

インターネット利用の決定要因と 利用実態に関する調査研究

平成 21 年 3 月

総務省 情報通信政策研究所

はじめに

近年、我が国のインターネットにおけるトラフィック（通信量）は、著しく増加しており、インターネットの利用率も依然上昇している。平成20年11月時点において、我が国のブロードバンド契約者のダウンロードトラフィック総量は、平均約990Gbpsと推定されており、1年間で約1.2倍（21.6%増）となっている。また、我が国におけるインターネットの個人利用率は、平成19年末時点において、74.4%（平成19年通信利用動向調査）となっている。これらのデータから窺えるとおり、インターネットの利用は、我々の日常生活において、もはや「一般化」しているといえる。

このような状況の中で、インターネットの利用については、もはやその便益が特別な効用をもたらすものとして認識されなくなりつつあると考えられる。しかしながら、「インターネットを利用しない」層もいまだ存在していることから、人々の実際のインターネット利用に至るまでの各種要因を多面的に分析し、利用動向や利用に対する期待と評価について把握することは、ユビキタスネット社会におけるインターネット利用を促進するための各種施策の検討に資すると思われる。

本調査研究は、このような観点に基づき、アンケート調査等を通じて、インターネット利用の実態と、利用に関連する心理的要因、経済的要因、社会的要因の状況を把握し、これらの相互関係を分析することによって、ユビキタスネット社会におけるインターネット利用に係る問題点とその解決に向けた論点等を明らかにすることを目的とする。

なお、本調査研究の実施にあたっては、アライド・ブレインズ株式会社に格別のご協力をいただいた。心から御礼を申し上げたい。

2009年3月

総務省情報通信政策研究所調査研究部

主任研究官 近藤 勝則
主任研究官 海野 敦史

目次

目次	1
本報告書の要旨 (Executive Summary)	1
(1) TAM2 を用いたインターネット全体の利用要因モデルの検討	1
(2) 判別分析によるインターネット利用・未利用決定要因の分析	1
(3) 未利用者がインターネットを利用しない理由の分析	1
(4) 自己効力感によるネット利用傾向の分析	1
1. 調査の目的と実施概要	3
1.1 本調査の目的	3
1.1 調査フレームワーク：技術需要モデル (TAM) の概要	4
1.2 本調査における評価項目の設定	6
1.3 調査の実施概要	8
2. SEM によるインターネット全体の利用要因の検討	9
2.1 分析の手続き	9
2.2 1 回目の分析結果	10
2.3 2 回目の分析結果	11
2.4 実際の利用行動が利用意図の影響を受けない理由の検討	12
2.5 考察	14
3. 判別分析によるインターネット利用・未利用決定要因の分析	15
3.1 インターネット評価項目と属性情報等に対する判別分析	15
3.2 判別関数に基づく利用者・未利用者の傾向	16
3.3 新しい電子機器に対する自己効力感項目に対する判別分析	19
3.4 考察	20
4. 未利用者がインターネットを利用しない理由の分析	21
4.1 インターネットを利用しない理由の分析	21
4.2 利用しない理由の因子分析による回答者のグループ分け	22
4.3 未利用理由分類ごとの特徴分析	24
4.4 インターネットアプリに対する興味と利用意向	24
4.5 考察	28
5. 新しい電子機器に対する態度 (自己効力感) によるネット利用傾向の分析	30
5.1 本調査で用いた自己効力感尺度	30
5.2 電子機器に対する自己効力感尺度得点の分布	31
5.3 インターネット利用者・未利用者の自己効力感尺度得点の差	32
5.4 属性別の自己効力感尺度得点の分析	33
5.5 メディア利用経験と電子機器に対する自己効力感尺度得点の分布	35
5.6 インターネット利用頻度と自己効力感尺度得点の分布	36
5.7 考察	38
6. 参考文献	40

7. アンケート集計表	41
付録： アンケート票	63

本報告書の要旨 (Executive Summary)

- ・我が国におけるインターネットの利用決定要因を明らかにするため、インターネット利用者、未利用者に対する郵送アンケートを実施し、1232 票の有効回答を得た。この回答データを用いて、以下の分析を行った。

(1) TAM2 を用いたインターネット全体の利用要因モデルの検討

- ・コンピュータシステムの利用行動モデルとして広く利用されている TAM (Technology Acceptance Model) の改良版である TAM2 を元に、一部拡張した仮説モデルを用いて共分散構造分析によりインターネット全体の利用要因モデルの検討を行った。
- ・モデルの各構成要素から「利用への意図」が形成される構造はおおむね TAM2 が支持されたが、「利用への意図」から実際の利用行動へのパスは有意とならなかった。
- ・したがって、インターネットの利用意図の形成までは TAM2 モデルで説明できるものの、実際のインターネット利用はこの利用意図とは別の要因によって左右されていると考えられる。

(2) 判別分析によるインターネット利用・未利用決定要因の分析

- ・そこで、次にインターネット利用・未利用の決定要因を探るため、判別分析を行った。
- ・判別分析の結果、回答者の自己効力感、年齢、趣味等がインターネット利用／未利用に影響力の強い変数として抽出された。
- ・さらに、説明変数を自己効力感のみに絞って判別分析を行ったところ、インターネットの利用／未利用の判別に高い説明力を持つ正準判別関数が得られた。
- ・このことから、現在の日本では、インターネット利用を決定する要因として、TAM2 にあるようなシステムの評価ではなく、各個人の電子機器等への取り組み態度が強く影響していると考えられる。

(3) 未利用者がインターネットを利用しない理由の分析

- ・次に、インターネット未利用者について、利用しない理由の回答状況を元に因子分析を行ったところ、3つの因子が抽出された。
- ・各回答者の因子得点から、インターネット未利用者はおおむね3つのグループに分類でき、それぞれ異なる「利用しない理由」を持っていることが判明した。
- ・この3グループは、インターネットの各種アプリケーションに対する興味や利用意欲に明らかな差が認められた。

(4) 自己効力感によるネット利用傾向の分析

- ・新しい電子機器の利用に対する態度を表す自己効力感は、インターネット利用者と未利用者で有意な差が認められた。
- ・また、インターネットの各アプリケーションの利用度と自己効力感の間には明確な関連が認められた。

- ・自己効力感は、回答者の属性（性別・年齢）や周囲のネット利用率、電子機器の利用経験等によって左右されていることが分かった。
- ・以上のことから、現在の日本では、インターネット利用を抑制する要因として自己効力感が強く影響しており、自己効力感を高める取り組みを行うことにより、インターネット利用を促進することが可能と考えられる。

1. 調査の目的と実施概要

1.1 本調査の目的

本調査は、ユビキタスネット社会（いつでも、どこでも、何でも、誰でもネットワークに簡単に接続でき、個人の生活全体に高度化した情報通信が極めて密接に関わる社会）におけるインターネット利用（以下ネット利用と記す）の要因を経済的・社会的・心理的側面から調査・分析するものである。人々のネット利用動向、ネット利用に対する期待と評価、利用障壁の全体構造を明らかにすることによって、人々の生活の質（Quality Of Life）の向上につながるネット利用を促進するための各種施策の検討に寄与する知見を得ることを目的とする。

わが国ではインターネットが文字通り社会インフラと言えるレベルにまで普及し、さらに多様なアプリケーションサービスの登場や、携帯電話をはじめとする利用端末の多様化が進展している。ネットの利用率が高まった結果、ネット利用という行為が「一般化」し、利用者の間ではその便益が特別なものとして意識されにくくなっている。さらに、ネット利用形態が複雑化・高度化し、人々がネットを利用する際の行動原理、特にサービスを選択し利用するに当たっての判断基準や期待便益が外部からは掴みにくくなっている。

もともと、情報化がもたらす生産性や経済への寄与は定量化が難しいテーマだが、インターネットについては、上記のような利用目的や利用形態の複雑さのため、わが国の経済や社会、生活環境にどのように寄与しているかを定量的に把握することが特に難しくなっているといえる。このことはまた、いまだにネットを利用していない人々が蒙っていると思われる不利益も明確に示すことが難しくなっていること、さらに、未利用者が「なぜネットを利用しないのか」の要因もまた掴みにくくなっていることを示唆している。

本調査では、これまでに提唱されている情報システムの利用要因モデルを出発点として、上記のような複雑な状況を踏まえたネット利用／非利用要因を検討するため、アンケート調査により、ネット利用の実態と、関連する心理的要因、経済的要因、社会的要因の状況を把握し、これらの相互関係を分析する。このことにより、複雑化するネット利用要因の構造を総合的に説明できるモデルの構築を目指す。

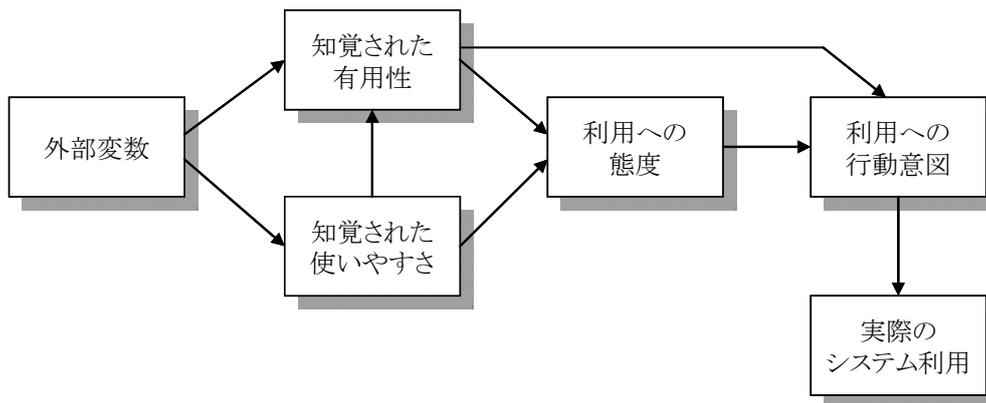
なお、これらの調査及びモデル構築の過程で、利用者が認識しているネット利用の便益の内容と水準、未利用者が認識している不利益の内容と水準を把握・分析し、ユビキタスネットワーク構築における問題点の所在とその解決に向けた施策検討につながる知見や論点を抽出する。

1.1 調査フレームワーク：技術需要モデル（TAM）の概要

本調査では、情報システムの利用行動を説明するモデルの先行研究にはさまざまなものがある。本調査では広く知られているモデルである技術需要モデル (Technology Acceptance Model: 以降、TAM と省略する) を用い、わが国のインターネット利用が説明されるかを検討することとする。

TAM は、コンピュータの利用行動を説明するために、Davis (1989), Davis, et al. (1989) によって導入された人間の態度・行動モデルである。TAM は、社会心理学分野での研究で用いられてきた、Fishbein & Ajzen (1975) の TRA(Theory of Reasoned Action: 合理的行為理論)を基にしており、TRA を情報システムの利用行動に応用したものである。

TAM は、「幅広いエンドユーザ・コンピューティング技術とユーザ層に対して、コンピュータ受容の決定要因を説明すること」を目標としたものである (Davis, et al., 1989)。TAM の基本概念構成は、知覚された有用性と知覚された使いやすさという信念が、コンピュータの利用行動を説明する上で、基本的に重要であると仮定している (図 1)。



(Davis, et al., 1989)

図 1 TAM の基本概念構成

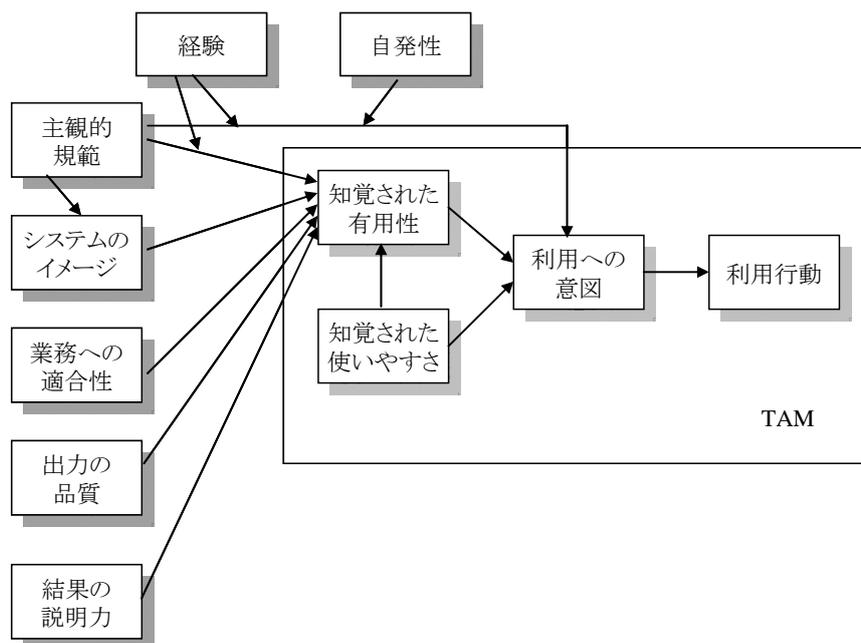
知覚された有用性 (Perceived usefulness) とは、「ある情報コンテキストにおいて、特定のアプリケーション・システムの利用が仕事のパフォーマンスを向上させると期待するユーザの主観的な見込み」のことである。また、知覚された使いやすさ (Perceived ease of use) とは「対象となるシステムについて、利用努力がいらないとユーザが期待する程度」のことである。図 1 で示したように、知覚された使いやすさは、知覚された有用性に影響を与え、有用性と使いやすさの両方から情報システムの利用への態度が規定されると仮定している。

利用への態度とは、その情報システムを利用することの望ましさを評価したもので、ユ

一が個人の感情に基づく評価である。情報システムの利用意図は、こうしたユーザのシステム評価や有用性の評価によって規定され、それが実際のシステム利用に影響を与える。

TAM は元来社会的要因を明確に含んでおらず、多くの実証研究では TAM の有効性を認めながらも、TAM の構造を完全に実証していない (e.g., Agarwal & Prasad, 1999; Davis, 1993)。たとえば、Taylor & Todd (1995) は、大学のコンピュータセンターの学生を対象にした調査で、利用回数や利用時間などを調査した結果、TAM で想定されたパスはほとんど有意であったが、唯一態度から利用意図へのパスだけは有意ではなかったことを示した。

このようなことから、多くの研究は TAM を基にした拡張 TAM による研究を行っている。本調査では、Venkatesh & Davis (2000) が提案・拡張した TAM2 を基本モデルとして採用することにした (図 2)。TAM2 は、主観的規範やユーザの経験、自発性などユーザに関する要素や社会的要因を考慮しており、個人の利用が拡大しつつあるインターネット利用の実態を適合しやすいものと想定されるからである。



(Venkatesh and Davis, 2000)

図 2 TAM2 の概念構成

1.2 本調査における評価項目の設定

TAM のコア概念である、知覚された有用性や知覚された使いやすさは、ユーザの主観的な信念である。そのため Venkatesh and Davis (2000)は、2つの信念を測定する方法として、それぞれ評価尺度法を用いている。

本調査では TAM2 の評価項目を参考にしつつ、インターネット利用に沿うように翻案を行い、5件法による評価尺度を用いて測定を行った（図3）。

要素（想定因子）と評価項目は表1のとおりである。

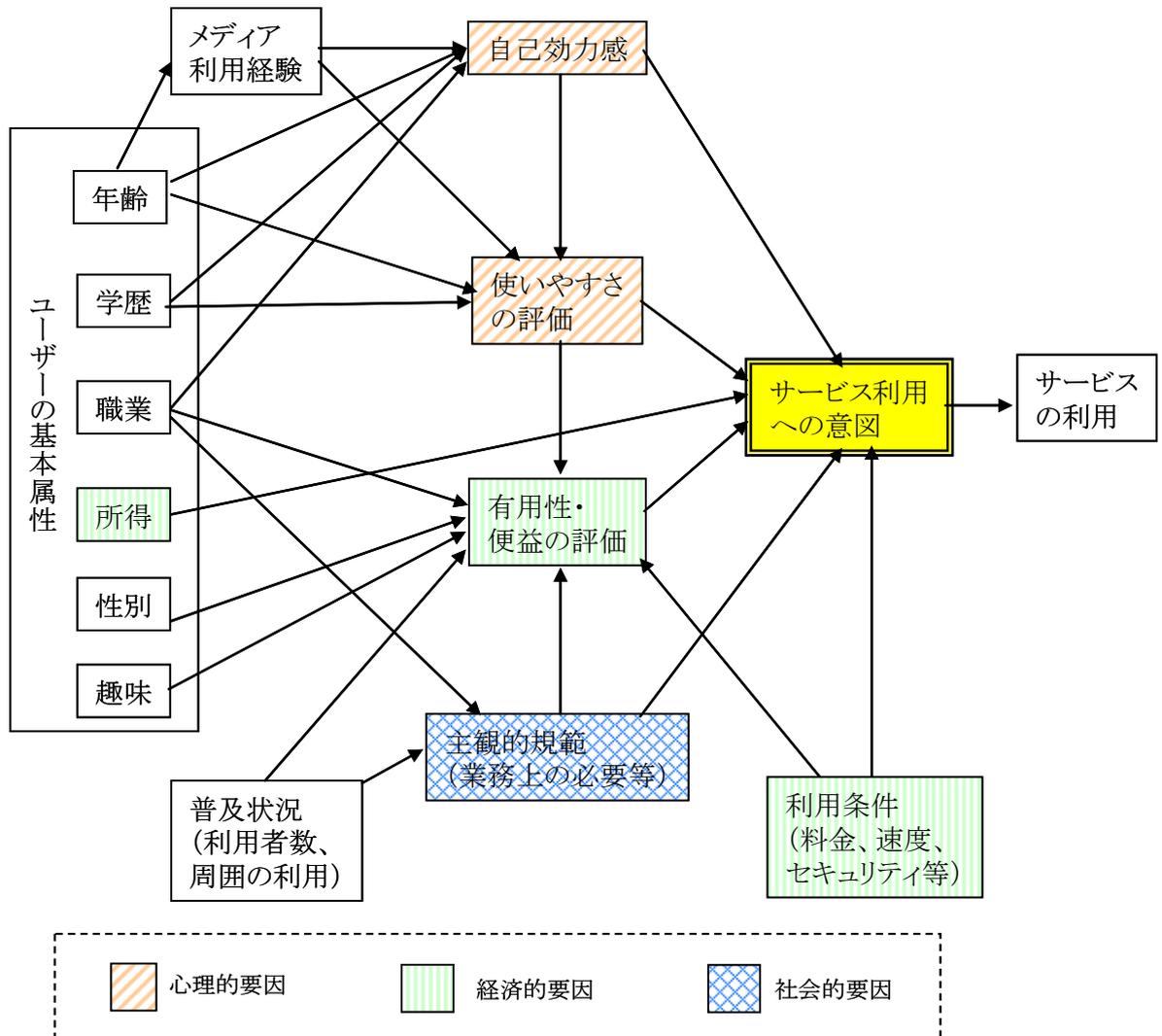


図3 仮説モデルの構造

※「自己効力感」とは、ここでは新しい電子機器の利用に対する意識のことをいう。詳しくは、第3章及び第5章を参照。

表 1 本調査で用いたインターネットの評価項目 (TAM2 における評価項目との対応)

Intention to use	Assuming I have access to the system, I intend to use it. Given that I have access to the system, I predict that I would use it.	インターネットは自分にとって必要不可欠である インターネットを利用できるなら、利用したいと思う
Perceived Usefulness	Using the system improves my performance in my job. Using the system in my job increases my productivity. Using the system enhances my effectiveness in my job. I find the system to be useful in my job.	インターネットは自分の能力を高めてくれる インターネットを利用すると生活や仕事の効率が上がる インターネットを利用すると自分で出来ることの幅が広がる 私の生活や仕事に役立つサービスだ
Perceived Ease of Use	My interaction with the system is clear and understandable. Interacting with the system does not require a lot of my mental effort. I find the system to be easy to use. I find it easy to get the system to do what I want it to do.	使い方が明快でわかりやすい あまり考えたり覚えたりしなくても使える 誰かに教えてもらったりマニュアルを見たりしなくてもインターネットを使う 簡単に、自分の思い通りに使うことができる
Subjective Norm	People who influence my behavior think that I should use the system. People who are important to me think that I should use the system.	職場や学校の関係者の多くが利用している 両親や家族の多くが利用している
Voluntariness	My use of the system is voluntary. My supervisor does not require me to use the system. Although it might be helpful, using the system is certainly not compulsory in my job.	私は自分が使いたいからインターネットを利用している 誰かにインターネットを使えといわれて使っているのではない 対応なし
Image	People in my organization who use the system have more prestige than those who do not. People in my organization who use the system have a high profile. Having the system is a status symbol in my organization.	生活水準の高い人がインターネットを利用している 対応なし インターネットを使うことは一種のステータスシンボルだ
Job Relevance	In my job, usage of the system is important. In my job, usage of the system is relevant.	私の仕事や勉強で、インターネットを使うことはとても重要だ 対応なし
Output Quality	The quality of the output I get from the system is high. I have no problem with the quality of the system's output.	インターネットは代わりになる手段に比べてずっと便利だ インターネットを使うととても楽しめる
Result Demonstrability	I have no difficulty telling others about the results of using the system. I believe I could communicate to others the consequences of using the system. The results of using the system are apparent to me. I would have difficulty explaining why using the system may or may not be beneficial.	インターネットを使わないと周囲から取り残されるのではないかと不安を感じる 誰かに教えてもらわないとインターネットを使えない 携帯電話での操作方法が難しくわからない パソコンの操作方法が難しくわからない インターネットを使うと経済的なメリットや収入につながる 利用するための料金が高すぎる パソコンなど必要な機材の値段が高すぎる インターネットで個人情報や業務情報が漏洩したり悪用されるのではないかと不安を感じる インターネットで詐欺に遭うのではないかと不安を感じる このサービスを利用するための時間が取れない

* 自己効力感に係る評価項目については、第 3 章及び第 5 章において説明。

1.3 調査の実施概要

インターネットの利用要因を調べるため、インターネット未利用者を含めた郵送アンケート調査を実施し、インターネット利用者・未利用者それぞれのネット利用判断に影響する各種要因の測定を試みた。

<input type="checkbox"/> 調査実施時期	2007年3月1日～3月20日
<input type="checkbox"/> 調査方法	調査パネルを用いた郵送アンケート
<input type="checkbox"/> 対象者	18歳以上の男女
<input type="checkbox"/> 有効回答数	1232票 内訳： 未利用者：187票 利用1年未満253票 利用1年以上792票)
<input type="checkbox"/> 回答率	88.0%

2. SEMによるインターネット全体の利用要因の検討

本章では、調査結果を基に、共分散構造分析（構造方程式モデリング：SEM）を用いて、TAM2によってわが国のインターネット利用の利用態度や利用決定要因が説明可能かどうかを検討する。

2.1 分析の手続き

データの整理

郵送による回答データには欠損値が多いため、インターネット全体に対する評価項目（34項目）すべてに対して回答している回答者（ケース）のみを抽出した。

その結果、1191件（内、未利用者：187件、利用者：1004件）を対象にこの章において分析を行う。

分析対象

分析のとりかかりとしては、未利用者を含む全ケースについて検討を行うこととした。全体でのTAM2のモデル適合性を検討した後、ネット利用者・未利用者ごとに分析を行うこととした。

実際の利用行動の基データ

分析の基としたデータは、Q2(2)の利用頻度データである。この項目は、ネット利用者を対象とした質問であり未利用者を含んでいない。そこで、未利用者を「この環境からは利用していない」と回答したものとして合算する処理を施した。

また、アンケートでは、職場と自宅と外出先それぞれからのインターネット利用頻度を分けて尋ねている（Q2(2)）。しかし、インターネットの利用は自宅からだけではなく、職場からの利用を加味して検討する必要がある。そこで、自宅からの利用頻度のほかに職場を含めた個人全体のインターネット利用頻度データを作成することにした。

その上で、職場と自宅両方の利用頻度データを作成するために、処理したデータのうち、職場と自宅のインターネット全体利用に対する頻度データに対して、主成分分析を行いその主成分得点を「職場を含めた利用行動」の指標とした。

モデルの構築

アンケートで把握した評定項目の想定因子ごとに、確認的因子分析を行うよう、TAM2を基にモデルとなるパスを結び、パス係数の推計を行った。

なお、共分散構造分析には、AMOS7.0を用いた。

2.2 1回目の分析結果

まず、最終的な従属変数として「職場を含めた利用行動」を指定し、TAM2のモデルに沿ってパスを結んだ。推計結果は以下のとおり（図4）。

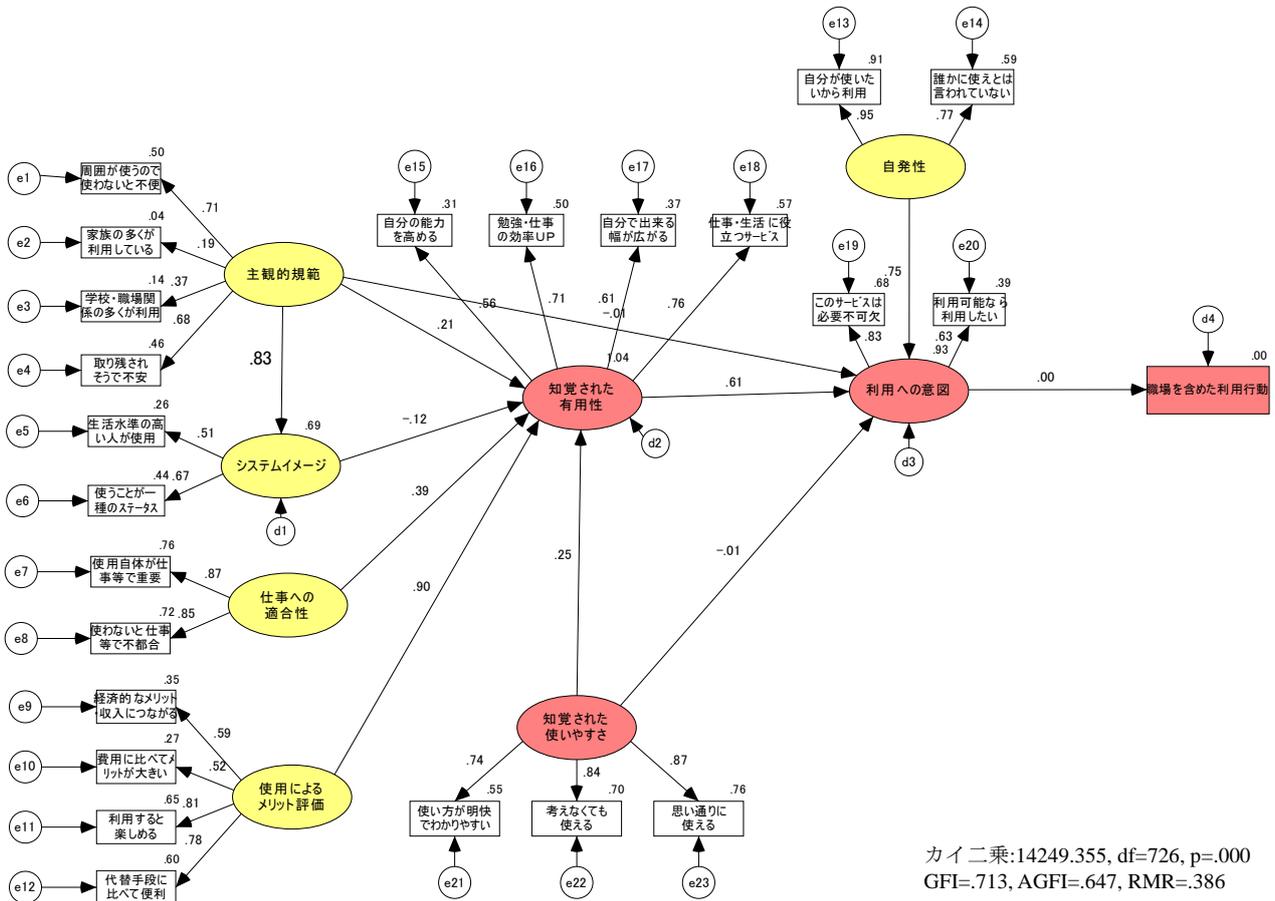


図4 TAM2を基にしたパス図と、1回目の推計結果(有意でないパスを含む)

分析結果から、確認的因子分析はすべて有意であった。また、TAM2のモデルでは本来有意であるべきパスのうち、以下のものが有意でなかった。

- システムイメージ→知覚された有用性
- 主観的規範→利用への意図
- 知覚された使いやすさ→利用への意図
- 利用への意図→実際の利用行動

これらのパスを削除して、再度モデルの分析を行う。

2.3 2回目の分析結果

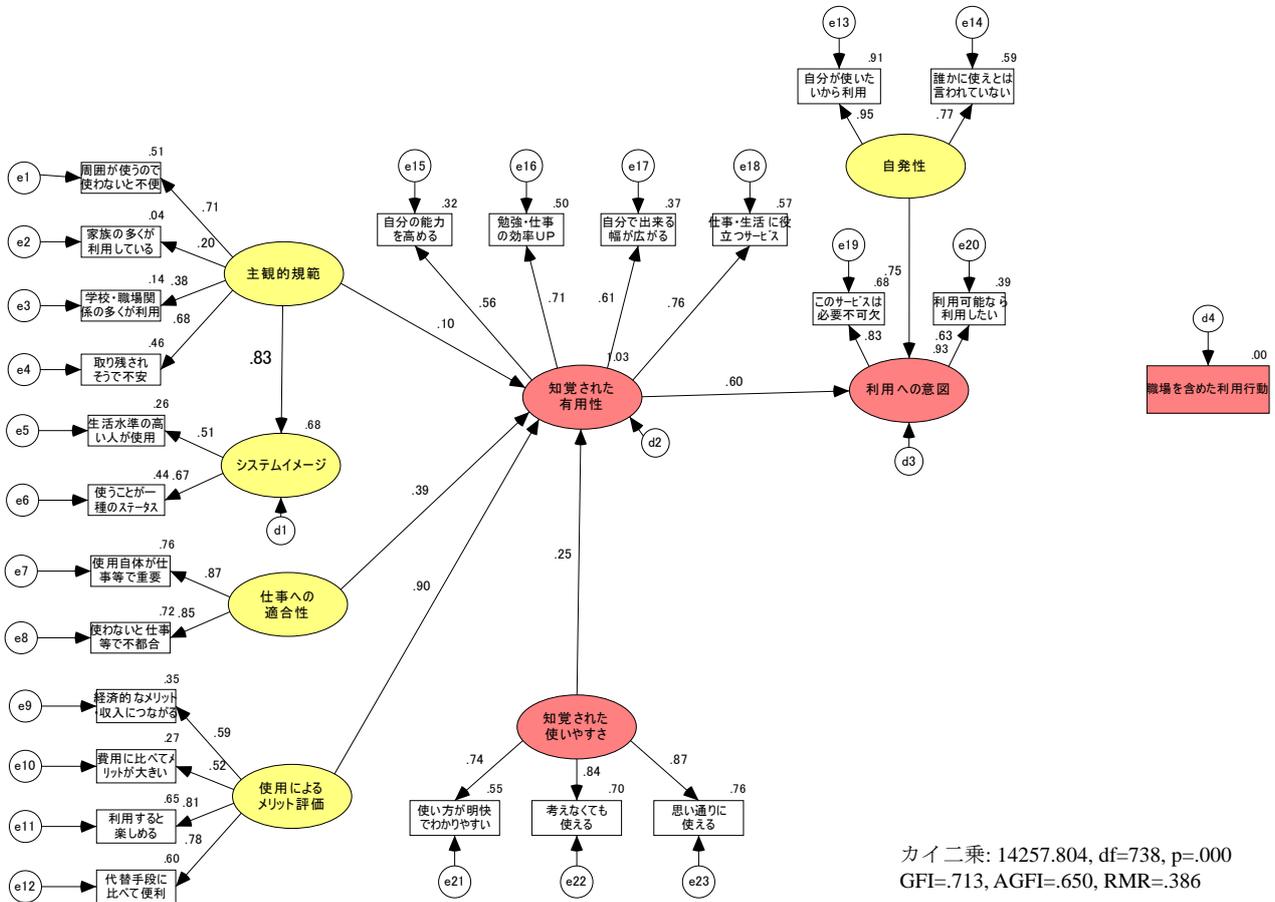


図5 2回目の推計結果(有意なパスのみを記述。いずれのパスも $p < .001$ で有意)

有意でないパスを削除したところ、いずれのパスも有意となった。モデルの適合性を示す指標は、ほとんど改善されず必ずしもモデルは当てはまりがよいとはいえない。

この分析から、TAM2のうち、知覚された有用性と知覚された使いやすさが、システムの利用への意図へ影響することが確認された。

しかし、システムの利用意図から実際の利用行動へのパスが有意ではない。次節ではこの原因を分析し、わが国のインターネット利用要因が TAM で説明可能と言えるかを検証する。

2.4 実際の利用行動が利用意図の影響を受けない理由の検討

中村 (2003) がまとめた TAM に関する主要な実証研究結果を見ると、諸研究はいずれも実際に利用しているか、あるいは利用しなければならないユーザに対して調査を行っているのが特徴である。このことから、インターネット未利用者の評価が攪乱要素として作用している可能性がある。

また、インターネットの利用目的はビジネスでの利用とプライベートでの利用で目的や利用意図が異なることが考えられる。アンケートでは特に、プライベートとビジネスを分けて把握は行っていないが、回答者が想定するインターネットのイメージや前提に、無意識のうちに影響されている可能性もある。

探索的に行うデータの組み合わせ

そこで、利用意図と実際の利用行動との間のパスに注目しつつ、以下のようなデータの組み合わせで探索的に分析を行うことにした。

- ① 全回答者のデータ × 自宅での利用指標 (※1)
- ② 全回答者のデータ × 職場での利用指標 (※2)
- ③ 全回答者のデータ × 利用全体の指標 (※3)
- ④ 利用者だけのデータ × 自宅での利用指標
- ⑤ 利用者だけのデータ × 職場での利用指標
- ⑥ 利用者だけのデータ × 利用全体の指標

※ 1: 自宅での利用指標は、「自宅での電子メール利用頻度」と「自宅でのウェブ利用頻度」の2つのデータを主成分分析によって指標化したもの。1成分が抽出され固有値は 1.84

※ 2: 職場での利用指標は、「職場での電子メール利用頻度」と「職場でのウェブ利用頻度」の2つのデータを主成分分析によって指標化したもの。1成分が抽出され固有値は 1.89

※ 3: 利用全体の指標は、上記4つのデータすべてに対して主成分分析を行ったもの。2成分が抽出されたが、そのうちいずれの要素も+となっている第一成分を指標として用いた。第一成分の固有値は 2.32

分析結果

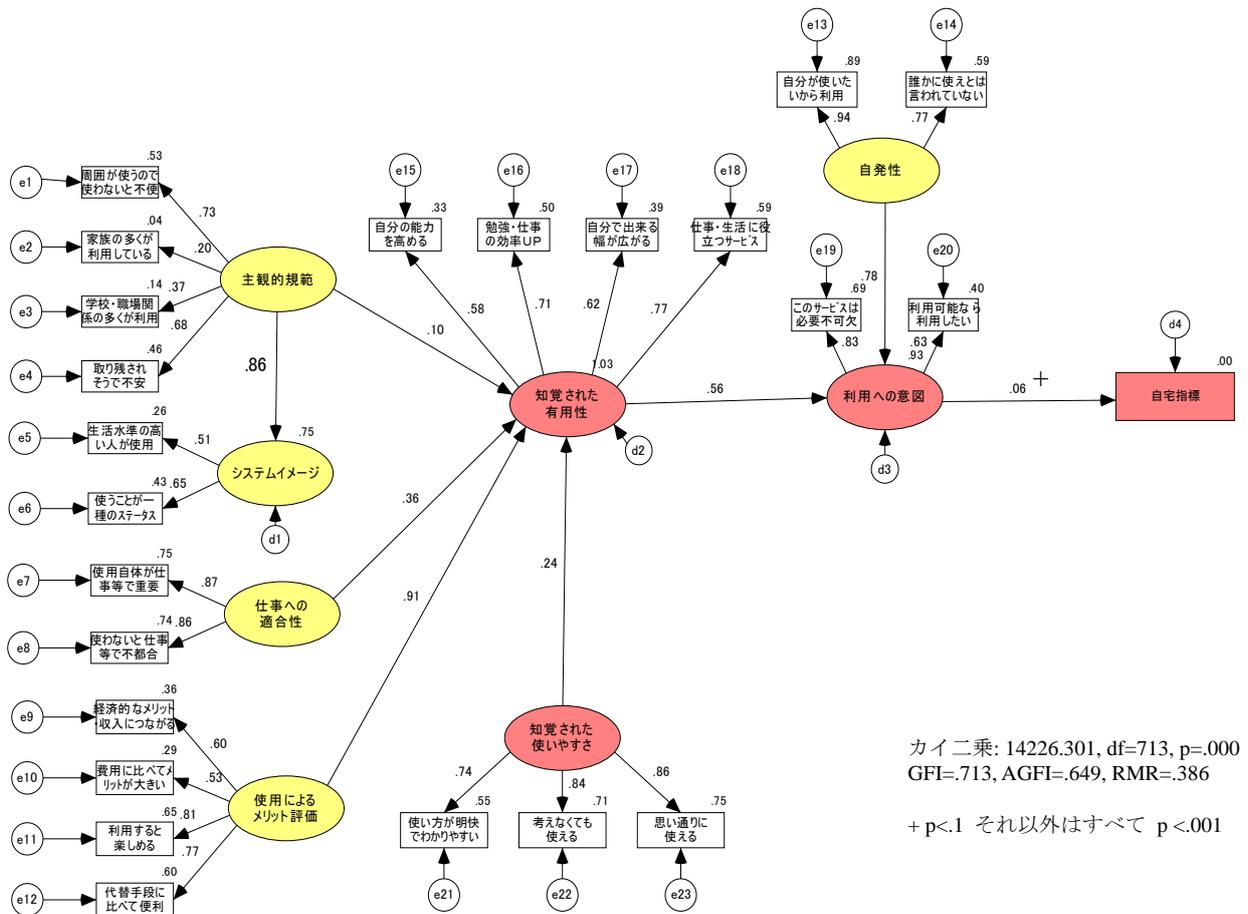
上記データの組み合わせで分析を行った結果は、下表のとおり (表 2)。なお、いずれの分析においても、「利用の意図」から「実際の利用行動」へのパスを除いたパスはすべて 0.1%水準で有意であった。

表 2 「実際の利用行動」のパス係数の分析結果

番号	基データの範囲	従属変数	標準化パス係数	有意確率
①	全回答者のデータ	自宅での利用指標	.007	.817
②	全回答者のデータ	職場での利用指標	-.004	.896
③	全回答者のデータ	利用全体の指標	.002	.958
④	利用者だけのデータ	自宅での利用指標	.060	.073 +
⑤	利用者だけのデータ	職場での利用指標	.003	.932
⑥	利用者だけのデータ	利用全体の指標	.029	.381

(+ p<.1)

上記の結果から、TAM2 を支持するためには、インターネット利用者のみを対象にして、従属変数を自宅でのインターネット利用指標とする必要がある。この条件では、利用意図→実際の利用行動は、10%水準の有意傾向を示した。しかし、そのパス係数は 0.060 で、重決定係数 (R²) は.00 で、このモデルでは観測されていない誤差の影響がほとんどである。そのためこのパスの有意傾向は、「利用への意図」から「自宅での利用」へは有意に影響がない」という意味だと解釈される。図 6 は、上記条件の場合におけるモデルの標準化パス係数である。



2.5 考察

TAM2 の適合結果

TAM2 を用いてインターネットの利用要因モデルを分析した。その結果、未利用者を含む回答者全体を基にした場合、TAM2 のうち、知覚された使いやすさ、知覚された有用性が、利用への意図に影響している点ではモデルは支持された。しかし、利用の意図が実際の利用行動には結びつかなかった。

そこで、TAM2 が支持されるような実際の利用行動を探索的に分析した。インターネット利用者の、自宅でのネット利用態度に限定したところ、利用意図から自宅でのネット利用行動のパスは有意となったが、“有意に影響がない”という結果となった。つまり、TAM2 は完全には支持されなかった。

このことから、わが国のインターネット利用環境においては、利用意図の形成までは TAM2 は有効に機能していることが示された。しかし、利用意図の形成は実際の利用行動にほとんど影響せず、TAM2 が想定する要因以外の要素で決まることが明らかになった。

TAM2 は元来、情報システムの導入前、もしくは導入初期にその利用を予測するモデルとして、あるいは利用促進策を検討するためのモデルとして発達してきた経緯がある。一方、わが国のインターネットの個人利用率は、74.9%（平成 19 年の通信利用動向調査）であり、広く普及するとともに高度な利用がすでに進んでいる。TAM2 の前提とは、対象とするシステムの普及率や環境に大きな違いがあり、利用意図と利用行動の間に乖離が生じたものと考えられる。

インターネット利用者における利用意図形成の構造的特徴

インターネット利用者を対象にしたモデル（図 6）の中で、TAM を構成する基本要素である「知覚された有用性」と「利用への意図」の 2 つの要素に対する個々の要素の直接的及び間接的な効果を見た。

「知覚された有用性」に最も影響力があったのは、「使用によるメリット評価 (.91)」、次いで「仕事への適合性 (.36)」、「知覚された使いやすさ (.24)」で、圧倒的に使用によるメリットの影響力が強い。

「利用への意図」へは、「自発性 (.78)」の方が「知覚された有用性 (.56)」よりも影響力が大きかった。なお、利用への意図の誤差の影響度はきわめて小さいことから、自発性もインターネット利用には大きな要因であるといえる。

また、「利用への意図」に最も間接的に影響を与えた要素を見ると「使用によるメリット評価 (.51)」であった。

このことから、ネット利用の意図形成のためには、ネットの利用によるメリットの認識とともに、個人の自発性が重要な役割を担っている点が特徴といえる。

3. 判別分析によるインターネット利用・未利用決定要因の分析

前章では、TAM2 を基にインターネット利用要因の分析を試みた。しかし、TAM2 では実際にインターネットを利用しているユーザの利用行動を説明することができなかった。そこで本章では、多変量解析手法のひとつである判別分析を用いてインターネットの利用の有無を決める要因を分析する。

3.1 インターネット評価項目と属性情報等に対する判別分析

分析の方針

ネット利用の有無（利用者／非利用者）を従属変数とし、説明変数として利用者・未利用者ともにアンケートで尋ねた主な項目を指定し、統計的に分析に有意と判定される変数を自動的に取捨選択するステップワイズ法を用いて判別分析を行うこととした。

ただし、インターネットの利用に直接影響していると考えられる、メディア利用経験と、趣味の“インターネット”は対象から除いた。

説明変数として指定した質問群

指定した説明変数は以下の項目群である。

- Q4：新しい電子機器の利用に対する意識・態度（自己効力感^{*}）
- Q5(1)：インターネット全体に対する評価や考え
- Q8：属性（ただし、趣味のインターネットは除く）

分析結果

1 つの正準判別関数が求められた。その固有値は.289 で、Wilks のラムダは.776（カイ 2 乗=289.924, df=12, $p<.000$ ）と有効性が示された。

求められた正準判別関数には、12 の変数が用いられた（表 3）。

求められた判別関数の判別的中率は、77.5%（交差確認済み）でよい結果が得られた。

影響力の強い変数を見ると、影響力順位の 1～4 位までが、新しい電子機器に対する自己効力感を尋ねた項目であり、新しい電子機器に対する積極的な態度が、インターネットの利用の有無にも影響を与えていることがわかる。

また、映画・音楽、旅行、テレビ、利殖といった項目は、回答者の趣味を表している。インターネットの利用は、個人の趣味と関連している可能性が高いといえる。

さらに、周囲のインターネット利用割合も比較的強く関連している。

^{*}自己効力感とは、一定の結果に導く行動を自らがうまくやれるかどうかという期待であり、その期待を自ら抱いていることを自覚したときに生じる自信のようなもの（伊藤, 1996）である。

表 3 標準化された正準判別関数係数と影響力の順

	係数	影響力順位
新しい電子製品を利用するのは苦手な方だ	.196	1
使えるようになるか見通しがつかなくても、積極的に使ってみる方だ	.313	2
電子製品をうまく使いこなせるかどうか、人と比べて心配性な方だ	.185	3
新しい電子製品について、友人よりよく知っているものがある	.193	4
年齢	-.283	5
周囲のインターネット利用割合	.248	6
映画・音楽	.240	7
住居形態	.138	8
使う時間が取れない	-.184	9
旅行	.155	10
テレビ	-.147	11
利殖	.158	12

3.2 判別関数に基づく利用者・未利用者の傾向

判別関数で用いられた 12 の変数を、利用者・未利用者ごとに傾向を分析した(表 4~9)。

最も影響が強かった電子製品に対する自己効力感は、未利用者の方が、有意に苦手意識が高かったり、使いこなすことに消極的だったりする一方、利用者はわからなくても積極的に使うなど、新しい電子製品に対する態度が明らかに異なることが読み取れる(表 4)。

表 4 判別関数に基づく、利用者・未利用者の傾向 (新しい電子製品に対する自己効力感)

	影響力 順位	未利用者 そう思う(とても・ややの合計)の割合	利用者	クロス集計に対する カイ2乗検定結果
新しい電子製品を利用するのは苦手な方だ	1	66.9%	26.8%	p<.001
使えるようになるか見通しがつかなくても、積極的に使ってみる方だ	2	11.4%	42.5%	p<.001
電子製品をうまく使いこなせるかどうか、人と比べて心配性な方だ	3	47.6%	18.5%	p<.001
新しい電子製品について、友人よりよく知っているものがある	4	12.5%	29.9%	p<.001

年齢層を見ると、利用者の方が 20～40 代で有意に多い傾向があった。一方、未利用者は、10 代と 60 代以上の年配者が有意に多かった（表 5）。

ただし表 5 は、利用者・未利用者それぞれの総回答者数を 100%とした時の年齢構成比であるため、ある年齢層での利用者・未利用者の構成比を表す数字とはなっていない点に注意が必要である。

表 5 判別関数に基づく、利用者・未利用者の傾向（年齢）

年齢	影響力 5 位		カイ 2 乗 p<.001	
	残差分析で有意なカテゴリ	未利用者		利用者
10 代		4.3%	0.0%	p<.01
20 代		2.7%	14.3%	p<.01
30 代		12.3%	18.8%	p<.05
40 代		10.2%	21.2%	p<.01
60～64 歳		15.0%	8.1%	p<.01
70 歳以上		23.0%	2.7%	p<.01

インターネットの評価項目からは唯一採用された項目が、「使う時間が取れない」である。ネット利用者ほど、使う時間が取れないと回答している（表 6）。

これは、ネット利用者は、もっと利用したいのに時間が取れない、という趣旨で回答していることによるものと考えられる。

表 6 判別関数に基づく、利用者・未利用者の傾向（使う時間認識）

	影響力順位	未利用者	利用者	カイ 2 乗検定結果
使う時間が取れない	9	4.3%	12.4%	p<.001

趣味の項目では、映画・音楽、旅行、利殖といった、どちらかといえばアクティブな活動を趣味としている人ほど、ネット利用者である傾向があった。一方、未利用者はテレビを趣味と回答しており、ネットを利用しない分、テレビなどの従来メディアの接触時間が多きことと関連しているものと考えられる（表 7）。

表 7 判別関数に基づく、利用者・未利用者の傾向(趣味)

	影響力 順位	はいの割合		クロス集計に対する カイ2乗検定結果
		未利用者	利用者	
映画・音楽	7	32.4%	60.2%	p<.001
旅行	10	42.7%	55.4%	p<.01
テレビ	11	45.9%	35.9%	p<.05
利殖	12	8.1%	14.7%	p<.05

また、周囲のインターネット利用割合では、利用者のおよそ7割近くが利用しているのに対し、未利用者は5割強と有意な差が見られた(表8)。

電子メールなどは個人のつながりにおける連絡ツールとしての側面もあり、周囲のインターネット利用率が影響しているものと考えられる。

表 8 判別関数に基づく、利用者・未利用者の傾向(周囲のインターネット利用割合)

	影響力順位	周囲の利用率の平均値(割)		t検定の結果
		未利用者	利用者	
周囲のインターネット利用割合	6	5.36	6.85	t(242.03)=7.59 (p<.001)

住居形態についても利用者と未利用者で有意な差が見られたが、これも年齢層などとの関連から、結果としての違いが現れたものと考えられる(表9)。つまり、年配者ほど持ち家率は高くなる傾向があることから、未利用者ほど有意に戸建て持ち家率が高くなったと考えることができる。

表 9 判別関数に基づく、利用者・未利用者の傾向(住居形態)

住居形態	影響力8位 残差分析で 有意なカテゴリ			カイ2乗検定 p<.001 残差分析での有意確率
		未利用者	利用者	
持ち家(戸建て)		72.7%	50.0%	p<.01
持ち家(マンション)		10.7%	17.5%	p<.05
賃貸(アパート)		5.9%	12.2%	p<.05
賃貸(マンション等)		8.0%	13.7%	p<.05

3.3 新しい電子機器に対する自己効力感項目に対する判別分析

影響力が大きかった自己効力感に対する 16 項目*すべてを説明変数に、同じくインターネットの利用の有無を従属変数として判別分析を行うとどのような判別の中率が出るだろうか。

分析結果

結果、1 つの正準判別関数が求められた。その固有値は.197 で、Wilks のラムダは.835 (カイ 2 乗=214.03, df=16, p<.000) と有効性が示された (表 10)。

求められた判別関数の判別の中率は、72.6% (交差確認済み) で、3.1 で求められた判別結果の 93.7%が、自己効力感項目だけで判別可能であることがわかった。

このことから、新しい電子機器に対する自己効力感の評価は、インターネットの利用の有無をよく判別できる要素である。

表 10 標準化された正準判別関数係数

	係数
新しい電子製品には気後れする方だ(*)	0.04
新しい電子製品を利用するのは苦手な方だ(*)	0.20
どんなものでも、興味を持って使おうとする方だ	0.22
新しい電子製品の購入を検討する時、あまり迷わずに決める方だ	-0.17
使えるようになるか見通しがつかなくても、積極的に使ってみる方だ	0.40
電子製品をうまく使いこなせるかどうか、人と比べて心配性な方だ(*)	0.19
新しい電子製品を使い始める時は、自信を持ってやる方である	-0.11
新しい電子製品を購入して、失敗したと覚えることの方が多い(*)	0.09
新しい電子製品を購入しても、どうしたらよいか分からず困ることがよくある(*)	0.03
新しい電子製品は、うまく使えないのではないかと不安に思うことがよくある(*)	-0.13
これまでにうまく使えなかった経験を思い出して前向きになれないことがよくある(*)	0.23
製品をうまく使えないと、人よりずっと気にする方である(*)	-0.08
新しい電子製品の使い方を覚えるのは、人より優れていると思う	0.06
新しい電子製品について、友人よりよく知っているものがある	0.11
電子製品の操作を覚えるのが人より早い	-0.05
新しい電子製品の使い方を人に教えたりできると思う	0.24

* 新しい電子製品に対して消極的な意識・態度を示す項目

* 新しい電子機器に対する自己効力感の項目と、詳しい分析は第 5 章で解説する。

3.4 考察

インターネット利用の有無（使うか使わないか）に影響を与える要因

前章で分析したように、TAM2 では、インターネットの利用決定要因は説明できなかった。

ステップワイズ法を用いた判別分析を行ったところ、新しい電子機器に対する自己効力感が、最も強く影響を与えていることがわかった。

そこで、新しい電子機器に対する自己効力感項目だけで分析を行ったところ、実際のネット利用の有無の 72.6%を的中させることができた。

参考までに前章で取り扱った、インターネット全体に対する評価や考えの項目（Q5(1)の 34 項目）による判別分析を試みたところ、正準判別関数が有意ではなかった。

このことから、有用性や使いやすさの知覚の程度、あるいは社会的要因など、インターネット自体をどのように認識し評価しているかよりも、そもそも新しい電子機器への取り組みが積極的であるかどうか、といったユーザの個人的な態度こそが、インターネットの利用の有無に影響を与えている可能性が強いことがわかった。

自己効力感の項目がネット利用の有無に影響を与えていることの解釈

新しい電子機器に対する自己効力感は、このような機器の利用に対する得意、不得意の意識や積極的に利用するかしないかといった姿勢、態度を示しており、これがインターネットの利用者と未利用者との違いがあるということは、インターネットの利用に対して新しい電子機器の利用と同様の意識・態度で取り組んでいるものと考えられる。ただし、先にも述べたように、わが国のインターネットの個人利用は7割を超えて広く普及しており、今回の調査においても利用者が8割以上となっているといった状況においては、さまざまな意識・態度の利用者がいると想定されることからすると、利用者が利用している理由を電子機器に対する自己効力感だけで十分に説明できるとは言えない可能性がある。一方で、インターネットの未利用者にとっては、インターネットは他の新しい電子機器と同等あるいはそれ以上に利用が難しいものとして認識され、電子機器の利用に対する苦手意識や消極的態度がインターネットを利用しない理由にも直接つながっている可能性がある。

つまり、未だにネットを利用しない人には、利用しない理由があり、その理由はさまざまに考えられるが、その背景として大きな影響を与えているのが、個人の電子機器の利用に対する消極性や自信のなさといったことではないかと考えられる。

4. 未利用者がインターネットを利用しない理由の分析

インターネットが広く普及しているにもかかわらず、ネット未利用者はなぜ未だにインターネットを利用していないのか。未利用者が利用しない理由を分析することから、現在のインターネット環境における利用促進に関する視点や問題点の所在を分析する。

4.1 インターネットを利用しない理由の分析

アンケートでは、インターネット未利用者に限定して、インターネットを利用しない理由を11項目あげ、複数回答でその理由を尋ねた（Q3 (1)）。この項目を基に、ネットを利用しない背景を分析する。

単純集計結果

11の回答項目のうち、最も多かった回答は、「使わなくても特に困らない（28.4%）」で、次いで「難しく使えそうにない（18.6%）」、「どういうものかわからない（15.8%）」という回答が続いた。未利用者のインターネットに対する認識を分析することにより、インターネットの利用を促進させるポイントを見出せる可能性がある。

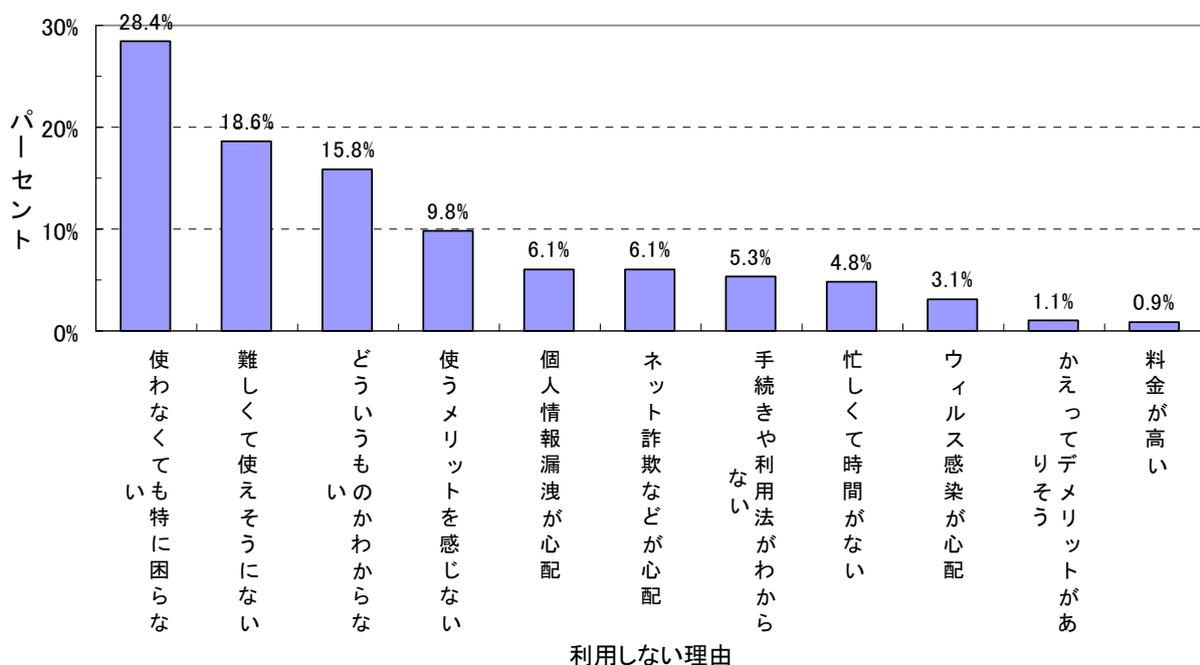


図7 インターネット未利用者が、インターネットを利用しない理由（複数回答）

4.2 利用しない理由の因子分析による回答者のグループ分け

未利用者がインターネットを利用しない理由をより明確にするために、利用しない理由を尋ねた 11 項目を基に因子分析を行い、その因子得点によって回答者のグループ分けを行った。

利用しない理由の因子分析

Q3 (1)の 11 項目を基に、最尤法による因子分析を行った。十分な因子負荷量を示さなかった 3 項目 (3、5、10) を分析から除外し、再度最尤法によって因子分析を行ったところ、3 因子が抽出された。最終的な因子行列を表 11 で示す。

なお、解釈が容易であったことから、回転は行わなかった。3 因子 8 項目の全分散を説明する割合は、44.9%であった。

表 11 未利用者がインターネットを利用しない理由の因子分析結果(最尤法の因子行列)

	因子		
	1	2	3
ネット詐欺などが心配	.915	-.036	.026
個人情報漏洩が心配	.910	.015	-.096
ウイルス感染が心配	.613	.039	-.061
使うメリットを感じない	.016	.639	.096
かえってデメリットがありそう	.244	.422	.213
使わなくても特に困らない	-.071	.359	-.050
難しくて使えそうにない	.176	-.249	.547
手続きや利用法がわからない	.346	.053	.425

第 1 因子は、3 項目で構成されており、「～が心配」という項目が高い負荷量を示している。そこで、その内容から「**トラブルに巻き込まれる懸念**」因子と命名した。

第 2 因子は、3 項目で構成されており、「メリット」や「デメリット」「困らない」といった内容に高い負荷量を示していることから、「**メリットがわからない**」因子と命名した。

第 3 因子は、2 項目で構成されており、「難しい」や「利用法がわからない」といった内容から、「**難しそう**」因子と命名した。

利用しない理由による回答者の分類

因子分析の結果に基づき、因子得点を算出した。その因子得点を用いて、グループ内平均連結法によるクラスタ分析を行い、3つのクラスタに分けた。

有効な172件のうち、第1クラスタには21名、第2クラスタには89名、第3クラスタには62名が分類された。なお、 χ^2 検定を行ったところ、有意な人数の偏りが見られた（カイ二乗=40.89, df=2, $p<.001$ ）。

得られた3つのクラスタを独立変数に、「トラブルに巻き込まれる懸念」、「メリットがわからない」、「難しそう」の各因子得点を従属変数に指定して分散分析を行ったところ、いずれも有意な群間格差が見られた（トラブルに巻き込まれる懸念： $F(2, 169)=266.776$, $p<.001$, メリットがわからない： $F(2,169)=29.898$, $p<.001$, 難しそう： $F(2,169)=57.643$, $p<.001$ ）。

それぞれのクラスタの特徴を平均得点によって解釈すると、各クラスタは理由となる3つの因子に対応した特徴を持っていることがわかる（図8）。そこで、第1クラスタを「トラブル懸念」群、第2クラスタを「メリット不明」群、第3クラスタを「難しそう」群とした。この3群の分類を便宜上、“未利用理由分類”と呼ぶことにする。

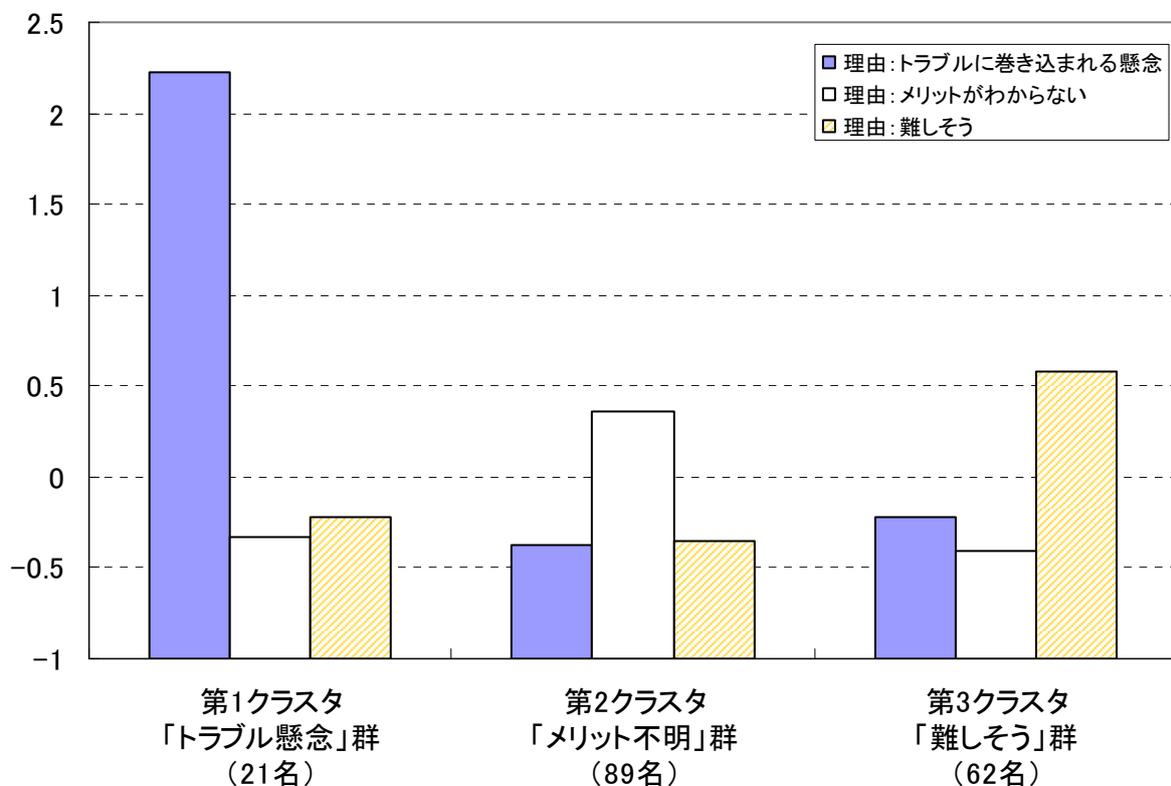


図8 各クラスタの因子得点の平均値

4.3 未利用理由分類ごとの特徴分析

未利用理由分類による特徴を調べるために、クロス集計表によるカイ二乗検定を行ったところ、特徴的な差は見られなかった。

【属性】

- 年齢：3群間で有意な差はなかった
- 性別：3群間で有意な差はなかった
- 住居形態：3群間で有意な差はなかった
- 可処分取得：3群間で有意な差はなかった
- 周囲のネット利用割合：3群間で有意な差はなかった

【ネットの認識】

- インターネット全体に対する評価（Q5(1)）：3群間で有意な差はなかった
- ネットアプリに対する認知度（Q3(2)）：3群間で有意な差はなかった

4.4 インターネットアプリに対する興味と利用意向

Q6(2)で、インターネットアプリケーションに対する興味と利用意向を尋ねている。未利用理由分類で、これらに有意な差がみられた。

アプリケーションの認知度の確認

前述のとおり、未利用理由分類の3群では、アプリケーションの認知度に差が見られなかったものの、ネット未利用者のサービスの認知度や理解度のレベルを知るために、図9にその回答状況を示した。

図9の数値は、アンケートのQ3(2)の「1. 知っている」と「2. なんとなくわかる」の回答を合算し、図8の凡例に示したカテゴリの母数で割った割合である。

この図から、SNSが最も知られていないことがわかる。なお、アンケートでは、SNSの補足説明として「人と人とのつながりをサポートするコミュニティ型のサイト」を記述している。電子メール、ウェブ閲覧、オンラインショッピングという、インターネットアプリケーションの基本的なものについては、ネット未利用者であっても75%程度の認知度がある。

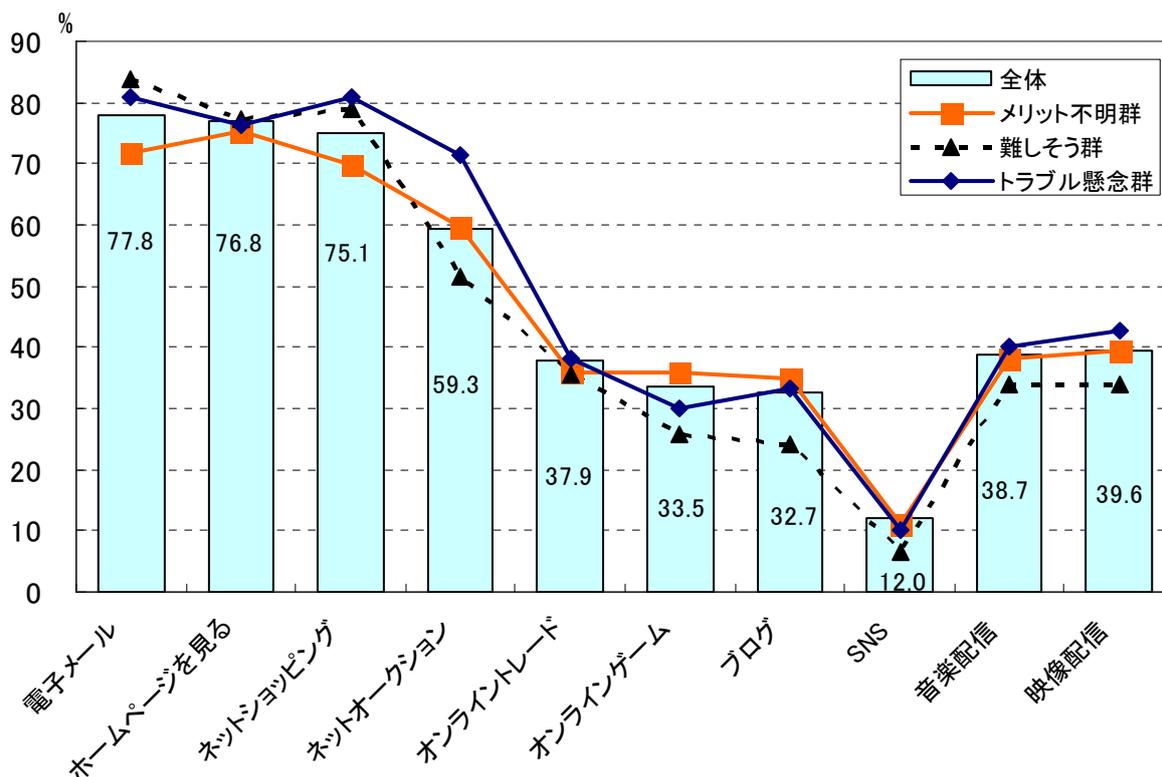


図9 未利用者のネットアプリケーションの認知度（知っていると回答した人の割合）

アプリケーションの興味度

アンケートでは Q6 (2) で、インターネットアプリケーションに対する興味度合いを尋ねている。興味を示したものを、未利用理由分類の 3 群でクロス集計を行ったところ、オンラインゲームを除いたすべてのアプリケーションについて、有意な差が見られた (表 12)。

表 12 未利用者のインターネットアプリケーションの興味に対するクロス集計表の検定結果

アプリケーション	カイ二乗	自由度	有意確率
電子メール	6.66	2	p<.05
ホームページを見る	11.62	2	p<.001
ネットショッピング	23.14	2	p<.001
ネットオークション	12.91	2	p<.01
オンライントレード	6.28	2	p<.05
オンラインゲーム	1.57	2	n.s.
ブログ	8.76	2	p<.05
SNS	7.50	2	p<.05
音楽配信	6.25	2	p<.05
映像配信	7.02	2	p<.05

「とても興味がある」と「少し興味がある」の2つの回答を合算して、その割合を示した(図10)。

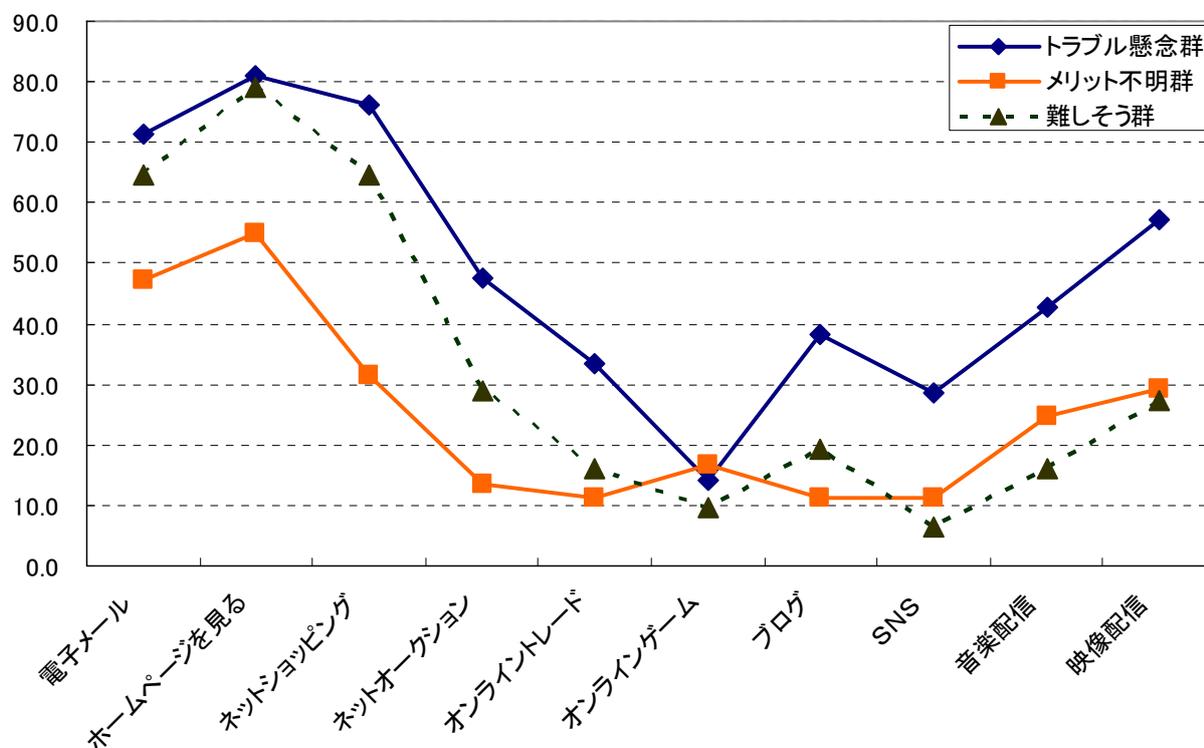


図10 未利用理由分類でみたネットアプリごとの「興味がある」と回答した割合

「トラブル懸念」群では、ほかの群にくらべて全体的に興味度が高い。ブログや SNS、音楽・映像配信などは、認知度を大きく上回っており、今は知らなくても触れてみたいという積極的な態度がわかる。

「難しそう」群は、電子メールやウェブ閲覧、ネットショッピングなど基本的なアプリケーションには高い興味を示しているが、オンラインゲームや SNS、音楽・映像配信などへの興味はほかの群よりも低いのが特徴である。

「メリット不明」群は、全体的に興味の度合いが低く、特に電子メールやウェブ閲覧といった基本的なアプリケーションについても興味度が低い。しかし、オンラインゲーム、SNS や音楽配信や映像配信については、「難しそう」群よりも興味度が高いのが特徴的である。その意味では、「メリット不明」群は、一般的なネットアプリケーションよりも、エンターテインメント系のサービスには反応がよいようである。

ネットアプリケーションの利用意向

今後の利用意向を尋ねたところ、未利用理由分類間で有意な差がみられた。ただし、オンラインゲームと音楽配信は有意な差がなかった（表 13）。

表 13 インターネットアプリケーションの利用意向に対するクロス集計表の検定結果

	カイ二乗	自由度	有意確率
電子メール	14.45	2	p<.001
ホームページを見る	18.25	2	p<.001
ネットショッピング	25.01	2	p<.001
ネットオークション	11.49	2	p<.01
オンライントレード	6.83	2	p<.05
オンラインゲーム	0.57	2	n.s.
ブログ	8.42	2	p<.05
SNS	7.54	2	p<.05
音楽配信	3.94	2	n.s.
映像配信	8.08	2	p<.05

「使ってみたい」と回答した割合を示したのが、図 11 である。

「トラブル懸念」群の利用意向は、先に見た興味度と比較すると若干下がるものの、全体的にどのアプリケーションも高い傾向がある。

「難しそう」群は、電子メールやウェブ閲覧といった、基本的なアプリケーションに対しては、高い利用意向を示しており、「トラブル懸念」群を上回っている。「難しそう」群は、その他のアプリケーションの利用意向は全体的に低いですが、この基本的なアプリケーションについての意向の高さが際立っている。

「メリット不明」群は、全体的に利用意向は低い。興味度と比較しても全般的に低い傾向がある。電子メールやウェブ閲覧といった基本アプリケーションについても、他の群よりも著しく低い点が特徴と言える。ただし、ほかの群が低く評価している、オンラインゲームでは、ブログやオークションといったアプリケーションよりも高い利用意向を示している。また、音楽や映像といったエンターテインメント系のサービスについては、「メリット不明」群ではむしろ相対的に高い利用意向を示す傾向がある。

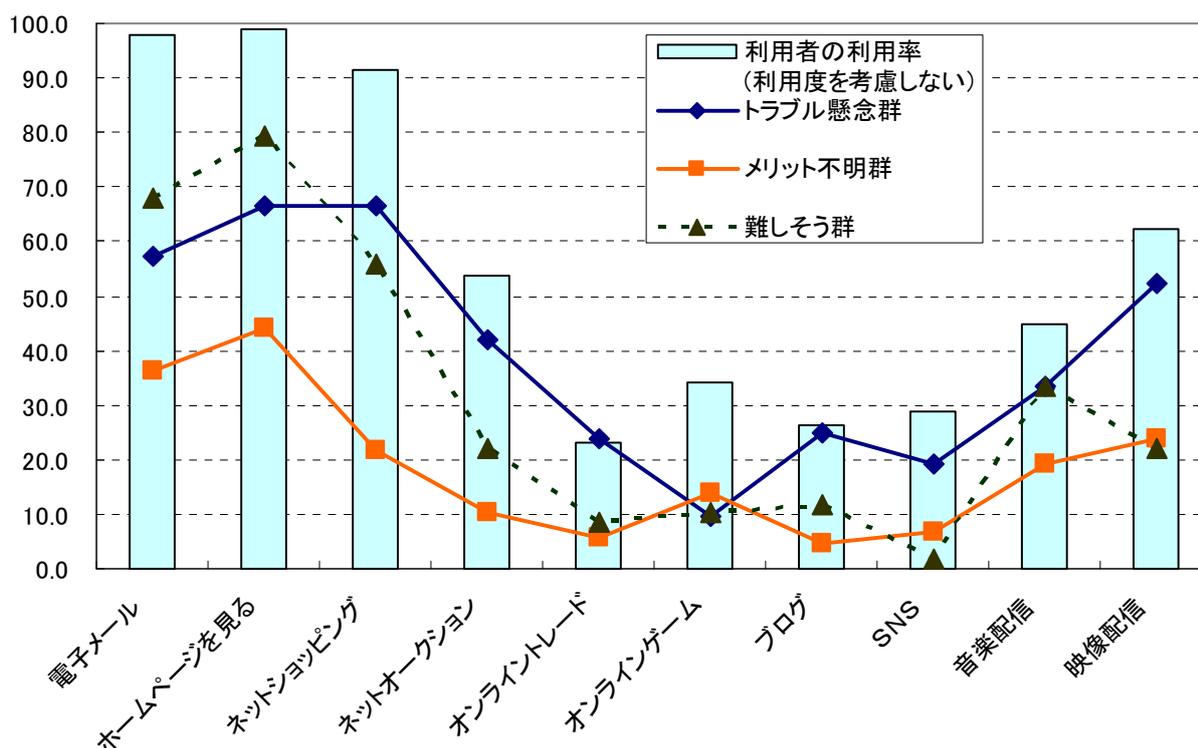


図 11 未利用理由分類でみたネットアプリごとの「使ってみよう」と回答した割合
(棒グラフは、参考としてネット利用者の利用率を示している)

4.5 考察

ネットを利用しない理由

インターネットを利用しない理由にはさまざまなものがあるが、回答者の主な理由を分類したところ、大きく3つの種類に分けられた。

1つ目は、インターネットをめぐってさまざまに取りざたされているトラブルが、自分の身に起こるのではないかと懸念している「トラブル懸念」群、

2つ目は、インターネットを自分自身が使うメリットを感じられず、特に利用しない現在においても特段不都合を感じていない「メリット不明」群、

3つ目は、パソコンの操作の難しさや、さまざまな手続きなどが面倒ではないだろうか、と推測している「難しそう」群の3つである。今回の調査で最も多かったのは、「メリット不明」群（51.7%）であった。

ネット未利用者のアプリケーション利用意向とその解釈及び利用促進の考え方

インターネットに対する興味度や利用意向を尋ねたところ、ネットを利用しない理由ごとにそれぞれ有意な違いと特徴が見られた。

トラブルに巻き込まれるのを懸念して、ネットを利用していない「トラブル懸念」群は、基本的なネットアプリケーションについての知識もあり、利用意向も非常に高い。実際の利用者の利用率と比較すると、電子メールやウェブ閲覧といった基本的なアプリケーションの利用意向はやや低いものの、ブログや SNS、音楽・映像配信といったアプリケーションでは、実際の利用者の利用率と大差ないほどに、利用意向が高い。このことから、トラブルへの懸念は、電子メールやウェブといった基本的なアプリケーションの利用によって生ずるトラブルについての情報が多く自分も巻き込まれることへの恐れがある一方で、音楽・映像配信等ではそういうトラブルの情報が少ないため、利用への恐れが少ないのではないかと推測される。

このことを勘案すると、トラブル懸念によりネットを利用していない人には、まず、電子メールやウェブ、ネットショッピング等の基本アプリケーションを安心して安全に利用できるようにするための情報をきめ細かく提供することが重要であり、その他、ブログや SNS といったコミュニティや音楽・映像配信といった多様なアプリケーションについても、その良さや楽しさを訴えるだけでなく、利用に際して気をつけることに関する情報を提供することが、利用促進につながる可能性があるのではないかと推測される。

使うメリットがわからないと感じているために、ネットを利用していない「メリット不明」群は、ネット以外の方法によるコミュニケーションに不便さを感じていないため、ネットアプリケーションに対しては概して関心が低い。しかし、どちらとえば、音楽・映像配信、オンラインゲームといったエンターテインメント系のアプリケーションには興味を持ち利用意向を示しやすい傾向が読み取れる。

メリットを単に“利便性”として置き換えず、エンターテインメント系の楽しさを訴えることが、利用促進につながる可能性があるのではないかと推測される。

操作の難しさや手続の面倒さに対して、難しそうに感じることから利用を見合わせている「難しそう」群は、電子メールやウェブ閲覧といった基本的なアプリケーションに対する利用意向が高い。しかし、ブログや SNS といったコミュニティなどは興味を示すものの利用意向はほとんどない。

便利なのが簡単にできる、ということが「難しそう」群の課題解決へのポイントであるとすれば、電子メールやウェブ閲覧をより簡単にできる方法を具体的に提示することが、利用促進につながる可能性があるのではないかと推測される。

5. 新しい電子機器に対する態度（自己効力感）によるネット利用傾向の分析

アンケートでは、一般性自己効力感尺度を参考にした、新しい電子機器の利用に対する取り組み態度を尋ねた。3章でも分析したように、インターネット利用の有無に、この電子機器への態度が大きく影響していることがわかっている。本章では、この電子機器に対する利用者の態度を軸に、インターネット利用の傾向を分析する。

5.1 本調査で用いた自己効力感尺度

自己効力感とは、一定の結果に導く行動を自らがうまくやれるかどうかという期待であり、その期待を自ら抱いていることを自覚したときに生じる自信のようなもの（伊藤,1996）である。さらに、この自己効力感は、二つの水準から概念が構成されている（Bandura,1977）。1つは、個々の課題に特異的に働く自己効力感である。もう1つは、個人の行動に長期的一般的に影響すると考えられる自己効力感である。

本調査では、坂野による一般性自己効力感尺度（坂野, et al., 1989）の項目を参考に、以下の表のように内容を翻案してアンケートを実施した。

表 14 今回用いた電子機器に対する自己効力感を尋ねる項目

坂野らの自己効力感尺度	今回作成し利用した項目
1. 何か仕事をするときは、自信をもってやるほうである。	⑦新しい電子製品を使い始める時は、自信を持ってやる方である
2. 過去に犯した失敗や嫌な経験を思い出して、暗い気持ちになることがよくある。	⑪これまでにうまく使えなかった経験を思い出して前向きになれないことがよくある
3. 友達より優れた能力がある。	⑬新しい電子製品の使い方を覚えるのは、人より優れていると思う
4. 仕事を終えた後、失敗したと感ずることのほうが多い。	⑧新しい電子製品を購入して、失敗したと感ずることのほうが多い
5. 人とくらべて心配性なほうである。	⑥電子製品をうまく使いこなせるかどうか、人と比べて心配性な方だ
6. 何かを決めるとき、迷わずに決定するほうである。	④新しい電子製品の購入を検討する時、あまり迷わずに決める方だ
7. 何かをするとき、うまくゆかないのではないかと不安になることが多い。	⑩新しい電子製品は、うまく使えないのではないかと不安に思うことがよくある
8. ひっこみじあんなほうだと思う。	①新しい電子製品には気後れする方だ
9. 人より記憶力がよいほうである。	⑮電子製品の操作を覚えるのが人より早い
10. 結果の見通しがつかない仕事でも、積極的にとりくんでゆくほうだと思う。	③どんなものでも、興味を持って使おうとする方だ
11. どうやったらよいか決心がつかずに仕事にとりかかれなことがよくある。	⑨新しい電子製品を購入しても、どうしたらよいか分からず困ることがよくある

12. 友達よりも特に優れた知識を持っている分野がある。	⑭新しい電子製品について、友人よりよく知っているものがある
13. どんなことでも積極的にこなすほうである。	⑮使えるようになるか見通しがつかなくても、積極的に使ってみる方だ
14. 小さな失敗でも人よりずっときにするほうである。	⑯製品をうまく使えないと、人よりずっと気にする方である
15. 積極的に活動するのは、苦手なほうである。	⑲新しい電子製品を利用するのは苦手な方だ
16. 世の中に貢献できる力があると思う。	⑳新しい電子製品の使い方を人に教えたりできると思う

5.2 電子機器に対する自己効力感尺度得点の分布

アンケートでは、5件法で把握した。自信の度合いが高いものを5点とし、逆転項目の得点を修正したうえで、16項目の得点を合計し、電子機器に対する自己効力感尺度得点とした。満点は80点、中央得点は、48点である。

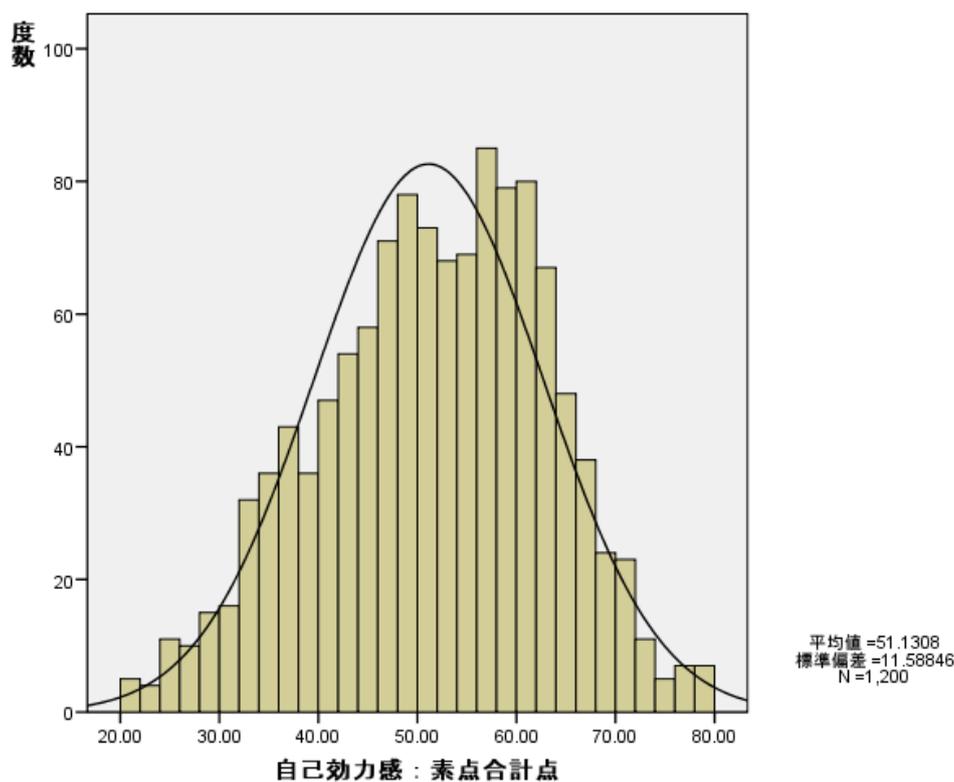


図 12 電子機器に対する自己効力感尺度得点の度数分布

自己効力感尺度得点の分布を見ると、かなり正規分布に近い。平均点は 51.1 点（標準誤差 0.335）で標準偏差は 11.59 である。

5.3 インターネット利用者・未利用者の自己効力感尺度得点の差

インターネット利用者・未利用者の自己効力感尺度得点には、差がみられた。

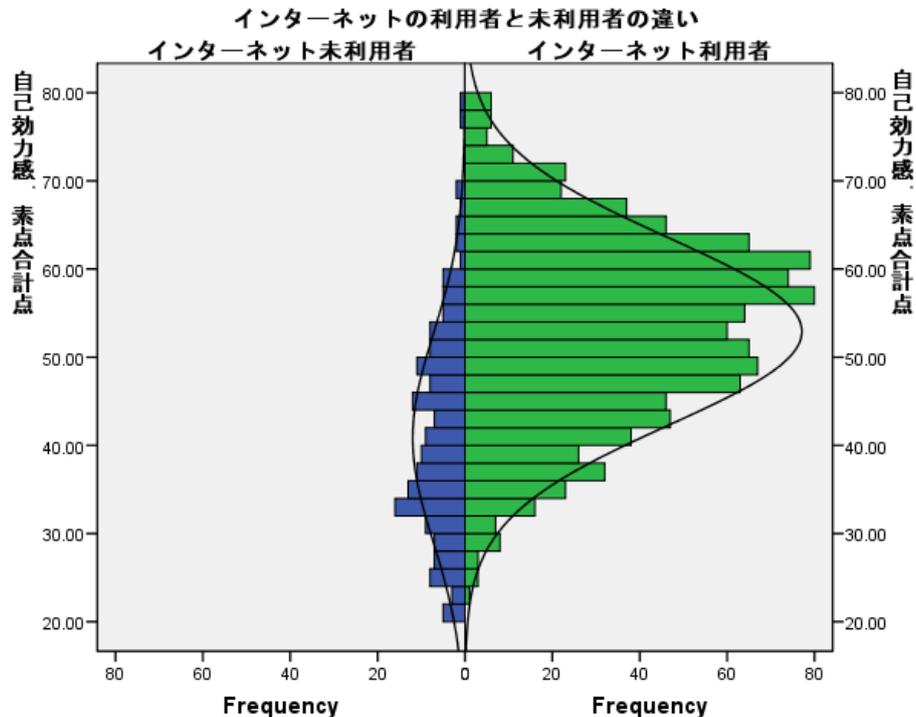


図 13 インターネット利用／未利用別の自己効力感尺度得点の分布

表 15 利用者／未利用者の自己効力感尺度得点の統計量

利用者			未利用者		
度数	有効	1023	度数	有効	177
	欠損値	22		欠損値	10
平均値		52.91	平均値		40.83
平均値の標準誤差		0.33	平均値の標準誤差		0.89
標準偏差		10.58	標準偏差		11.80

ネット利用者の平均得点は、52.91 点、未利用者は 40.83 点だった。t 検定を行ったところ、両者には有意な差が認められた ($t(227.7)=12.768, p<.001$)。

このことから、電子機器に対する自信とインターネットの利用には関連があることがわかる。このことは3章の判別分析の結果とも一致する。

5.4 属性別の自己効力感尺度得点の分析

回答者の属性で自己効力感尺度得点の分布を調べ、統計的検定法（t 検定および分散分析）を用いて分析した。

性別

性別ごとの自己効力感尺度得点を t 検定で分析したところ、有意な差がみられた ($t(992.1)=8.586$)。男性の平均点が 54.7 点、女性の平均点が 49.0 点だった。

また、インターネット利用者の男女とインターネット未利用者の男女にわけて検定を行ったところ、いずれも有意な差があった（利用者： $t(892.9)=7.864$, $p<.001$, 未利用者： $t(175)=2.420$, $p<.05$)（図 14）。

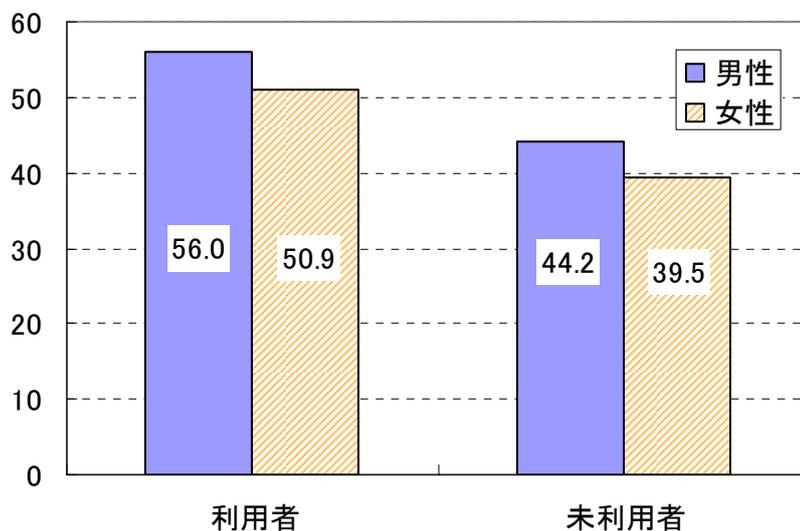


図 14 性別による電子機器に対する自己効力感尺度得点の平均値

年齢

分散分析によって、年齢層ごとの平均値の差の検定を行ったところ有意な差が確認された ($F(7,1192)=17.83$, $p<.001$)。

10 代は回答数が 8 件と少数であるため、あえて解釈をさけて図を見ると、年齢が高くなるにしたがっておおむね自己効力感尺度得点は低くなる傾向が見られる（図 15）。

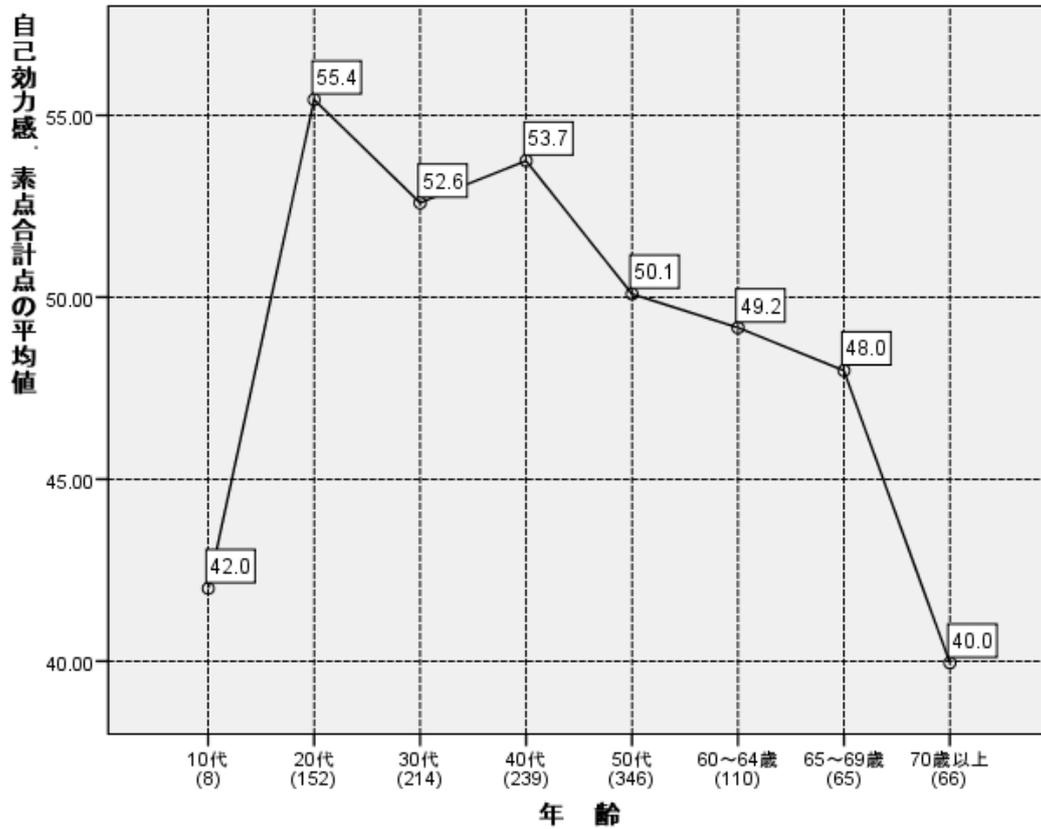


図 15 年齢層別の電子機器に対する自己効力感尺度得点の平均値

周囲のインターネット利用率

周囲のインターネット利用率を 1~4 割、5~7 割、8~10 割の 3 つに分け、その自己効力感尺度得点の平均値の差を分散分析で検定したところ、有意な差が認められた ($F(2,1192)=27.03, p<.001$) (図 16)。

自己効力感尺度得点は、周囲のインターネット利用率が高いほど高くなる傾向がある。

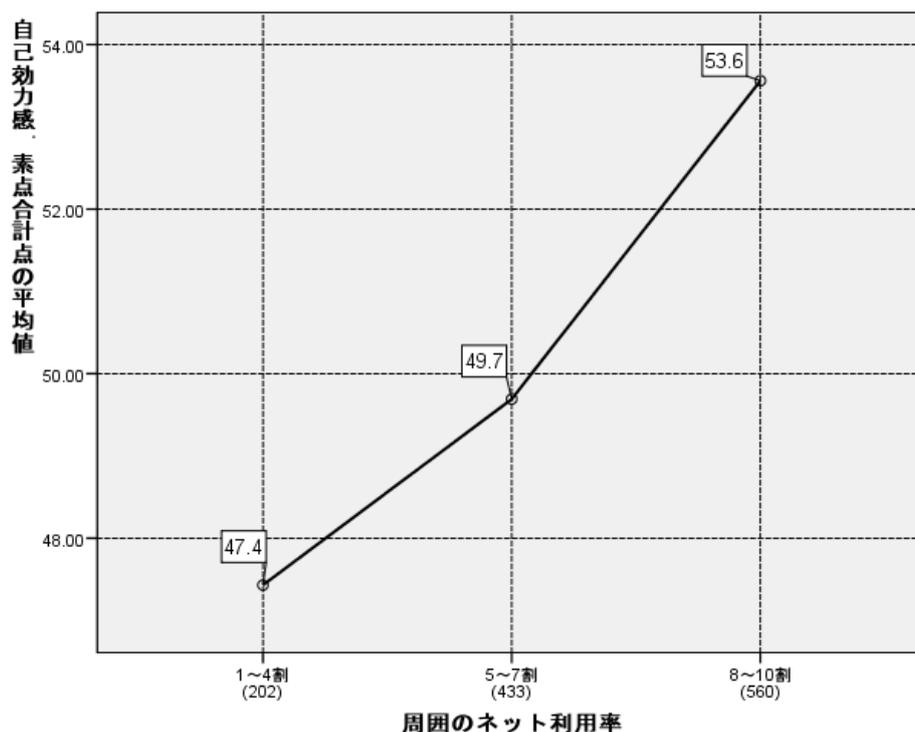


図 16 周囲のインターネット利用率別の電子機器に対する自己効力感尺度得点の平均値

5.5 メディア利用経験と電子機器に対する自己効力感尺度得点の分布

アンケートでは Q1 で、これまでの情報通信機器などのメディアの利用経験を尋ねている。各メディアの利用経験の有無と自己効力感尺度得点の平均値の検定 (t 検定) を行ったところ、固定電話を除きいずれのメディア・機器・サービスにおいても、自己効力感尺度得点に有意な差が見られた。メディア利用経験者は有意に自己効力感尺度得点が高い傾向がある。

パソコンやパソコン通信といったより複雑な操作が必要なメディアだけでなく、FAX や携帯電話といった比較的普及している通信機器であっても、利用経験のない人の自己効力感は有意に低い。

ただし、FAX や携帯電話の利用経験がないという回答者数は 127 件と少数であることから、こうした一般化した通信機器に取り残された層と考えることもできる。つまり、こうしたメディアに取り残されがちな人は、新しい電子機器に対する自己効力感が低く、積極的な態度や使う自信がないのではないかと推察される。

表 16 メディア利用経験と自己効力感尺度得点の t 検定結果

	t 検定結果	カテゴリ	N	平均値	標準偏差
パソコン	t(1175)=13.552	利用している	1055	52.5	10.9
		利用経験なし	122	38.5	9.9

**

ワープロ	t(656.21)=11.116	利用している	808	53.6	10.8	**
		利用経験なし	366	45.6	11.7	
パソコン通信	t(1039.75)=8.659	利用している	645	53.6	10.6	**
		利用経験なし	519	47.8	12.1	
FAX	t(1172)=8.697	利用している	1047	52.1	11.3	**
		利用経験なし	127	42.8	10.9	
携帯・PHS	t(1175)=8.94	利用している	1050	52.1	11.3	**
		利用経験なし	127	42.6	10.9	
固定電話	t(1166)=1.295	利用している	1132	51.2	11.6	n.s.
		利用経験なし	36	48.7	10.0	
CS,CATV	t(1155)=5.823	利用している	562	53.2	11.4	**
		利用経験なし	595	49.3	11.5	
文字放送	t(479.92)=8.092	利用している	258	55.7	10.0	**
		利用経験なし	894	49.8	11.7	
ビデオカメラ	t(694.233)=10.098	利用している	770	53.6	10.6	**
		利用経験なし	388	46.3	12.0	
ゲーム機	t(563.645)=12.470	利用している	828	53.8	10.6	**
		利用経験なし	331	44.7	11.5	

(**p<.01)

5.6 インターネット利用頻度と自己効力感尺度得点の分布

アンケートでは Q2 (2) で、インターネット利用者に対し現在のインターネット利用頻度を、電子メール、ウェブ閲覧、ネット利用全体の 3 つに分け、職場と自宅それぞれについて把握した。

また、Q6 (1) では基本アプリケーション以外のネットアプリケーションの利用度を尋ねた。これらの利用度の違いと自己効力感尺度得点との関連を分析した。

電子メール・ウェブ閲覧の利用頻度と自己効力感尺度得点

電子メールとウェブ閲覧の利用頻度を、職場・自宅に分けて尋ねたところ、職場からの利用者は 39.8% にとどまっていた。そこで、自宅からの利用頻度と自己効力感尺度得点の分布の関連をみた。

自宅からの利用頻度を高頻度（週 4 回以上）、中頻度（週 2 回～3 回）、低頻度（月 2 回～週 1 回程度）、および利用者であっても自宅からは利用しないユーザの 4 群にわけて分散分析を行ったところ、電子メール利用、ウェブ閲覧、ネット利用全体のいずれの場合でも、4 群の自己効力感尺度得点の平均値に有意な差が見られた。

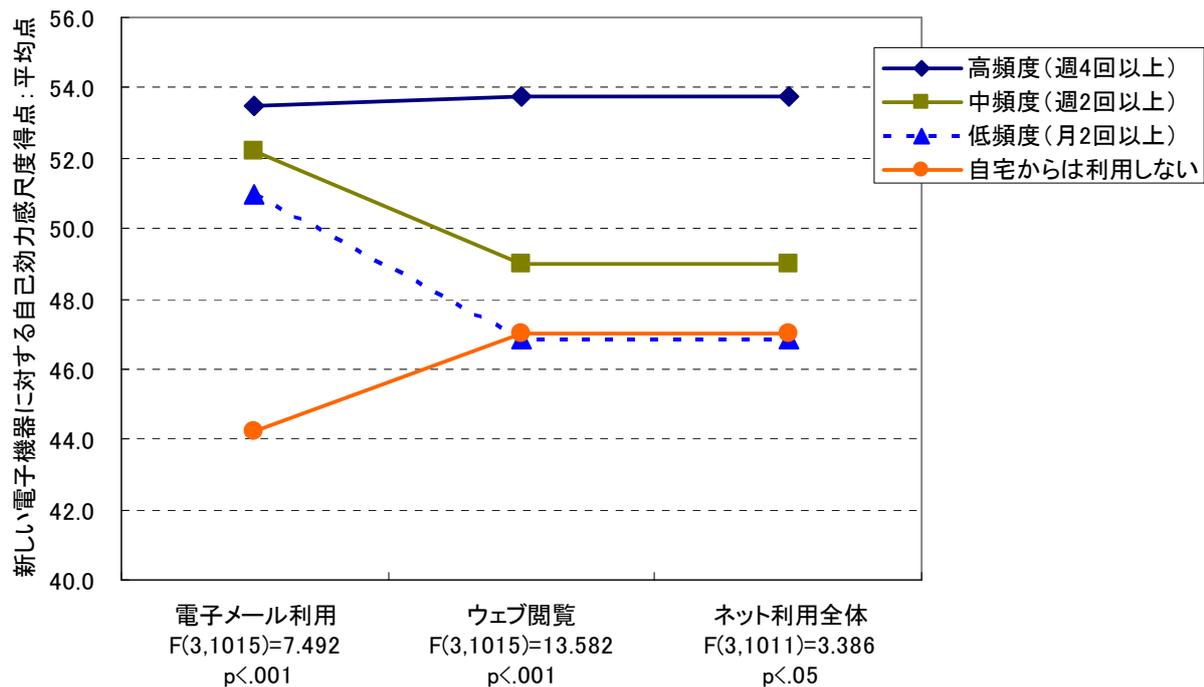


図 17 ネット利用者の自宅からの利用頻度別の自己効力感尺度得点の平均値

ネットアプリケーションの利用度と自己効力感尺度得点

ネットアプリケーションの利用度を、「1. とてもよく使う」「2. 比較的好く使う」を合算して「よく使う」とし、「3. 時々使う」「4. ごくたまに使う」を合算して「たまに使う」とし、使わない群を合わせた3群で比較した。

ネットアプリケーションごとに、各群の自己効力感尺度得点の平均値による分散分析を行ったところ、オンライントレードを除き有意な差が見られた。

アプリケーションを使わない群は、自己効力感が低く、たまに使う群はやや高い、またよく使う群は高いという傾向があった。

こうしたことから、ネット利用者の利用頻度についても、新しい電子機器に対する自己効力感尺度得点に有意な違いを見ることができた。

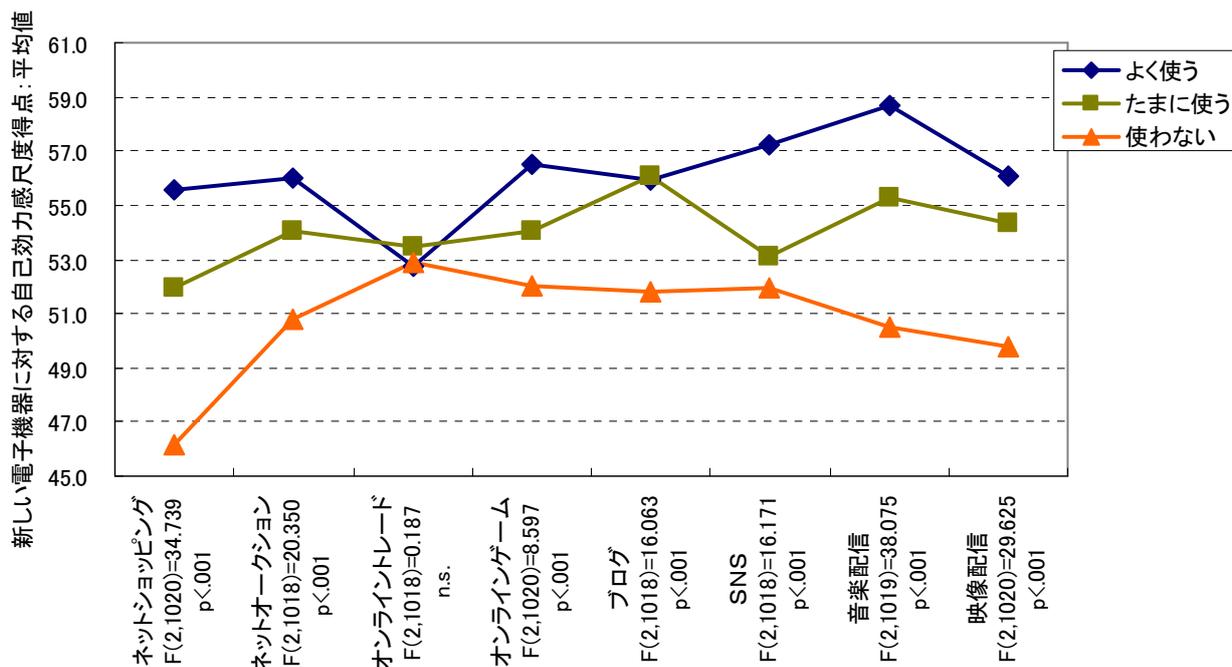


図 18 ネット利用者のネットアプリケーション利用度別の自己効力感尺度得点の平均値

5.7 考察

新しい電子機器に対する自己効力感尺度得点の分布

新しい電子機器に対する自己効力感尺度を作成して回答を集計し、素点を合計した自己効力感尺度得点を算出したところ、その分布は正規分布にきわめて近いものが得られた。

自己効力感尺度得点は、年齢が高くなればなるほど低くなる傾向があり、男性の方が女性よりもやや高い傾向があった。

また、メディアや情報通信機器の利用経験がある人ほど、自己効力感尺度得点は高い傾向があった。

インターネットの利用の有無と自己効力感尺度得点

自己効力感尺度得点インターネット利用者と未利用者では有意な差があった。インターネット利用者の方が、未利用者にくらべ 12 点近く高かった。

このことから、インターネット未利用者は、電子機器に対する自己効力感が低い層であることがわかった。つまり、電子機器を使う際にことに自信が持てなかったり、うまく使えないのではないかと不安になったり、苦手意識が働いたりすることが多いということである。

自己効力感尺度は、インターネットやメディアの利用の能力やスキル、リテラシーとは異なり、個人の積極性や取り組み態度を示す指標である。わが国のインターネット普及率は非常に高いため、現在インターネットを利用していない層では、リテラシー等の理由よ

りも、こうした個人の取り組み態度が大きく影響しているものと考えられる。

ネット利用者の利用頻度と自己効力感尺度得点

インターネット利用者でも、自己効力感は利用頻度にも影響していることが明らかになった。

自己効力感が高い人ほどネットアプリケーションを高頻度に利用している。これも、ネットを活用することが、個人の積極的な態度と関連していることを示している。

自己効力感の向上の方法とインターネット利用促進へのヒント

自己効力感を提唱した Bandura によると、自己効力感を高めることは可能である (Bandura, 2003)。Bandura は自己効力感を高めるためには、目標を分割して低いゴールを設定し、それをまず達成することが、ひいては自己効力感を高めるという、「多重ゴールモデル」を提示している。また、高い目標を直接的に達成することを支援するよりも、自己効力感を高めることの重要性についても主張している。これらの理論を社会的認知理論と呼んでいる。

本調査からも、さまざまなメディア利用経験が、自己効力感と関連し、自己効力感がインターネット利用を説明付けていることが明らかになった。つまり、インターネットとは直接関連がないメディア機器の利用経験は、新しい電子機器利用の自信につながり、インターネットの利用や高度な利用に結びついていると考えることができる。

このことを参考にすると、自己効力感を高めることを媒介としたインターネット利用促進策が考えられるのではないだろうか。たとえば、昨今の年配者はデジタルカメラへの関心が高い。まずデジタルカメラを利用することから、電子機器に対する自己効力感を向上させ、その上でインターネットへと誘導するような方法が、現在ネット利用を行っていない層への利用促進策として、有効だと考えられる。

また、最新の電子機器に対する自己効力感に関する研究では、製品への興味関心の度合いにより、自己効力感自体が大幅に変化することが確認されている。つまり、個人の興味が強まれば、自己効力感が高まり「がんばって使ってみよう」という意欲がわいてくるわけである。こうしたことから、いかに興味を持って理解してもらうかが、高普及状況のわが国には重要な促進策ではないかと考えられる。

6. 参考文献

- [1] Agarwal, R. and J. Prasad (1999), "Are Individual Differences Germane to the Acceptance of New Information Technology?," *Decision Sciences*, Vol. 30, No. 2, pp361-391.
- [2] Bandura, A. (1977), "Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavior Change," *Psychological Review*, 84, pp191-125.
- [3] Bandura, A. (2003), *Self-Efficacy - The exercise of control*, W. H. Freeman and Company.
- [4] Davis, F. D. (1989), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, September, pp319-340
- [5] Davis, F. D. (1993), "User Acceptance of information Technology: System Characteristics, User Perception and Behavioral Impacts," *International Journal of Man-Machine Studies*, Vol. 38, pp475-483.
- [6] Davis, F. D., R. P. Bagozzi and P. R. Warshaw (1989), "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science*, Vol. 35, No.8, pp982-1003
- [7] Fishbein, M. and I. Ajzen (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison- Wesley.
- [8] 伊藤崇達 (1996), "学業達成場面における自己効力感、原因帰属、学習方略の関係," *教育心理学研究*, 44, pp340-349.
- [9] 中村雅章 (2003), *組織の電子コミュニケーション—コンピュータ・コミュニケーションと人間行動*, 中央経済社
- [10] 坂野雄二 (1989), "一般性セルフ・エフィカシー尺度の妥当性の検討," *早稲大学人間科学研究*, 2 (1), pp91-98
- [11] 坂野雄二, et al. (1986), "一般性セルフ・エフィカシー尺度作成の試み," *行動療法研究*, 12 (1), pp73-81,
- [12] Taylor, S. and P. Todd (1995), "Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models," *Information Systems Research*, Vol. 6, No. 2, pp144-176.
- [13] Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, (46:2), 186-204.

7. アンケート集計表

インターネット利用期間...(S A) スクリーニング時の質問

No.	カテゴリー名	n	%
1	利用していない	187	15.2
2	1年未満	253	20.5
3	1年以上	792	64.3
	不明	0	
	全体	1232	100.0

Q1 [各種情報機器・サービスの利用状況]

	全体	インターネット の前から利用	インターネット の後から利用	利用したこと がない・知ら ない	不明
パソコン	1196 100.0	865 72.3	207 17.3	124 10.4	36
ワープロ専用機	1193 100.0	799 67.0	22 1.8	372 31.2	39
パソコン通信	1180 100.0	248 21.0	405 34.3	527 44.7	52
FAX	1193 100.0	999 83.8	65 5.4	129 10.8	39
携帯・PHS	1197 100.0	808 67.5	264 22.1	125 10.4	35
固定電話	1196 100.0	1138 95.2	22 1.8	36 3.0	36
多チャンネルテレビ	1187 100.0	325 27.4	252 21.2	610 51.4	45
文字orデータ放送	1181 100.0	123 10.4	143 12.1	915 77.5	51
ビデオカメラ	1186 100.0	655 55.2	130 11.0	401 33.8	46
家庭用ゲーム機	1187 100.0	810 68.2	33 2.8	344 29.0	45

上段は人数、下段は%。以下同様

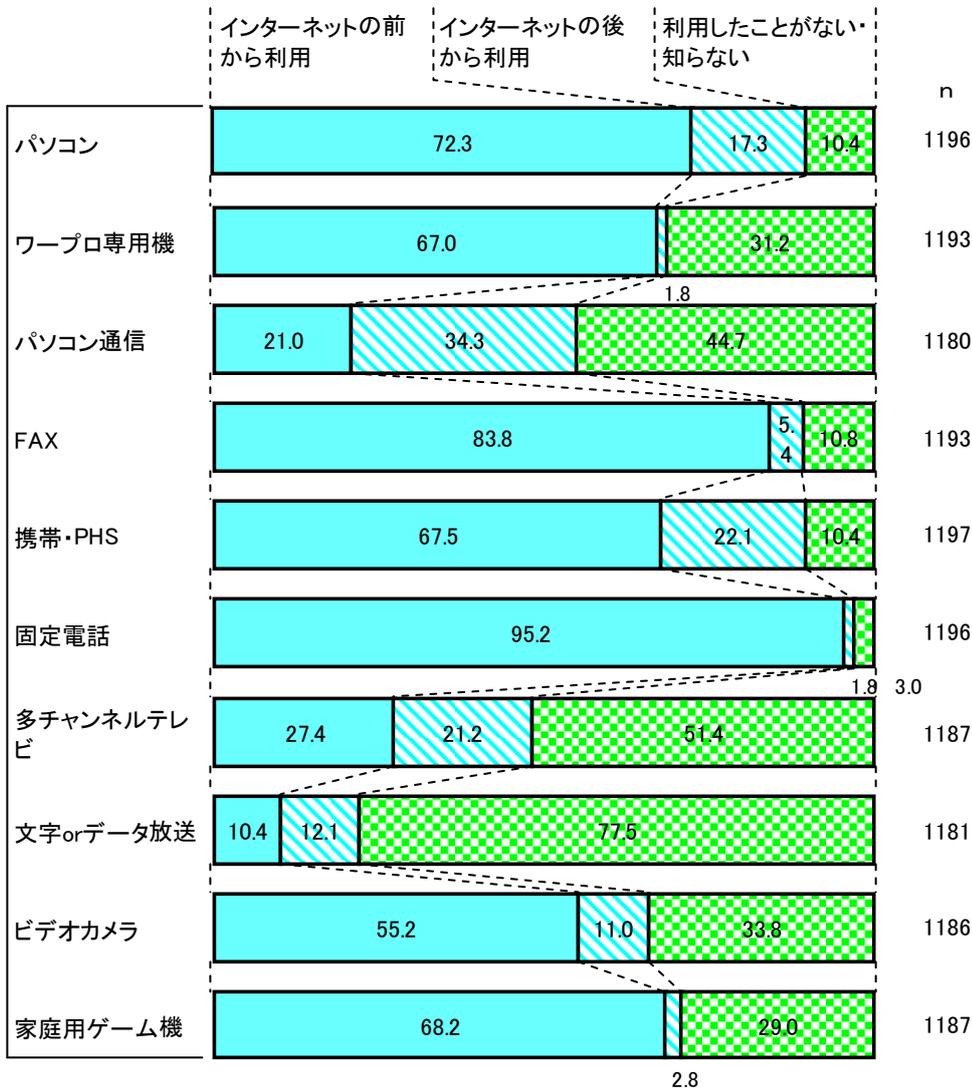
Q2 (1) 自宅のインターネット接続回線...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	ダイヤルアップ	25	2.1
2	ADSL	496	41.2
3	CATV回線	132	10.9
4	光ファイバー	397	32.9
5	携帯・PHS	9	0.7
6	インターネットは利用していない	147	12.2
	不明	26	
	全体	1206	100.0

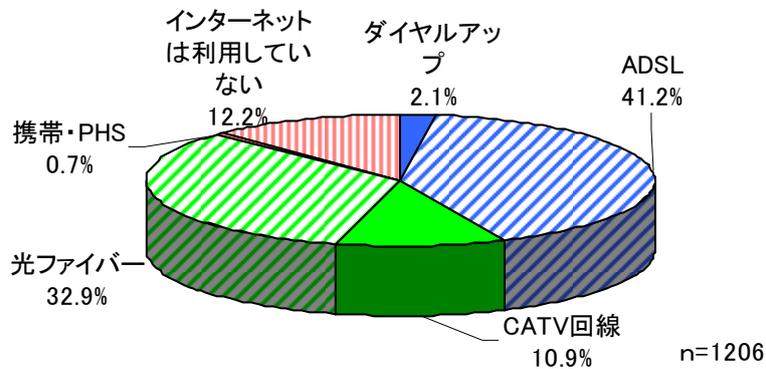
※ 調査票ではMA項目 分析のためS Aに変換

-グラフ-各種情報機器・サービスの利用状況

メディア利用経験



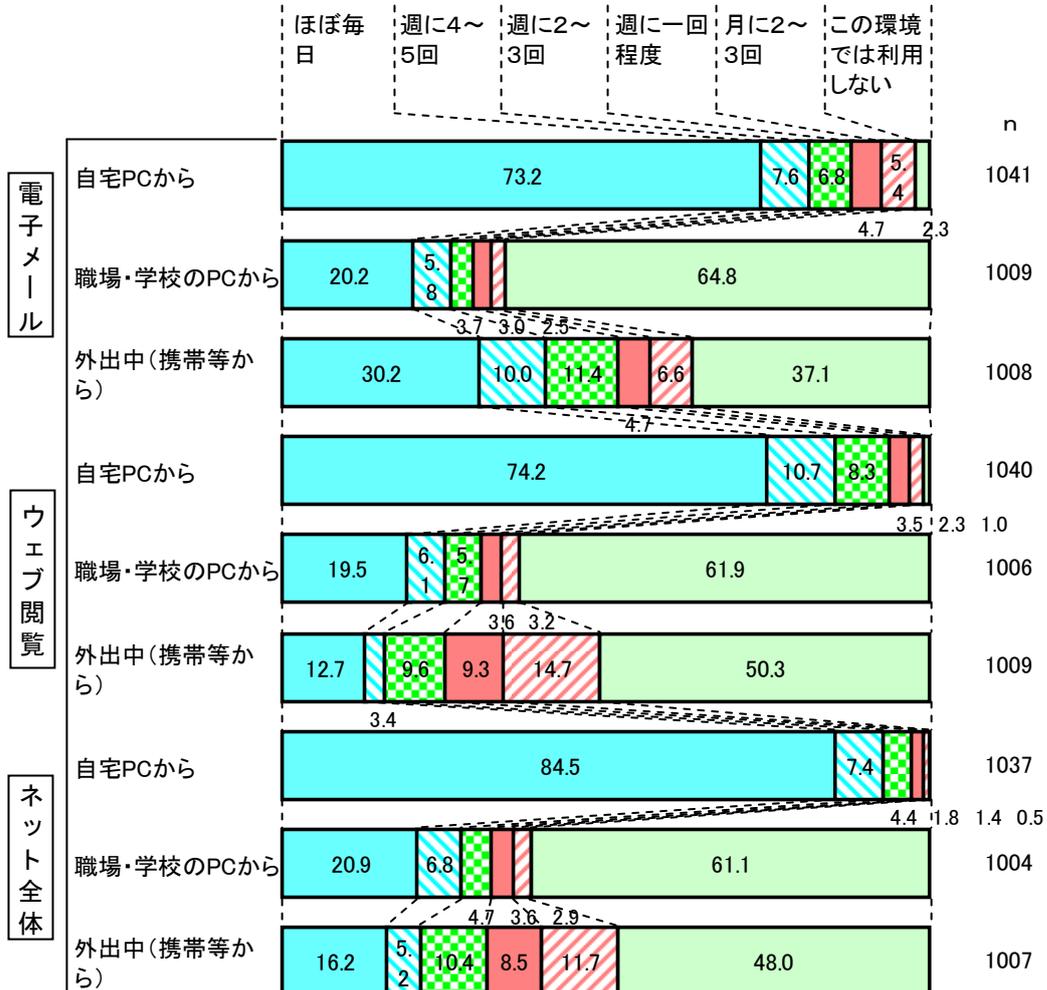
-グラフ-自宅のインターネット接続回線



Q2 (2) インターネットの利用頻度 (SA)

		全体	ほぼ毎日	週に4~5回	週に2~3回	週に一回程度	月に2~3回	この環境では利用しない	不明
電子メール	自宅PCから	1041	762	79	71	49	56	24	4
		100.0	73.2	7.6	6.8	4.7	5.4	2.3	
	職場・学校のPCから	1009	204	59	37	30	25	654	36
		100.0	20.2	5.8	3.7	3.0	2.5	64.8	
	外出中(携帯等から)	1008	304	101	115	47	67	374	37
		100.0	30.2	10.0	11.4	4.7	6.6	37.1	
ウェブ閲覧	自宅PCから	1040	773	111	86	36	24	10	5
		100.0	74.2	10.7	8.3	3.5	2.3	1.0	
	職場・学校のPCから	1006	196	61	57	36	32	624	39
		100.0	19.5	6.1	5.7	3.6	3.2	61.9	
	外出中(携帯等から)	1009	128	34	97	94	148	508	36
		100.0	12.7	3.4	9.6	9.3	14.7	50.3	
インターネット全体	自宅PCから	1037	875	77	46	19	15	5	8
		100.0	84.5	7.4	4.4	1.8	1.4	0.5	
	職場・学校のPCから	1004	210	68	47	36	29	614	41
		100.0	20.9	6.8	4.7	3.6	2.9	61.1	
	外出中(携帯等から)	1007	163	52	105	86	118	483	38
		100.0	16.2	5.2	10.4	8.5	11.7	48.0	

-グラフ- インターネットの利用頻度



Q 2 (3) インターネット利用時間 (1週間あたり) ... (数量)

全体	3920.5
平均	20.1
分散 (n-1)	192.0
標準偏差	13.9
最大値	85.0
最小値	0.5

Q 2 (4) プライベートでの利用率... (数量)

全体	16300.0
平均	83.6
分散 (n-1)	557.1
標準偏差	23.6
最大値	100.0
最小値	0.0

Q 2 (5) ①インターネット接続料金... (数量)

全体	889821.0
平均	4733.1
分散 (n-1)	2462538.5
標準偏差	1569.2
最大値	12000.0
最小値	1500.0

Q 2 (5) ②携帯電話のパケット料金... (数量)

全体	335310.0
平均	1873.2
分散 (n-1)	3583979.0
標準偏差	1893.1
最大値	10000.0
最小値	0.0

Q 2 (6) ①インターネット接続料金支払者... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	自分自身	579	55.6
2	配偶者	363	34.8
3	親もしくは子供	81	7.8
4	その他	19	1.8
	不明	3	
	全体	1042	100.0

Q 2 (6) ②パケット料金支払者...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	自分自身	580	59.7
2	配偶者	258	26.5
3	親もしくは子供	44	4.5
4	その他	90	9.3
	不明	73	
	全体	972	100.0

Q 2 (7) ①ネットショッピング利用金額...(数量)

全体	948650.0
平均	4940.9
分散(n-1)	33518228.0
標準偏差	5789.5
最大値	30000.0
最小値	0.0
不明	853
合計	192

Q 2 (7) ②オークション支払額...(数量)

全体	490650.0
平均	2637.9
分散(n-1)	71345001.5
標準偏差	8446.6
最大値	100000.0
最小値	0.0

Q 2 (7) ③オークション受取額...(数量)

全体	171200.0
平均	930.4
分散(n-1)	11155134.2
標準偏差	3339.9
最大値	30000.0
最小値	0.0

Q 2 (7) ④有料コンテンツ利用料金(携帯)...(数量)

全体	41615.0
平均	227.4
分散(n-1)	677941.7
標準偏差	823.4
最大値	10000.0
最小値	0.0

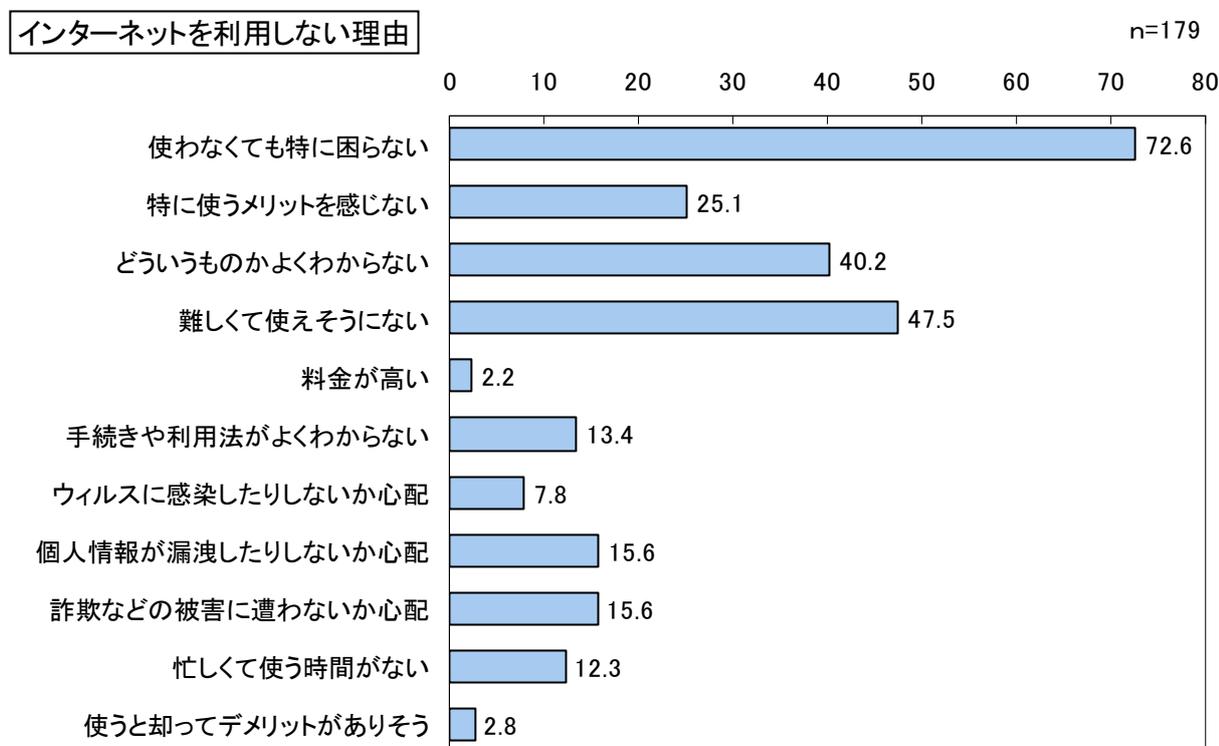
Q 2 (7) ⑤有料コンテンツ利用料金 (携帯以外) ... (数量)

全体	95475.0
平均	521.7
分散 (n-1)	10111397.2
標準偏差	3179.8
最大値	40000.0
最小値	0.0

Q 3 (1) インターネットを利用しない理由... (MA) (非利用者)

No.	カテゴリー名	n	%
1	使わなくても特に困らない	130	72.6
2	特に使うメリットを感じない	45	25.1
3	どういうものかよくわからない	72	40.2
4	難しくて使えそうにない	85	47.5
5	料金が低い	4	2.2
6	手続きや利用法がよくわからない	24	13.4
7	ウィルスに感染したりしないか心配	14	7.8
8	個人情報漏洩したりしないか心配	28	15.6
9	詐欺などの被害に遭わないか心配	28	15.6
10	忙しくて使う時間がない	22	12.3
11	使うと却ってデメリットがありそう	5	2.8
	不明	9	
	全体	179	100.0

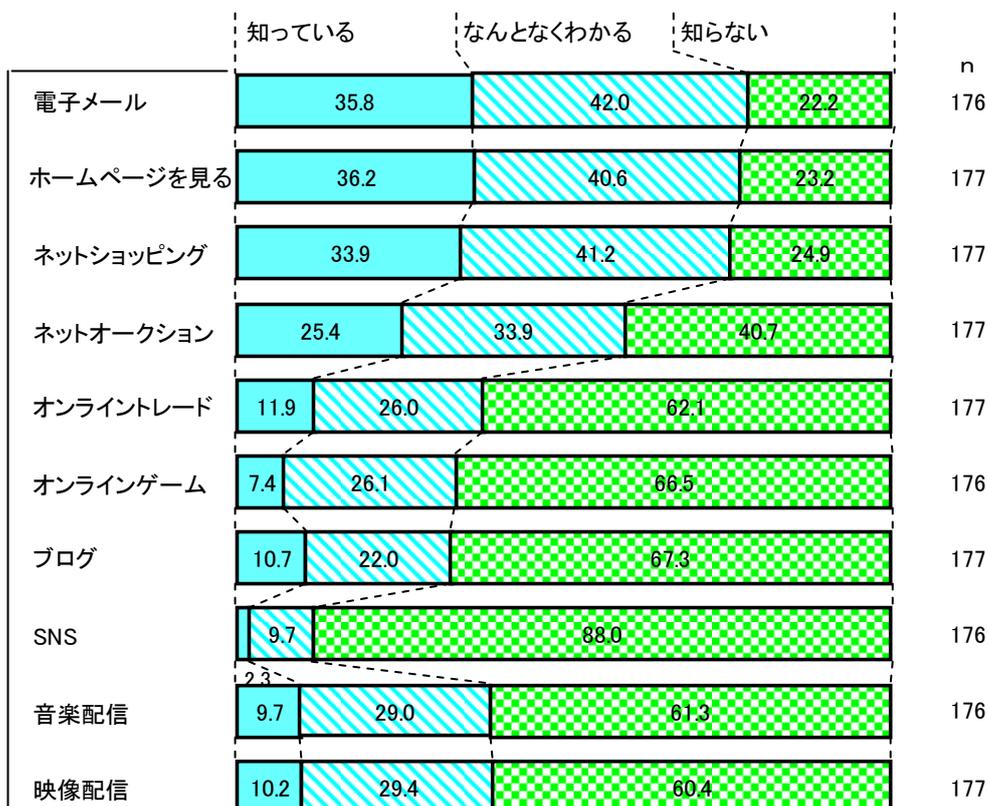
-グラフ- インターネットを利用しない理由



Q3 (2) 各種サービスの認知度 (SA) (非利用者)

	全体	知っている	なんとなくわかる	知らない	不明
電子メール	176	63	74	39	11
	100.0	35.8	42.0	22.2	
ホームページを見る	177	64	72	41	10
	100.0	36.2	40.6	23.2	
ネットショッピング	177	60	73	44	10
	100.0	33.9	41.2	24.9	
ネットオークション	177	45	60	72	10
	100.0	25.4	33.9	40.7	
オンライントレード	177	21	46	110	10
	100.0	11.9	26.0	62.1	
オンラインゲーム	176	13	46	117	11
	100.0	7.4	26.1	66.5	
ブログ	177	19	39	119	10
	100.0	10.7	22.0	67.3	
SNS	176	4	17	155	11
	100.0	2.3	9.7	88.0	
音楽配信	176	17	51	108	11
	100.0	9.7	29.0	61.3	
映像配信	177	18	52	107	10
	100.0	10.2	29.4	60.4	

-グラフ- 各種サービスの認知度



Q4 新しい電子製品・機器の利用に対する意識（自己効力感）

	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
新しい製品には気後れする	1226	119	294	275	388	150	6
	100.0	9.7	24.0	22.4	31.7	12.2	
新しい製品を利用するのは苦手	1226	120	282	257	408	159	6
	100.0	9.8	23.0	21.0	33.2	13.0	
どんなものでも興味を持って使おうとする	1221	43	212	338	461	167	11
	100.0	3.5	17.4	27.7	37.7	13.7	
新製品の購入はあまり迷わず決める	1223	148	410	401	214	50	9
	100.0	12.1	33.5	32.8	17.5	4.1	
分からなくても積極的に使ってみる	1225	95	298	369	395	68	7
	100.0	7.8	24.3	30.1	32.2	5.6	
うまく使いこなせるか心配性だ	1225	57	223	270	522	153	7
	100.0	4.7	18.2	22.0	42.6	12.5	
自信を持って新製品を使い始める	1224	72	311	439	323	79	8
	100.0	5.9	25.4	35.8	26.4	6.5	
新製品を購入して失敗したと感じる	1222	15	80	415	595	117	10
	100.0	1.2	6.5	34.0	48.7	9.6	
新製品をの扱いに困ることがある	1224	57	266	266	498	137	8
	100.0	4.7	21.7	21.7	40.7	11.2	
うまく使えないのではと不安になる	1226	65	262	241	482	176	6
	100.0	5.3	21.4	19.7	39.2	14.4	
前向きになれないことがよくある	1225	26	127	262	533	277	7
	100.0	2.1	10.4	21.4	43.5	22.6	
うまく使えないと気にする方だ	1219	18	118	256	531	296	13
	100.0	1.5	9.7	21.0	43.5	24.3	
使い方を覚えるのは人より得意	1225	94	288	492	291	60	7
	100.0	7.7	23.5	40.1	23.8	4.9	
新製品について人よりよく知っている	1225	145	300	445	278	57	7
	100.0	11.8	24.5	36.3	22.7	4.7	
操作を覚えるのが人より早い	1226	97	284	500	284	61	6
	100.0	7.9	23.2	40.7	23.2	5.0	
新製品の使い方を人に教えたりできる	1225	177	296	382	314	56	7
	100.0	14.4	24.2	31.2	25.6	4.6	

Q5 (1) インターネット全体に対する意識

	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
自分にとって必要不可欠だ	1228	616	340	116	80	76	4
	100.0	50.2	27.7	9.4	6.5	6.2	
生活や仕事に役立つサービスだ	1227	648	396	71	71	41	5
	100.0	52.8	32.3	5.8	5.8	3.3	
家族の多くが利用している	1224	368	457	190	143	66	8
	100.0	30.1	37.3	15.5	11.7	5.4	
使うことが一種のステータスシンボル	1226	92	193	375	390	176	6
	100.0	7.5	15.7	30.6	31.8	14.4	
利用するととても楽しめる	1228	446	502	180	66	34	4
	100.0	36.3	40.8	14.7	5.4	2.8	
使わないと取り残されそうで不安	1225	68	237	322	424	174	7
	100.0	5.6	19.3	26.3	34.6	14.2	
利用するための料金が高すぎる	1228	194	468	397	144	25	4
	100.0	15.8	38.2	32.3	11.7	2.0	
利用できるなら利用したいと思う	1226	747	335	85	36	23	6
	100.0	61.0	27.3	6.9	2.9	1.9	
使い方が明快でわかりやすい	1225	162	349	437	195	82	7
	100.0	13.2	28.5	35.7	15.9	6.7	
仕事や勉強の上でこれを遣うことは重要	1227	374	347	242	149	115	5
	100.0	30.5	28.3	19.7	12.1	9.4	
代わりになる手段に比べてずっと便利	1226	485	460	194	59	28	6
	100.0	39.6	37.5	15.8	4.8	2.3	
マニュアル等がなくても使える	1227	335	372	227	142	151	5
	100.0	27.3	30.3	18.5	11.6	12.3	
携帯電話での操作方法が難しい	1227	115	270	292	345	205	5
	100.0	9.4	22.0	23.8	28.1	16.7	
自分の能力を高めてくれる	1228	199	400	450	137	42	4
	100.0	16.2	32.6	36.6	11.2	3.4	
あまり考えたりしなくても使える	1227	201	453	306	177	90	5
	100.0	16.4	37.0	24.9	14.4	7.3	
自分が使いたいから利用している	1224	634	361	81	42	106	8
	100.0	51.8	29.5	6.6	3.4	8.7	
使わないと仕事や勉強で不都合がある	1223	259	270	315	199	180	9
	100.0	21.2	22.1	25.7	16.3	14.7	
ウィルスに感染するのではないかと不安	1226	170	505	295	190	66	6
	100.0	13.9	41.1	24.1	15.5	5.4	
教えてくれる人がいなくても使える	1226	238	413	264	151	160	6
	100.0	19.4	33.7	21.5	12.3	13.1	
パソコンの操作方法が難しい	1227	79	113	212	479	344	5
	100.0	6.4	9.2	17.3	39.1	28.0	
生活や仕事の効率が上がる	1228	326	473	276	95	58	4
	100.0	26.5	38.6	22.5	7.7	4.7	
簡単に思い通りに使うことができる	1224	202	409	323	158	132	8
	100.0	16.5	33.4	26.4	12.9	10.8	
誰かに使えといわれたわけではない	1221	711	281	143	28	58	11
	100.0	58.2	23.0	11.7	2.3	4.8	
経済的なメリットや収入につながる	1226	200	383	387	172	84	6
	100.0	16.3	31.2	31.6	14.0	6.9	
個人情報漏洩・悪用がないか不安	1228	245	545	254	147	37	4
	100.0	20.0	44.3	20.7	12.0	3.0	

前頁の表の続き	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
誰かに教えてもらわないと使えない	1227	123	98	152	361	493	5
	100.0	10.0	8.0	12.4	29.4	40.2	
利用するための時間が取れない	1228	39	98	299	445	347	4
	100.0	3.2	8.0	24.3	36.2	28.3	
利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1226	351	599	202	46	28	6
	100.0	28.6	48.8	16.5	3.8	2.3	
周囲が利用しているので使わないと不便	1227	164	366	346	245	106	5
	100.0	13.4	29.8	28.2	20.0	8.6	
学校や職場の関係者が利用している	1225	370	377	343	76	59	7
	100.0	30.2	30.8	28.0	6.2	4.8	
生活水準の高い人の方が使っている	1227	52	179	497	310	189	5
	100.0	4.2	14.6	40.5	25.3	15.4	
料金や費用に比べてメリットが大きい	1226	159	400	523	109	35	6
	100.0	13.0	32.6	42.6	8.9	2.9	
詐欺に遭うのではないかと不安	1228	98	391	375	292	72	4
	100.0	8.0	31.8	30.5	23.8	5.9	
必要な機材の値段が高すぎる	1228	324	553	266	71	14	4
	100.0	26.4	45.0	21.7	5.8	1.1	

Q5 (2) 電子メールに対する意識

	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
自分にとって必要不可欠だ	1230	520	368	160	85	97	2
	100.0	42.3	29.9	13.0	6.9	7.9	
生活や仕事に役立つサービスだ	1230	496	454	131	79	70	2
	100.0	40.3	36.9	10.7	6.4	5.7	
家族の多くが利用している	1228	408	440	178	140	62	4
	100.0	33.2	35.9	14.5	11.4	5.0	
使うことが一種のステータスシンボル	1224	79	144	386	347	268	8
	100.0	6.5	11.8	31.5	28.3	21.9	
利用するととても楽しめる	1226	259	439	331	130	67	6
	100.0	21.1	35.8	27.0	10.6	5.5	
使わないと取り残されそうで不安	1227	75	221	336	396	199	5
	100.0	6.1	18.0	27.4	32.3	16.2	
利用するための料金が高すぎる	1227	114	303	458	281	71	5
	100.0	9.3	24.7	37.3	22.9	5.8	
利用できるなら利用したいと思う	1227	582	439	127	43	36	5
	100.0	47.4	35.8	10.4	3.5	2.9	
使い方が明快でわかりやすい	1227	289	417	332	108	81	5
	100.0	23.6	33.9	27.1	8.8	6.6	
仕事や勉強の上でこれを遣うことは重要	1228	328	293	291	172	144	4
	100.0	26.7	23.9	23.7	14.0	11.7	
代わりになる手段に比べてずっと便利	1229	437	440	238	64	50	3
	100.0	35.6	35.7	19.4	5.2	4.1	
マニュアル等がなくても使える	1227	451	396	164	101	115	5
	100.0	36.7	32.3	13.4	8.2	9.4	
携帯電話での操作方法が難しい	1228	111	172	264	342	339	4
	100.0	9.0	14.0	21.5	27.9	27.6	
自分の能力を高めてくれる	1228	78	197	556	270	127	4
	100.0	6.4	16.0	45.3	22.0	10.3	

前頁の表の続き	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
あまり考えたりしなくても使える	1227	303	464	248	120	92	5
	100.0	24.7	37.8	20.2	9.8	7.5	
自分が使いたいから利用している	1228	548	411	135	50	84	4
	100.0	44.6	33.5	11.0	4.1	6.8	
使わないと仕事や勉強で不都合がある	1228	262	267	283	213	203	4
	100.0	21.3	21.7	23.2	17.3	16.5	
ウイルスに感染するのではないかと不安	1228	173	432	277	237	109	4
	100.0	14.1	35.1	22.6	19.3	8.9	
教えてくれる人がいなくても使える	1227	368	421	220	103	115	5
	100.0	30.0	34.3	17.9	8.4	9.4	
パソコンの操作方法が難しい	1228	95	101	213	403	416	4
	100.0	7.7	8.2	17.3	32.8	34.0	
生活や仕事の効率が上がる	1227	285	423	321	119	79	5
	100.0	23.2	34.5	26.2	9.7	6.4	
簡単に思い通りに使うことができる	1227	324	432	242	124	105	5
	100.0	26.4	35.2	19.7	10.1	8.6	
誰かに使えといわれたわけではない	1226	618	355	154	40	59	6
	100.0	50.3	29.0	12.6	3.3	4.8	
経済的なメリットや収入につながる	1229	133	259	437	240	160	3
	100.0	10.8	21.1	35.6	19.5	13.0	
個人情報の漏洩・悪用がないか不安	1228	189	486	276	200	77	4
	100.0	15.4	39.5	22.5	16.3	6.3	
誰かに教えてもらわないと使えない	1227	112	63	188	374	490	5
	100.0	9.1	5.1	15.3	30.5	40.0	
利用するための時間が取れない	1228	29	78	273	436	412	4
	100.0	2.4	6.4	22.2	35.4	33.6	
利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1226	193	470	383	130	50	6
	100.0	15.7	38.4	31.2	10.6	4.1	
周囲が利用しているので使わないと不便	1226	246	417	259	198	106	6
	100.0	20.1	34.0	21.1	16.2	8.6	
学校や職場の関係者が利用している	1226	413	398	279	81	55	6
	100.0	33.6	32.5	22.8	6.6	4.5	
生活水準の高い人の方が使っている	1228	39	126	401	360	302	4
	100.0	3.2	10.3	32.6	29.3	24.6	
料金や費用に比べてメリットが大きい	1227	199	384	490	111	43	5
	100.0	16.2	31.3	40.0	9.0	3.5	
詐欺に遭うのではないかと不安	1228	119	356	335	297	121	4
	100.0	9.7	28.9	27.3	24.2	9.9	
必要な機材の値段が高すぎる	1228	297	492	313	92	34	4
	100.0	24.2	40.0	25.5	7.5	2.8	

Q5 (3) ウェブ閲覧に対する意識

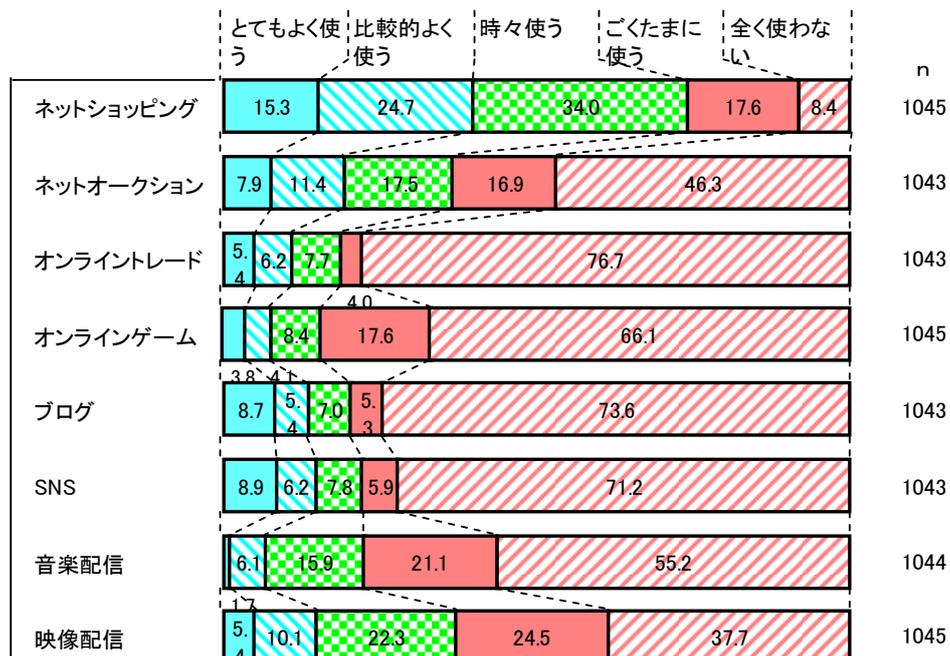
	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
自分にとって必要不可欠だ	1229	481	375	174	92	107	3
	100.0	39.1	30.5	14.2	7.5	8.7	
生活や仕事に役立つサービスだ	1228	501	469	133	48	77	4
	100.0	40.8	38.2	10.8	3.9	6.3	
家族の多くが利用している	1228	351	419	233	149	76	4
	100.0	28.6	34.1	19.0	12.1	6.2	
使うことが一種のステータスシンボル	1227	75	116	405	350	281	5
	100.0	6.1	9.5	33.0	28.5	22.9	
利用するととても楽しめる	1227	417	484	193	66	67	5
	100.0	34.0	39.4	15.7	5.4	5.5	
使わないと取り残されそうで不安	1228	59	194	365	371	239	4
	100.0	4.8	15.8	29.7	30.2	19.5	
利用するための料金が高すぎる	1229	168	347	485	167	62	3
	100.0	13.7	28.2	39.5	13.6	5.0	
利用できるなら利用したいと思う	1226	568	430	147	35	46	6
	100.0	46.2	35.1	12.0	2.9	3.8	
使い方が明快でわかりやすい	1227	276	391	370	104	86	5
	100.0	22.5	31.8	30.2	8.5	7.0	
仕事や勉強の上でこれを遣うことは重要	1226	305	312	303	161	145	6
	100.0	24.9	25.5	24.7	13.1	11.8	
代わりになる手段に比べてずっと便利	1226	410	475	221	64	56	6
	100.0	33.4	38.8	18.0	5.2	4.6	
マニュアル等がなくても使える	1227	421	418	178	82	128	5
	100.0	34.3	34.1	14.5	6.7	10.4	
携帯電話での操作方法が難しい	1225	122	195	328	311	269	7
	100.0	10.0	15.9	26.7	25.4	22.0	
自分の能力を高めてくれる	1227	172	368	456	148	83	5
	100.0	14.0	30.0	37.1	12.1	6.8	
あまり考えたりしなくても使える	1226	332	443	233	110	108	6
	100.0	27.1	36.1	19.0	9.0	8.8	
自分が使いたいから利用している	1225	578	366	138	48	95	7
	100.0	47.1	29.9	11.3	3.9	7.8	
使わないと仕事や勉強で不都合がある	1225	213	283	327	225	177	7
	100.0	17.4	23.1	26.7	18.4	14.4	
ウィルスに感染するのではないかと不安	1226	207	469	266	201	83	6
	100.0	16.9	38.2	21.7	16.4	6.8	
教えてくれる人がいなくても使える	1227	358	416	224	93	136	5
	100.0	29.2	33.8	18.3	7.6	11.1	
パソコンの操作方法が難しい	1227	99	106	221	414	387	5
	100.0	8.1	8.6	18.0	33.8	31.5	
生活や仕事の効率が上がる	1221	270	453	316	102	80	11
	100.0	22.1	37.0	25.9	8.4	6.6	
簡単に思い通りに使うことができる	1227	320	406	279	99	123	5
	100.0	26.1	33.1	22.7	8.1	10.0	
誰かに使えといわれたわけではない	1226	618	335	180	33	60	6
	100.0	50.4	27.3	14.7	2.7	4.9	
経済的なメリットや収入につながる	1226	155	342	431	177	121	6
	100.0	12.6	27.9	35.2	14.4	9.9	
個人情報漏洩・悪用がないか不安	1228	182	478	298	198	72	4
	100.0	14.8	38.9	24.3	16.1	5.9	

前頁の表の続き	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
誰かに教えてもらわないと使えない	1227	114	88	198	414	413	5
	100.0	9.3	7.2	16.1	33.7	33.7	
利用するための時間が取れない	1225	30	103	329	429	334	7
	100.0	2.4	8.4	26.9	35.0	27.3	
利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1228	273	571	265	66	53	4
	100.0	22.2	46.5	21.6	5.4	4.3	
周囲が利用しているので使わないと不便	1226	173	330	377	224	122	6
	100.0	14.1	26.9	30.7	18.3	10.0	
学校や職場の関係者が利用している	1226	311	422	315	107	71	6
	100.0	25.4	34.4	25.7	8.7	5.8	
生活水準の高い人の方が使っている	1227	60	112	417	360	278	5
	100.0	4.9	9.1	34.0	29.3	22.7	
料金や費用に比べてメリットが大きい	1227	175	412	490	105	45	5
	100.0	14.3	33.6	39.8	8.6	3.7	
詐欺に遭うのではないかと不安	1228	131	398	371	243	85	4
	100.0	10.7	32.4	30.2	19.8	6.9	
必要な機材の値段が高すぎる	1228	311	504	302	79	32	4
	100.0	25.3	41.1	24.6	6.4	2.6	

Q6 (1) アプリケーション・サービスの利用頻度 (利用者)

		全体	とてもよく使う	比較的によく使う	時々使う	ごくたまに使う	全く使わない	不明
パソコンから	ネットショッピング	1045	160	258	355	184	88	0
		100.0	15.3	24.7	34.0	17.6	8.4	
	ネットオークション	1043	82	119	183	176	483	2
		100.0	7.9	11.4	17.5	16.9	46.3	
	オンライントレード	1043	56	65	80	42	800	2
		100.0	5.4	6.2	7.7	4.0	76.7	
	オンラインゲーム	1045	40	43	88	184	690	0
		100.0	3.8	4.1	8.4	17.6	66.1	
	ブログ	1043	91	56	73	55	768	2
		100.0	8.7	5.4	7.0	5.3	73.6	
携帯電話・PHSから	ネットショッピング	154	4	9	10	19	112	0
		100.0	2.6	5.8	6.5	12.3	72.8	
	ネットオークション	154	1	6	5	19	123	0
		100.0	0.6	3.9	3.2	12.3	80.0	
	オンライントレード	153	1	3	2	9	138	1
		100.0	0.7	2.0	1.3	5.9	90.1	
	オンラインゲーム	154	1	4	13	15	121	0
		100.0	0.6	2.6	8.4	9.7	78.7	
	ブログ	153	5	2	6	13	127	1
		100.0	3.3	1.3	3.9	8.5	83.0	
スマートフォンから	ネットショッピング	154	4	9	10	19	112	0
		100.0	2.6	5.8	6.5	12.3	72.8	
	ネットオークション	154	1	6	5	19	123	0
		100.0	0.6	3.9	3.2	12.3	80.0	
	オンライントレード	153	1	3	2	9	138	1
		100.0	0.7	2.0	1.3	5.9	90.1	
	オンラインゲーム	154	1	4	13	15	121	0
		100.0	0.6	2.6	8.4	9.7	78.7	
	ブログ	153	5	2	6	13	127	1
		100.0	3.3	1.3	3.9	8.5	83.0	
タブレットから	ネットショッピング	154	4	9	10	19	112	0
		100.0	2.6	5.8	6.5	12.3	72.8	
	ネットオークション	154	1	6	5	19	123	0
		100.0	0.6	3.9	3.2	12.3	80.0	
	オンライントレード	153	1	3	2	9	138	1
		100.0	0.7	2.0	1.3	5.9	90.1	
	オンラインゲーム	154	1	4	13	15	121	0
		100.0	0.6	2.6	8.4	9.7	78.7	
	ブログ	153	5	2	6	13	127	1
		100.0	3.3	1.3	3.9	8.5	83.0	
その他	ネットショッピング	154	4	9	10	19	112	0
		100.0	2.6	5.8	6.5	12.3	72.8	
	ネットオークション	154	1	6	5	19	123	0
		100.0	0.6	3.9	3.2	12.3	80.0	
	オンライントレード	153	1	3	2	9	138	1
		100.0	0.7	2.0	1.3	5.9	90.1	
	オンラインゲーム	154	1	4	13	15	121	0
		100.0	0.6	2.6	8.4	9.7	78.7	
	ブログ	153	5	2	6	13	127	1
		100.0	3.3	1.3	3.9	8.5	83.0	

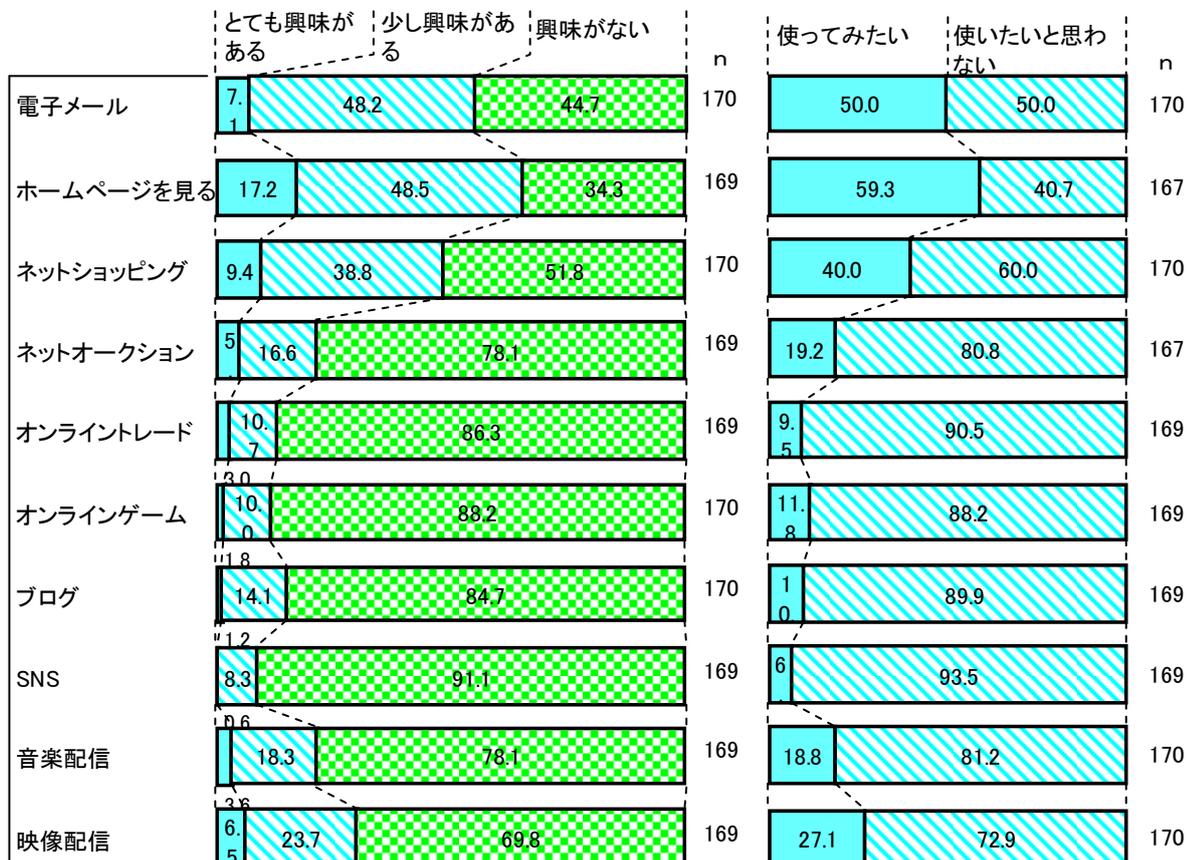
-グラフ-パソコンからのアプリケーション利用頻度



Q6 (2) アプリケーション・サービスへの興味・利用意向 (非利用者)

	全体	とても興味がある	少し興味がある	興味がない	不明	使ってみたい	使いたいと思わない	不明
電子メール	170	12	82	76	17	85	85	17
	100.0	7.1	48.2	44.7		50.0	50.0	
ホームページを見る	169	29	82	58	18	99	68	20
	100.0	17.2	48.5	34.3		59.3	40.7	
ネットショッピング	170	16	66	88	17	68	102	17
	100.0	9.4	38.8	51.8		40.0	60.0	
ネットオークション	169	9	28	132	18	32	135	20
	100.0	5.3	16.6	78.1		19.2	80.8	
オンライントレード	169	5	18	146	18	16	153	18
	100.0	3.0	10.7	86.3		9.5	90.5	
オンラインゲーム	170	3	17	150	17	20	149	18
	100.0	1.8	10.0	88.2		11.8	88.2	
ブログ	170	2	24	144	17	17	152	18
	100.0	1.2	14.1	84.7		10.1	89.9	
SNS	169	1	14	154	18	11	158	18
	100.0	0.6	8.3	91.1		6.5	93.5	
音楽配信	169	6	31	132	18	32	138	17
	100.0	3.6	18.3	78.1		18.8	81.2	
映像配信	169	11	40	118	18	46	124	17
	100.0	6.5	23.7	69.8		27.1	72.9	

-グラフ-アプリケーション・サービスへの興味・利用意向



Q7 (1) ネットショッピング等の商品売買サービスに対する意識

	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
自分にとって必要不可欠だ	1230	215	378	294	198	145	2
	100.0	17.5	30.7	23.9	16.1	11.8	
生活や仕事に役立つサービスだ	1230	242	523	238	118	109	2
	100.0	19.7	42.5	19.3	9.6	8.9	
家族の多くが利用している	1230	124	351	305	268	182	2
	100.0	10.1	28.5	24.8	21.8	14.8	
使うことが一種のステータスシンボル	1228	27	101	330	409	361	4
	100.0	2.2	8.2	26.9	33.3	29.4	
利用するととても楽しめる	1229	175	494	307	149	104	3
	100.0	14.2	40.2	25.0	12.1	8.5	
使わないと取り残されそうで不安	1229	12	63	278	460	416	3
	100.0	1.0	5.1	22.6	37.5	33.8	
利用するための料金が高すぎる	1230	75	226	546	288	95	2
	100.0	6.1	18.4	44.4	23.4	7.7	
利用できるなら利用したいと思う	1229	317	531	214	82	85	3
	100.0	25.8	43.2	17.4	6.7	6.9	
使い方が明快でわかりやすい	1229	163	362	422	169	113	3
	100.0	13.3	29.5	34.2	13.8	9.2	
仕事や勉強の上でこれを遣うことは重要	1228	52	144	383	330	319	4
	100.0	4.2	11.7	31.2	26.9	26.0	
代わりになる手段に比べてずっと便利	1229	207	475	328	132	87	3
	100.0	16.8	38.7	26.7	10.7	7.1	

前頁の表の続き	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
マニュアル等がなくても使える	1230	264	461	244	119	142	2
	100.0	21.5	37.5	19.8	9.7	11.5	
携帯電話での操作方法が難しい	1227	144	167	388	279	249	5
	100.0	11.7	13.6	31.7	22.7	20.3	
自分の能力を高めてくれる	1227	37	117	505	342	226	5
	100.0	3.0	9.5	41.2	27.9	18.4	
あまり考えたりしなくても使える	1230	219	423	321	141	126	2
	100.0	17.8	34.4	26.1	11.5	10.2	
自分が使いたいから利用している	1227	404	427	198	70	128	5
	100.0	32.9	34.9	16.1	5.7	10.4	
使わないと仕事や勉強で不都合がある	1227	40	82	339	378	388	5
	100.0	3.3	6.7	27.6	30.8	31.6	
ウィルスに感染するのではないかと不安	1227	152	377	327	243	128	5
	100.0	12.4	30.7	26.7	19.8	10.4	
教えてくれる人がいなくても使える	1230	279	430	264	118	139	2
	100.0	22.7	34.9	21.5	9.6	11.3	
パソコンの操作方法が難しい	1230	87	84	235	395	429	2
	100.0	7.1	6.8	19.1	32.1	34.9	
生活や仕事の効率が上がる	1229	121	319	414	214	161	3
	100.0	9.8	26.0	33.7	17.4	13.1	
簡単に思い通りに使うことができる	1230	240	424	321	114	131	2
	100.0	19.5	34.4	26.1	9.3	10.7	
誰かに使えといわれたわけではない	1224	509	391	190	55	79	8
	100.0	41.6	31.9	15.5	4.5	6.5	
経済的なメリットや収入につながる	1228	132	357	380	218	141	4
	100.0	10.7	29.1	30.9	17.8	11.5	
個人情報の漏洩・悪用がないか不安	1229	230	507	265	153	74	3
	100.0	18.7	41.3	21.6	12.4	6.0	
誰かに教えてもらわないと使えない	1229	111	111	210	419	378	3
	100.0	9.0	9.0	17.1	34.1	30.8	
利用するための時間が取れない	1227	42	119	339	411	316	5
	100.0	3.4	9.7	27.6	33.5	25.8	
利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1227	131	423	412	158	103	5
	100.0	10.7	34.4	33.6	12.9	8.4	
周囲が利用しているので使わないと不便	1230	47	146	397	365	275	2
	100.0	3.8	11.9	32.2	29.7	22.4	
学校や職場の関係者が利用している	1227	82	257	503	248	137	5
	100.0	6.7	20.9	41.0	20.2	11.2	
生活水準の高い人の方が使っている	1228	30	98	426	361	313	4
	100.0	2.4	8.0	34.7	29.4	25.5	
料金や費用に比べてメリットが大きい	1230	81	333	576	157	83	2
	100.0	6.6	27.1	46.8	12.8	6.7	
詐欺に遭うのではないかと不安	1230	222	484	283	163	78	2
	100.0	18.0	39.4	23.0	13.3	6.3	
必要な機材の値段が高すぎる	1230	289	463	344	87	47	2
	100.0	23.5	37.6	28.0	7.1	3.8	

Q7 (2) ブログやSNSなどのネットコミュニティサービスに対する意識

	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
自分にとって必要不可欠だ	1228	51	143	267	375	392	4
	100.0	4.2	11.6	21.7	30.5	32.0	
生活や仕事に役立つサービスだ	1228	51	209	336	329	303	4
	100.0	4.2	17.0	27.3	26.8	24.7	
家族の多くが利用している	1227	53	148	301	333	392	5
	100.0	4.3	12.1	24.5	27.1	32.0	
使うことが一種のステータスシンボル	1227	19	87	291	364	466	5
	100.0	1.5	7.1	23.7	29.7	38.0	
利用するととても楽しめる	1228	103	303	348	249	225	4
	100.0	8.4	24.7	28.3	20.3	18.3	
使わないと取り残されそうで不安	1225	18	84	265	403	455	7
	100.0	1.5	6.9	21.6	32.9	37.1	
利用するための料金が高すぎる	1228	55	108	643	248	174	4
	100.0	4.5	8.8	52.3	20.2	14.2	
利用できるなら利用したいと思う	1228	137	289	332	259	211	4
	100.0	11.2	23.5	27.0	21.1	17.2	
使い方が明快でわかりやすい	1228	67	201	487	283	190	4
	100.0	5.5	16.4	39.6	23.0	15.5	
仕事や勉強の上でこれを遣うことは重要	1226	25	69	317	380	435	6
	100.0	2.0	5.6	25.9	31.0	35.5	
代わりになる手段に比べてずっと便利	1228	58	206	498	254	212	4
	100.0	4.7	16.8	40.5	20.7	17.3	
マニュアル等がなくても使える	1228	116	285	359	236	232	4
	100.0	9.4	23.2	29.3	19.2	18.9	
携帯電話での操作方法が難しい	1226	134	168	419	269	236	6
	100.0	10.9	13.7	34.3	21.9	19.2	
自分の能力を高めてくれる	1227	29	140	459	347	252	5
	100.0	2.4	11.4	37.4	28.3	20.5	
あまり考えたりしなくても使える	1223	104	278	403	226	212	9
	100.0	8.5	22.7	33.0	18.5	17.3	
自分が使いたいから利用している	1226	174	196	341	187	328	6
	100.0	14.2	16.0	27.7	15.3	26.8	
使わないと仕事や勉強で不都合がある	1225	15	43	285	359	523	7
	100.0	1.2	3.5	23.3	29.3	42.7	
ウイルスに感染するのではないかと不安	1225	139	324	366	240	156	7
	100.0	11.3	26.4	30.0	19.6	12.7	
教えてくれる人がいなくても使える	1228	128	289	376	212	223	4
	100.0	10.4	23.5	30.6	17.3	18.2	
パソコンの操作方法が難しい	1227	94	96	314	355	368	5
	100.0	7.7	7.8	25.6	28.9	30.0	
生活や仕事の効率が上がる	1227	31	102	440	333	321	5
	100.0	2.5	8.3	35.9	27.1	26.2	
簡単に思い通りに使うことができる	1223	112	250	411	224	226	9
	100.0	9.2	20.4	33.6	18.3	18.5	
誰かに使えといわれたわけではない	1223	260	255	451	92	165	9
	100.0	21.3	20.9	36.8	7.5	13.5	
経済的なメリットや収入につながる	1228	25	102	413	351	337	4
	100.0	2.0	8.3	33.7	28.6	27.4	
個人情報の漏洩・悪用がないか不安	1227	200	414	330	175	108	5
	100.0	16.3	33.7	26.9	14.3	8.8	
誰かに教えてもらわないと使えない	1225	161	183	352	302	227	7
	100.0	13.1	14.9	28.8	24.7	18.5	

前頁の表の続き	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
利用するための時間が取れない	1228 100.0	80 6.5	187 15.2	402 32.8	312 25.4	247 20.1	4
利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1226 100.0	65 5.3	266 21.7	476 38.8	221 18.0	198 16.2	6
周囲が利用しているので使わないと不便	1226 100.0	25 2.0	91 7.4	354 28.9	377 30.8	379 30.9	6
学校や職場の関係者が利用している	1225 100.0	49 4.0	165 13.5	465 38.0	309 25.2	237 19.3	7
生活水準の高い人の方が使っている	1227 100.0	15 1.2	59 4.8	393 32.0	370 30.2	390 31.8	5
料金や費用に比べてメリットが大きい	1228 100.0	40 3.3	164 13.4	616 50.1	235 19.1	173 14.1	4
詐欺に遭うのではないかと不安	1228 100.0	146 11.9	326 26.5	400 32.6	230 18.7	126 10.3	4
必要な機材の値段が高すぎる	1228 100.0	274 22.3	406 33.1	386 31.4	97 7.9	65 5.3	4

Q7 (3) 音楽・映像配信などのエンタテインメントサービスに対する意識

	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
自分にとって必要不可欠だ	1229 100.0	61 5.0	189 15.4	284 23.1	374 30.4	321 26.1	3
生活や仕事に役立つサービスだ	1229 100.0	49 4.0	290 23.6	299 24.3	315 25.6	276 22.5	3
家族の多くが利用している	1228 100.0	71 5.8	244 19.9	311 25.3	323 26.3	279 22.7	4
使うことが一種のステータスシンボル	1226 100.0	21 1.7	93 7.6	309 25.2	362 29.5	441 36.0	6
利用するととても楽しめる	1229 100.0	161 13.1	506 41.1	285 23.2	131 10.7	146 11.9	3
使わないと取り残されそうで不安	1229 100.0	14 1.1	66 5.4	273 22.2	434 35.3	442 36.0	3
利用するための料金が高すぎる	1227 100.0	211 17.2	390 31.8	450 36.7	106 8.6	70 5.7	5
利用できるなら利用したいと思う	1227 100.0	185 15.1	443 36.1	324 26.4	142 11.6	133 10.8	5
使い方が明快でわかりやすい	1227 100.0	102 8.3	244 19.9	506 41.2	224 18.3	151 12.3	5
仕事や勉強の上でこれを遣うことは重要	1226 100.0	24 2.0	53 4.3	294 24.0	398 32.5	457 37.2	6
代わりになる手段に比べてずっと便利	1223 100.0	96 7.8	321 26.2	427 35.0	218 17.8	161 13.2	9
マニュアル等がなくても使える	1228 100.0	144 11.7	314 25.6	352 28.7	214 17.4	204 16.6	4
携帯電話での操作方法が難しい	1227 100.0	145 11.8	162 13.2	396 32.3	272 22.2	252 20.5	5
自分の能力を高めてくれる	1229 100.0	22 1.8	87 7.1	454 36.9	398 32.4	268 21.8	3
あまり考えたりしなくても使える	1229 100.0	146 11.9	322 26.2	367 29.8	216 17.6	178 14.5	3

前頁の表の続き	全体	とても そう思 う	ややそ う思 う	どちら ともい えない	あまり そう思 わない	全くそ う思わ ない	不明
自分が使いたいから利用している	1227	218	284	339	146	240	5
	100.0	17.8	23.1	27.6	11.9	19.6	
使わないと仕事や勉強で不都合がある	1227	14	21	264	384	544	5
	100.0	1.1	1.7	21.5	31.3	44.4	
ウイルスに感染するのではないかと不安	1228	140	342	354	229	163	4
	100.0	11.4	27.9	28.8	18.6	13.3	
教えてくれる人がいなくても使える	1229	168	307	361	187	206	3
	100.0	13.7	25.0	29.3	15.2	16.8	
パソコンの操作方法が難しい	1225	99	94	305	351	376	7
	100.0	8.1	7.7	24.9	28.7	30.6	
生活や仕事の効率が上がる	1226	21	122	407	354	322	6
	100.0	1.7	10.0	33.1	28.9	26.3	
簡単に思い通りに使うことができる	1227	124	293	416	190	204	5
	100.0	10.1	23.9	33.9	15.5	16.6	
誰かに使えといわれたわけではない	1226	297	338	378	69	144	6
	100.0	24.2	27.6	30.9	5.6	11.7	
経済的なメリットや収入につながる	1225	18	51	346	420	390	7
	100.0	1.5	4.2	28.2	34.3	31.8	
個人情報漏洩・悪用がないか不安	1227	137	342	390	229	129	5
	100.0	11.2	27.9	31.7	18.7	10.5	
誰かに教えてもらわないと使えない	1225	150	140	344	332	259	7
	100.0	12.2	11.4	28.2	27.1	21.1	
利用するための時間が取れない	1227	64	163	402	348	250	5
	100.0	5.2	13.3	32.7	28.4	20.4	
利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1227	42	255	477	271	182	5
	100.0	3.4	20.8	38.9	22.1	14.8	
周囲が利用しているので使わないと不便	1227	15	78	357	402	375	5
	100.0	1.2	6.4	29.1	32.7	30.6	
学校や職場の関係者が利用している	1226	44	161	481	307	233	6
	100.0	3.6	13.1	39.3	25.0	19.0	
生活水準の高い人の方が使っている	1227	26	72	407	342	380	5
	100.0	2.1	5.9	33.1	27.9	31.0	
料金や費用に比べてメリットが大きい	1227	41	179	613	254	140	5
	100.0	3.3	14.6	50.0	20.7	11.4	
詐欺に遭うのではないかと不安	1229	111	280	412	276	150	3
	100.0	9.0	22.8	33.5	22.5	12.2	
必要な機材の値段が高すぎる	1229	281	429	376	85	58	3
	100.0	22.9	34.9	30.6	6.9	4.7	

Q8 (1) 年代...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	10代・20代	162	13.1
2	30代	219	17.8
3	40代	241	19.6
4	50代	358	29.0
5	60代以上	252	20.5
	全体	1232	100.0

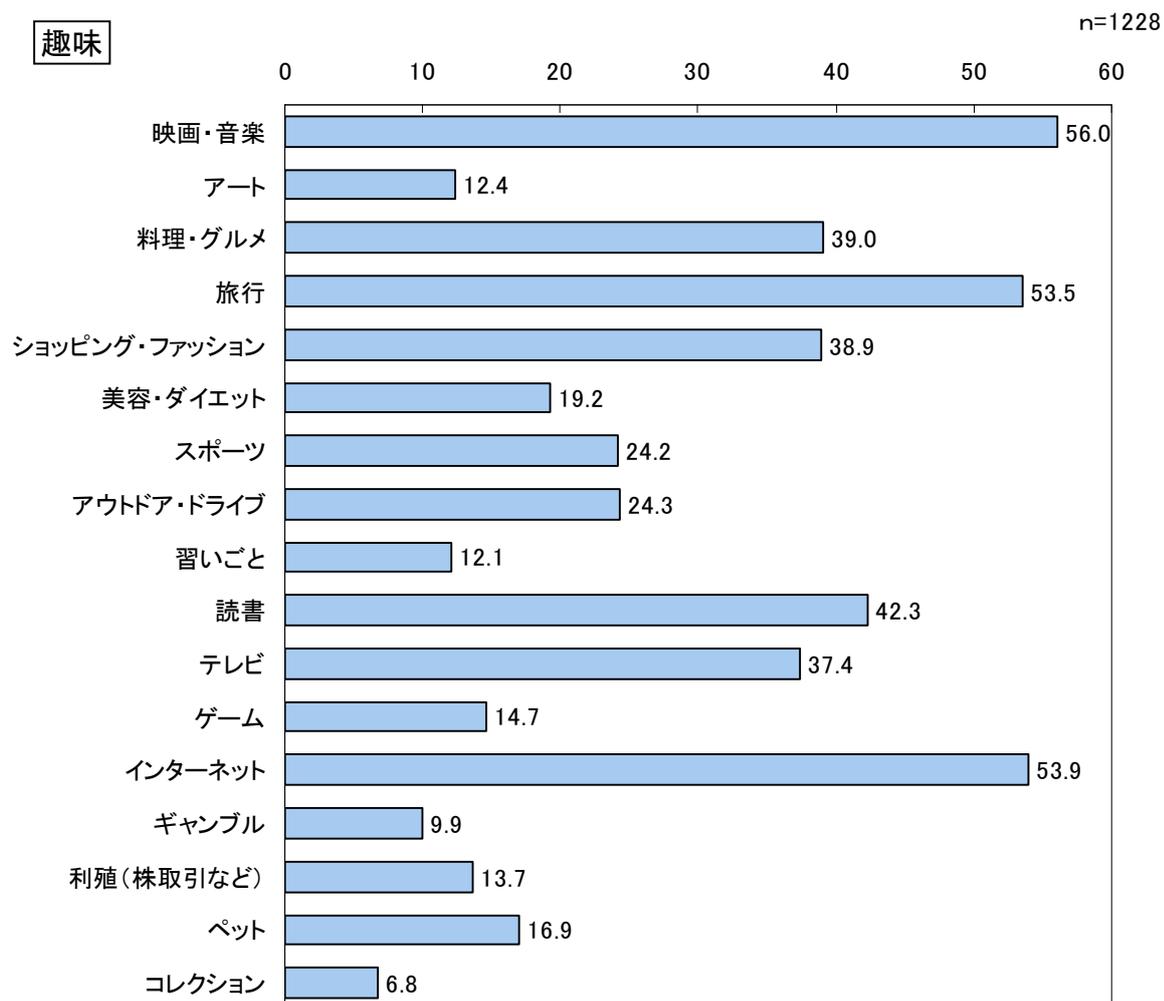
Q8 (2) 性別...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	男性	461	37.4
2	女性	771	62.6
	全体	1232	100.0

Q 8 (3) 趣味... (MA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	映画・音楽	688	56.0
2	アート	152	12.4
3	料理・グルメ	479	39.0
4	旅行	657	53.5
5	ショッピング・ファッション	478	38.9
6	美容・ダイエット	236	19.2
7	スポーツ	297	24.2
8	アウトドア・ドライブ	299	24.3
9	習いごと	148	12.1
10	読書	520	42.3
11	テレビ	459	37.4
12	ゲーム	180	14.7
13	インターネット	662	53.9
14	ギャンブル	122	9.9
15	利殖 (株取引など)	168	13.7
16	ペット	208	16.9
17	コレクション	83	6.8
	不明	4	
	全体	1228	100.0

-グラフ- 趣味



Q 8 (4) 住居形態... (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	持ち家戸建て	659	53.5
2	持ち家マンション	203	16.5
3	賃貸戸建て	54	4.4
4	賃貸アパート	139	11.3
5	賃貸マンション	158	12.8
6	その他	19	1.5
	全体	1232	100.0

Q 8 (5) 一ヶ月に自由に使える金額 (S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	1万円未満	237	19.3
2	1万円～2万円未満	288	23.4
3	2万円～4万円未満	371	30.2
4	4万円～6万円未満	177	14.4
5	6万円～8万円未満	64	5.2
6	8万円～10万円未満	43	3.5
7	10万円以上	49	4.0
	不明	3	
	全体	1229	100.0

Q 8 (6) 周囲のインターネット利用率... (数量)

全体	8192.3
平均	6.7
分散 (n-1)	5.9
標準偏差	2.4
最大値	30.0
最小値	0.0

付録： アンケート票

Q 1. 各種情報機器・サービスの利用状況についてお伺いします。

下記に挙げる機器やサービスについて、利用したことがあるかどうかをお答えください。

インターネットを利用していない方で、各機器やサービスを「利用したことがある」ものは、それぞれ「インターネットを始める前から」（1番）に○をつけてください。

（それぞれ、1～3の中から一つ選んで○）

	利用したことがある		利用したことがない、どうい うものか知ら ない
	インターネット を始める前から	インターネット を始めた後から	
パソコン	1	2	3
ワープロ専用機	1	2	3
パソコン通信	1	2	3
ファクシミリ（FAX）	1	2	3
携帯電話・PHS	1	2	3
プッシュホン（固定電話）	1	2	3
多チャンネルテレビ （CS放送、CATV等）	1	2	3
文字放送、データ放送	1	2	3
ビデオカメラ（アナロ グ・デジタルどちらでも）	1	2	3
家庭用ゲーム機	1	2	3

Q 2. インターネットの利用状況についてお伺いします。

（1）ご自宅で、あなた自身がインターネットを利用している環境をお答えください。

（○はいくつでも）

1. ダイヤルアップ	2. ADSL	3. CATV回線	4. 光ファイバー
5. 携帯電話・PHS	6. その他	7. <u>インターネットは利用していない</u>	

Q3. にお進みください。

以下の(2)～(7)は、**インターネットを利用している方**にお伺いします。
 利用していない方は Q3. にお進みください。

(2) インターネットの利用頻度はどれくらいですか。

(それぞれ、1～6の中から一番近いものを一つ選んで○)



		ほぼ毎日	週に4～5回	週に2～3回	週に1回程度	月に2～3回	この環境では利用しない
電子メールの利用頻度	自宅のパソコンから	1	2	3	4	5	6
	職場・学校等のパソコンから	1	2	3	4	5	6
	外出中(携帯電話などから)	1	2	3	4	5	6
ウェブ閲覧(情報収集)の利用頻度	自宅のパソコンから	1	2	3	4	5	6
	職場・学校等のパソコンから	1	2	3	4	5	6
	外出中(携帯電話などから)	1	2	3	4	5	6
インターネット全体	自宅のパソコンから	1	2	3	4	5	6
	職場・学校等のパソコンから	1	2	3	4	5	6
	外出中(携帯電話などから)	1	2	3	4	5	6

(3) インターネットの利用時間はどれくらいですか。1週間単位で考えると、週に何時間ぐらい使っているかをお答えください。大体の時間数で結構です。

週におよそ

時間程度

(4) インターネットの利用について、全体を100%としたとき、プライベートでの利用は何%ぐらいになりますか。数字でお答えください。

およそ

%程度

(5) インターネットの利用料金についてお伺いします。それぞれの項目について、毎月の支払い額の平均をお答えください。大体の金額で結構です

① 自宅でのインターネット接続料金(※1)	約()円/月
② 携帯電話のパケット料金(※2)	約()円/月

※1 プロバイダ料金・接続回線料金を合わせた全体額をお答えください。

※2 パケット通信料についてのみお答えください。基本料金や通話料は含みません。

(6) (5)でお答えいただいたインターネットの利用料金は、誰が支払っていますか。

①自宅でのインターネット接続料金の支払い

1. 自分自身	2. 配偶者	3. 親、もしくは子供	4. その他
---------	--------	-------------	--------

②携帯電話のパケット料金の支払い

1. 自分自身	2. 配偶者	3. 親、もしくは子供	4. その他
---------	--------	-------------	--------

(7) インターネット上での売買や取引の状況についてお伺いします。

それぞれの項目について、1ヶ月あたりの支払い金額の平均をお答えください。

大体の金額で結構です。

(不定期に利用している場合は、年間いくらぐらい使っているかを思い出されてみて

12等分してください。)

①ネットショッピングに使う金額	約 () 円/月
②ネットオークションの支払い額 (落札)	約 () 円/月
③ネットオークションの受取額 (出品)	約 () 円/月
④有料コンテンツの利用料金 (携帯電話)	約 () 円/月
⑤有料コンテンツの利用料金 (携帯電話以外)	約 () 円/月

Q4. へお進みください。

Q3. **インターネットを利用したことがない方** にお伺いします。

利用している方は Q4. に進んでください。

(1) インターネットを使わない理由は、どのようなことですか。(〇はいくつでも)

1. 使わなくても特に困らないから
2. 特に使うメリットを感じないから
3. どういうものかよく分からないから
4. 使ってみたいとは思いますが、難しくて使えそうにないから
5. 使ってみたいとは思いますが、料金が高いから
6. 使ってみたいとは思いますが、手続きや利用法がよくわからないから
7. コンピュータウィルスに感染したりするのではないかと心配だから
8. 個人情報が増えたりするのではないかと心配だから
9. ネット詐欺などの被害に遭わないかと心配だから
10. 忙しくてインターネットを使う時間がないから
11. 使うとかえってデメリットがあると思うから

(2) インターネットでは以下のようなサービスが利用できますが、あなたはこれらのサービスがどのようなものか、ご存知ですか。

(それぞれ、1～3の中から一つ選んで〇)

	知っている	なんとなく分かる	知らない
①電子メール	1	2	3
②ホームページを見る	1	2	3
③ネットショッピング(買い物)	1	2	3
④ネットオークション(競売)	1	2	3
⑤オンラインでの株取引	1	2	3
⑥オンラインゲーム	1	2	3
⑦ブログ(※1)	1	2	3
⑧ソーシャルネットワーキングサービス(※2)	1	2	3
⑨音楽配信	1	2	3
⑩映像(ビデオ)配信	1	2	3

※1 インターネット上で公開する日記のようなもの。読んだ人がコメントをつけたりできる。

※2 人と人とのつながりをサポートするコミュニティ型のサイト。mixi（ミクシィ）等。

Q4. Q5. の質問は、再び **全ての方** にお伺いします。

Q4. パソコンや携帯電話、デジタルテレビなど、新しい電子製品や機器の利用についてお伺いします。

以下の事柄それぞれについて、あなたご自身のお考えに近いものをお選びください

(それぞれ、1～5の中から一つ選んで○)



	とても そう思う	やや そう思う	どちら ともいえ ない	あまり そう思わ ない	全くそう 思わない
①新しい電子製品には気後れする方だ	1	2	3	4	5
②新しい電子製品を利用するのは苦手な方だ	1	2	3	4	5
③どんなものでも、興味を持って使おうとする方だ	1	2	3	4	5
④新しい電子製品の購入を検討する時、あまり迷わずに決める方だ	1	2	3	4	5
⑤使えるようになるか見通しがつかなくても、積極的に使ってみる方だ	1	2	3	4	5
⑥電子製品をうまく使いこなせるかどうか、人と比べて心配性な方だ	1	2	3	4	5
⑦新しい電子製品を使い始める時は、自信を持ってやる方である	1	2	3	4	5
⑧新しい電子製品を購入して、失敗したと感じることの方が多い	1	2	3	4	5
⑨新しい電子製品を購入しても、どうしたらよいか分からず困ることがよくある	1	2	3	4	5
⑩新しい電子製品は、うまく使えないのではないかと不安に思うことがよくある	1	2	3	4	5
⑪これまでにうまく使えなかった経験を思い出して前向きになれないことがよくある	1	2	3	4	5

⑫製品をうまく使えないと、人よりずっと 気にする方である	1	2	3	4	5
⑬新しい電子製品の使い方を覚えるのは、 人より優れていると思う	1	2	3	4	5
⑭新しい電子製品について、友人よりよく 知っているものがある	1	2	3	4	5
⑮電子製品の操作を覚えるのが人より早い	1	2	3	4	5
⑯新しい電子製品の使い方を人に教えたり できると思う	1	2	3	4	5

Q 5. インターネットに対する評価や考えについてお伺いします。

インターネットやその基本サービスについての、あなたのお考えをお答えください。

(それぞれについて、1～5の中から一つ選んで○)



(1) インターネット全体について	と も そ う 思 う	や や そ う 思 う	ど ち ら と も い え な い	あ ま り そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い
インターネットは、自分にとって必要不可欠である	1	2	3	4	5
私の生活や仕事に役立つサービスだ	1	2	3	4	5
両親や家族の多くが利用している	1	2	3	4	5
インターネットを使うことは一種のステータスシンボルだ	1	2	3	4	5
インターネットを使うととても楽しめる	1	2	3	4	5
インターネットを使わないと周囲から取り残されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
利用するための料金が高すぎる	1	2	3	4	5
インターネットを利用できるなら、利用したいと思う	1	2	3	4	5
使い方が明快で分かりやすい	1	2	3	4	5
私の仕事や勉強で、インターネットを使うことはとても重要だ	1	2	3	4	5
インターネットは代わりになる手段に比べてずっと便利だ	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらったりマニュアルを見たりしなくてもインターネットを使える	1	2	3	4	5
携帯電話での操作方法が難しくてわからない	1	2	3	4	5
インターネットは、自分の能力を高めてくれる	1	2	3	4	5
あまり考えたり覚えたりしなくても使える	1	2	3	4	5
私は自分が使いたいからインターネットを利用している	1	2	3	4	5
インターネットを使わないと、仕事や勉強で不都合がある	1	2	3	4	5
インターネットでコンピュータウィルスに感染するのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
操作がわからない時に教えてくれる人がいなくてもインターネットを使える	1	2	3	4	5
パソコン（特にキーボード）の操作方法が難しくてわからない	1	2	3	4	5
インターネットを利用すると生活や仕事の効率上がる	1	2	3	4	5
簡単に、自分の思い通りに使うことができる	1	2	3	4	5
誰かにインターネットを使えといわれて使っているのではない	1	2	3	4	5

インターネットを使うと経済的なメリットや収入につながる	1	2	3	4	5
インターネットで個人情報漏洩したり悪用されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらわないとインターネットを使えない	1	2	3	4	5
このサービスを利用するための時間が取れない	1	2	3	4	5
インターネットを利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1	2	3	4	5
周りの多くの人が利用しているので自分も使わないと不便だ	1	2	3	4	5
職場や学校の関係者の多くが利用している	1	2	3	4	5
生活水準の高い人の方がインターネットを使っている	1	2	3	4	5
料金や費用に比べてメリットの大きいサービスだ	1	2	3	4	5
インターネットで詐欺に遭うのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
パソコンなど必要な機材の値段が高すぎる	1	2	3	4	5

(それぞれについて、1～5の中から一つ選んで○)



<p>(2) 電子メールについて</p> <p>利用したことが無い方も、電子メールについてあなたがお持ちのイメージや想像を基に、あなた自身の基準でどのように感じるかをお答えください。</p>	と も そ う 思 う	や や そ う 思 う	ど ち ら と も い え な い	あ ま り そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い
電子メールは、自分にとって必要不可欠である	1	2	3	4	5
私の生活や仕事に役立つサービスだ	1	2	3	4	5
両親や家族の多くが利用している	1	2	3	4	5
電子メールを使うことは一種のステータスシンボルだ	1	2	3	4	5
電子メールを使うととても楽しめる	1	2	3	4	5
電子メールを使わないと周囲から取り残されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
利用するための料金が高すぎる	1	2	3	4	5
電子メールを利用できるなら、利用したいと思う	1	2	3	4	5
使い方が明快で分かりやすい	1	2	3	4	5
私の仕事や勉強で、電子メールを使うことはとても重要だ	1	2	3	4	5
電子メールは代わりになる手段に比べてずっと便利だ	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらったりマニュアルを見たりしなくても電子メールを使える	1	2	3	4	5
携帯電話での操作方法が難しくてわからない	1	2	3	4	5
電子メールは、自分の能力を高めてくれる	1	2	3	4	5
あまり考えたり覚えたりしなくても使える	1	2	3	4	5
私は自分が使いたいから電子メールを利用している	1	2	3	4	5
電子メールを使わないと、仕事や勉強で不都合がある	1	2	3	4	5
電子メールでコンピュータウィルスに感染するのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
操作がわからない時に教えてくれる人がいなくても電子メールを使える	1	2	3	4	5
パソコン（特にキーボード）の操作方法が難しくてわからない	1	2	3	4	5
電子メールを利用すると生活や仕事の効率が上がる	1	2	3	4	5
簡単に、自分の思い通りに使うことができる	1	2	3	4	5
誰かに電子メールを使えといわれて使っているのではない	1	2	3	4	5
電子メールを使うと経済的なメリットや収入につながる	1	2	3	4	5
電子メールで個人情報漏洩したり悪用されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5

誰かに教えてもらわないと電子メールを使えない	1	2	3	4	5
このサービスを利用するための時間が取れない	1	2	3	4	5
電子メールを利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1	2	3	4	5
周りの多くの人が利用しているので自分も使わないと不便だ	1	2	3	4	5
職場や学校の関係者の多くが利用している	1	2	3	4	5
生活水準の高い人の方が電子メールを使っている	1	2	3	4	5
料金や費用に比べてメリットの大きいサービスだ	1	2	3	4	5
電子メールで詐欺に遭うのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
パソコンなど必要な機材の値段が高すぎる	1	2	3	4	5

(それぞれについて、1～5の中から一つ選んで○)



<p>(3) ウェブ閲覧について</p> <p>利用したことが無い方も、ウェブ閲覧についてあなたがお持ちのイメージや想像を基に、あなた自身の基準でどのように感じるかを お答えください。</p>	と	や	ど	あ	全
	も	や	ち	ま	く
	そ	そ	ら	り	そ
	う	う	と	そ	う
	思	思	も	う	思
	う	う	い	思	わ
			え	わ	な
			な	な	い
			い	い	
ウェブ閲覧は、自分にとって必要不可欠である	1	2	3	4	5
私の生活や仕事に役立つサービスだ	1	2	3	4	5
両親や家族の多くが利用している	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧を使うことは一種のステータスシンボルだ	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧を使うととても楽しめる	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧を使わないと周囲から取り残されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
利用するための料金が高すぎる	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧を利用できるなら、利用したいと思う	1	2	3	4	5
使い方が明快で分かりやすい	1	2	3	4	5
私の仕事や勉強で、ウェブ閲覧を使うことはとても重要だ	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧は代わりになる手段に比べてずっと便利だ	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらったりマニュアルを見たりしなくてもウェブ閲覧を使える	1	2	3	4	5

携帯電話での操作方法が難しくわからない	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧は、自分の能力を高めてくれる	1	2	3	4	5
あまり考えたり覚えたりしなくても使える	1	2	3	4	5
私は自分が使いたいからウェブ閲覧を利用している	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧を使わないと、仕事や勉強で不都合がある	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧でコンピュータウィルスに感染するのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
操作がわからない時に教えてくれる人がいなくてもウェブ閲覧が使える	1	2	3	4	5
パソコン（特にキーボード）の操作方法が難しくわからない	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧を利用すると生活や仕事の効率が上がる	1	2	3	4	5
簡単に、自分の思い通りに使うことができる	1	2	3	4	5
誰かにウェブ閲覧を使えといわれて使っているのではない	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧を使うと経済的なメリットや収入につながる	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧で個人情報が漏洩したり悪用されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらわないとウェブ閲覧を使えない	1	2	3	4	5
このサービスを利用するための時間が取れない	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧を利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1	2	3	4	5
周りの多くの人が利用しているので自分も使わないと不便だ	1	2	3	4	5
職場や学校の関係者の多くが利用している	1	2	3	4	5
生活水準の高い人の方がウェブ閲覧を使っている	1	2	3	4	5
料金や費用に比べてメリットの大きいサービスだ	1	2	3	4	5
ウェブ閲覧で詐欺に遭うのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
パソコンなど必要な機材の値段が高すぎる	1	2	3	4	5

Q6. インターネットの、様々なアプリケーションサービスについてお伺いします。

インターネットを利用している方は(1)を、利用していない方は(2)をお答えください。

(1) インターネットを利用している方 にお伺いします。

(利用していない方は次ページの(2)へ)

現在、インターネットでどのサービスを利用していますか。以下に挙げるサービスについて、それぞれの利用頻度をお答えください。

(それぞれ、1～5の中から一つ選んで○)



		とてもよく使う	比較的よく使う	時々使う	ごくたまに使う	全く使わない
パソコンから	ネットショッピング（閲覧だけでなく実際に購入する）	1	2	3	4	5
	ネットオークション（閲覧だけでなく実際に取引する）	1	2	3	4	5
	オンラインでの株取引	1	2	3	4	5
	オンラインゲーム	1	2	3	4	5
	ブログ （自分で開設して書き込む）	1	2	3	4	5
	ソーシャルネットワーキングサービス（ミクシィ等にログイン）	1	2	3	4	5
	音楽配信（ストリーミングを聞く、ダウンロードする）	1	2	3	4	5
映像（動画）配信（視聴する、ダウンロードする）	1	2	3	4	5	
携帯電話・PHSから	ネットショッピング（閲覧だけでなく実際に購入する）	1	2	3	4	5
	ネットオークション（閲覧だけでなく実際に取引する）	1	2	3	4	5
	オンラインでの株取引	1	2	3	4	5
	オンラインゲーム	1	2	3	4	5

ブログ (自分で開設して書き込む)	1	2	3	4	5
ソーシャルネットワーキングサービス (ミクシィ等にログイン)	1	2	3	4	5
音楽配信 (ストリーミングを聞く、 ダウンロードする)	1	2	3	4	5
映像 (動画) 配信 (視聴する、 ダウンロードする)	1	2	3	4	5

Q 7. へお進みください。

(2) **インターネットを利用していない方** にお伺いします。

(利用している方は次ページのQ7.へ)

インターネットで利用できる次のようなサービスについて、(A)あなたは興味・関心がありますか。また、(B)できるなら使ってみたいと思いますか。

(それぞれ、Aの中から一つ選んで○、次にBのいずれかに○)

	(A)			⇒	(B)	
	とても興味がある	少し興味がある	興味がない		使ってみたい	使いたいと思わない
①電子メール	1	2	3	⇒	1	2
②ホームページを見る	1	2	3	⇒	1	2
③ネットショッピング(買い物)	1	2	3	⇒	1	2
④ネットオークション(競売)	1	2	3	⇒	1	2
⑤オンラインでの株取引	1	2	3	⇒	1	2
⑥オンラインゲーム	1	2	3	⇒	1	2
⑦ブログ(※1)	1	2	3	⇒	1	2
⑧ソーシャルネットワーキングサービス(※2)	1	2	3	⇒	1	2
⑨音楽配信	1	2	3	⇒	1	2
⑩映像(ビデオ)配信	1	2	3	⇒	1	2

※1 インターネット上で公開する日記のようなもの。読んだ人がコメントをつけたりできる。

※2 人と人とのつながりをサポートするコミュニティ型のサイト。mixi(ミクシィ)等。

次ページからの質問は、再び**全ての方**にお伺いします。

Q 7. インターネットのアプリケーションサービスに対する評価や考えについてお伺いします。

各アプリケーションサービスに対する、あなたのお考えをお答えください。

(それぞれ、1～5の中から一つ選んで○)



	と も そ う 思 う	や や そ う 思 う	ど ち ら と も い え な い	あ ま り そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い
(1) ネットショッピング、ネットオークションなどの商品売買サービス 利用したことが無い方も、商品売買サービスについてあなたがお持ちのイメージや想像を基に、あなた自身の基準でどのように感じるかをお答えください。					
このサービスは、自分にとって必要不可欠である	1	2	3	4	5
私の生活や仕事に役立つサービスだ	1	2	3	4	5
両親や家族の多くが利用している	1	2	3	4	5
このサービスを使うことは一種のステータスシンボルだ	1	2	3	4	5
このサービスを使うととても楽しめる	1	2	3	4	5
このサービスを使わないと周囲から取り残されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
利用するための料金が高すぎる	1	2	3	4	5
このサービスを利用できるなら、利用したいと思う	1	2	3	4	5
使い方が明快で分かりやすい	1	2	3	4	5
私の仕事や勉強で、このサービスを使うことはとても重要だ	1	2	3	4	5
このサービスは代わりになる手段に比べてずっと便利だ	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらったりマニュアルを見たりしなくてもこのサービスを使える	1	2	3	4	5
携帯電話での操作方法が難しくわからない	1	2	3	4	5
このサービスは、自分の能力を高めてくれる	1	2	3	4	5
あまり考えたり覚えたりしなくても使える	1	2	3	4	5
私は自分が使いたいからこのサービスを利用している	1	2	3	4	5
このサービスを使わないと、仕事や勉強で不都合がある	1	2	3	4	5
このサービスでコンピュータウィルスに感染するのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
操作がわからない時に教えてくれる人がいなくてもこのサービスを使える	1	2	3	4	5
パソコン（特にキーボード）の操作方法が難しくわからない	1	2	3	4	5
このサービスを利用すると生活や仕事の効率が上がる	1	2	3	4	5
簡単に、自分の思い通りに使うことができる	1	2	3	4	5
誰かにこのサービスを使えといわれて使っているのではない	1	2	3	4	5

このサービスを使うと経済的なメリットや収入につながる	1	2	3	4	5
このサービスで個人情報が漏洩したり悪用されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらわないとこのサービスを使えない	1	2	3	4	5
このサービスを利用するための時間が取れない	1	2	3	4	5
このサービスを利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1	2	3	4	5
周りの多くの人が利用しているので自分も使わないと不便だ	1	2	3	4	5
職場や学校の関係者の多くが利用している	1	2	3	4	5
生活水準の高い人の方がこのサービスを使っている	1	2	3	4	5
料金や費用に比べてメリットの大きいサービスだ	1	2	3	4	5
このサービスで詐欺に遭うのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
パソコンなど必要な機材の値段が高すぎる	1	2	3	4	5

(それぞれ、1～5の中から一つ選んで○)



<p>(2) ブログやソーシャルネットワーキングサービスなどの ネットコミュニティサービス</p> <p>利用したことが無い方も、ネットコミュニティサービスについて あなたがお持ちのイメージや想像を基に、あなた自身の基準で どのように感じるかをお答えください。</p>	と	や	ど	あ	全
	ても	や	ち	ま	く
	そ	そ	ら	り	そ
	う	う	と	そ	う
	思	思	も	う	思
	う	う	い	思	わ
			え	わ	な
			な	な	い
			い	い	
このサービスは、自分にとって必要不可欠である	1	2	3	4	5
私の生活や仕事に役立つサービスだ	1	2	3	4	5
両親や家族の多くが利用している	1	2	3	4	5
このサービスを使うことは一種のステータスシンボルだ	1	2	3	4	5
このサービスを使うととても楽しめる	1	2	3	4	5
このサービスを使わないと周囲から取り残されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
利用するための料金が高すぎる	1	2	3	4	5
このサービスを利用できるなら、利用したいと思う	1	2	3	4	5
使い方が明快で分かりやすい	1	2	3	4	5
私の仕事や勉強で、このサービスを使うことはとても重要だ	1	2	3	4	5
このサービスは代わりになる手段に比べてずっと便利だ	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらったりマニュアルを見たりしなくてもこのサービスを使える	1	2	3	4	5

携帯電話での操作方法が難しくてわからない	1	2	3	4	5
このサービスは、自分の能力を高めてくれる	1	2	3	4	5
あまり考えたり覚えたりしなくても使える	1	2	3	4	5
私は自分が使いたいからこのサービスを利用している	1	2	3	4	5
このサービスを使わないと、仕事や勉強で不都合がある	1	2	3	4	5
このサービスでコンピュータウィルスに感染するのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
操作がわからない時に教えてくれる人がいなくてもこのサービスを使える	1	2	3	4	5
パソコン（特にキーボード）の操作方法が難しくてわからない	1	2	3	4	5
このサービスを利用すると生活や仕事の効率上がる	1	2	3	4	5
簡単に、自分の思い通りに使うことができる	1	2	3	4	5
誰かにこのサービスを使えといわれて使っているのではない	1	2	3	4	5
このサービスを使うと経済的なメリットや収入につながる	1	2	3	4	5
このサービスで個人情報漏洩したり悪用されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらわないとこのサービスを使えない	1	2	3	4	5
このサービスを利用するための時間が取れない	1	2	3	4	5
このサービスを利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1	2	3	4	5
周りの多くの人が利用しているので自分も使わないと不便だ	1	2	3	4	5
職場や学校の関係者の多くが利用している	1	2	3	4	5
生活水準の高い人の方がこのサービスを使っている	1	2	3	4	5
料金や費用に比べてメリットの大きいサービスだ	1	2	3	4	5
このサービスで詐欺に遭うのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
パソコンなど必要な機材の値段が高すぎる	1	2	3	4	5

(それぞれ、1～5の中から一つ選んで○)



<p>(3) 音楽配信や映像（ビデオ）配信などのエンタテインメントサービス</p> <p>利用したことが無い方も、エンタテインメントサービスについてあなたがお持ちのイメージや想像を基に、あなた自身の基準でどのように感じるかをお答えください。</p>	と	や	ど	あ	全
	ても	やや	ち	ま	く
	そう	そう	ら	り	そ
	思う	思う	とも	そう	う
	思う	思う	い	思	わ
			え	わ	な
			ない	ない	い
このサービスは、自分にとって必要不可欠である	1	2	3	4	5

私の生活や仕事に役立つサービスだ	1	2	3	4	5
両親や家族の多くが利用している	1	2	3	4	5
このサービスを使うことは一種のステータスシンボルだ	1	2	3	4	5
このサービスを使うととても楽しめる	1	2	3	4	5
このサービスを使わないと周囲から取り残されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
利用するための料金が高すぎる	1	2	3	4	5
このサービスを利用できるなら、利用したいと思う	1	2	3	4	5
使い方が明快で分かりやすい	1	2	3	4	5
私の仕事や勉強で、このサービスを使うことはとても重要だ	1	2	3	4	5
このサービスは代わりになる手段に比べてずっと便利だ	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらったりマニュアルを見たりしなくてもこのサービスを使える	1	2	3	4	5
携帯電話での操作方法が難しくわからない	1	2	3	4	5
このサービスは、自分の能力を高めてくれる	1	2	3	4	5
あまり考えたり覚えたりしなくても使える	1	2	3	4	5
私は自分が使いたいからこのサービスを利用している	1	2	3	4	5
このサービスを使わないと、仕事や勉強で不都合がある	1	2	3	4	5
このサービスでコンピュータウィルスに感染するのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
操作がわからない時に教えてくれる人がいなくてもこのサービスを使える	1	2	3	4	5
パソコン（特にキーボード）の操作方法が難しくわからない	1	2	3	4	5
このサービスを利用すると生活や仕事の効率が上がる	1	2	3	4	5
簡単に、自分の思い通りに使うことができる	1	2	3	4	5
誰かにこのサービスを使えといわれて使っているのではない	1	2	3	4	5
このサービスを使うと経済的なメリットや収入につながる	1	2	3	4	5
このサービスで個人情報や漏洩したり悪用されるのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
誰かに教えてもらわないとこのサービスを使えない	1	2	3	4	5
このサービスを利用するための時間が取れない	1	2	3	4	5
このサービスを利用すると自分で出来ることの幅が広がる	1	2	3	4	5
周りの多くの人が利用しているので自分も使わないと不便だ	1	2	3	4	5
職場や学校の関係者の多くが利用している	1	2	3	4	5
生活水準の高い人の方がこのサービスを使っている	1	2	3	4	5
料金や費用に比べてメリットの大きいサービスだ	1	2	3	4	5
このサービスで詐欺に遭うのではないかと不安を感じる	1	2	3	4	5
パソコンなど必要な機材の値段が高すぎる	1	2	3	4	5

Q 8. あなたご自身のことについてお伺いします

(1) あなたの年齢をお答えください。(○は一つだけ)

1. 10代	2. 20代	3. 30代	4. 40代	5. 50代
6. 60～64歳	7. 65～69歳	8. 70歳以上		

(2) あなたの性別をお答えください。(○は一つだけ)

1. 男性	2. 女性
-------	-------

(3) あなたの趣味をお選びください。(○はいくつでも)

1. 映画・音楽	2. アート	3. 料理・グルメ	4. 旅行
5. ショッピング・ファッション	6. 美容・ダイエット	7. スポーツ	
8. アウトドア・ドライブ	9. 習いごと	10. 読書	
11. テレビ	12. ゲーム	13. インターネット	14. ギャンブル
15. 利殖(株取引など)	16. ペット	17. コレクション	

(4) お住まいの形態をお答えください。(○はひとつだけ)

1. 持ち家(戸建て)	2. 持ち家(マンション等集合住宅)
3. 賃貸(戸建て)	4. 賃貸(アパート)
5. 賃貸(マンション等)	6. その他

(5) あなた自身が、1ヶ月に自由に使える金額をお答えください。(○はひとつだけ)

※生活費(家賃・食費・光熱費等)は除いた、使い道を自由に決められる金額をお答えください。

1. 1万円未満	2. 1万円～2万円未満	3. 2万円～4万円未満
4. 4万円～6万円未満	5. 6万円～8万円未満	6. 8万円～10万円未満
7. 10万円以上		

(6) あなたの周りの身近な人たち(ご家族・ご友人)のうち、およそ何割くらいの方がインターネットを利用していらっしゃいますか。おおよその割合をお答えください。

およそ 割程度

アンケートは以上で終了です。ご協力ありがとうございました。

総務省情報通信政策研究所（調査研究部）

<http://www.soumu.go.jp/iicp/>

〒100-8926 東京都千代田区霞ヶ関 2-1-2
中央合同庁舎第 2 号館
TEL:03-5253-5496 FAX:03-5253-5497