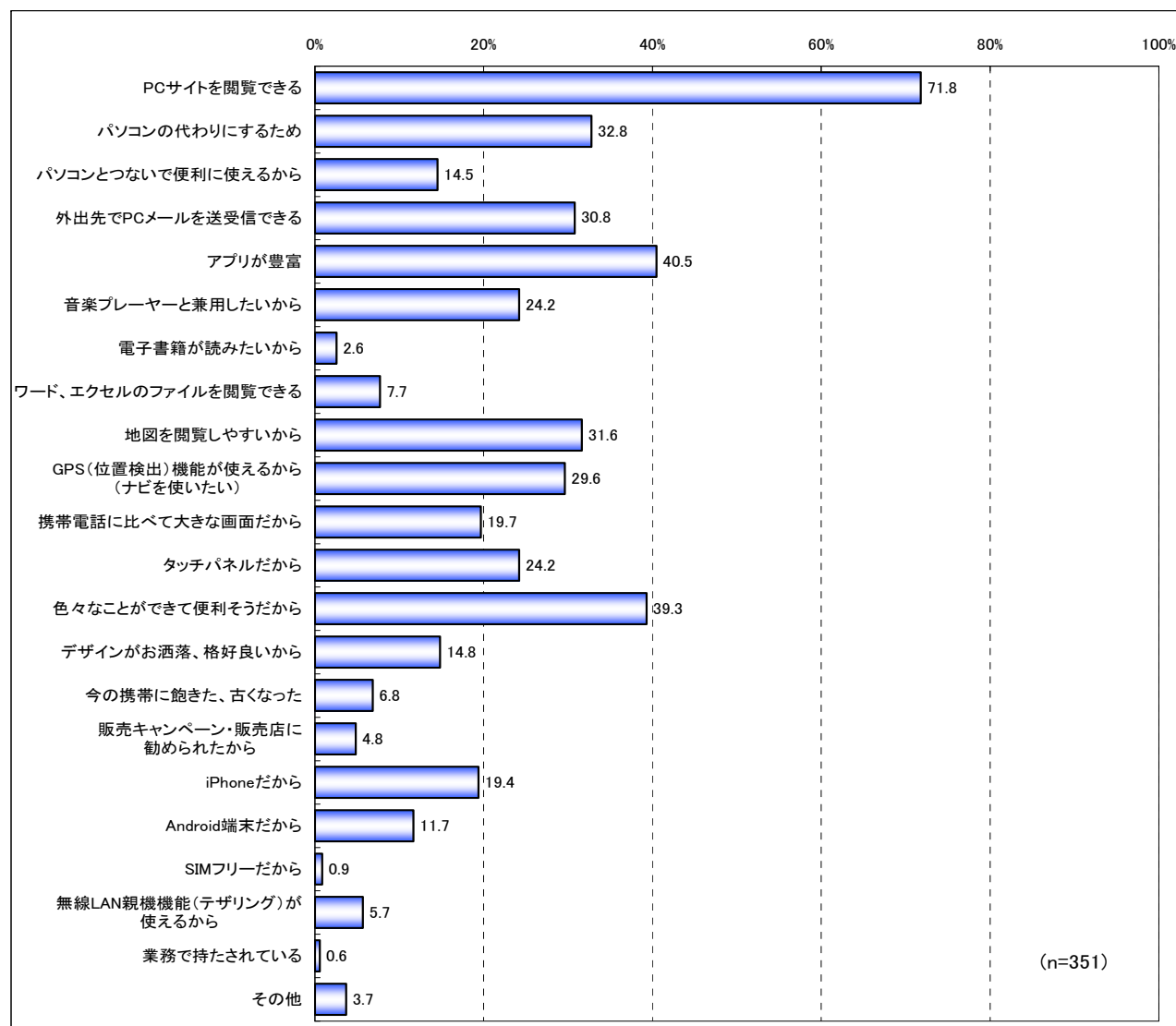
その他の内容
そもそもそのような機器を持っていない
通信速度が遅い
充電が頻繁に必要なになる
必要性がない
パソコンのほうが早い
接続時間がかかりすぎる
PCで十分
電池の減りが早い
セキュリティ確保に自信が持てない
パソコンのほうが使いやすいから
PCでゆっくり見ることができのほうが良いから。
windows phoneのアプリが少ない
メモリ不足で表示されないことがあるから
ほとんど在宅なのでPCで事足りているから
PCのWebサイトで十分な情報が得られる。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-1 スマートフォン・携帯電話等

■ スマートフォンの所有理由

(複数回答)



◆スマートフォンの所有理由は、「PCサイトを閲覧できる」(71.8%)が群を抜いており、続いて「アプリが豊富」(40.5%)、「色々なことができて便利そう」(39.3%)が続いている。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、「パソコンの代わりにするため」(32.8%)、「地図を閲覧しやすいから」(31.6%)、「外出先でPCメールを送受信できる」(30.8%)と続き、これらは比較的明確な理由といえる。

◆「GPS(位置検出)機能が使えるから(ナビを使いたい)」は、29.6%と、23年度調査の17.0%を大きく上回っている。このGPS機能については、既述の「スマートフォン・携帯電話等でのWebサイト内容」で、「位置情報サービス、ナビゲーションサービス」が23年度の約2倍の伸びを示していることと同様の理由であると考えられる。

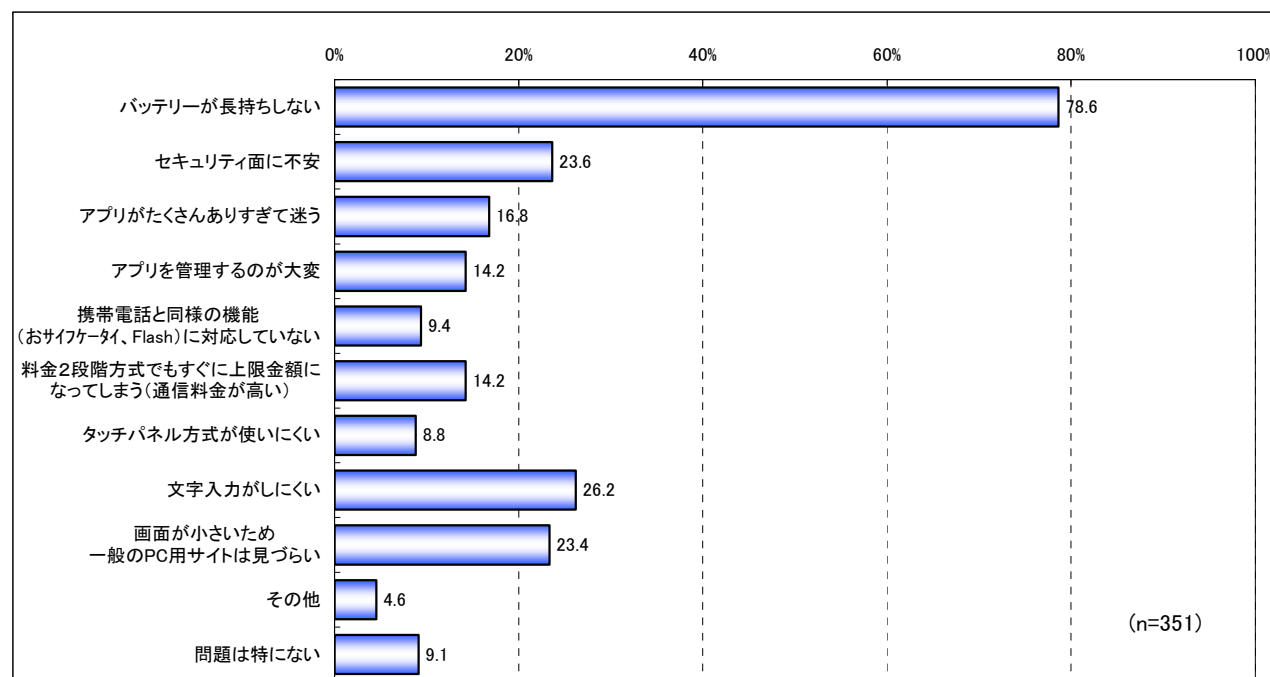
◆一方、「iPhoneだから」(19.4%)、「Android端末だから」(11.7%)の端末の種類による理由はそれほど高くない。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-1 スマートフォン・携帯電話等

■ スマートフォン利用上の問題点

(複数回答)



◆スマートフォン利用上の問題点は、「バッテリーが長持ちしない」が78.6%と群を抜いており、このバッテリー問題は、モバイル系端末の宿命といえる。

◆続いて「文字入力がしにくい」(26.2%)、「セキュリティ面に不安」(23.6%)、「画面が小さいため一般のPC用サイトは見づらい」(23.4%)が続いている。

◆その他の内容も多種多様であり、こうした利用者意見を踏まえて、端末メーカー、通信キャリアの改善を期待したいところである。

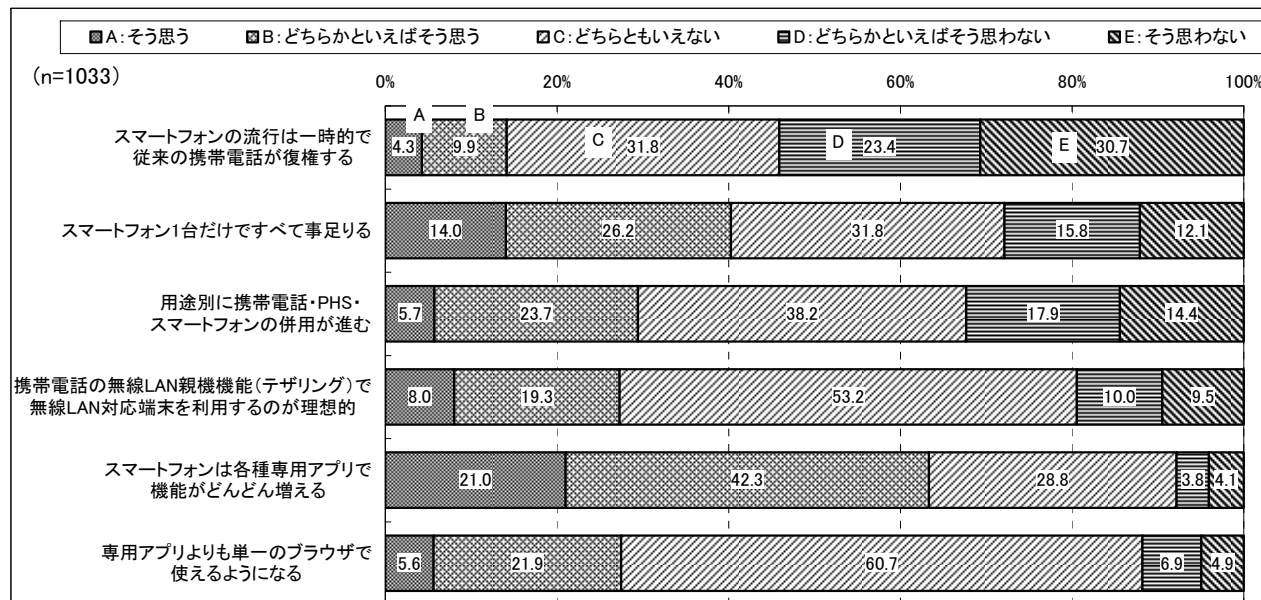
その他の内容
速度があまりに遅く、ひとりでにシャットダウンすることがある
画面切り替えが遅い
着信時に即、気づかなければ 後ほど気づきにくい
すぐ壊れる
間違っで電話がかかってしまったり、誤操作がある
自分では使いたくない
壊れやすい
ネットがすぐ問題発生となり切れる
必要なアプリが少なすぎる
アンドロイドは未完成だと思う、不具合が多い
パソコンより処理速度が遅すぎる

2. 個別メディア・機器の状況について

2-1 スマートフォン・携帯電話等

■ スマートフォン・携帯電話等の今後

(単一回答)



◆スマートフォン・携帯電話等の今後については、「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、「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の14.2%に対して、「そう思わない」、「どちらかといえばそう思わない」の否定意見が54.1%であり、従来の携帯電話等に戻ることはないという認識である。今後はスマートフォンが携帯電話等の主流になると考えられており、スマートフォンの保有状況や所有意向の増加をみると、この認識が大勢を占めている。

◆しかしながら、「スマートフォン1台だけですべて事足りる」は肯定意見40.2%、否定意見27.9%、「用途別に携帯電話・PHS・スマートフォンの併用が進む」は肯定意見29.4%、否定意見32.3%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考えられている。

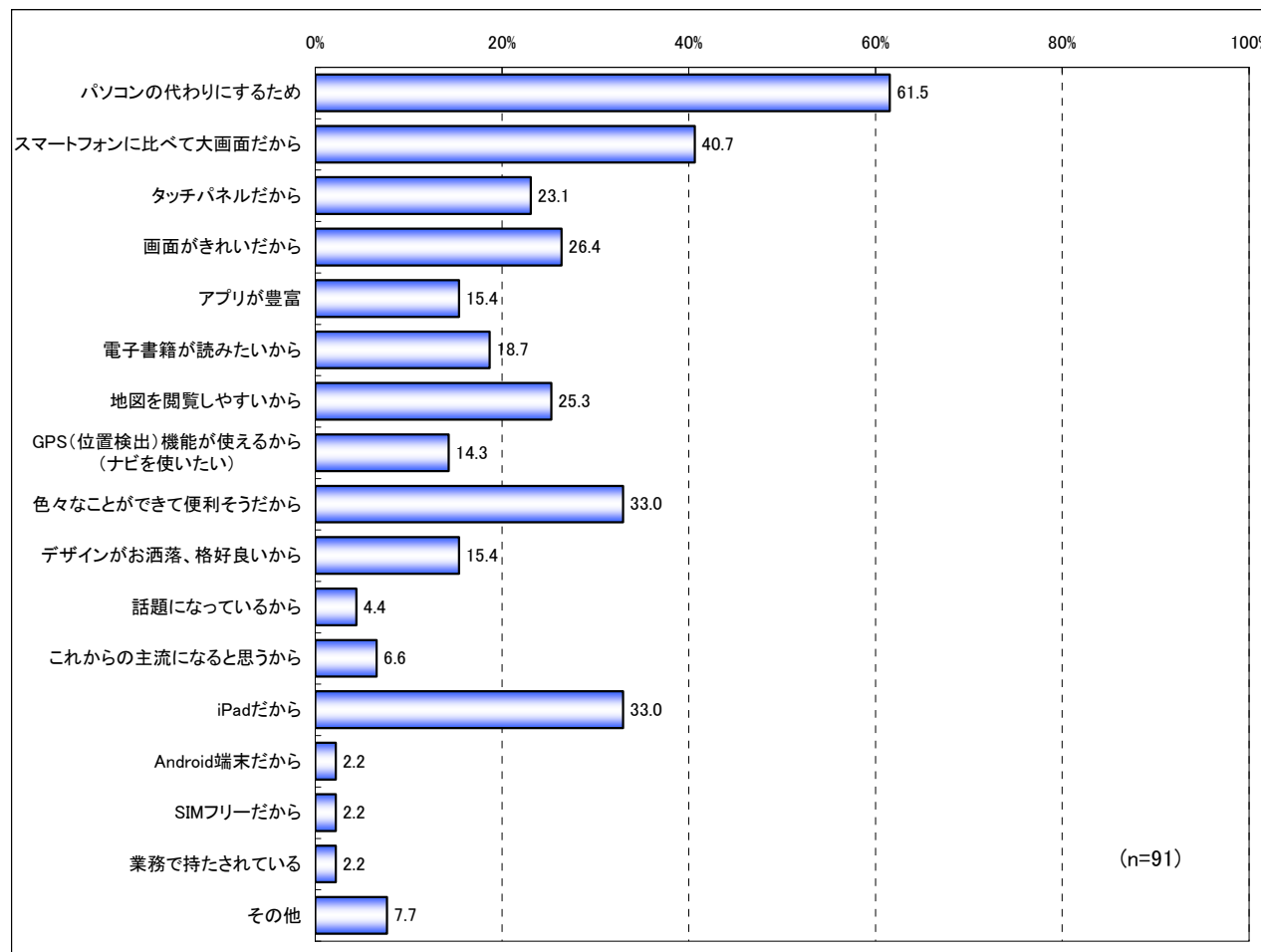
◆また、「スマートフォンは各種専用アプリで機能が増える」の肯定意見が63.3%と多く、どんなことにでも使える、といった要望がみとれる。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-2 タブレット端末

■ タブレット端末の所有理由

(複数回答)



◆タブレット端末の所有理由は、「パソコンの代わりにするため」が61.5%と最も高く、「スマートフォンに比べて大画面だから」(40.7%)、「色々なことができて便利そうだから」(33.0%)、「iPadだから」(33.0%)と続いている。

◆さらに、「画面がきれいだから」(26.4%)、「地図を閲覧しやすいから」(25.3%)、「タッチパネルだから」(23.1%)、「電子書籍が読みたいから」(18.7%)と、多様な理由も概ね20%以上であり、タブレット端末に対する期待感も高いのではと考えられる。

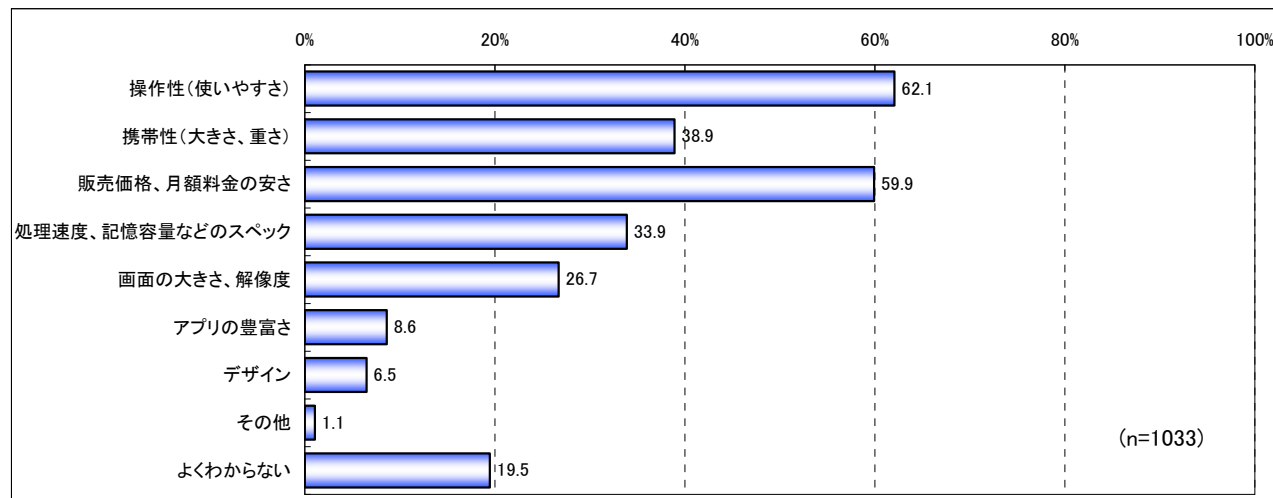
◆端末機種による理由で、「iPadだから」に比べ、「Android端末だから」は、わずか2.2%であり、スマートフォンでは拮抗していたがタブレット端末ではiPadの認知度が非常に高いことがうかがえる。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-2 タブレット端末

■ タブレット端末に求めること

(複数回答)



◆タブレット端末に求めることは、「操作性」、「販売価格、月額料金の安さ」がそれぞれ62.1%、59.9%と高いが、「携帯性」(38.9%)、「処理速度、記憶容量などのスペック」(33.9%)と続き、使い勝手やスペック、コスト面で更なる改良を多くの人が望んでいる。

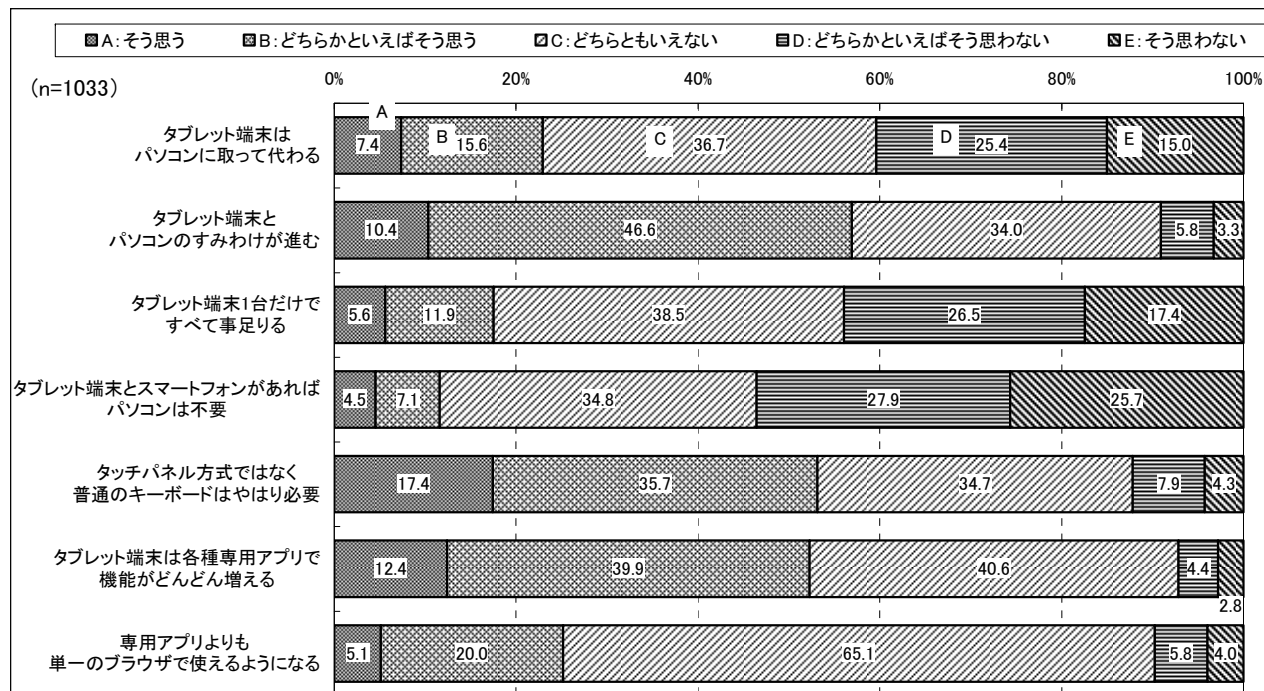
◆一方、「アプリの豊富さ」、「デザイン」では、現状で満足しているようである。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-2 タブレット端末

■ タブレット端末の今後

(単一回答)



◆タブレット端末の今後については、「タブレット端末はパソコンに取って代わる」、「タブレット端末1台だけで全てが事足りる」、「タブレット端末とスマートフォンがあればパソコンは不要」といったタブレット端末の席卷は、「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」を合わせた肯定的意見が、おのおの23.0%、17.5%、11.6%に対して、「そう思わない」、「どちらかといえばそう思わない」の否定的意見が40.4%、43.9%、53.6%であり、まだまだタブレット全盛には疑問を持っている。

◆加えて、「タブレット端末とパソコンのすみわけが進む」は、肯定的意見が57.0%で、否定的意見が9.1%と、パソコンも一定の評価を得ている。

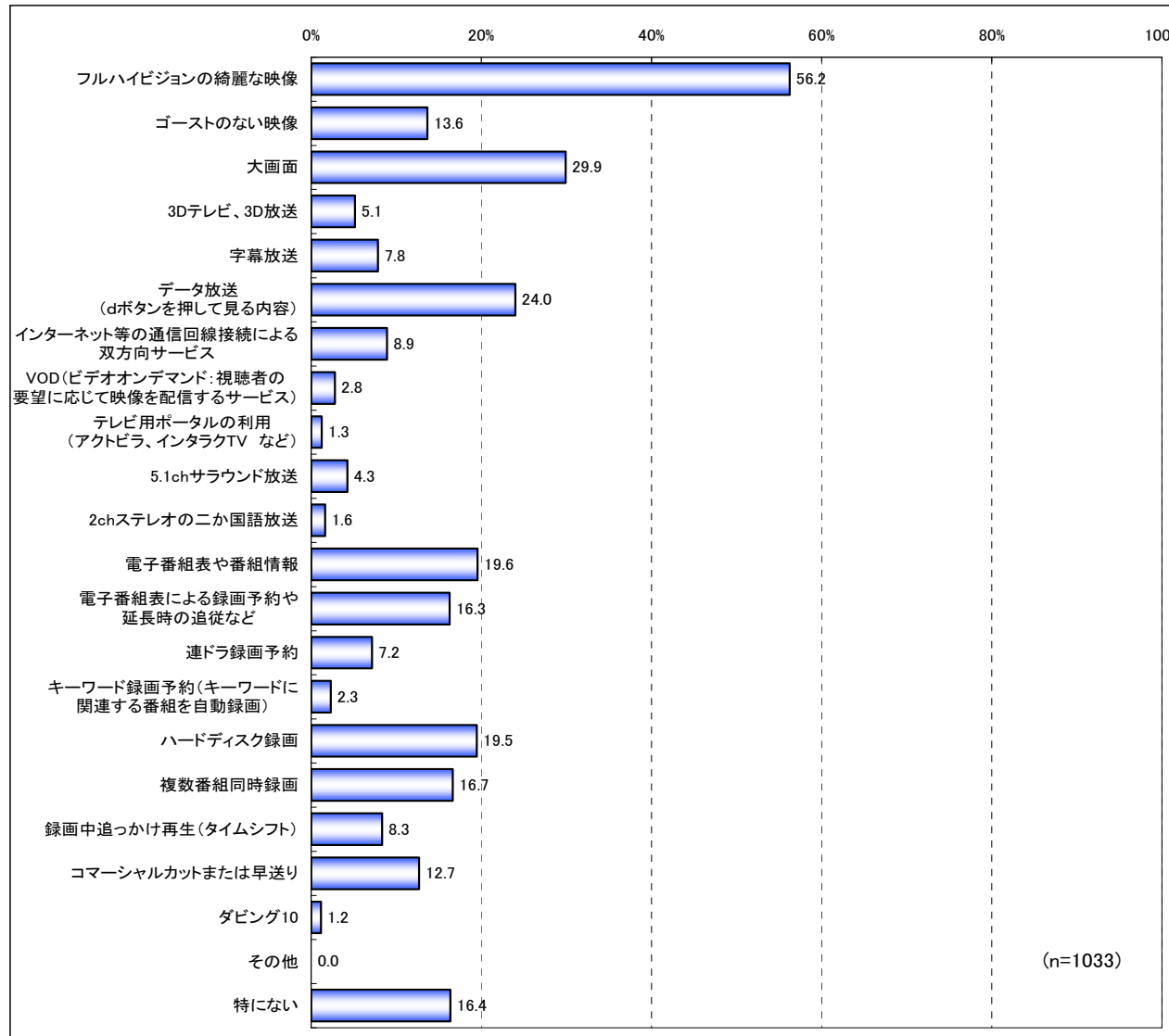
◆使い勝手の面において、「タッチパネル方式ではなく普通のキーボードは必要」は、肯定的意見が53.1%と5割に達しており、否定的意見の12.2%を大きく離している。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-3 放送メディア

■ 地上デジタル放送や対応テレビを評価する点

(複数回答)



◆地上デジタル放送や対応テレビを評価する点は、「フルハイビジョンの綺麗な映像」が56.2%と群を抜いており、「大画面」(29.9%)、「データ放送」(24.0%)、「電子番組表や番組情報」(19.6%)、「ハードディスク録画」(19.5%)がそれに続く。

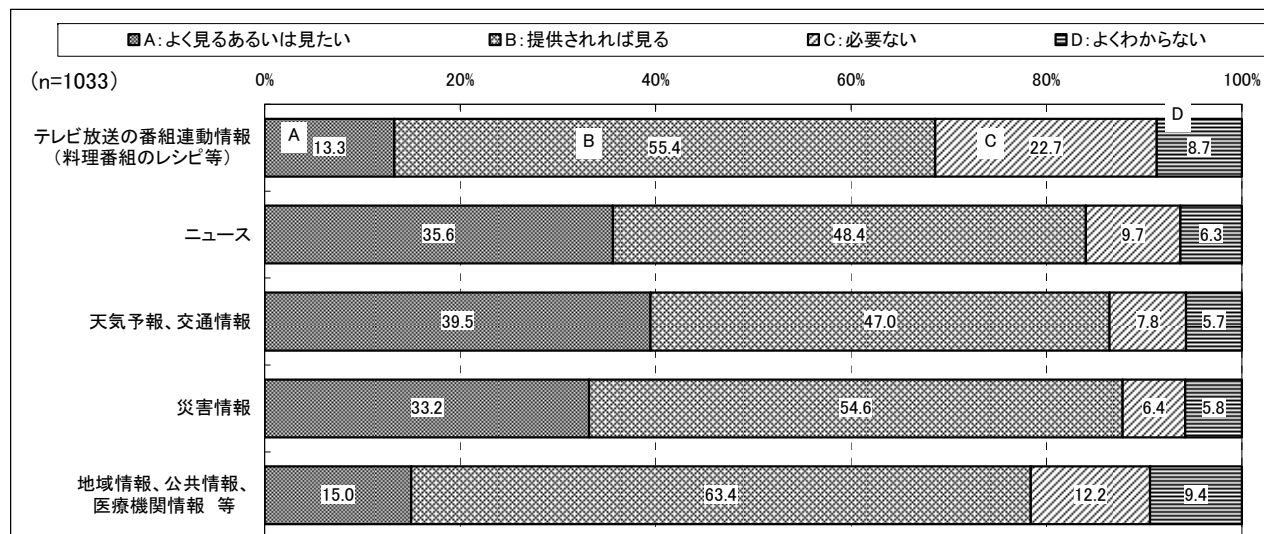
◆デジタル化による新たな機能である「3Dテレビ、3D放送」(5.1%)、「インターネット等の通信回線接続による双方向サービス」(8.9%)や、「5.1chサラウンド放送」(4.3%)や「2chステレオの二か国語放送」(1.6%)などの音響系をはじめ、「連ドラ録画予約」(7.2%)、「キーワード録画予約」(2.3%)、「ダビング10」(1.2%)等は目新しい機能であるが、意外に評価・期待は低い。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-3 放送メディア

■ データ放送の視聴意向

(単一回答)



◆データ放送番組について、「ニュース」、「天気予報、交通情報」、「災害情報」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80%を超えており、その必要性が理解されていると考えられる。

◆「地域情報、公共情報、医療機関情報等」は、“よく見るあるいは見たい”は、15.0%にとどまっているが、“提供されれば見る”が63.4%と、視聴意向が高まる可能性は高いと考えられる。

◆一方、「テレビ放送の番組連動情報」は、“よく見るあるいは見たい”は、13.3%と低く、加えて“必要ない”が22.7%にも達し、何でもデータ放送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。

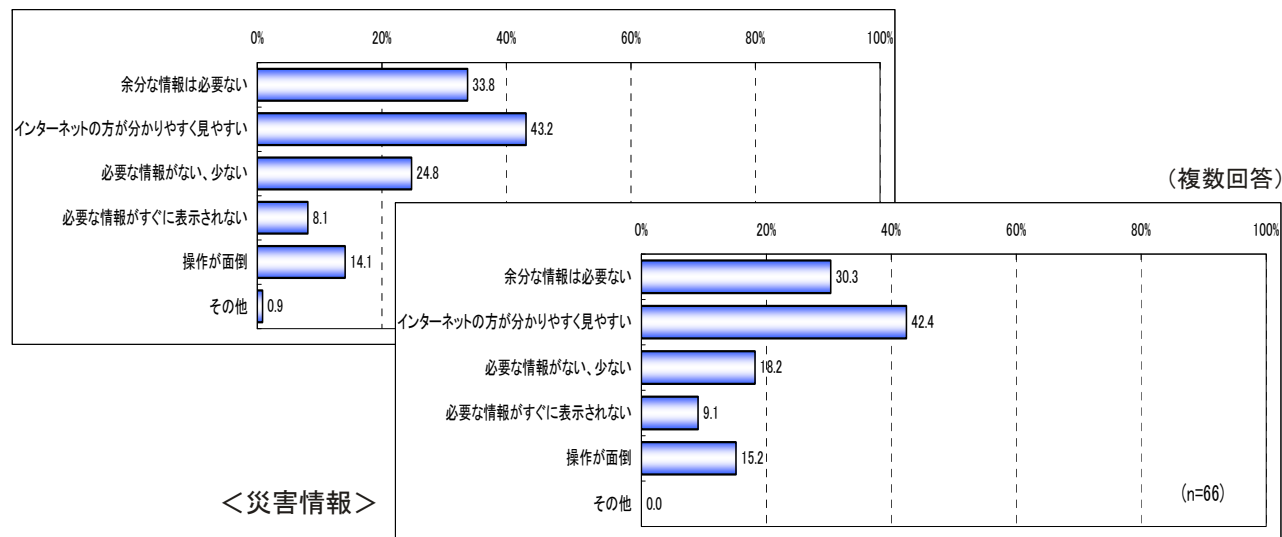
2. 個別メディア・機器の状況について

2-3 放送メディア

■ データ放送が必要でない理由

<テレビ放送の番組連動情報>

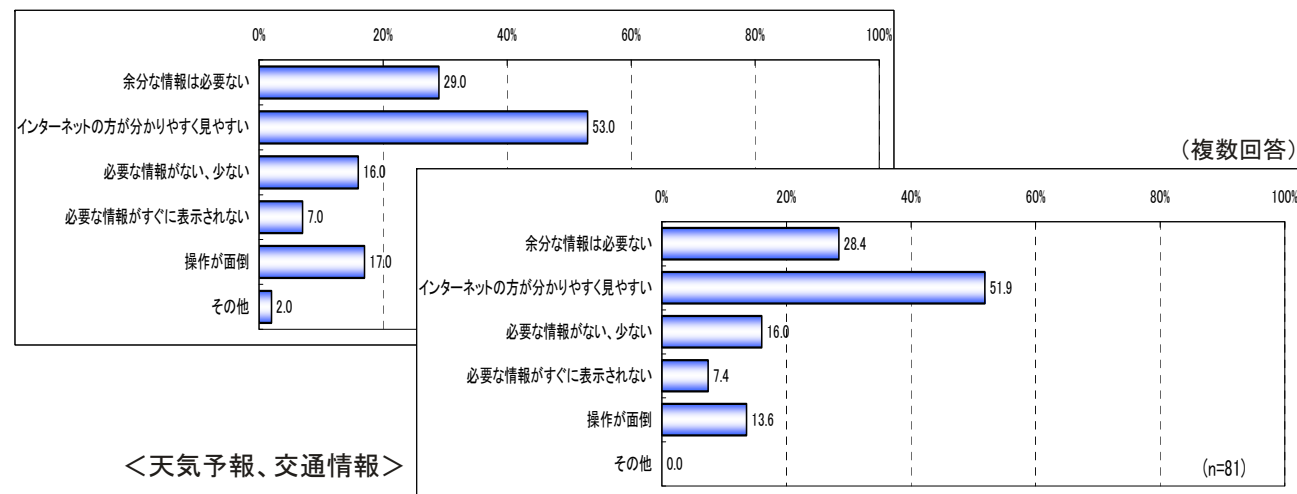
(複数回答)



<災害情報>

<ニュース>

(複数回答)



<天気予報、交通情報>

◆データ放送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”、“災害情報”では、テレビ放送そのものの情報でありながら「余分な情報は必要ない」がおのおの33.8%、30.3%と3割以上となっている。

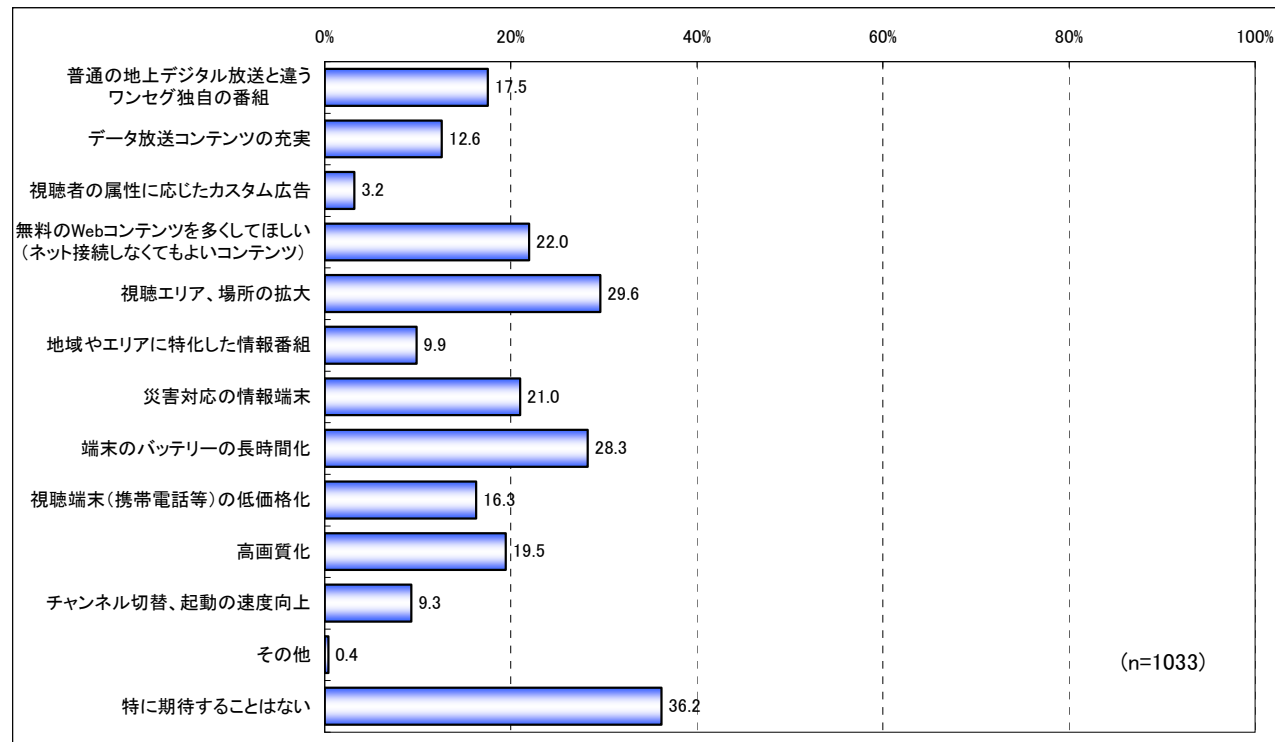
◆また、“ニュース”及び“天気予報、交通情報”では、「インターネットのほうが分かりやすく見やすい」がおのおの53.0%、51.9%と比率が高く、見せ方の工夫も必要ではと考えられる。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-3 放送メディア

■ ワンセグへの期待内容

(複数回答)

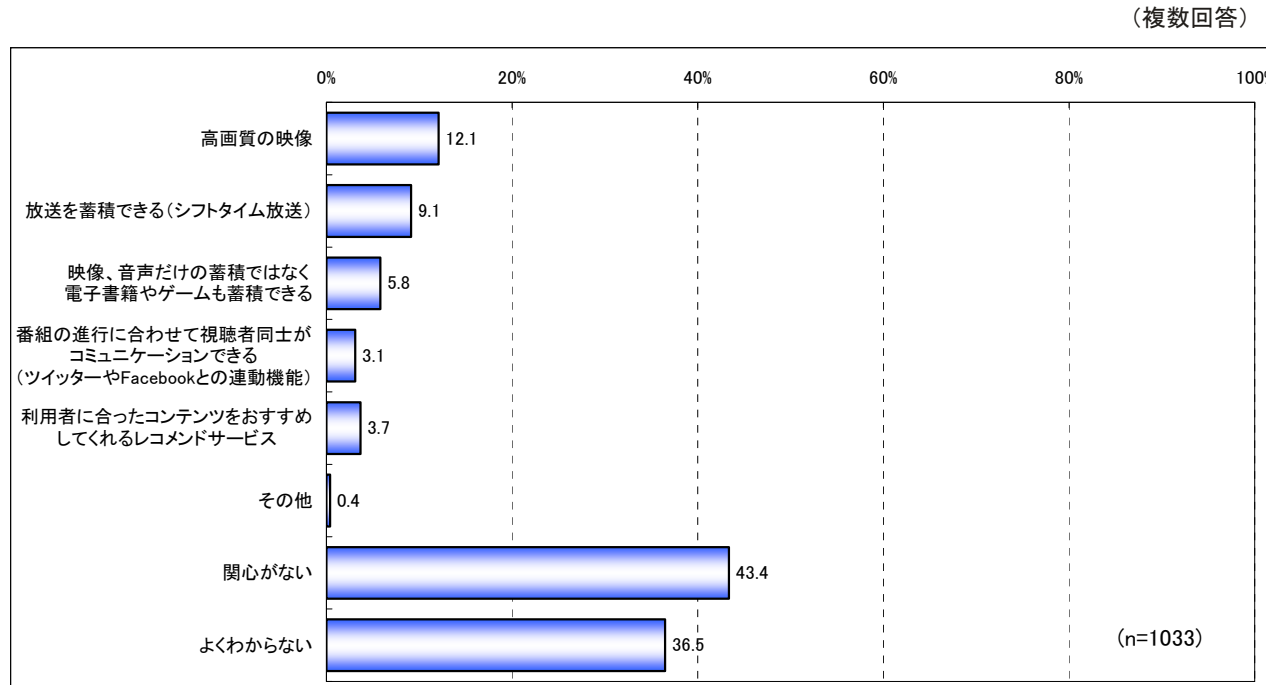


◆ワンセグへの期待は、「視聴エリア、場所の拡大」(29.6%)、「端末のバッテリーの長時間化」(28.3%)、「無料のWebコンテンツを多くしてほしい」(22.0%)、「災害対応の情報端末」(21.0%)が20%を超えており、多岐にわたっている。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-3 放送メディア

■ モバキャスの興味内容



◆2012年4月から放送開始した、スマートフォン向けの新たな放送サービスのモバキャスへの興味内容は、「関心がない」が43.4%、「よくわからない」が36.5%であり、スターとしたばかりとはいえまだまだ認知度が低いといえる。

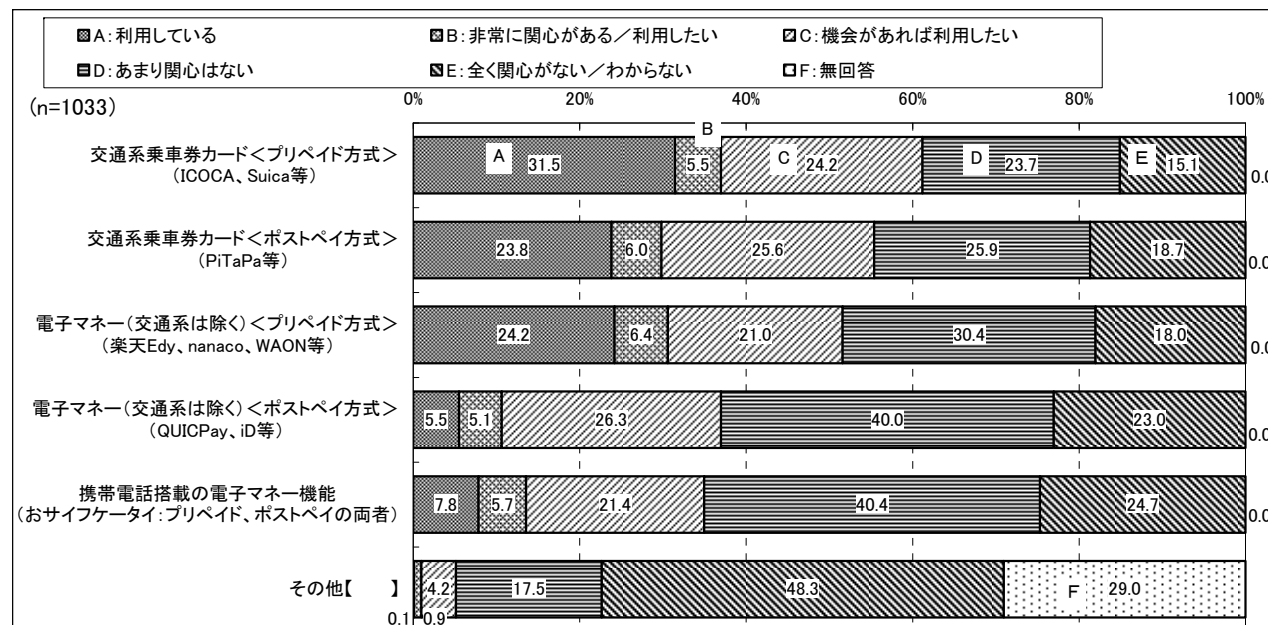
◆多少興味のある人でも、「高画質の映像」が12.1%と低く、新たなメディアとしての機能が十分に周知されていないことがうかがえる。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-4 ICカード

■ ICカードの利用状況・関心度

(単一回答)



◆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、31.5%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60%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、23.8%の利用状況である。この方式は後払いであるために与信が必要であり、関心はあるものの手続きに多少の時間を要することから、プリペイド方式に比べ多少利用者が少ないのではと考えられる。

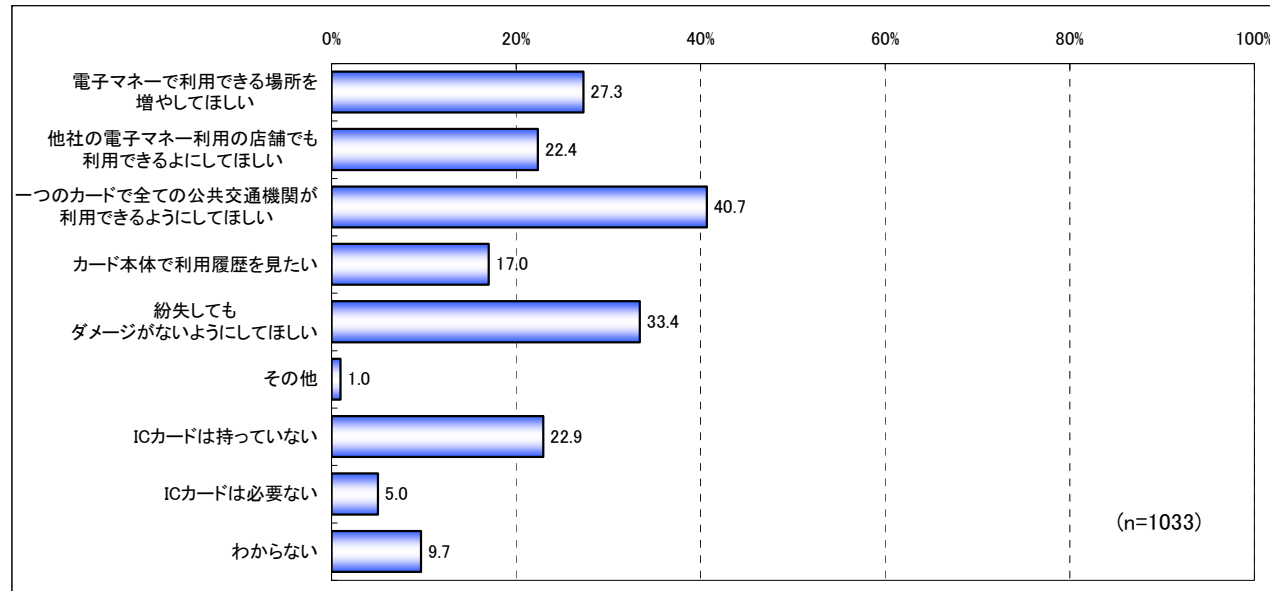
◆交通系を除いた電子マネーは、“利用している”がプリペイド方式で24.2%、ポストペイ方式においては5.5%であり、交通系を含めても23年度調査に比べても変化はない。

2. 個別メディア・機器の状況について

2-4 ICカード

■ ICカードへの要望

(単一回答)



◆ICカードへの要望は、「一つのカードで全ての公共交通機関が利用できるよしてほしい」(40.7%)、「紛失してもダメージがないよしてほしい」(33.4%)、「電子マネーで利用できる場所を増やしてほしい」(27.3%)の順であり、ほぼ20%を超え多岐にわたっている。

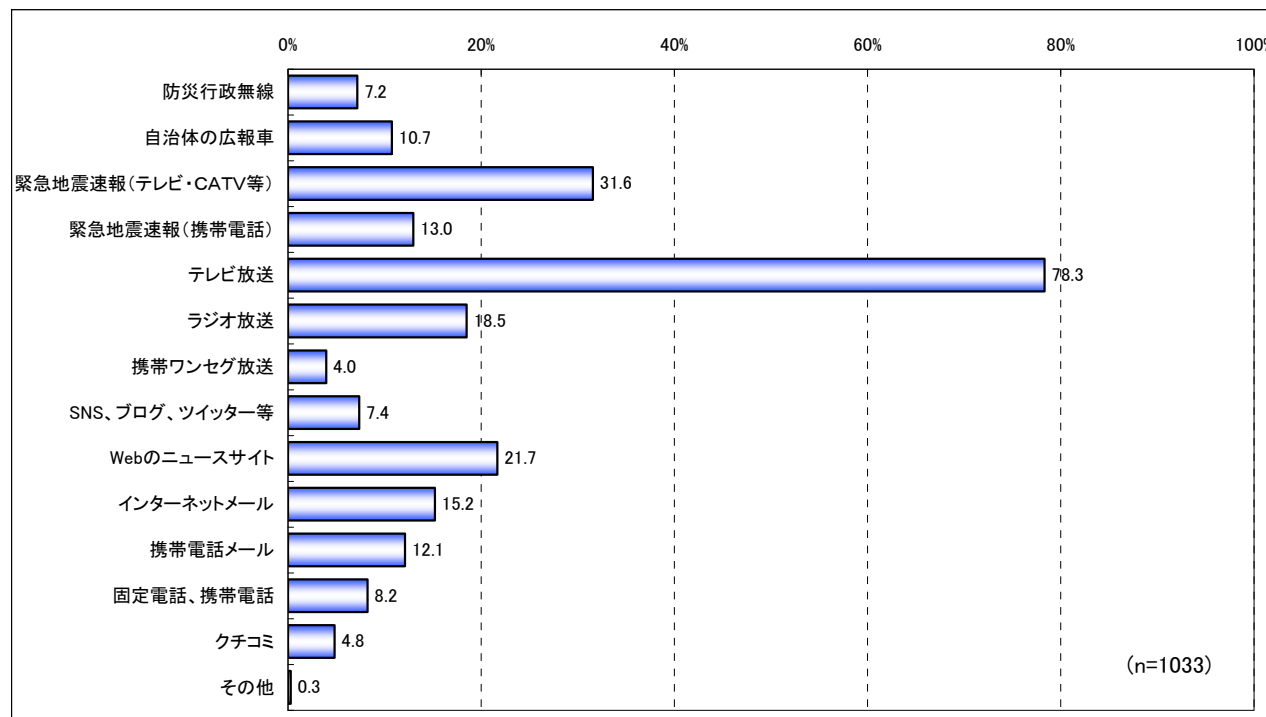
3. 災害への対応について

3-1 災害発生時利用の情報メディア

■ 災害等発生直後の情報入手メディア

<家庭>

(複数回答)



◆家庭における災害発生直後の情報収集メディアは、「テレビ放送」が78.3%と群を抜いており、家庭の情報収集メディアの中心であることがみとれる。

◆「テレビ放送」以外では、「緊急地震速報(テレビ、CATV等)」(31.6%)、「Webのニュースサイト」(21.7%)、「ラジオ放送」(18.5%)と続いているが多岐にわたっている。

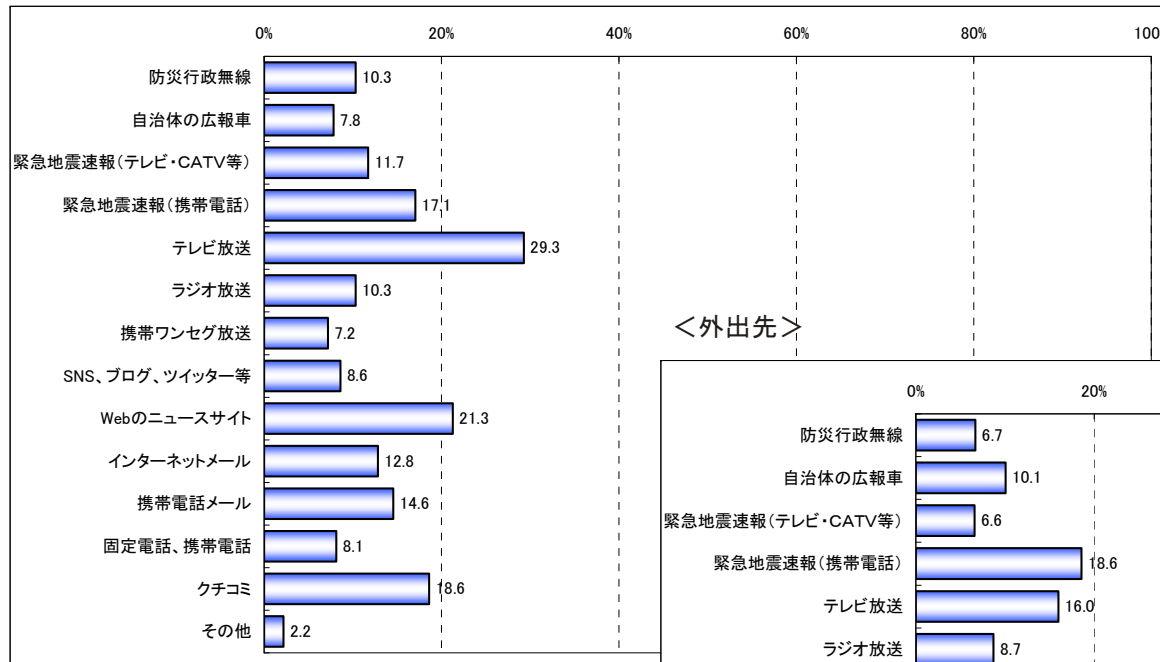
3. 災害への対応について

3-1 災害発生時利用の情報メディア

■ 災害等発生直後の情報入手メディア

<職場・学校>

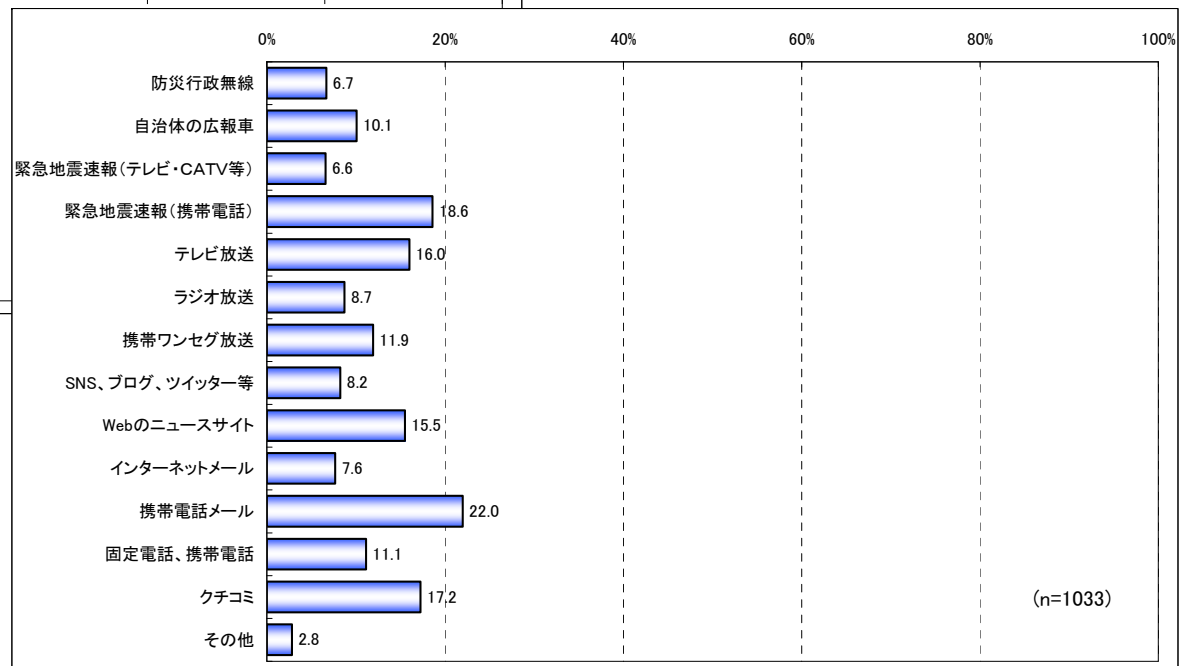
(複数回答)



◆職場・学校では、「テレビ放送」がトップではあるが、29.3%と家庭に比べ低くなり、就業中、勉学中の視聴は極端に少なくなる。「テレビ放送」に続いて、「Webのニュースサイト」(21.3%)、「クチコミ」(18.6%)となり、特に「クチコミ」の相対的割合が高くなっている。

<外出先>

(複数回答)



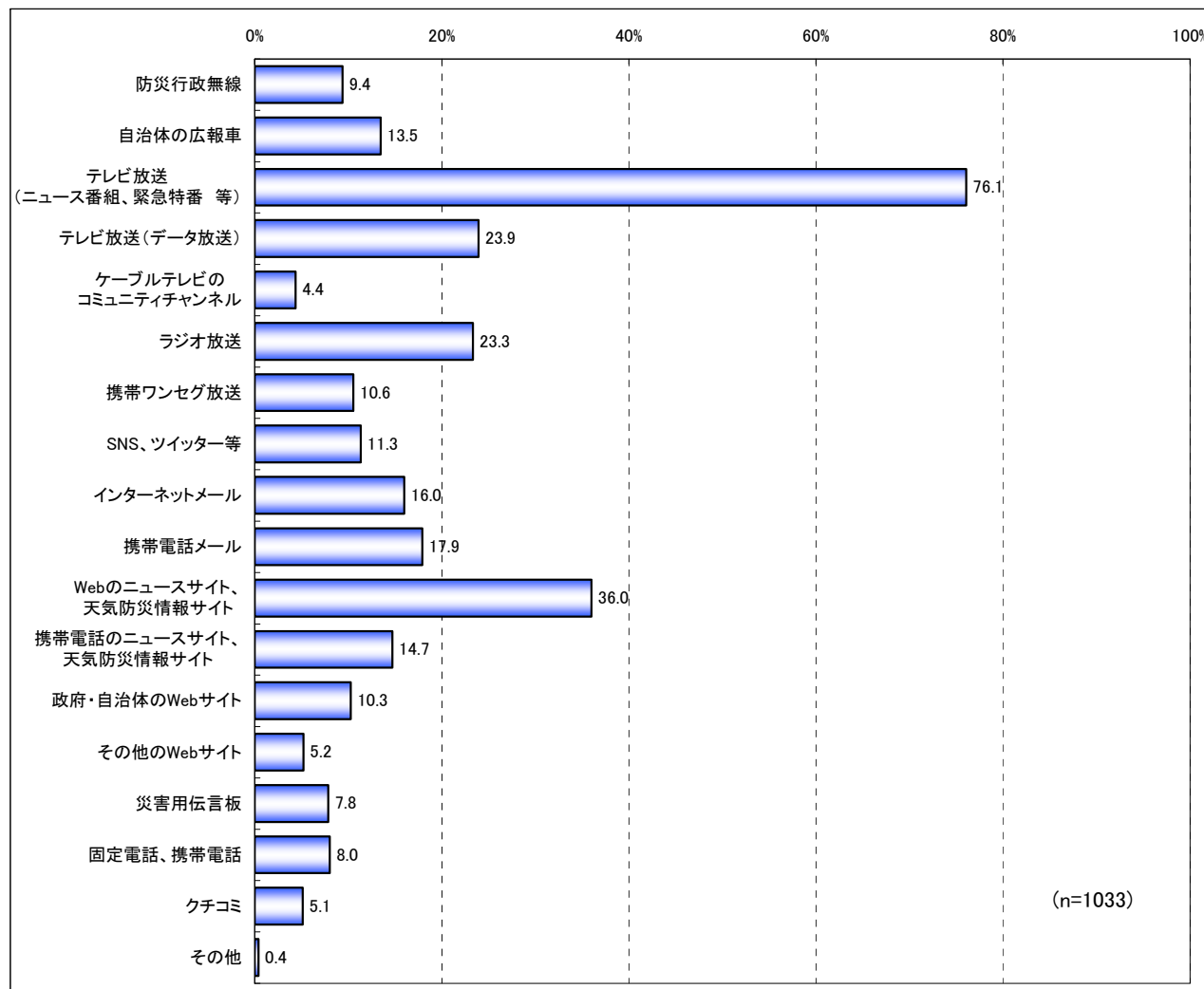
◆外出先での災害発生直後の情報収集メディアは、「携帯電話メール」(22.0%)、「緊急地震速報(携帯電話)」(18.6%)「クチコミ」(17.2%)の順であるが、他のメディアも拮抗しており、その場で利用可能なメディアを活用して情報入手していることがうかがえる。

3. 災害への対応について

3-1 災害発生時利用の情報メディア

■ 災害や防災に関する詳細情報入手時のメディア

(複数回答)



◆ 災害発生時や防災に関する詳細情報の入手においても、災害発生直後の情報収集メディアと同様に、「テレビ放送(ニュース番組、緊急特番等)」が76.1%と群を抜いており、加えて「テレビ放送(データ放送)」も23.9%と非常に高くなっている。

◆ 続いて、「Webのニュースサイト、天気防災情報サイト」(36.0%)であり、発生直後の家庭での「Webのニュースサイト」が21.7%であることを考えると、詳細情報にはWeb系メディアが有効であることがうかがえる。

◆ また、「ラジオ放送」は23.3%であり、災害発生直後もそうであるが一定の評価を得ている。

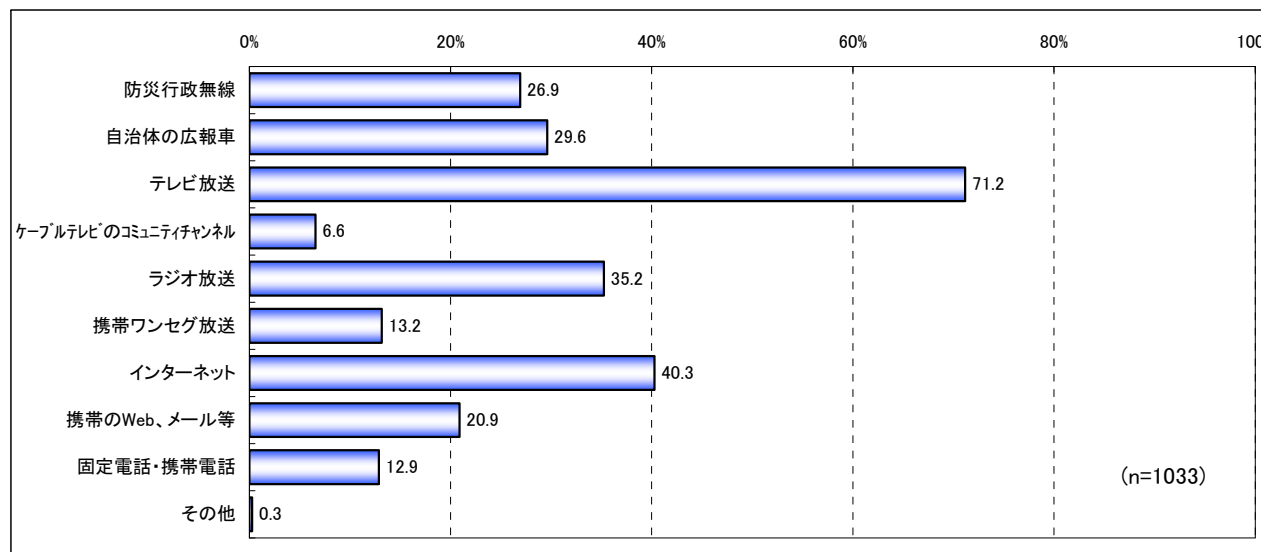
3. 災害への対応について

3-2 今後必要な情報メディア

■ 今後災害発生時に必要と思われるメディア

< 災害発生直後 >

(複数回答)



◆ 今後の災害発生時に必要と思われるメディアとしては、災害発生直後、詳細情報入手時および復旧に関わる情報が必要などの全てのフェーズにおいて、「テレビ放送」が、おのおの71.2%、68.1%、66.6%と非常に高い。

◆ 災害発生直後は、「防災行政無線」(26.9%)や「自治体の広報車」(29.6%)も高く、国や自治体に期待するところが多いといえる。

◆ また、「ラジオ放送」も災害発生直後では35.2%と高く、現状の利用状況にも増して必要性が高いことがうかがえる。

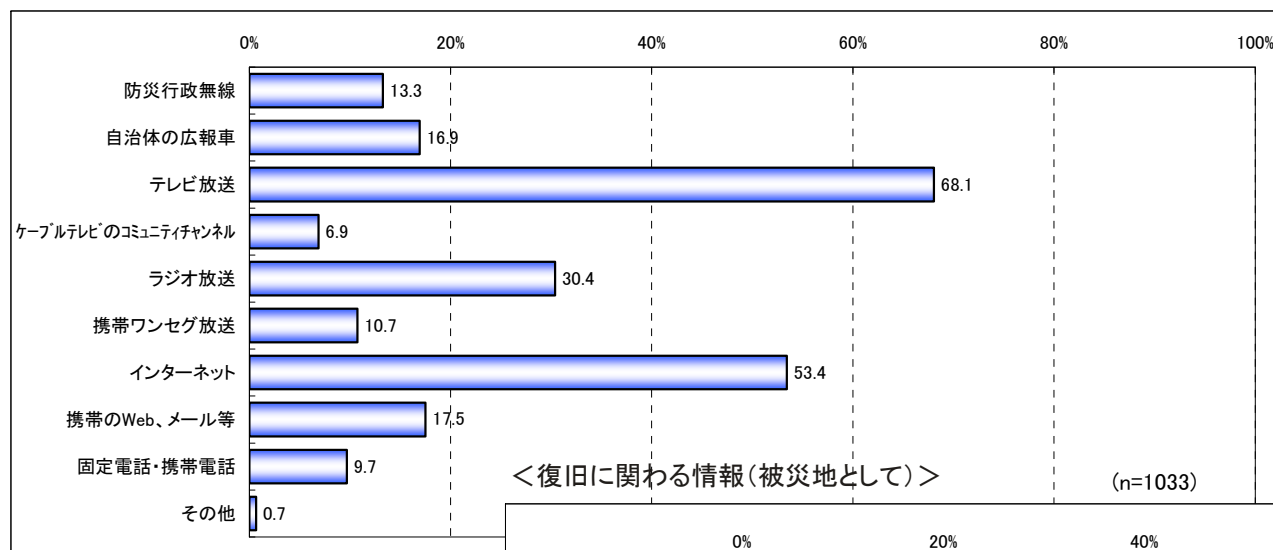
3. 災害への対応について

3-2 今後必要な情報メディア

■ 今後災害発生時に必要と思われるメディア

< 詳細情報入手時 >

(複数回答)

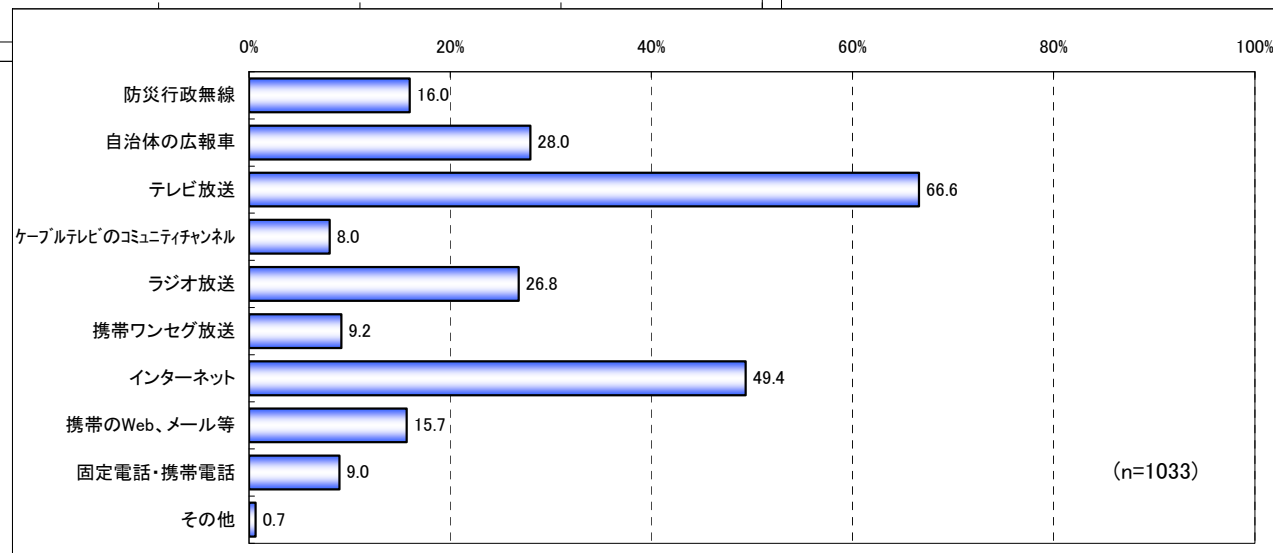


◆「テレビ放送」に続き、「インターネット」が詳細情報入手時および復旧に関わる情報が必要ときに、おのこの53.4%、49.4%と「テレビ放送」に迫っている。この傾向は、選択項目は異なるものの、現状ではネット系メディアやサービスの割合を大きく超えており、災害発生時に今後必要なメディアとして期待されていることがうかがえる。

< 復旧に関わる情報(被災地として) >

(n=1033)

(複数回答)

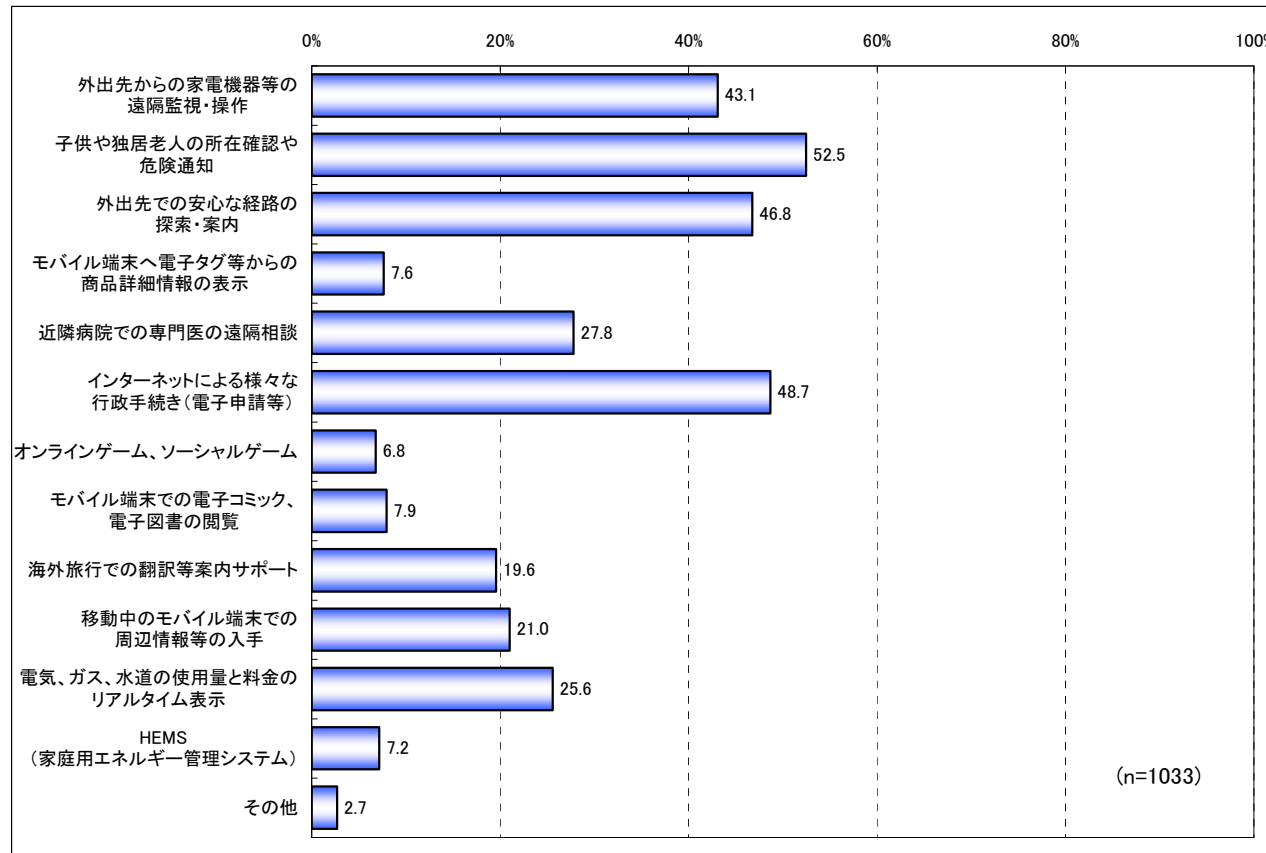


4. ユビキタスネット環境について

4-1 ユビキタスネット社会への期待と不安

■期待されるユビキタスネットサービス

(複数回答)



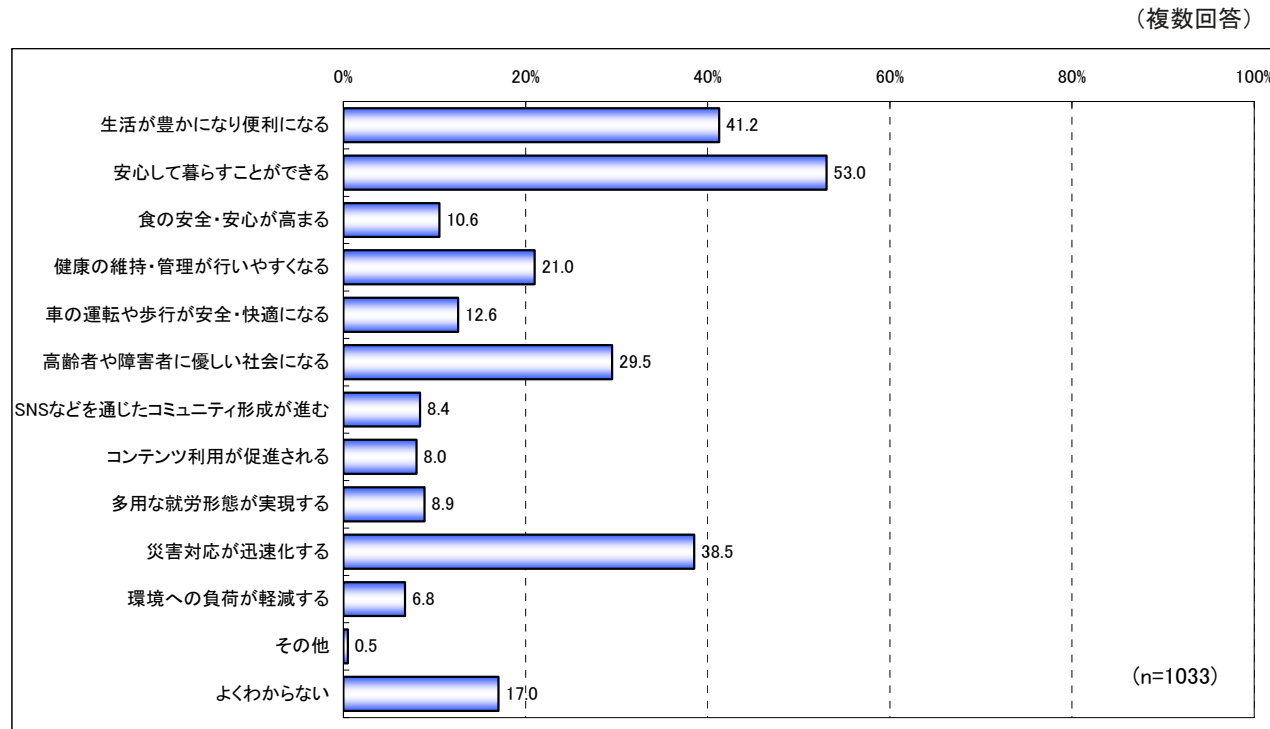
◆ユビキタスネット社会では様々なサービスが実現しているが、こうした中で、更なる普及が期待されているサービスは、「子供や独居老人の所在確認や危険通知」(52.5%)、「インターネットによる様々な行政手続き」(48.7%)、「外出先での安心な経路の探索・案内」(46.8%)、「外出先からの家電機器等の遠隔監視・操作」(43.1%)と、概ね5割の人が期待している。

◆続いて、「近隣病院での専門医の遠隔相談」(27.8%)、「電気、ガス、水道の使用量と料金のリアルタイム表示」(25.6%)、「移動中のモバイル端末での周辺情報等の入手」(21.0%)も2割を超え、多くの人が様々なサービスを期待している。

4. ユビキタスネット環境について

4-1 ユビキタスネット社会への期待と不安

■ 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、「安心して暮らすことができる」(53.0%)、「生活が豊かになり便利になる」(41.2%)、「災害対応が迅速化する」(38.5%)、「高齢者や障害者に優しい社会になる」(29.5%)が上位であり、豊かさとともに、安全・安心の社会を期待している。

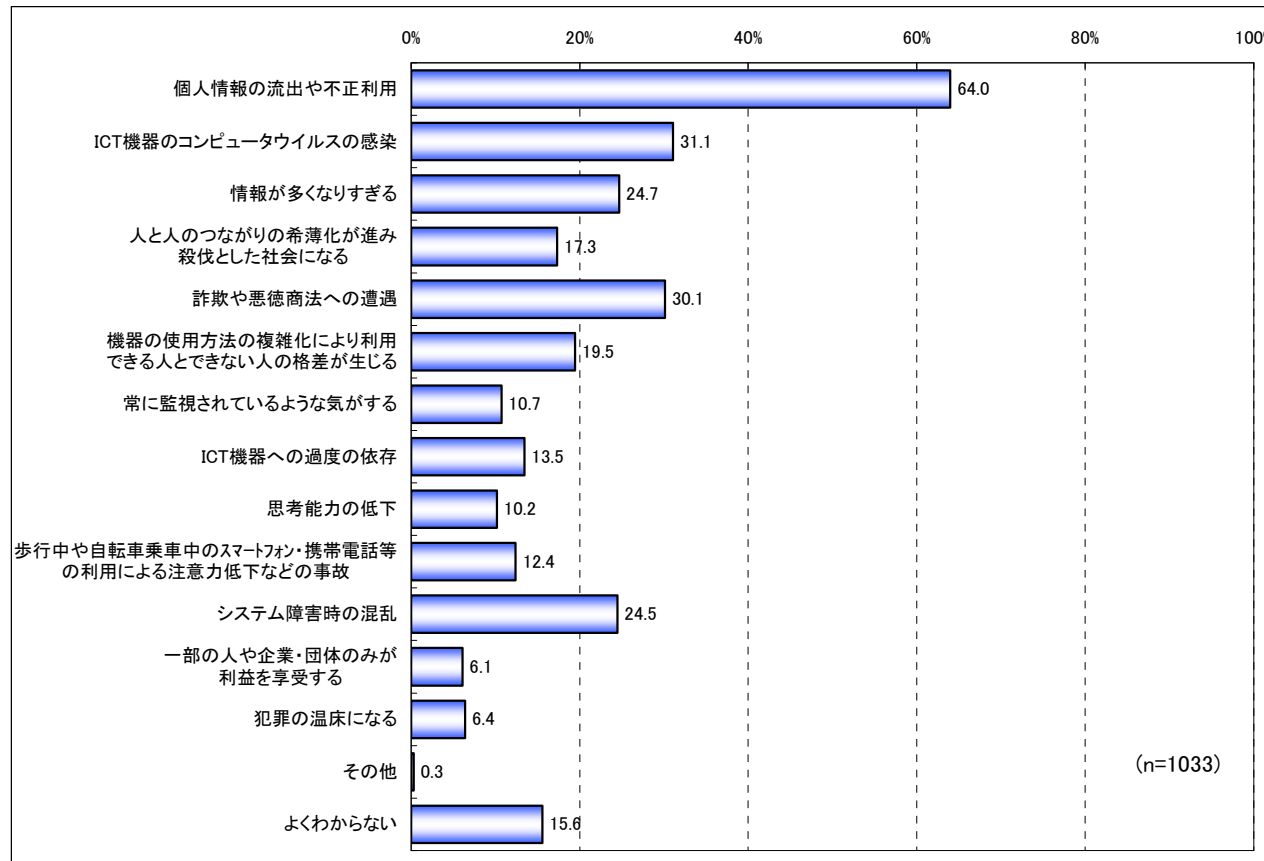
◆ 23年度調査と設問項目自体は異なるが、傾向はほぼ同様である。ただし、東日本大震災の影響もあるのか、「災害対応が迅速化する」が10ポイント以上高くなっている。

4. ユビキタスネット環境について

4-1 ユビキタスネット社会への期待と不安

■ ユビキタスネット社会への不安内容

(複数回答)



◆ ユビキタスネット社会に対する不安内容は、「個人情報の流出や不正利用」が64.0%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」(31.1%)、「詐欺や悪徳商法への遭遇」(30.1%)、「システム障害時の混乱」(24.5%)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」(17.3%)や「常に監視されているような気がする」(10.7%)、「思考能力の低下」(10.2%)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。

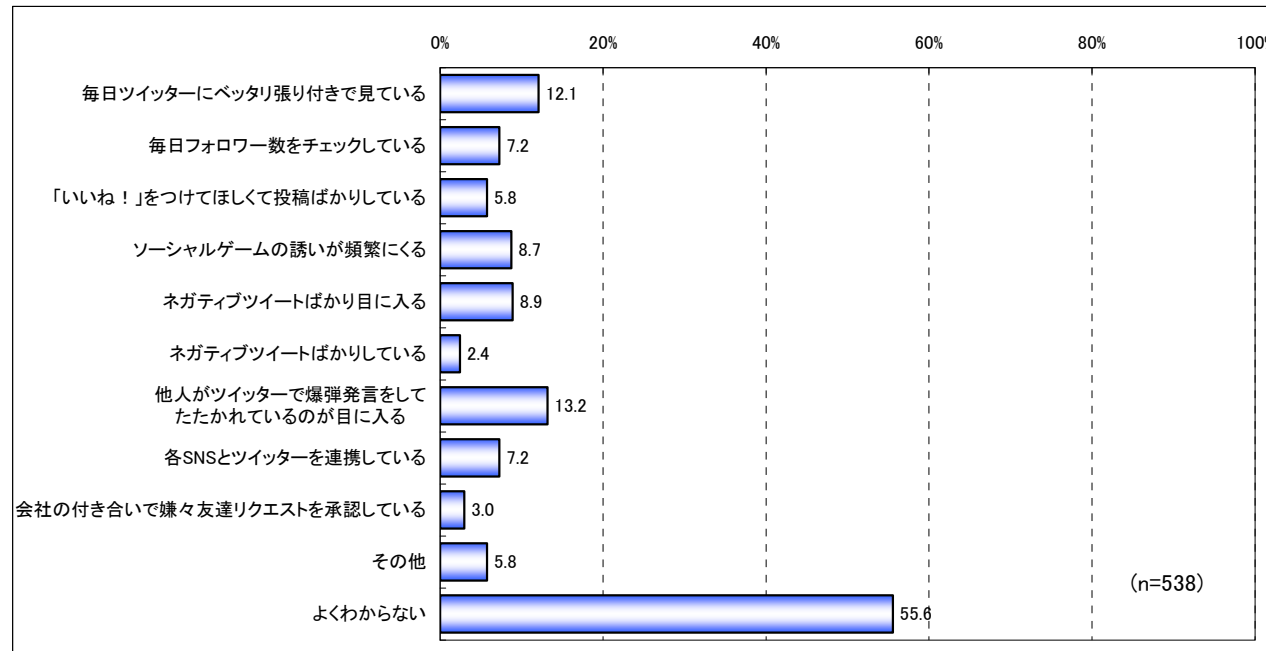
◆ 新たな選択肢である「歩行中や自転車乗車中の携帯電話等の利用による注意力低下などの事故」も12.4%と、新たな課題も見えてきた。

4. ユビキタスネット環境について

4-1 ユビキタスネット社会への期待と不安

■「SNS疲れ」について

(複数回答)



◆近年、SNSでは、ユーザー同士のコミュニケーションに気疲れし、SNS上での活動をやめたり、利用頻度が極端に下がったりする「SNS疲れ」が指摘されてきた。この「SNS疲れ」については、「よく分からない」が55.6%であり、まだまだ一部の人のみの状況のように思われる。

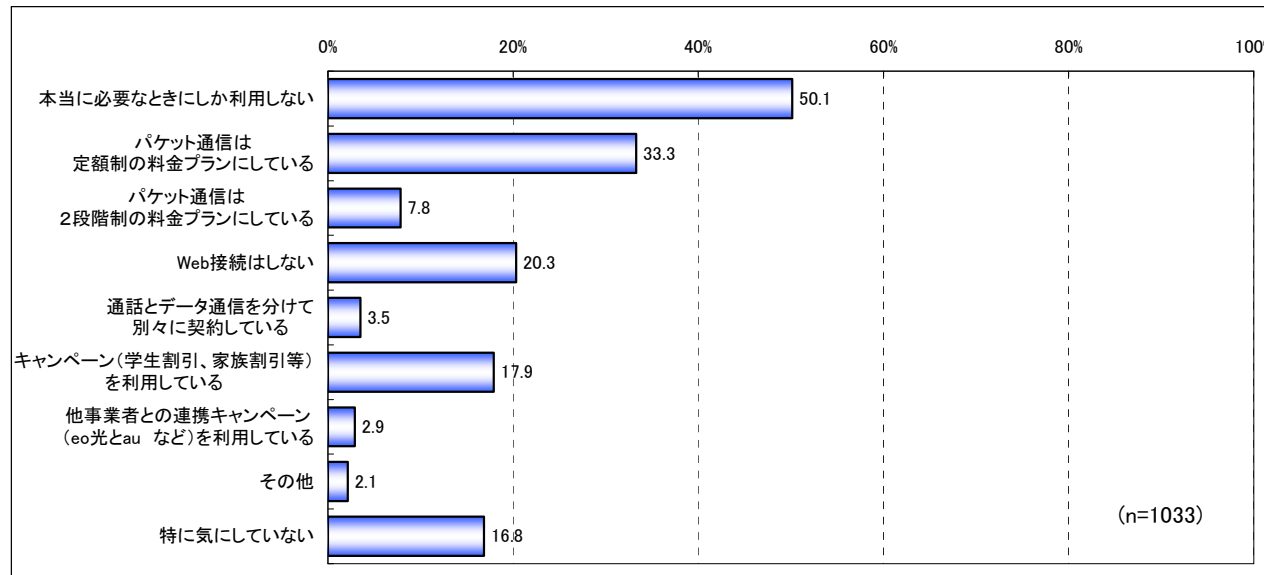
◆具体的な行動としては、どの項目も10%程度であるが、その他の内容では、多様な意見が寄せられており、今後は大きな問題に発展する危険性を秘めているのではと考えられる。

4. ユビキタスネット環境について

4-1 ユビキタスネット社会への期待と不安

■スマートフォン・携帯電話等の通信コストの削減について

(複数回答)



◆ユビキタス社会において、多くの人の課題認識であるスマートフォン・携帯電話等の通信コスト削減では、「本当に必要なときにしか利用しない」が50.1%とトップであり、改めてその感心の高さがうかがえる。

◆続いて「パケット通信は定額制の料金プランにしている」(33.3%)、「Web接続はしない」(20.3%)、「キャンペーン(学生割引、家族割引等)を利用している」(17.9%)となっている。

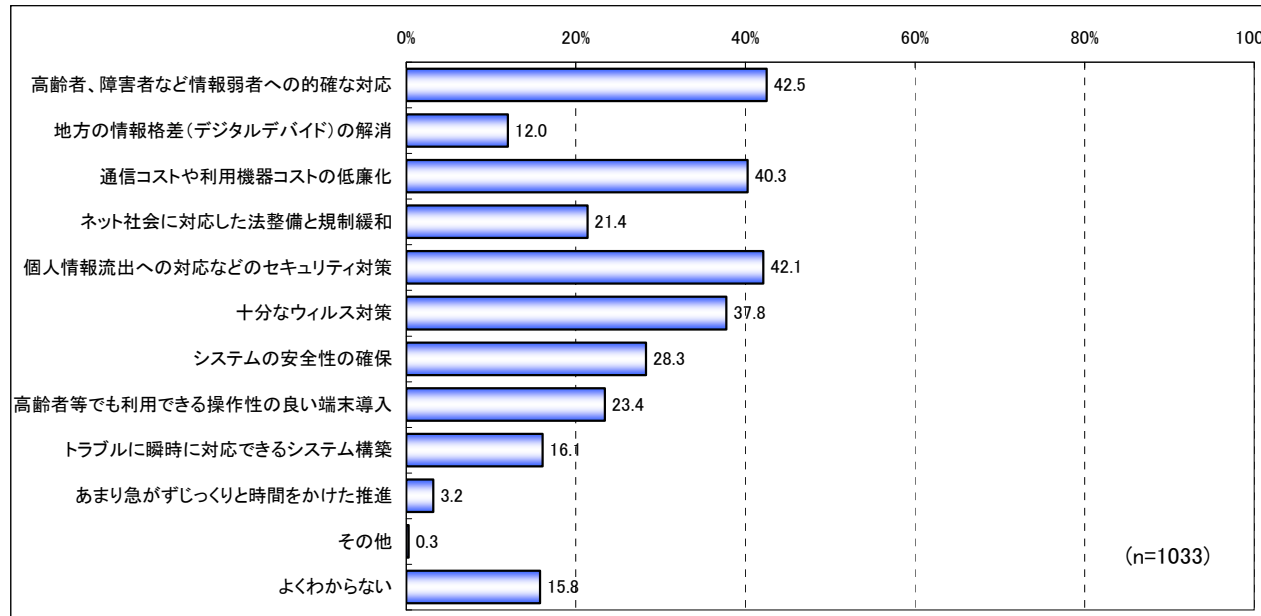
◆同時に、「特に気にしていない」も16.8%もあり、コストに無関心な人も2割程度存在する。

4. ユビキタスネット環境について

4-1 ユビキタスネット社会への期待と不安

■ ユビキタスネット社会を推進していくための要望

(複数回答)



◆ ユビキタスネット社会推進の要望は、「高齢者、障害者など情報弱者への的確な対応」(42.5%)、「個人情報流出への対応などのセキュリティ対策」(42.1%)、「通信コストや利用機器コストの低廉化」(40.3%)がトップ3であるが、「十分なウイルス対策」(37.8%)、「システムの安全性の確保」(28.3%)など、割合的に見ても要望内容は多岐にわたっている。

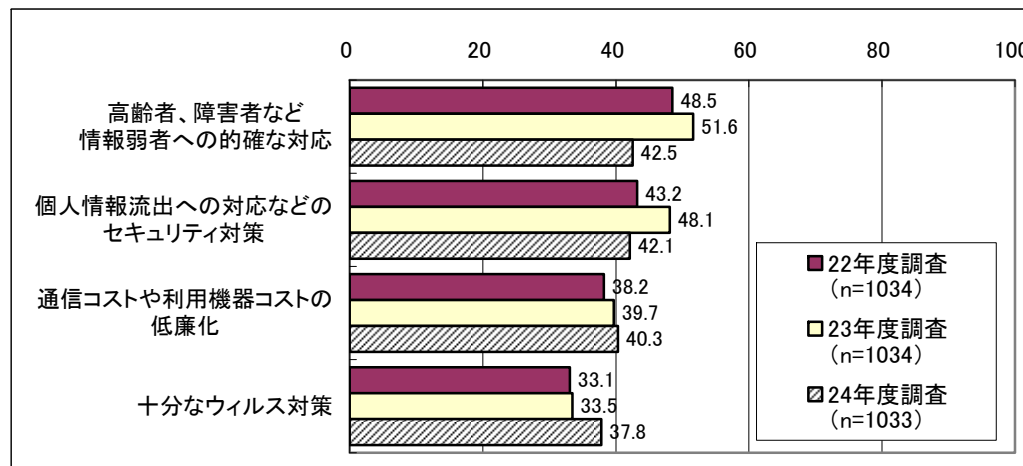
4. ユビキタスネット環境について

4-1 ユビキタスネット社会への期待と不安

■ ユビキタスネット社会を推進していくための要望

《22、23年度調査との比較》

(複数回答)



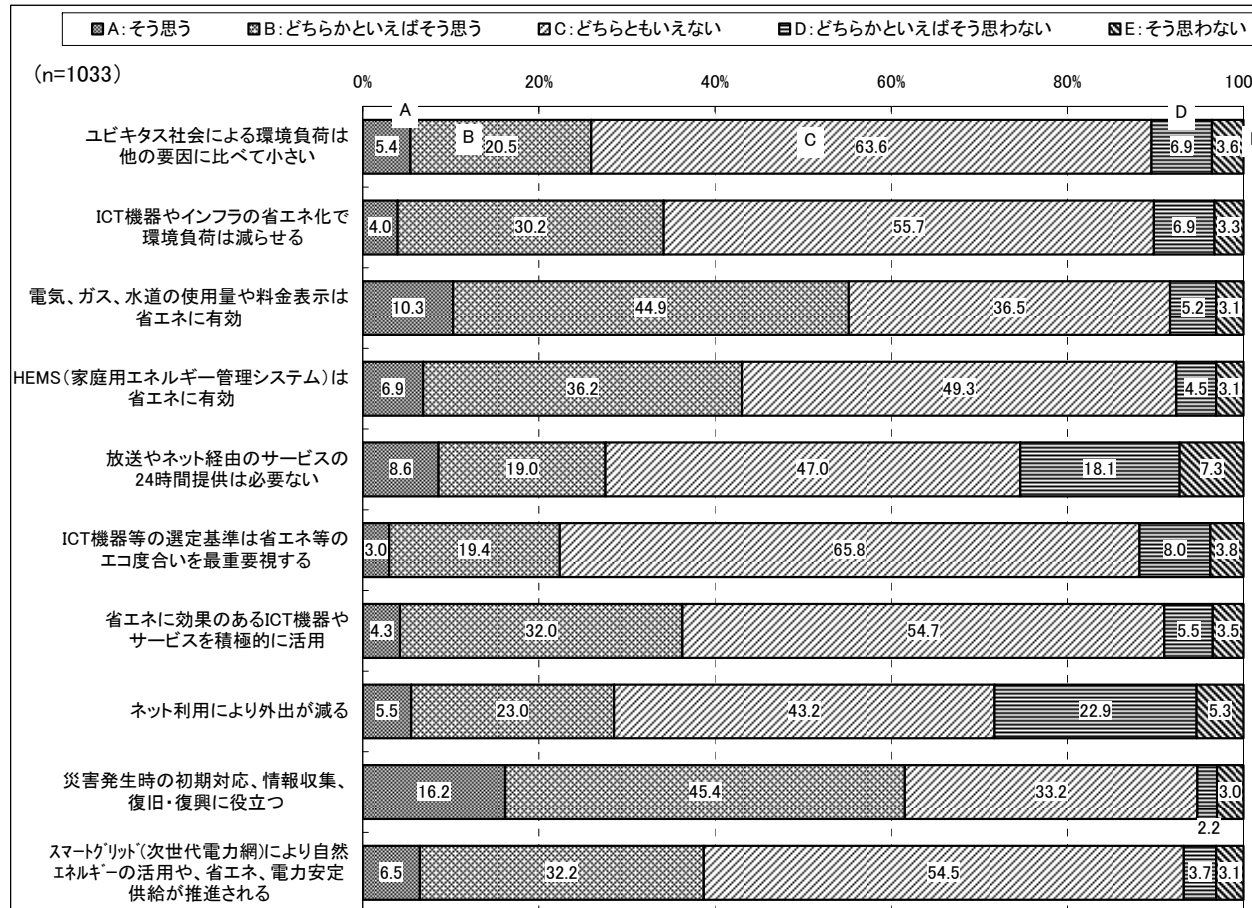
◆22、23年度調査と比較した場合、トップ2の「高齢者、障害者など情報弱者への的確な対応」、「個人情報流出への対応などのセキュリティ対策」で多少割合が少なくなっており、これらは、多くの人が課題と考えている内容について、少しずつではあるが実現してきたのではと考えられる。その一方で、「通信コストや利用機器コストの低廉化」、「十分なウイルス対策」などは、まだまだ難しいことがうかがえる。

4. ユビキタスネット環境について

4-1 ユビキタスネット社会への期待と不安

■ ユビキタスネット社会が環境に与える影響

(単一回答)



◆ 大多数の項目について、“そう思う”に“どちらかといえばそう思う”を加えた割合は、“どちらかといえばそう思わない”に“そう思わない”を加えた割合よりも大きく、全体的にみて、ユビキタスネット社会は環境に悪い影響を与えていないと思われる。

◆ 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、61.6%、55.2%であり、かなり期待されている。

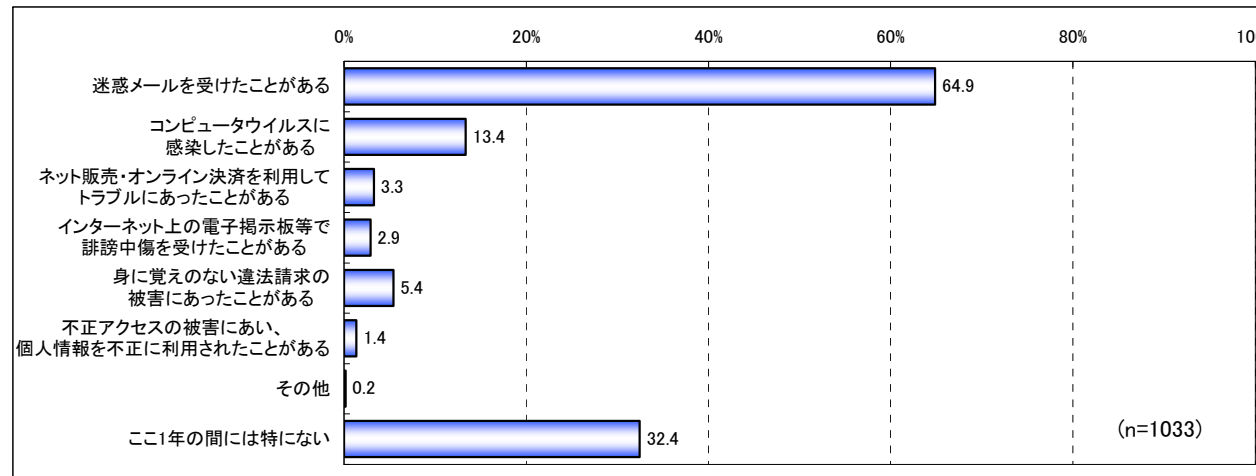
◆ 一方、「ネット利用により外出が減る」、「放送やネット経由のサービスの24時間提供は必要ない」は、“どちらかといえばそう思わない”に“そう思わない”を加えた割合が、それぞれ28.2%、25.4%と否定的である。

4. ユビキタスネット環境について

4-2 ユビキタスネット社会の具体的な問題点

■情報セキュリティに関するトラブル経験

(複数回答)

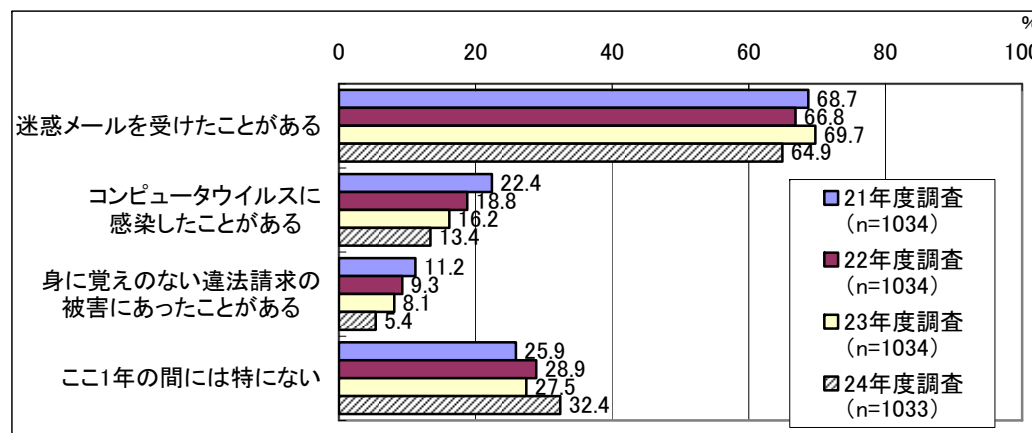


◆情報セキュリティに関するトラブル経験は、「迷惑メールを受けたことがある」が64.9%と群を抜いて高く、インターネットや携帯電話での迷惑メールは避けては通れないものである。次いで、「コンピュータウイルスに感染したことがある」(13.4%)、「身に覚えのない違法請求の被害にあったことがある」(5.4%)が続いている。

◆この傾向は23年度調査と同様であるが、割合的には減少傾向にあり、セキュリティの向上が図られてきたのではと考えられる。

《21～23年度調査との比較》

(複数回答)

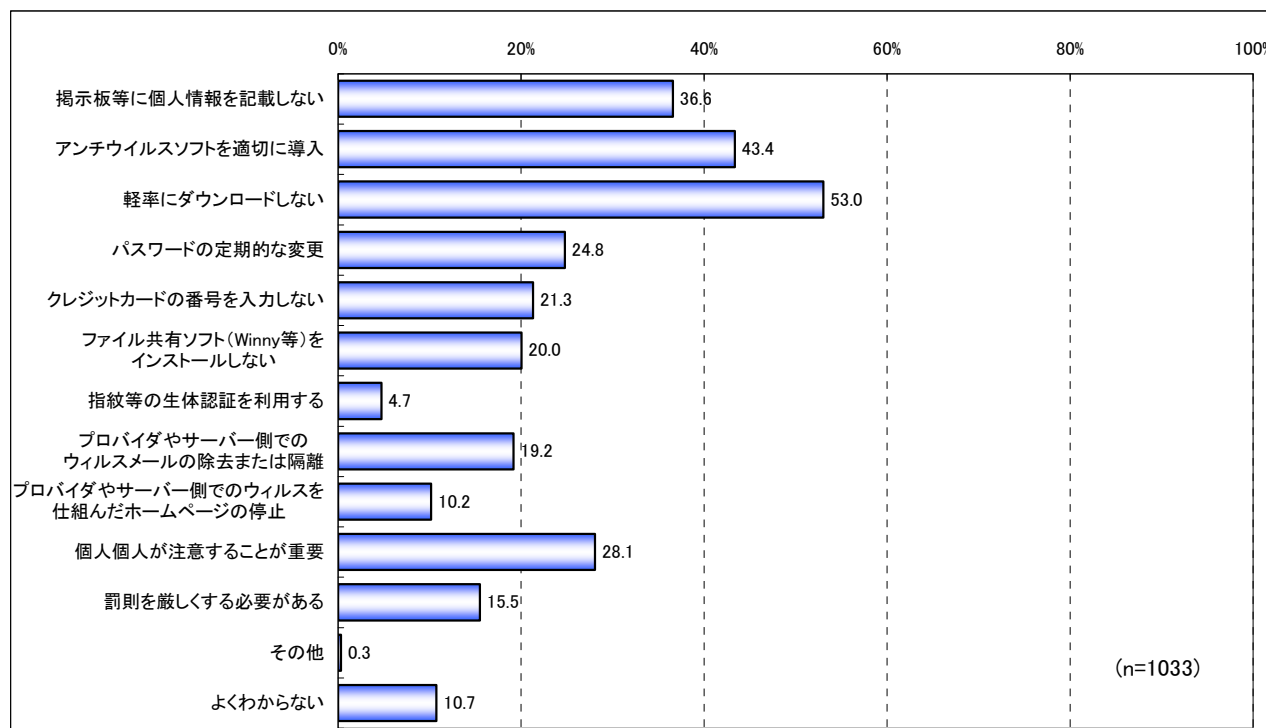


4. ユビキタスネット環境について

4-2 ユビキタスネット社会の具体的な問題点

■ 望まれるセキュリティ対策

(複数回答)



◆インターネット利用者に望まれる情報セキュリティの対策は、「軽率にダウンロードしない」(53.0%)、「アンチウイルスソフトを適切に導入」(43.4%)、「掲示板等に個人情報を記載しない」(36.6%)がトップ3である。その他、多くの対策が20~25%前後で続き、様々な対策が必要とされている。

◆この傾向は、23年度調査とほぼ同様であり、ユビキタスネット社会では避けて通れない部分である情報セキュリティに対しては、まず、利用者一人一人が「軽率にダウンロードをしない」、「アンチウイルスソフトを適切に導入」など、自分でできることは自分で実行し、かつ個人情報は自分自身で管理する必要性があることを指摘している。

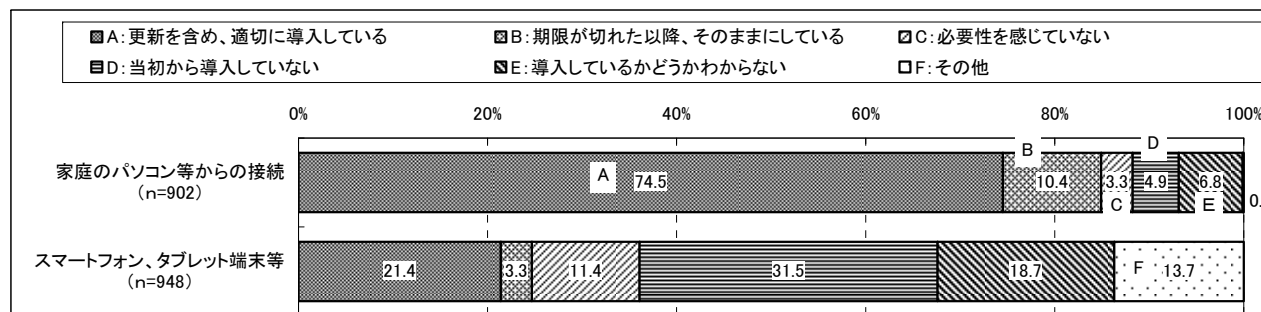
◆加えて、「プロバイダやサーバー側でのウィルスメールの除去または隔離」、「罰則を厳しくする必要がある」といった社会全体で対応することも求められている。

4. ユビキタスネット環境について

4-2 ユビキタスネット社会の具体的な問題点

■パソコン、スマートフォン等へのアンチウイルスソフトの導入状況

(複数回答)



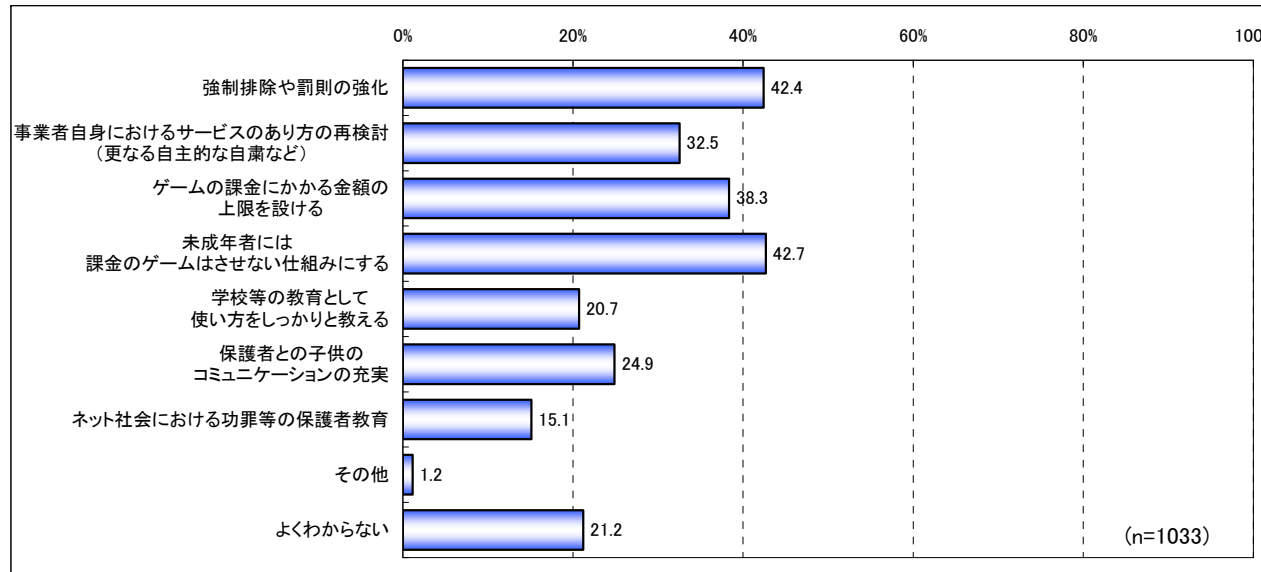
- ◆アンチウイルスソフトの導入状況は、「家庭のパソコン等からの接続」では“更新を含め、適切に導入している”が74.5%と、ソフト導入はある程度浸透している。その一方、「スマートフォン、タブレット端末等」では、21.4%と、まだまだ十分とはいえない状況である。
- ◆「家庭のパソコン等からの接続」では、“期限が切れた以降、そのままにしている”が10.4%もあり、ネット利用の場合のランニングコストとは考えていないように見受けられる。
- ◆「スマートフォン、タブレット端末等」では、“当初から導入していない”が31.5%と最も高く、今後のプレインストール化が望まれるところである。

4. ユビキタスネット環境について

4-2 ユビキタスネット社会の具体的な問題点

■ソーシャルゲームの問題点への対応

(複数回答)



◆ソーシャルゲームの問題点への対応は、「未成年者には課金のゲームはさせない仕組みにする」(42.7%)、「強制排除や罰則の強化」(42.4%)、「ゲームの課金にかかる金額の上限を設ける」(38.3%)でトップ3であるが、他の項目も概ね20%を超えており、対応策は多岐にわたっている。

◆その他の意見も多様であり、これらの意見は、今後ソーシャルゲームが更に普及していくための大きな課題になると考えられる。

その他の内容
個人が賢くなるしかない
そもそも儲けしか考えないような会社は必要ない
子供には通話・メールのみの携帯しか持たせない
課金(利用料)方式の廃止
ネットゲームの全面禁止。お金とインフラ、時間の無駄
くだらないゲームが多すぎる
あまり締め付けない方がおもしろい
この業界、まっとうな事業とは思えない。パチンコ屋のほうがまだまし。
コンプガチャ規制はする必要がなかった 小さい頃から親がお金の大切さを教えていればそれで良い
しっかりした情報提供と、教育
ゲーム課金を超高額(万単位)にし、怖い世界だと徹底させる。例:ダイヤモンドは高額すぎるので、子供も知っているし、一般の大人でも手軽に購入しない社会ができている。ネットゲームは1ゲーム最低でも3万円以上にし、金持ちの馬鹿の代名詞にすればよい。