



『インターネット白書2005』

主な調査結果

2005年6月7日

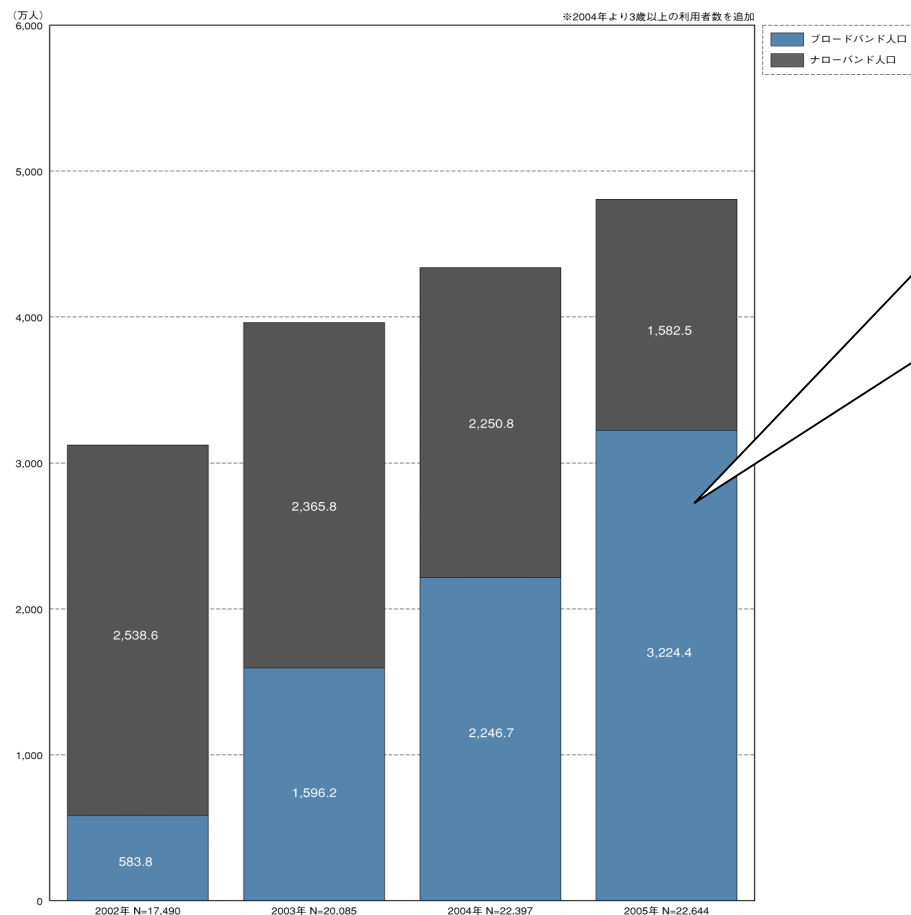
株式会社インプレス



インターネット白書2005 電話による普及率調査より

家庭からのブロードバンド利用者は3,224万4千人

資料 1-3-4 ブロードバンドとナローバンド利用者数推移 (2002年-2005年)



家庭からのブロードバンド利用者数

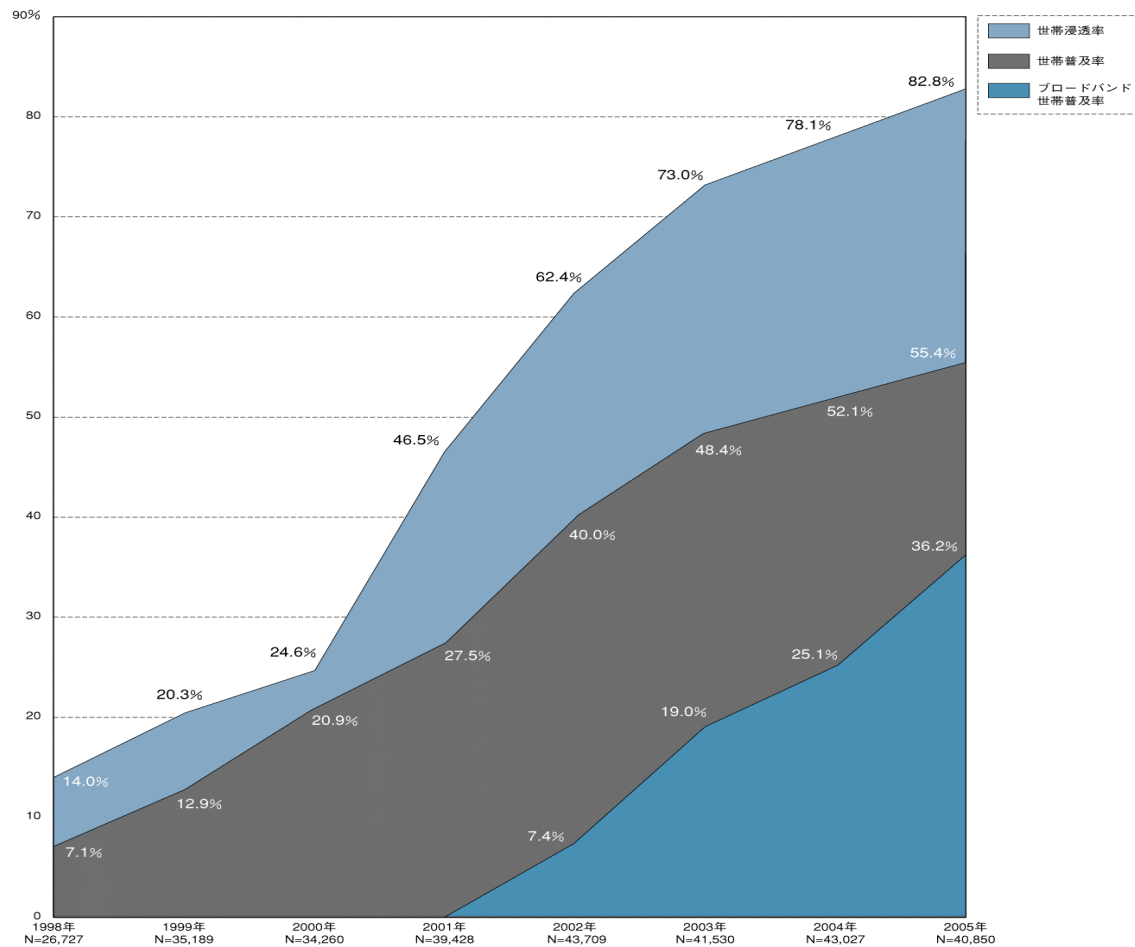
$$4,983.77\text{万世帯} \times 36.2\% \times 1.789\text{人} = 3,224\text{万4千人}$$

(住民基本台帳より) × (ブロードバンド世帯普及率) × (ブロードバンド世帯当たりの平均利用者数)

(注) 四捨五入による誤差があるため、数式の単純な結果とは値が異なる。また、今年度は3歳以上まで拡大して2004年以降の数値を再集計しているため、2004年度版に掲載した数値とは異なる。

ブロードバンド世帯普及率は36.2%

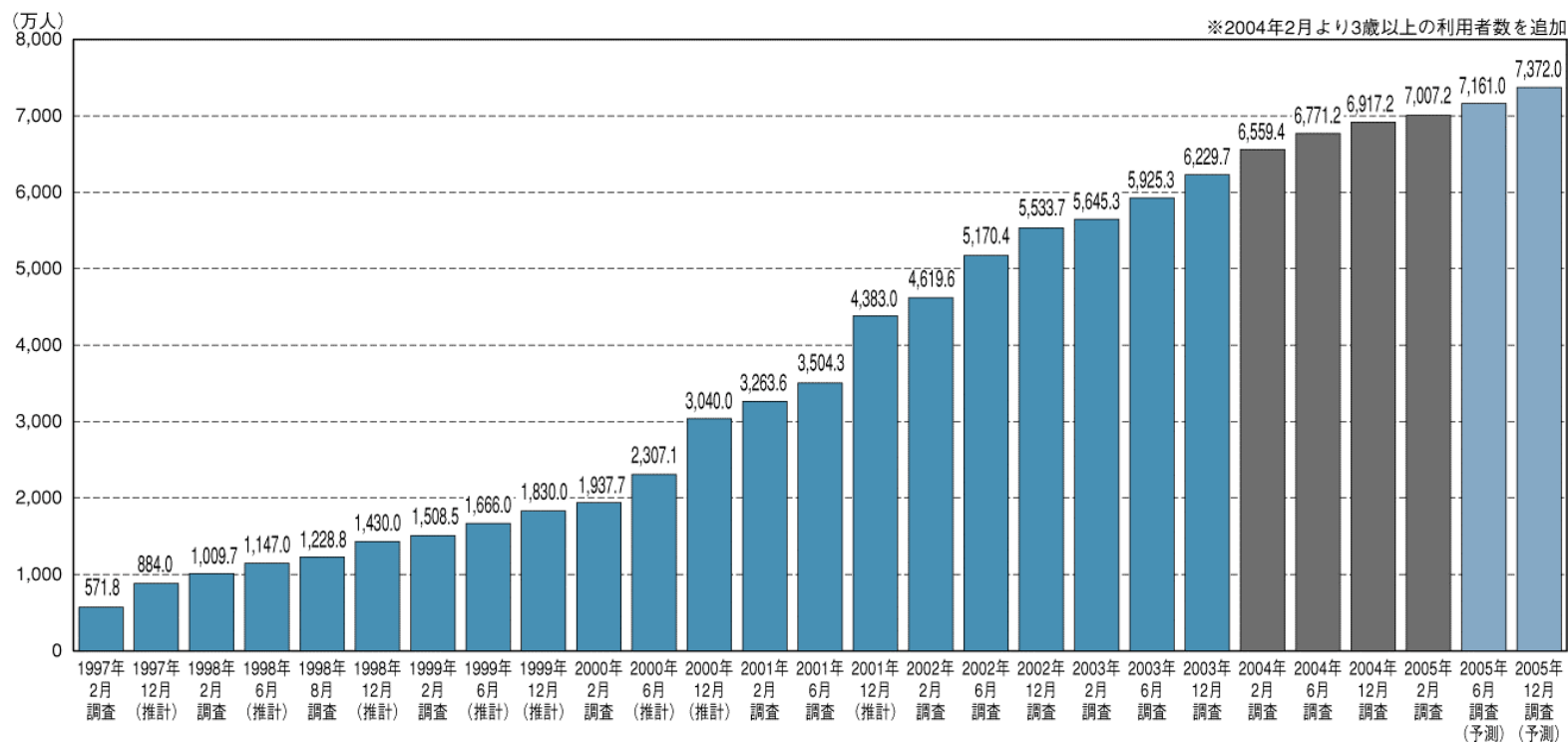
資料 1-1-5 インターネット世帯浸透率と世帯普及率、ブロードバンド世帯普及率の推移（1998年－2005年）



世帯ベースでは、「勤務先/学校」から、「携帯電話/PHS」からも含め、何らかの形でインターネットを利用している人がいる世帯をみる「世帯浸透率」は82.8%と初めて8割を超えた。自宅の機器からの接続率をみる「世帯普及率」は55.4%。ブロードバンド世帯普及率は36.2%。

日本のインターネット人口は7,007万2千人

資料 1-3-1 日本国内のインターネット利用者数推移（1997年－2005年）



インターネット白書2005 ©Access Media/impress,2005

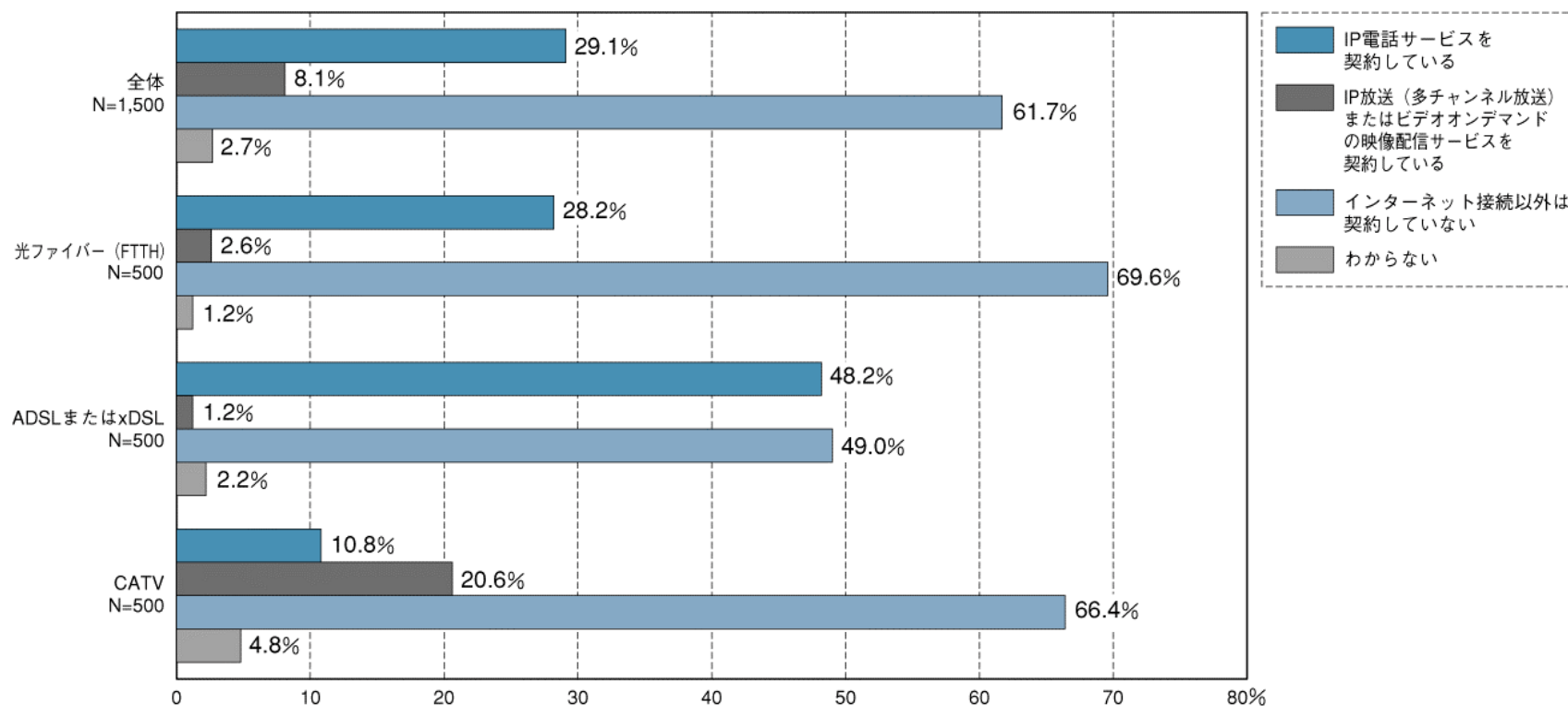
利用場所と機器別にみると、「自宅の機器から」は2,447万9千人、「自宅の機器と勤務先/学校の機器、両方から」は2,360万3千人、「勤務先/学校の機器から」は1,255万8千人、「携帯電話/PHSのみ」は943万1千人になる。注) 四捨五入による誤差がある



インターネット白書2005 ウェブアンケートによる 利用実態調査より

光ファイバーの映像配信契約は2.6%

資料2-2-12 「トリプルプレイ」サービスの利用状況 [全体と接続回線別]

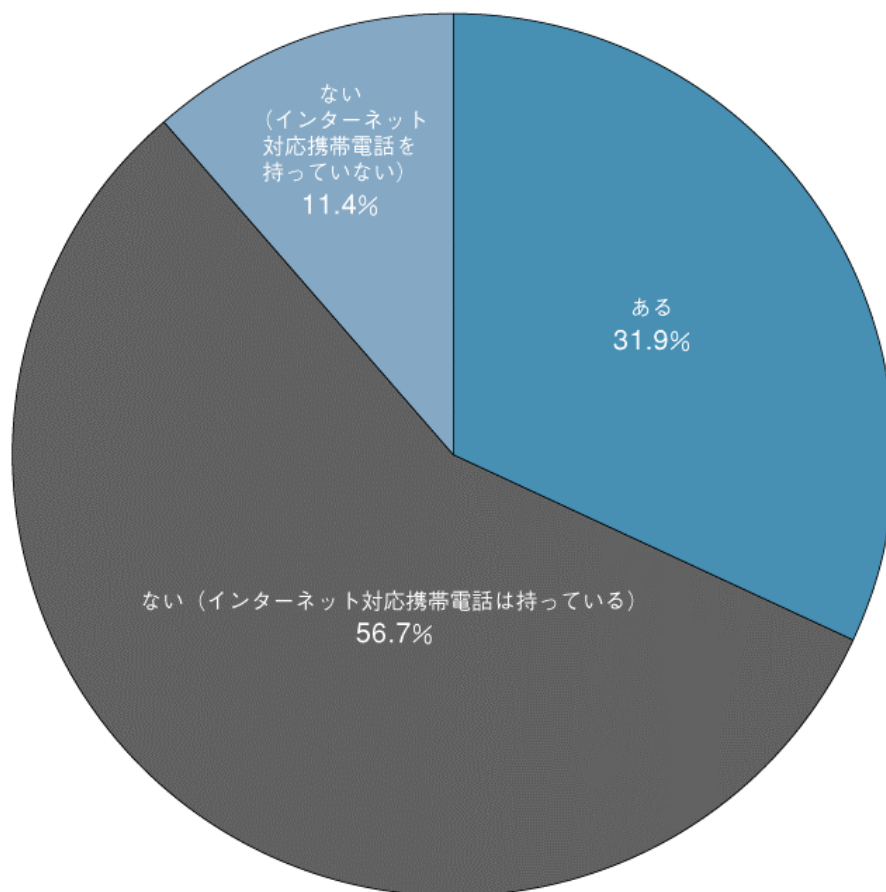


インターネット白書2005 ©impress,2005

ブロードバンド回線事業者がネット接続、IP電話、映像配信の3つのサービスをそろって提供することを「トリプルプレイ」と呼ぶ。IP電話と比較すると映像はまだ低く、光ファイバー利用者で2.6%。

携帯電話からもパソコンからもアクセスする ウェブサイトを持つ人は31.9%

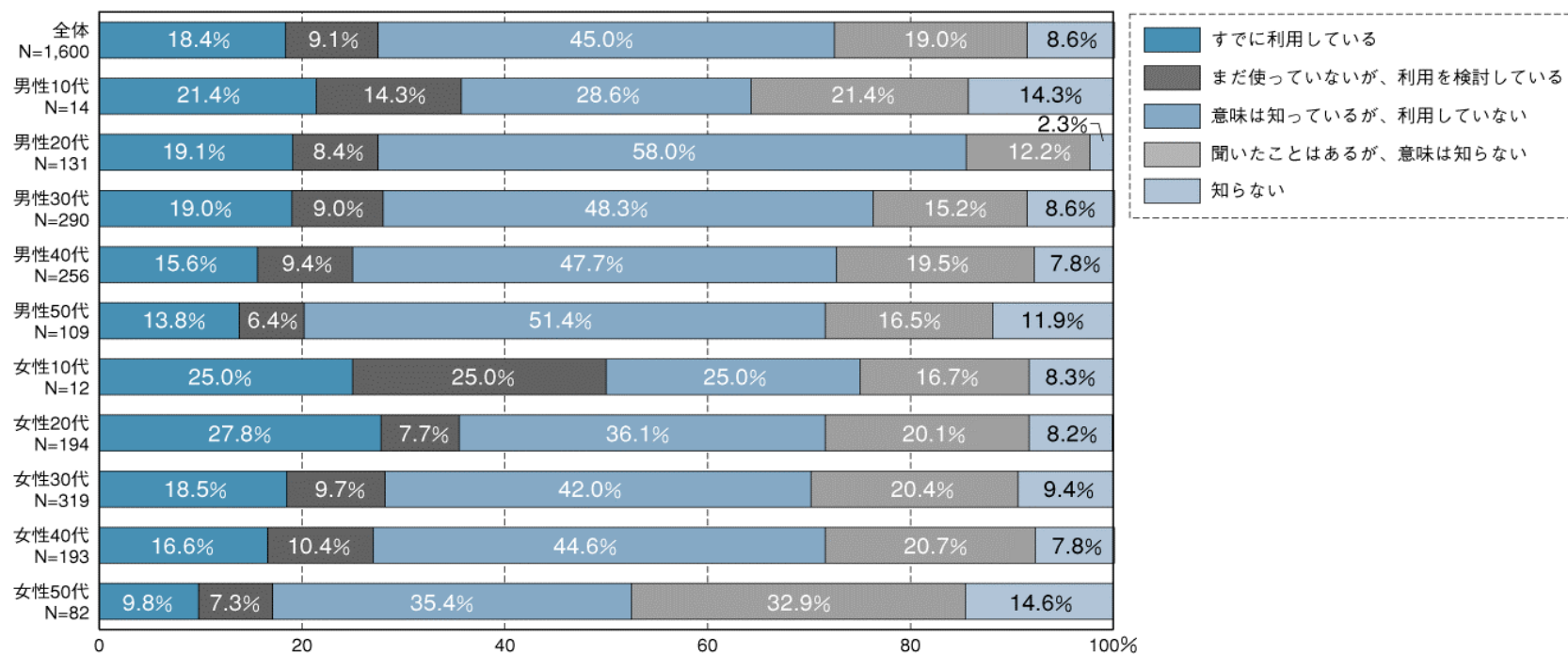
資料2-4-2 ウェブサイトの携帯電話との併用有無 N=1,600



携帯電話からもパソコンからもアクセスするウェブサイトの1位は検索サービス・ポータル系サイト、続いてオークションサイトであった。

ブログの認知は72.5%

資料2-4-33 ブログの認知度 [全体と年代別と性別]

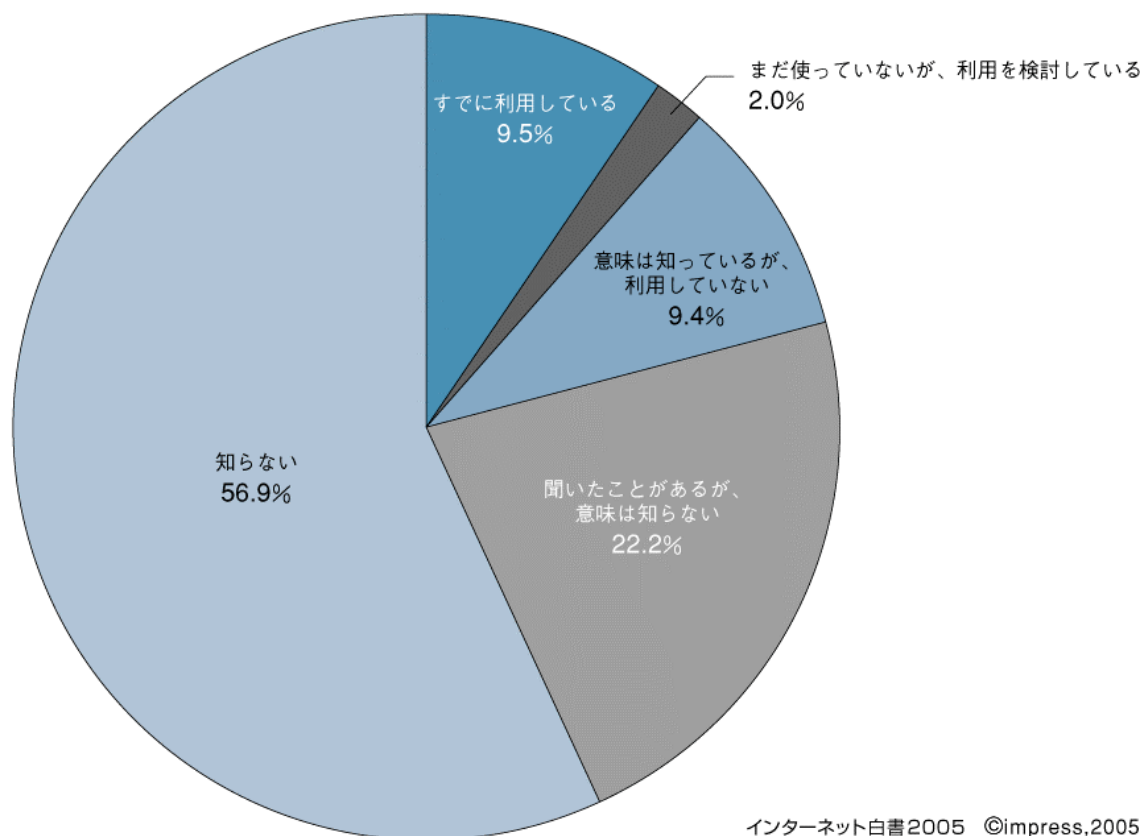


インターネット白書2005 ©impress,2005

昨年の認知率は、39.4%、利用率は、2.5%であった。この1年でブログはすっかり定着した。

RSSリーダーの利用率は9.5%

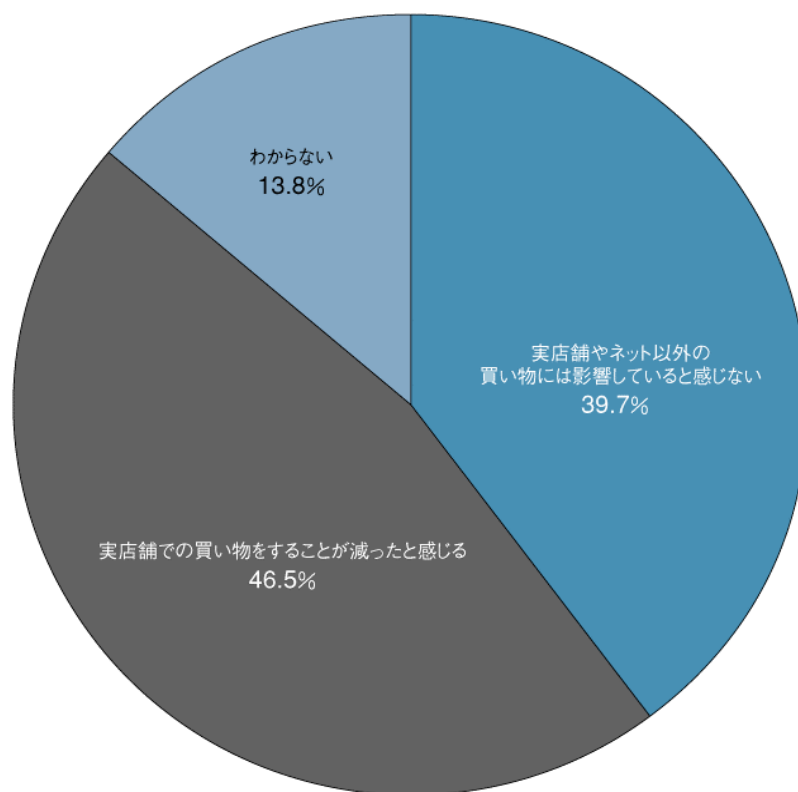
資料2-4-6 RSSリーダーの認知度と利用 N=1,600



メール、ウェブに続く第3のメディアとして注目されるRSSだが、過半数はまだRSSリーダーを認知していない。

オンラインショッピングで実店舗への買い物 することが減ったと感じる人は46.5%

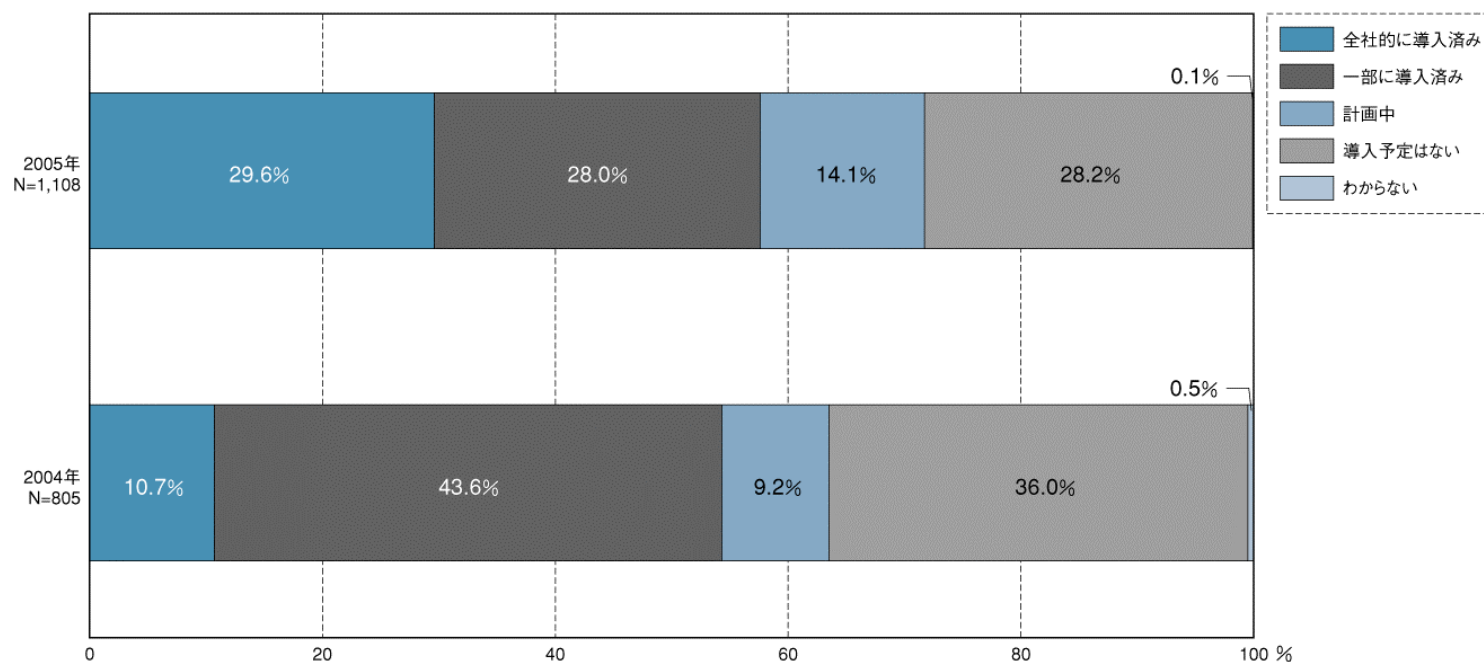
資料2-4-71 オンラインショッピングによる実店舗での買い物への影響 N=1,477



今回の回答者の9割が
オンラインショッピング
の利用経験を持つ。そ
のうち実店舗での買い
物に影響を感じる人は
感じない人を上回る。

全社への無線LAN導入は 昨年の10.7%から29.6%へと増加

資料3-4-3 LAN構築企業における無線LANの構築有無（2004年-2005年）

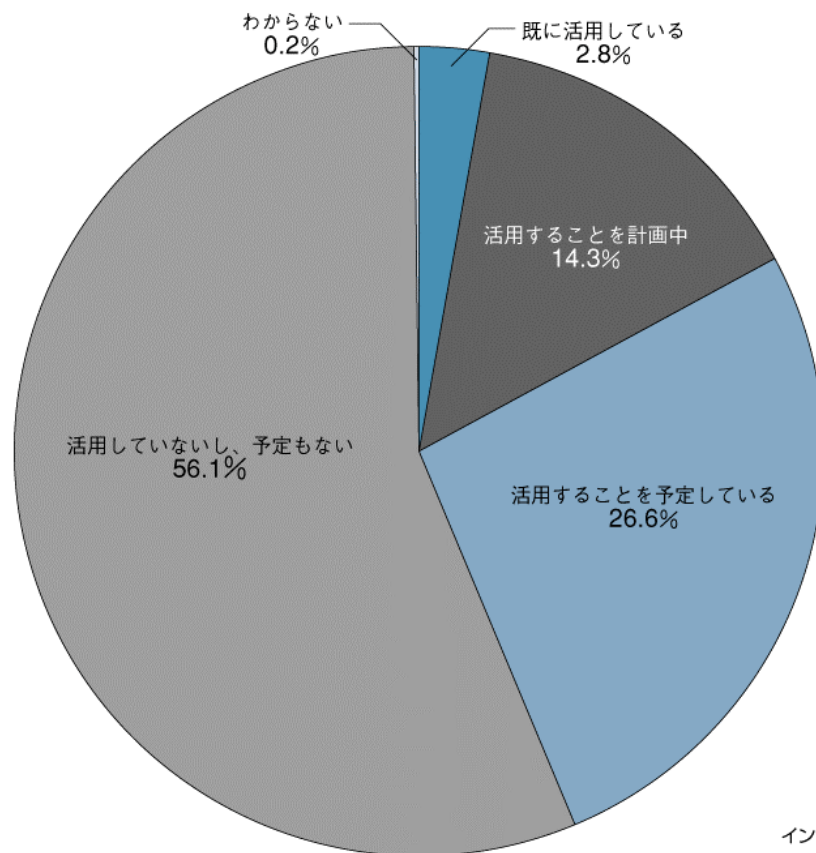


インターネット白書2005 ©Access Media/impress,2005

昨年は「一部に導入済み」が43.6%を占めたが、今年は「全社的に導入済み」が増加し、企業に無線LANが確実に浸透したことがわかる。

企業ウェブサイトのブログ導入は2.8%

資料3-6-11 ウェブサイト内でのブログ活用有無 N=862

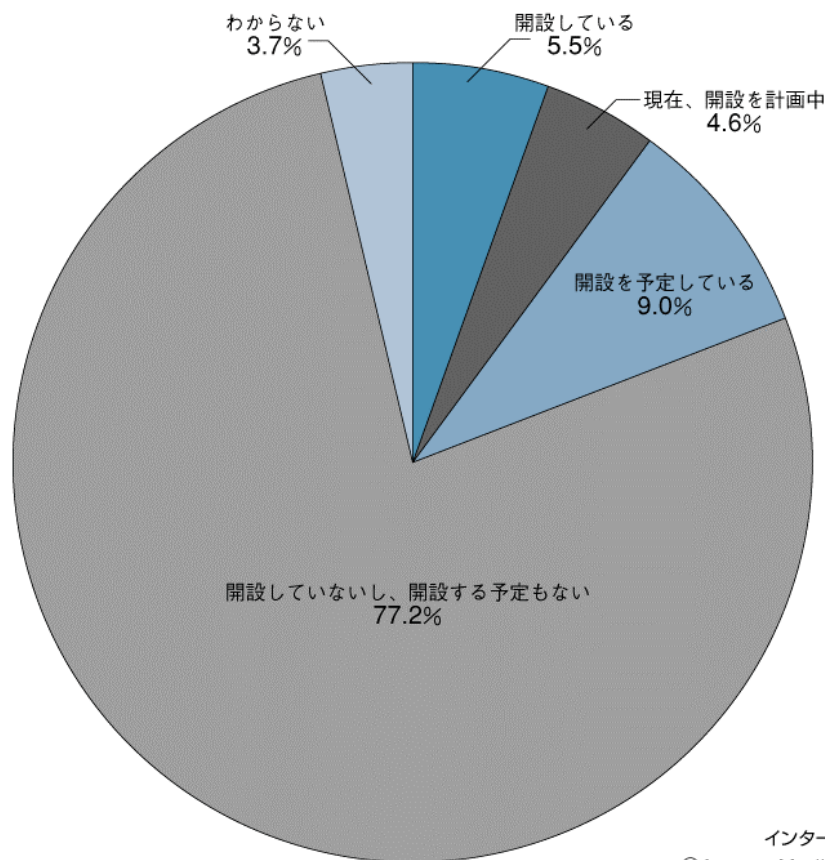


個人には浸透したブログだが、企業のウェブサイト(外部向け)ですでに活用しているところは2.8%にとどまる。「活用していないし、予定もない」が56.1%を占める。

インターネット白書2005
©Access Media/impress,2005

モバイルウェブサイト開設企業は5.5%

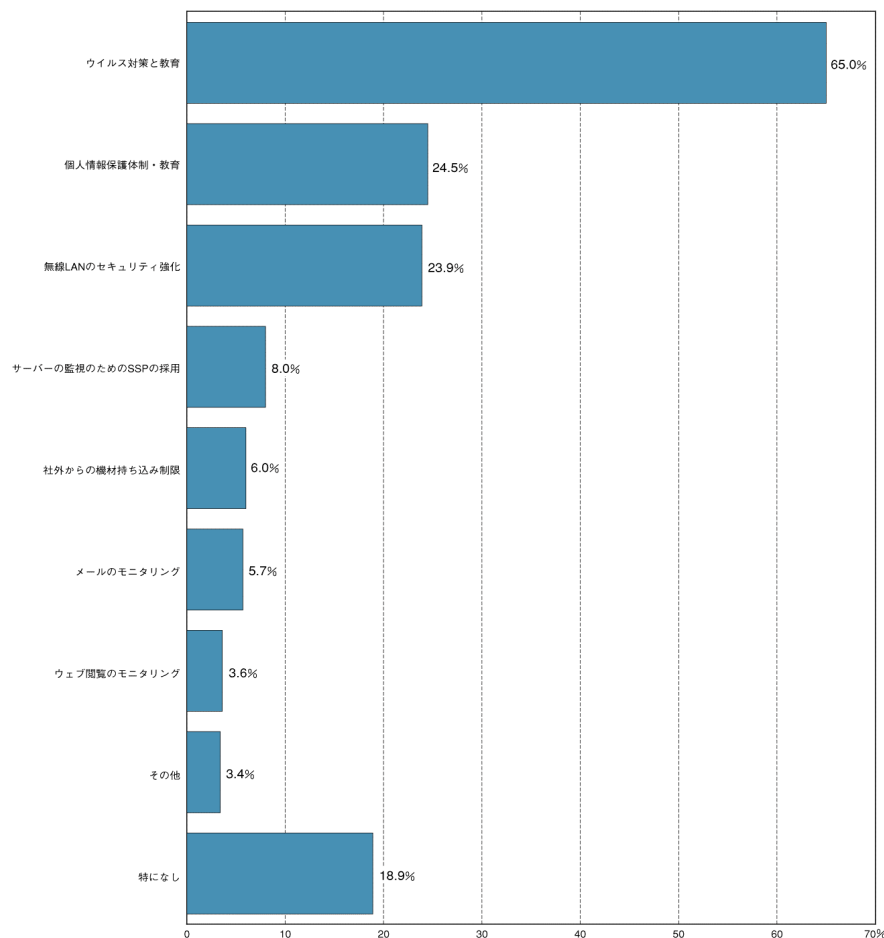
資料3-6-28 モバイルウェブサイト開設状況 N=862



「開設していないし、開設する予定もない」は77.2%。「必要ない」「PCサイトで十分」「投資対効果がわからない」という理由が多かった。

セキュリティ対策はウイルス対策・教育が65.0%、個人情報保護体制・教育は24.5%

資料3-5-7 取り組んでいるセキュリティ対策（複数回答） N=1,113



企業のセキュリティ対策は、ウイルス対策・教育は進んでいるものの、個人情報保護体制・教育は、4社に1社程度にとどまった。

調査方法のまとめ

普及率関連

調査主体: アクセスメディアインターナショナル株式会社(AMI)

対象世帯 : 一般世帯
対象地域 : 全国主要26都市およびその近郊
調査方法 : 電話調査(RDD採用)
調査期間 : 2005年2月
サンプリング : 100,770世帯 RDD(ランダム・デジタル・ダイヤリング)採用のエリアサンプリング
有効回答数 : 40,850サンプル

個人利用者動向

調査実施分析機関: 株式会社インタースコープ

調査対象 : 自宅からインターネットを行っている18~59歳までの男女個人
対象地域 : 全国
調査手法 : インタラクティブウェブ調査
調査期間 : 2005年4月14日~15日
サンプリング : 株式会社インタースコープの保有するスコープNet会員(調査モニター)から抽出、メール配信によりアンケートサイトへ誘導
最終有効回答数 : 光ファイバー500サンプル、ADSL/xDSL500サンプル、CATV500サンプル、ダイヤルアップ利用者100サンプルの計1,600を割り当て

企業利用動向

調査実施分析機関: アクセスメディアインターナショナル株式会社(AMI)

調査対象 : 企業内のネットワーク、インフラ、ウェブサイトの導入、管理、運用担当者
対象地域 : 全国
調査手法 : インタラクティブウェブ調査
調査期間 : 2005年4月8日~18日
サンプリング : メールメディア登録者から企業の役員、管理者を抽出、メール配信によりアンケートサイトへ誘導
インプレス、アクセスメディア、インターナショナルの保有する登録者に対し、アンケートサイトへ誘導
最終有効回答数: 1,470サンプル