

# インターネットの普及課題調査

## 調査の目的と方法について

### 【目的】

本調査は、IT、取り分けインターネットの普及に焦点を当てて、平成12年12月31日から開催されている「インターネット博覧会」(以下インパク)を素材として、2度にわたるアンケート調査(普及調査とその追跡調査)を実施し、国民のインターネットへの関心度合い、利用の見通しや影響力、インターネットの国民への普及課題等を明らかにするものである。また、インパクの特定テーマパビリオン設営者を対象に、インターネットコンテンツ作成や運営上の課題、効果等を調査(設営者調査)し、情報の発信者側からも課題の抽出・分析を行っている。これらを通じて国民のインターネットの利用技術向上と、その際に求められるコンテンツのあり方について検討し、もって国民へのIT普及に寄与することを目的としている。

### 【方法】

#### 1. 普及調査【インターネットに関心を有している者の意識】

普及調査は、全国で開催されているインパク体験キャラバンに参加された方を対象に行ったアンケート調査。有効票数1634票、回収率54.5%。

#### 2. 追跡調査【インターネット体験者のその後の意識変化】

追跡調査は、普及調査の回答者を対象に数週間後に郵送で行った追跡アンケート調査。有効票数1187票、回収率72.6%。

#### 3. 設営者調査【インターネット普及に寄与するサイトの構築ポイント】

設営者調査は、インパクにパビリオンを設営された企業・団体や自治体等202社・団体を対象に行ったアンケート調査(有効票数74票、回収率36.6%)およびヒアリング調査(「地方自治体」10団体、「民間企業」30団体、総計40団体)の結果をまとめたもの。

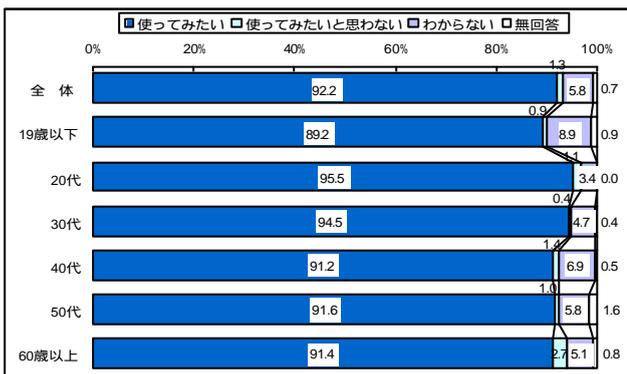
平成12年度内閣府委託調査(委託先：(社)日本リサーチ総合研究所)

## 普及調査

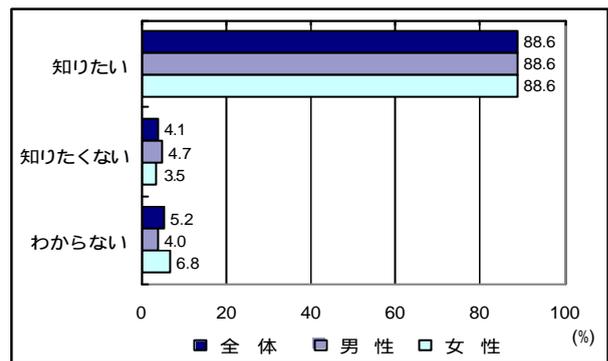
～インターネットは面白い(青少年と高齢者)。しかしながら使い方が難しい(高齢者)～

1. 多くの人インターネットを使ってみたいと思う一方でインターネットを使ってみて何がわかるのかということも知りたがっている。
2. 19歳以下の世代は、77%がインターネットを面白いと感じているのに対し、30代は54%と比較的少ない。男女別では女性の70%が面白いと感じているのに対し男性は57%にとどまっている。
3. 60歳以上の参加者の70%がインターネットを楽しめると感じている。しかしながら年齢が上がるほど、パソコンの使い方が難しいと感じている。

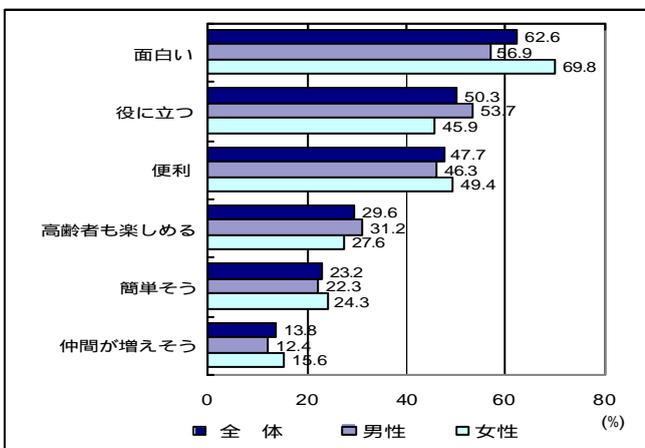
図表1 今後インターネットを使ってみたいと思う人  
(年代別)



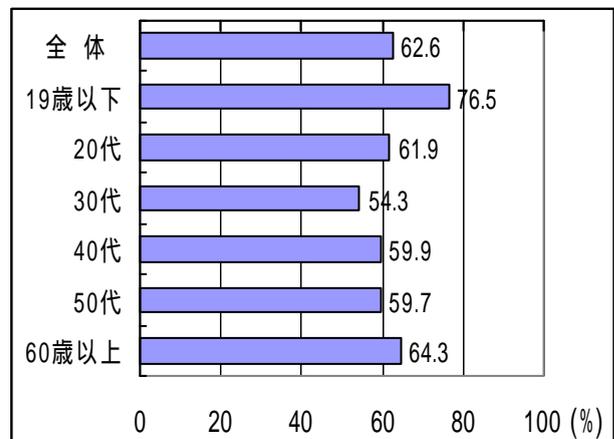
図表2 「インターネットで何がわかるか知りたい」の回答(性別)



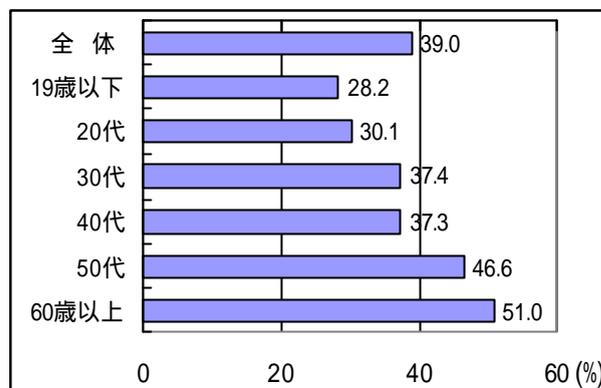
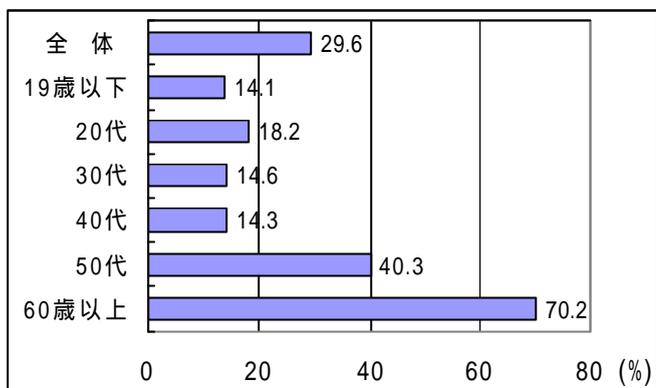
図表3 インターネットの印象・感想



図表4 「インターネットは面白い」(年代別)



図表5 「インターネットは高齢者も楽しめる」(年代別) 図表6 「パソコンの使い方は難しい」(年代別)

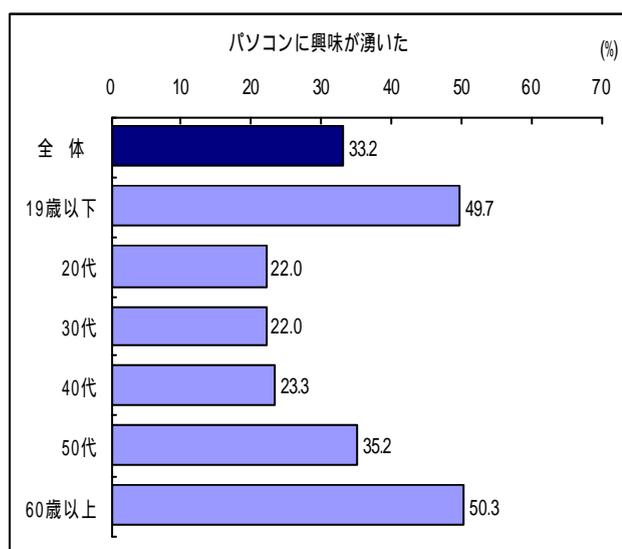


## ．追跡調査

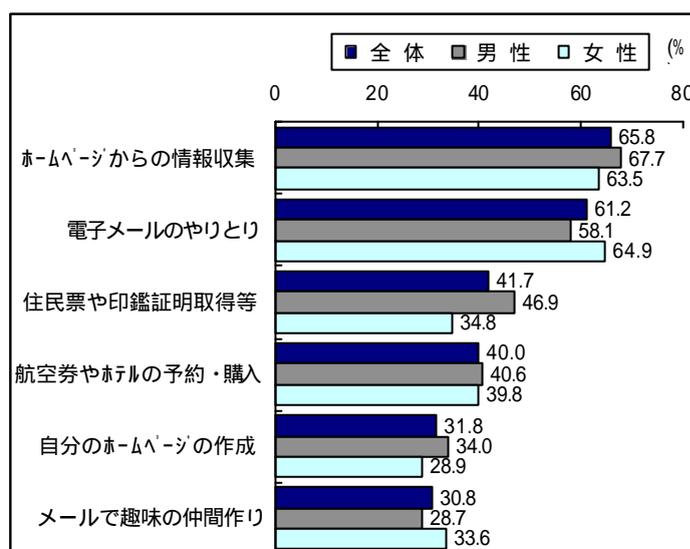
～「面白さ」がやる気へ、一方でそれまでの「不安」が具体的な「不満」へ～

1. インターネットの体験後、19歳以下と60歳以上の半数がパソコンに興味を湧く。またインターネットを利用していなかった人の2割が利用するようになったほか、60歳以上の30%がインパク体験後、パソコンを新たに購入している。
2. 電子メールを活用してコミュニケーションを活発にしたい人が女性に多い。男性は情報収集や実務で利用したいと考えている。
3. その後もインターネットを利用していない理由は、使える機器がない、まだ機器をうまく使えないという理由が挙がっており、高齢者について言えば、IT関係の講習会が必要である。また、50歳以上は、専門用語への配慮が必要である。

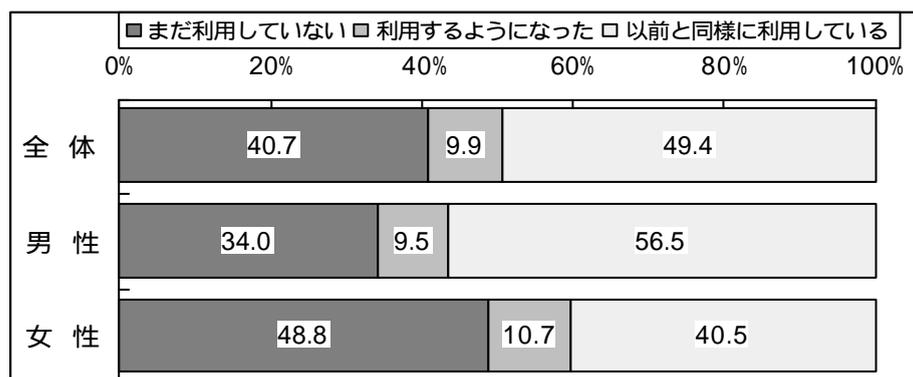
図表7 インターネットへの関心の変化（年代別）



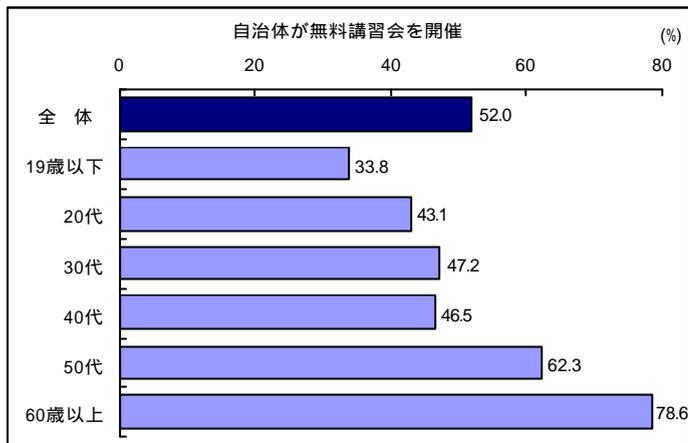
図表8 インターネットでやりたいこと（性別）



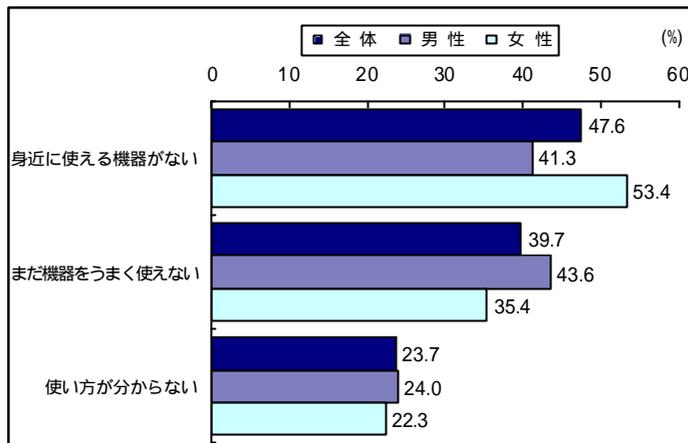
図表9 インパク体験後のインターネット利用状況



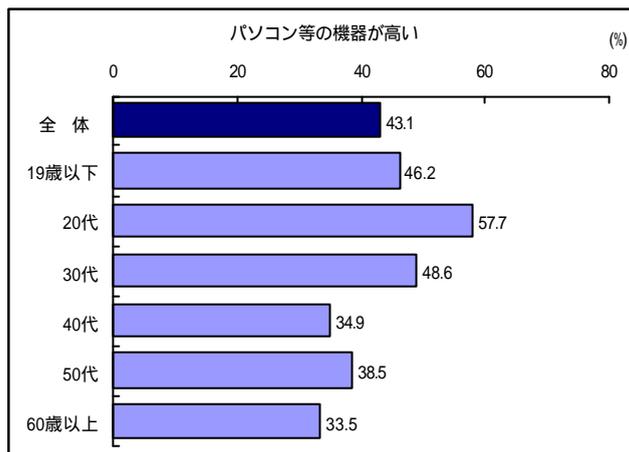
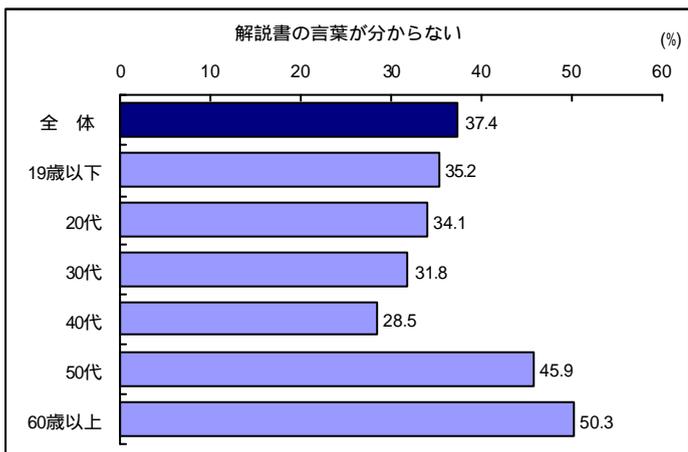
図表 10 インターネット初心者に必要なこと(年代別)



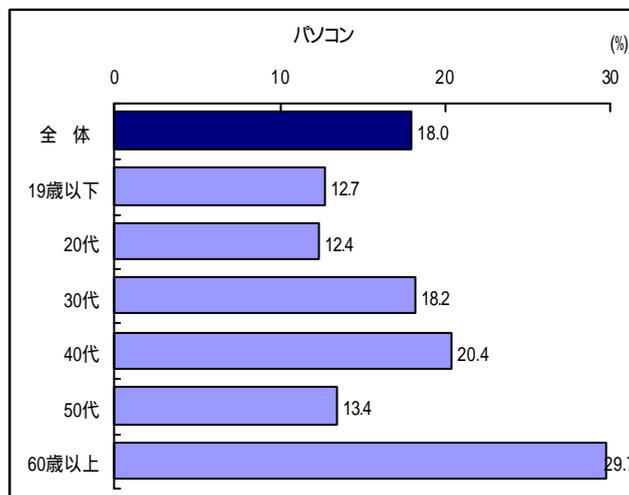
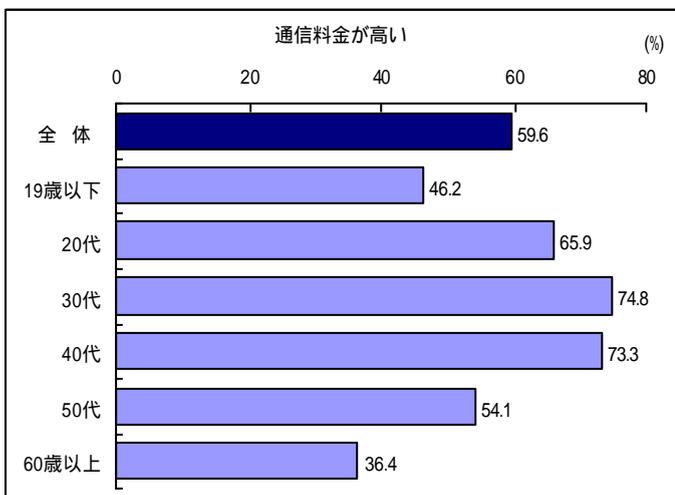
図表 11 インバク体験後のインターネット非利用理由(性別)



図表 12 インターネット利用上の不満点(年代別)



図表 13 最近新たにパソコンを購入した人(年代別)

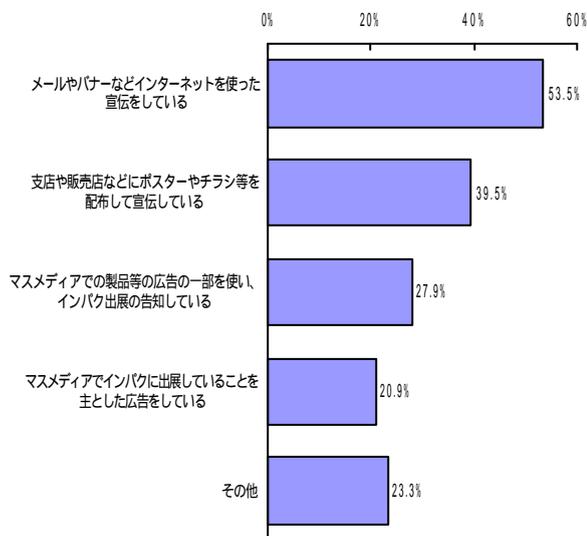


## ・設営者調査

～リアルなイベントとの融合が効果的、相互信頼の確保も重要～

1. トップページと次の情報までの誘導方法やウェブサイトでの新しい表現方法の創造が重要である。  
 [ クリックしてすぐ面白い画面を提供する。アクセス後のナビゲーションを機能させることが大事。 ]
2. リアルイベントとの相乗効果が大きい(クリック・アンド・モルタル)。PRについてもインターネットのみならず各種媒体を活用することが効果的である。  
 [ 一年間の催しなのでリアルイベントを企画し、来館者を飽きさせない工夫が必要。「広報誌・紙などで告知している」自治体は8割強になる。 ]
3. 双方向の対話においては相互の信頼確保が重要である。  
 [ アクセスしてきた人がどれだけ続くか、個人と企業のつながりがどれだけ出来るかは、個人と企業・団体等との間の相互の信頼関係が重要である。 ]
4. サイトのコンセプトをはっきりしないと、ユーザーを取り込むことが難しい。  
 [ リピーターは参加目的意識がはっきりしている。サイト側の設立主旨や目的をハッキリすることが重要である。 ]
5. 我が国のインターネット利用は未だビジネスユースが主流である。  
 [ インターネットを楽しむ層が十分に育っていないのではないか。 ]

図表 14 独自に行っている宣伝(民間)



図表 15 独自に行っている宣伝(自治体)

