

「情報通信利用者動向の調査」 (Cyber Life Observations : CLO)

【第2回 国際比較調査の結果】

2001年1月31日

NRI 野村総合研究所

< 目次 >

1.調査の視点と特徴	2
2.各国におけるアンケート調査の概要	2
3.調査結果の要約	3
1)携帯電話	3
2)パソコン	4
3)インターネット	5
4)EC (電子商取引/オンラインショッピング)	6
5)テレビ放送	6
6)テレビゲーム	7
7)AV・情報通信機器	7
8)車載機器・ITS	8
9)金融サービス	8
10)情報化に対する意識	8
図表 1~ 24	9~ 32

1. 調査の視点と特徴

- NRI野村総合研究所では、日本国内で、生活者の情報通信機器やサービスの利用状況の把握を目的として、1997年3月より、半年ごとの時系列調査を行っている。また、1997年9～12月には、米国、韓国、シンガポールとの第1回国際比較調査を実施した。
- 今回の第2回国際比較調査では、比較対象国として、米国、韓国、シンガポール、スウェーデンを取り上げ、極力比較可能なように、対象範囲の設定(15～59歳の男女個人)を行い、同じ質問で回答を得た。なお、日本の主要調査結果については、2000年11月に公表している。
- 各国の国情により、細かな点では調査方法などで多少の相違があるが、各国生活者のほぼ均等な縮図となっている。
- 調査のテーマ範囲としては、通信、放送、コンピュータなど、IT全般に渡っており、また内容的には、情報化に関する意識、情報関連機器やサービスの利用、今後の意向などを取り上げている。

2. 各国におけるアンケート調査の概要

第1回国際比較調査

	日本	米国	韓国	シンガポール
調査実施時期	1997年 9月	1997年 10月～12月	1997年 10月	1997年 10月～11月
調査地域	全国	全国	全国(但し、済州島を除く)	全国
調査地点数	100地点	100地点	100地点	100地点
調査対象者	15～59歳の男女個人	15～59歳の男女個人	15～59歳の男女個人	15～59歳の男女個人
有効サンプル数	1409人	500人	500人	505人
サンプリング方法	層化二段無作為抽出	クォータランダムサンプリング ^{注)}	層化多段無作為抽出	クォータランダムサンプリング ^{注)}
調査方法	訪問留置	訪問面接	訪問面接	訪問面接

第2回国際比較調査

	日本	米国	韓国	シンガポール	スウェーデン
調査実施時期	2000年 9月	2000年 11月	2000年 11月	2000年 11月	2000年 11月
調査地域	全国	全国	全国(但し、済州島を除く)	全国	全国
調査地点数	100地点	100地点	62地点	50地点	25地点
調査対象者	15～59歳の男女個人	15～59歳の男女個人	15～59歳の男女個人	15～59歳の男女個人	15～59歳の男女個人
有効サンプル数	1402人	1009人	510人	507人	501人
サンプリング方法	層化二段無作為抽出	クォータランダムサンプリング ^{注)}	層化多段無作為抽出	層化多段無作為抽出	層化二段無作為抽出
調査方法	訪問留置	訪問面接	訪問面接	訪問面接	訪問面接

注)クォータランダムサンプリング...男女・年齢・地域別などの人口分布に合わせて回収サンプル数を設定し、それに適合するように対象者を選定していく方法

3. 調査結果の要約

1. 携帯電話

- 携帯電話 (自動車電話を含むが、以下、携帯電話と略す。日本ではPHSを含む)を自分で利用している人の割合 (個人利用率)は、スウェーデンが83.4%と最も高く、以下韓国73.9%、日本69.8%、シンガポール55.4%、米国54.0%となっている。
- 時系列調査を行った各国とも、3年間で個人利用率が大幅に伸びた。特に韓国では、個人利用率が57.7ポイント増と急激に増加し、2000年11月時点の個人利用率が、日本を始め米国、シンガポールを追い抜いた。
- 携帯電話を利用する人のうち、自宅から電話をかける際に携帯電話を利用する人の割合は、日本が22.2% (携帯電話からのみかける :5.4%、携帯電話からかける方が多い :16.8%)と最も高い。次いで、韓国16.5% (同7.2%、9.3%)、スウェーデン7.5% (同6.2%、1.3%)、米国6.5% (同3.7%、2.8%)、シンガポール5.3% (同2.1%、3.2%)の順である。(図表 1参照)
- 携帯電話を利用する人のうち、携帯電話単体、もしくは携帯電話に携帯情報通信端末などを接続して、インターネットを利用 (携帯インターネット)している人の割合は、日本が最も高く19.8%である。次いで、韓国5.6%、米国5.3%、シンガポール4.6%、スウェーデン2.1%であり、日本がほかの4カ国を大きく引き離している。家での利用を含め、日本では携帯電話の利用が多様化している。
- また、日本では、携帯電話利用者や利用意向者のうち、携帯電話購入の際、音質などの基本性能よりも「インターネットや電子メール関連サービスなど、付加機能を重視する」と考えている人の割合が27.4%で、韓国16.0%、シンガポール15.8%、米国13.3%、スウェーデン12.7%に比べ高い。(図表 2参照)
- 現在携帯電話を利用もしくは今後携帯電話を利用したいと考えている人のうち、IMT-2000(次世代携帯電話)に関心のある人の割合は、日本48.4%(非常に関心がある :10.8%、多少関心がある :37.6%)、米国47.9% (同17.4%、30.5%)、韓国52.0% (同15.5%、36.5%)でやや高い。その他、シンガポール39.7% (同4.9%、34.8%)、スウェーデン43.0% (同11.1%、31.9%)である。
- また、IMT-2000に関心のある人のうち、「通話品質の向上」の方に魅力を感じる人の割合は、日本42.3% (「通話品質が向上する点」の方だけに魅力を感じる :11.7%、どちらかという「通話品質が向上する点」に魅力を感じる :30.6%)、米国42.1% (同25.3%、16.8%)、韓国41.4% (同19.1%、22.3%)、シンガポール45.3% (同21.5%、23.8%)、スウェーデン46.9% (同16.0%、30.9%)といずれの国も同様な割合であり、「データ通信速度のアップ」を挙げる人よりも多い。(図表 3参照)

2.パソコン

- パソコンが自宅にあって自分で使っている人の割合 (個人利用率) は、スウェーデンが最も高く2.7%である。次いで、米国57.6%、シンガポール44.4%、韓国42.4%、日本32.8%となっている。日本の個人利用率は、3年間で15.8ポイント増加したが、韓国や米国も、それぞれ16.4ポイント、12.8ポイント増加しており、両国との差は縮まってはいない。
- 自宅のパソコンをインターネットに接続している人の割合 (インターネット接続率) は、シンガポール88.4%、米国85.0%、スウェーデン83.5%で、韓国73.6%や日本69.6%を上回っている。日本では、3年間で自宅のパソコンのインターネット接続率が35.0ポイントと急増したものの、依然ほかの国に及ばない。(図表 4参照)
- パソコンの利用経験がない人の割合は、スウェーデンが最も少なく12.6%である。米国17.5%がそれに続き、日本38.5%、韓国39.2%、シンガポール39.8%の3ヶ国は、ほぼ同水準である。日本と韓国では、3年間でパソコンの利用経験者がそれぞれ12.6ポイント、9.8ポイント増加したものの、欧米の水準からは大きく離れている。
- キーボードをはやぐ打てる人の割合は、米国が55.7% (手元を見ないで、はやぐ打てる :33.6%、手元を見ながら、はやぐ打てる : 22.1%) と最も高い。次いで、スウェーデンが49.9% (同19.2%、30.7%)、シンガポールが44.0% (同16.2%、27.8%)、韓国が37.0% (同22.7%、14.3%)、日本が29.9% (同8.4%、21.5%) となっている。(図表 5参照)
- 自宅でパソコンを利用している人のうち、平日に2時間以上利用している人の割合は、シンガポールが最も高く39.2%である。次いで、米国34.7%、韓国28.3%、スウェーデン21.4%、日本10.0%となっている。また休日に2時間以上パソコンを利用する人の割合も、シンガポールが最も高く44.1%である。次いで、米国42.4%、韓国40.3%、スウェーデン27.0%、日本21.9%となっている。(図表 6参照)

3. インターネット

- 自宅のパソコンでインターネットを利用している人の割合 (個人利用率) が最も高い国はスウェーデンで60.7%である。次いで、米国48.9%、シンガポール39.2%、韓国31.2%、日本22.8%である。3年間で最も増加した国は韓国で、19.8ポイントの増加である。日本も16.9ポイント増加したものの、韓国との格差は広がっている。米国、シンガポールも、それぞれ18.0ポイント増、15.0ポイント増となっている。
- 自宅のパソコンでインターネットを利用する人のうち、月に30時間以上利用する人の割合は、韓国が37.1%と群を抜いて高い。次いで、シンガポール25.1%、米国24.9%、スウェーデン18.1%、日本11.9%となっている。(図表7参照)
- 日本では、携帯インターネットのみを利用している人の割合は7.0%と、ほかの国に比べ高い。これを加えるとインターネットを利用する人の割合は29.8%になり、韓国32.2%と同程度になる。この他、米国49.2%、シンガポール39.8%、スウェーデン60.7%である。(図表8参照)
- どの国も、プライベートでの電子メールやWWWでの情報収集を目的として、インターネットを利用する人の割合が高い。米国ではほかの4ヶ国に比べ、相対的に仕事や勉強目的の利用比率が高い。
- 米国、スウェーデンではほかの国に比べ、EC (電子商取引 / オンラインショッピング)での利用が進んでいる。米国ではプライベートでの物品購入を目的とする人の割合が36.8%、プライベートでのチケットやホテルの予約を目的とする人の割合が24.3%である。同様にスウェーデンでは、それぞれ24.0%、23.7%となっている。さらにスウェーデンでは、ネットニュース、電子掲示板、チャットなどの電子メール以外でのコミュニケーションを目的とする人の割合が、43.1%と高いことが特徴的である。(図表9参照)
- 韓国では、インターネット個人利用率の急増と平行して、高速回線 (DSL) の利用も進んでおり、通信インフラにおけるLEAP FROG (カエル跳び) 効果が顕著である。韓国では、自宅でインターネットを利用している人の51.6%がDSL回線を利用している。このほか、専用線 (インターネットマンションなど) の利用率も11.9%と高い。日本では、ISDN回線の利用率が31.3%と高い。またCATVインターネットの利用率は7.8%で、韓国7.5%、スウェーデン9.5%と肩を並べる水準となっている。さらに、携帯電話 (PHSを含む) 回線の利用者が8.2%に達しており、ほかの4ヶ国よりも進んでいる。米国、シンガポール、スウェーデンは加入電話回線の利用が大半を占め、その比率は各々92.1%、95.0%、81.9%である。(図表10参照)

4. EC (電子商取引 / オンライン・ショッピング)

- スウェーデン、米国では、インターネットを活用して購入する商品を下調べする人の割合が、それぞれ36.5%、34.6%と韓国17.2%、日本15.8%、シンガポール10.2%、を大きく引き離している。さらに、下調べをした後、1年以内に購入(インターネット経由と実際の店舗での購入の両方を含む)した人の割合は、スウェーデン28.5%、米国27.2%と高く、日本9.2%、韓国8.2%、シンガポール5.5%との間には大きな差が生じている。
- インターネットを利用してオンラインショッピングを経験した人の割合についても、スウェーデン29.9%、米国29.3%は、韓国12.5%、日本7.3%、シンガポール6.9%、を大きく引き離している。(図表 11参照)
- オンラインショッピングで購入したい商品は、米国は被服・装飾品やギフトなどの物品が上位に上がっている。一方、日本ではホテル・旅館の予約、コンサート・演劇等のチケット予約など、予約が中心になっている。(図表 12参照)
- オンラインショッピングでの不安(使いたくない理由)として、米国とスウェーデンでは「個人情報の漏洩の可能性」が第一に挙げられており、それぞれ40.4%、54.3%となっている。ほかの3カ国でも、個人情報の漏洩について不安を感じる人の割合は大きいものの、最も回答割合が高い項目は、「注文時に想像したものと異なる商品が届く可能性」で、日本62.0%、韓国51.6%、シンガポール35.9%となっている。また、米国では、「送料を考えると高つく」ことを挙げている人の割合が、26.0%と高いことが特徴的である。(図表 13参照)

5. テレビ放送

- 日本では、通常のアンテナで見る(地上波)テレビ放送を自宅で視聴できる人の割合が92.9%、NHKの衛星放送で31.8%となっている。WOWOWやハイビジョンCSデジタルを含め、衛星放送の分野で日本の先行が目立つ。米国、スウェーデンでは地上波を自宅で視聴できる人の割合は、それぞれ42.8%、54.9%と低いが、CATVベーシック、CATVペイテレビの割合が、それぞれ米国で52.1%、35.7%、スウェーデンで43.9%、13.0%となっており、地上波を補完している。(図表 14参照)
- テレビの視聴時間は、韓国を除き増加傾向にある。平日に3時間以上テレビを見る人の割合は、日本49.0%が最も高く、次いでシンガポール40.2%、韓国33.1%、米国29.4%、スウェーデン21.8%となっている。また休日に3時間以上テレビを見る人の割合は、日本68.4%、韓国53.9%、シンガポール53.3%、米国48.4%、スウェーデン38.0%となっている。(図表 15参照)

6. テレビゲーム

- テレビゲームが家において自分が使っている人の割合 (個人利用率) は、日本28.5%と米国25.3%の2ヶ国が、シンガポール13.2%、スウェーデン11.8%、韓国6.3%に比べ高い。
- インターネットを利用した対話型・参加型ゲームを利用した経験がある人の割合は、米国20.1% (利用している:10.4%、利用していたが、今は利用していない:9.7%)、韓国16.7% (同11.8%、4.9%)、スウェーデン9.6% (同5.6%、4.0%)、シンガポール9.0% (同4.9%、4.1%)、日本1.6% (同1.1%、0.5%)となっている。(図表 16参照)
- テレビゲームを利用している人のうち、平日に1時間以上利用している人の割合は、シンガポール56.8%が最も高く、以下、日本33.4%、米国27.9%、韓国21.9%、スウェーデン20.4%となっている。一方、日本は平日にはテレビゲームをしない人が利用者の約3分の1を占めており、ほかの国よりも高い。また休日に1時間以上利用している人の割合は、日本53.1%とシンガポール52.3%が高く、次いで米国43.2%、スウェーデン33.9%、韓国21.9%となっている。(図表 17参照)

7. AV 情報通信機器

- 音楽系についてみると、ヘッドホンステレオが家において自分が利用している人の割合 (個人利用率) は、米国54.4%が高い。ポータブルCDプレーヤの個人利用率はシンガポール55.0%、米国50.3%が高く、ポータブルMDプレーヤの個人利用率は日本13.2%、シンガポール11.4%が高い。さらに、ポータブルMP3の個人利用率は、シンガポール4.7%、韓国2.4%が高い。
- ビデオカメラの個人利用率は、米国33.9%、日本25.4%、スウェーデン24.0%が高く、携帯型テレビゲーム機は米国12.7%、シンガポール11.8%、日本10.1%でやや高い。(図表 18参照)
- スキャナーの個人利用率は、米国21.7%、スウェーデン15.4%、シンガポール13.6%が高く、デジタルスチルカメラは米国14.5%、シンガポール10.5%で高い。また、レーザー・プリンターの個人利用率は、米国19.5%、スウェーデン16.4%が高く、インクジェット・プリンターは、スウェーデン45.9%、米国39.6%が高い。
- 電子手帳・PDAなどの個人利用率は、韓国7.8%、日本6.7%、スウェーデン6.2%が高い。また、ファクシミリについては、日本が36.9%と群を抜いて高い。(図表 19参照)

8.車載機器 ITS

- 5ヶ国の比較で、車載型MDプレーヤおよびテレビ・ビデオが搭載されている割合は、日本がそれぞれ10.6%、15.1%と最も高い。また、カーナビゲーション機器の搭載率も、日本が圧倒的に高く、VICS・ATIS対応9.1%、自動車メーカーの情報サービス対応1.6%、iモード対応0.2%、これら以外のカーナビゲーション機器4.5%となっている。(図表 20参照)
- 米国、スウェーデンでは、道路交通情報をテレビ・ラジオ放送で入手している人がほとんどであり、それ以外の手段はあまり使われていない。日本、韓国、シンガポールでは、テレビ・ラジオ放送に加え、路側表示板や路側ラジオから情報を入手している人の割合が高い。(図表 21参照)

9.金融サービス

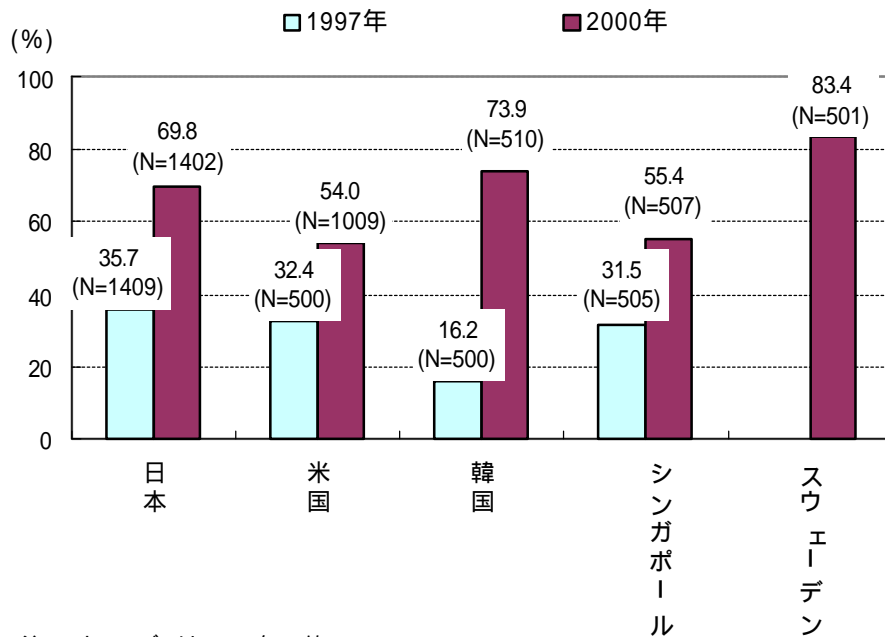
- 銀行取引にパソコンを利用している人の割合は、スウェーデン31.7%が群を抜いて高い。また、今後パソコンを銀行取引に利用したい人の割合は、スウェーデン56.7%、米国27.5%、韓国26.7%、シンガポール19.1%、日本15.5%である。
- また、携帯電話の文字サービスを現に利用している人はわずかであるが、今後利用意向のある人の割合は、スウェーデン14.2%、日本13.1%でやや高い。(図表 22参照)
- 投資型の金融商品を保有・売買している人のうち、電話・ファクス・インターネットで毎日金融情報をチェックしている人の割合は、韓国25.7%、スウェーデン24.5%となっており、他の3カ国に比べ高い。(図表 23参照)

10.情報化に対する意識

- 各国とも、多くの人が情報化の進展に伴い、生活が便利になると考えている。必要な情報が簡単に手に入り、生活が便利になる」という考え方に対し、「そう思う」もしくは「どちらかといえばそう思う」と答えた人の割合は、シンガポール93.7%、韓国92.2%、米国86.8%、日本83.8%、スウェーデン82.6%である。
- 情報化の進展に伴い、人とのつきあいが疎遠になる可能性を指摘する人の割合は、前回同様、日本が最も高い。「人とのつきあいやコミュニケーションがますます活発になる」という考え方に対し、「そう思わない」もしくは「どちらかといえばそう思わない」と答えた人の割合は、日本で63.8%と多数を占めるのに対し、スウェーデン23.6%、韓国20.8%、米国20.5%、シンガポール19.7%、となっている。また、3年間に、この割合は米国、韓国で減少しているが、日本とシンガポールで増加している。(図表 24参照)

(図表 1) 携帯電話の個人利用率は、スウェーデンが最も高い。また、日本の個人利用率は、3年間で韓国に抜かれた
 携帯電話利用者が自宅から電話をかける際に、加入電話ではなく携帯電話の方を使う人の割合は、日本が最も高い

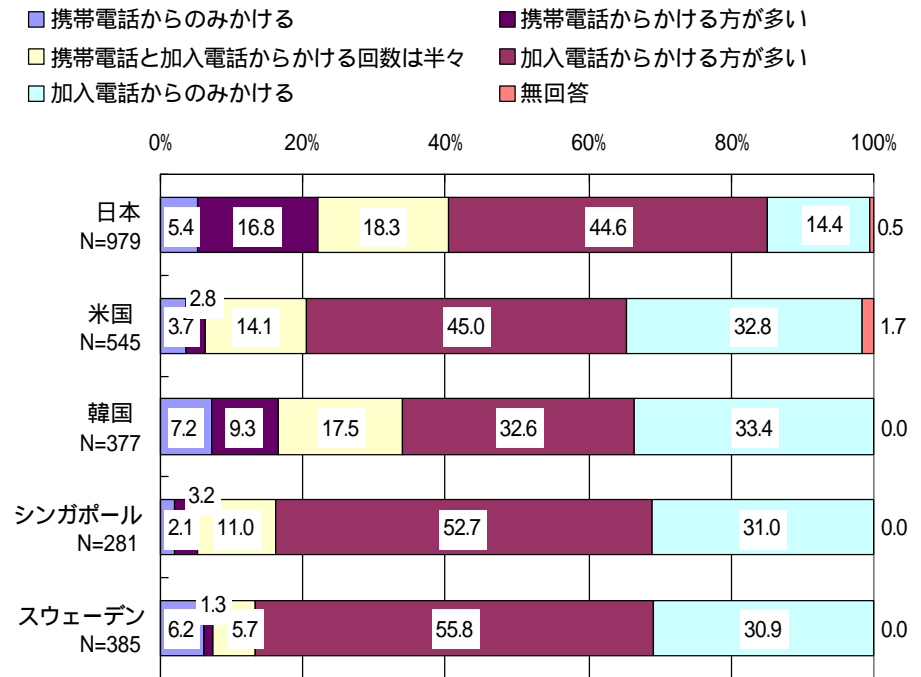
【携帯電話の個人利用率の推移】



注)スウェーデンは、2000年の値のみ

Q あなたは、携帯電話(自動車電話を含む)を利用されていますか。
 (勤務先から渡されて、自宅でも使っているものも含まれます)

【自宅から電話をかける際の加入電話と携帯電話の利用比率】
 (携帯電話利用者を100%とする)



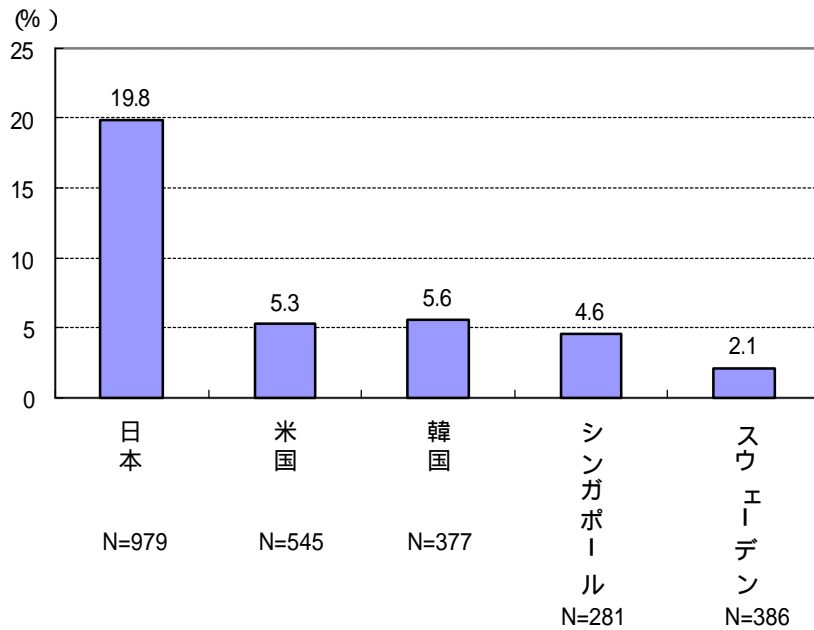
Q あなたは、ご自宅から電話をかける時に、加入電話を利用せずに、携帯電話を利用することはありますか。ここでは、音声通話での利用のみお考え下さい。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート

1997年9月～12月、2000年9月～11月 野村総合研究所

【図表2】 携帯インターネットの個人利用率は、日本が最も高く、19.8%
 携帯電話機購入の際の考え方も、日本はほかの国に比べ、「インターネットな
 どの付加機能」を重視する人の割合が高い

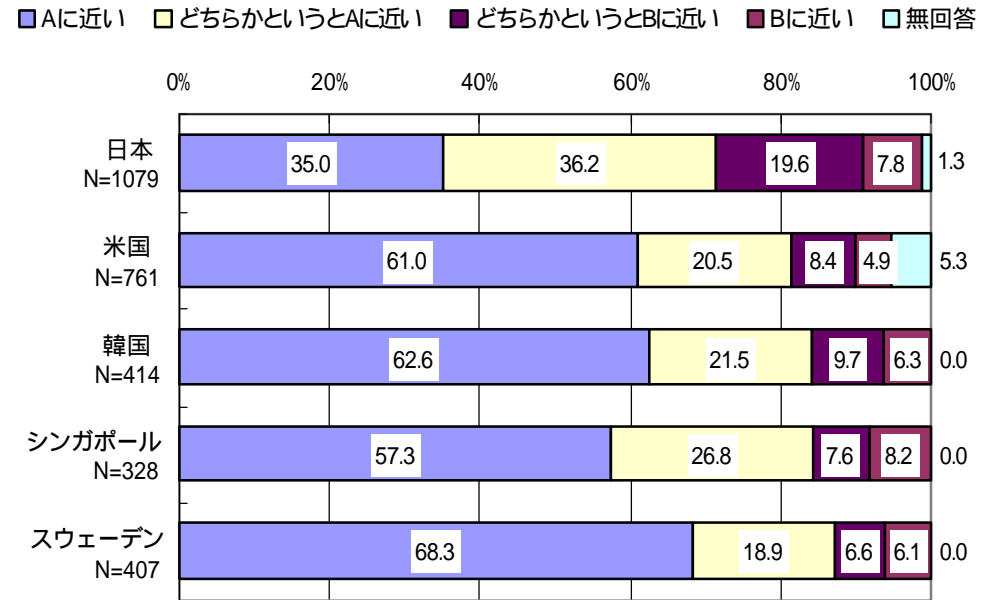
【携帯電話利用者の携帯インターネット利用状況】
 (携帯電話利用者を100%とする)



注) 携帯インターネット利用:
 携帯電話・PHSでインターネットに接続して電子メール・情報サービスを利用することを指す。ショートメッセージの利用は除く。
 携帯電話・PHSを単体で用いる場合と、別の機器を接続する場合を含む。

Q あなたは、携帯電話単体もしくは、携帯電話にパソコンや携帯情報通信端末を接続してインターネットを利用していますか。

【携帯電話機購入の際の考え方】
 (携帯電話利用者および利用意向者を100%とする)



A :音質やつながりやすさなど、電話の基本性能を重視する
 B :インターネットや電子メール関連のサービスなど、付加機能を重視する

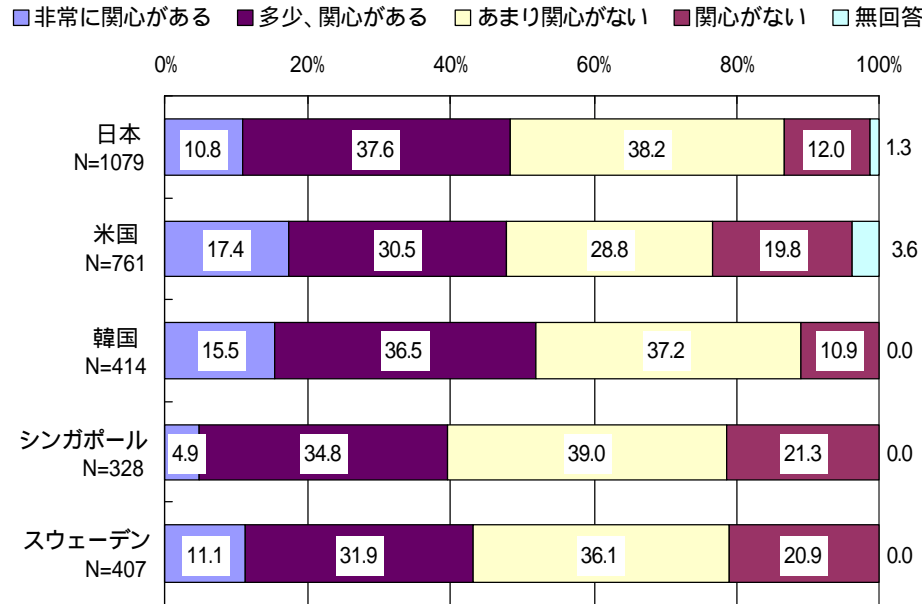
Q 携帯電話を購入(買い換えや買い増しを含む)される際の考え方として、以下のAとBの考え方があります。あなたはどちらの考え方に近いですか。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
 2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表3) IMT-2000 (次世代携帯電話)に関心がある人の割合は、韓国、日本、米国でやや高い

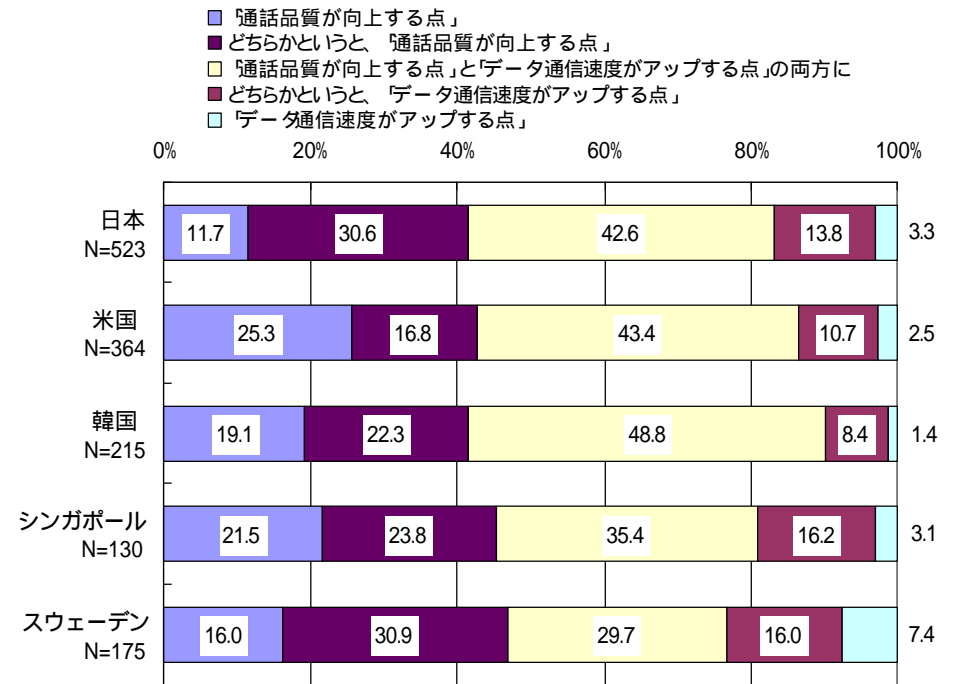
「通話品質の向上」の方に魅力を感じる人が、各国ともに4割程度で「データ通信速度アップ」を挙げる人よりも多い

【MT-2000への関心度】



Q 近いうちに新しい携帯電話のサービス(IMT-2000)が開始される予定です。このサービスの登場により、携帯電話の通話品質が向上し、データ通信速度は大幅にアップします。あなたはこの新しいサービスにどの程度関心がありますか。

【「通話品質が向上する点」と「データ通信速度がアップする点」のどちらに魅力を感じるか】
(MT-2000に関心がある人を100%とする)



Q あなたは、新しい携帯電話のサービスの「通話品質が向上する点」と「データ通信速度がアップする点」のどちらに魅力を感じますか。

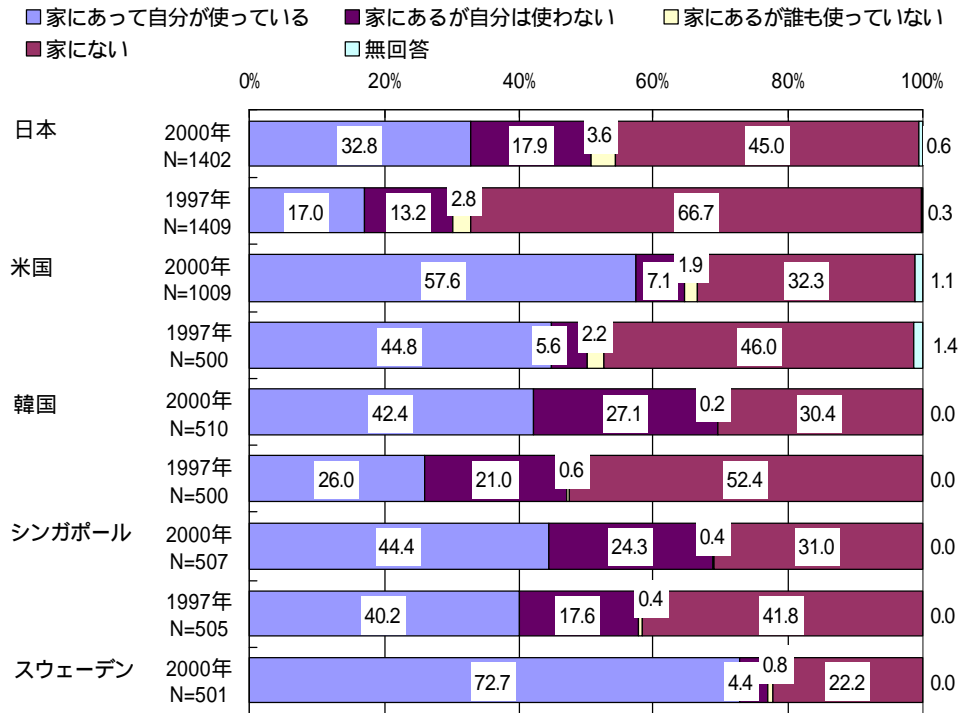
(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート

2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 4) PCの個人利用率は、スウェーデンが最も高く、米国を上回っている

日本は3年間でPC個人利用率が急速に上昇したものの、ほかの国には及ばない
 自宅のPCのインターネット接続率は、日本、韓国が7割前後であるのに対して、シンガポール、米国、スウェーデンでは8割から9割に達する

【パソコン保有・利用実態の推移】

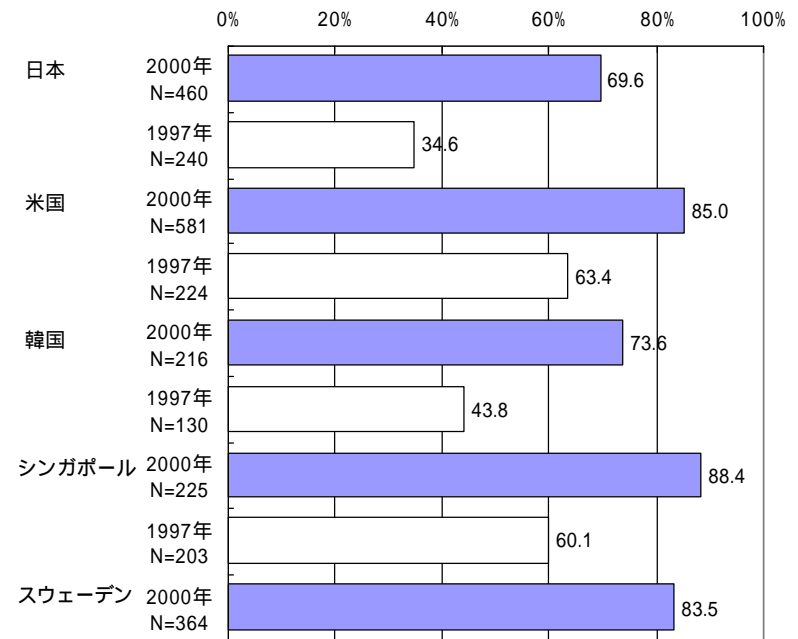


注)スウェーデンは、2000年の値のみ

Q あなたご自身は、家でパソコンを使っていますか。

【自宅のパソコンでのインターネット利用実態の推移】

(自宅パソコンを利用している人を100%とする)



注1)1997年の値はネットワーク接続率であり、インターネットの利用以外が含まれたり、ネットワークには接続していてもインターネットは利用していない場合が含まれる

注2)スウェーデンは、2000年の値のみ

Q あなたは自宅のパソコンをインターネットにつなげて利用していますか。

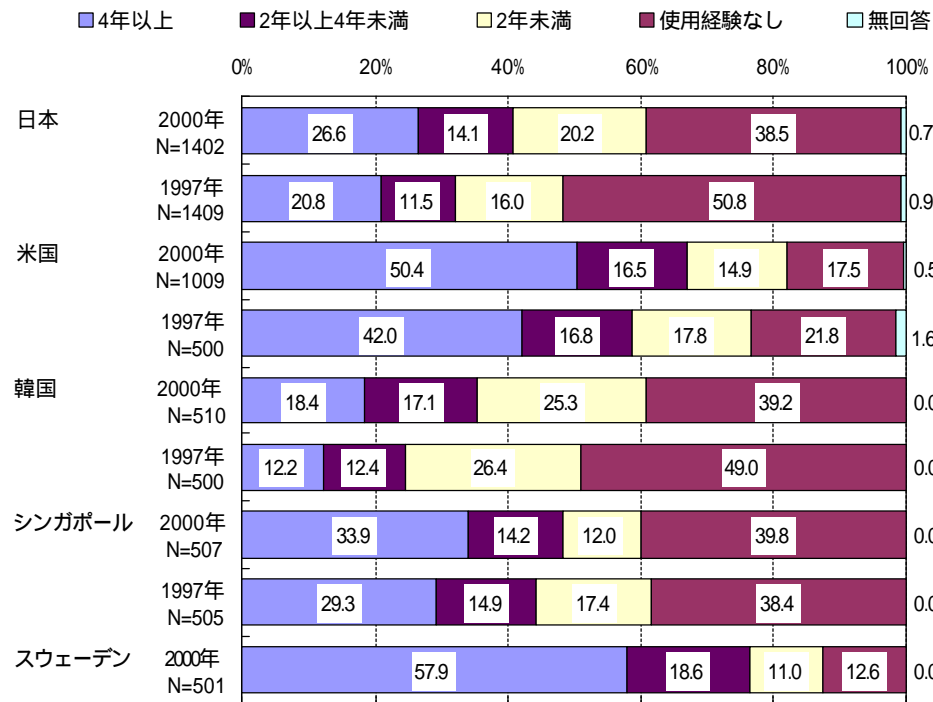
(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート

1997年9月～12月、2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表5) 米国、スウェーデンはパソコンの利用経験が長く、キーボードリテラシーも高い
日本のキーボードリテラシーは3年間で向上したものの、パソコンの利用経験が日本より短い韓国に、依然追いついていない

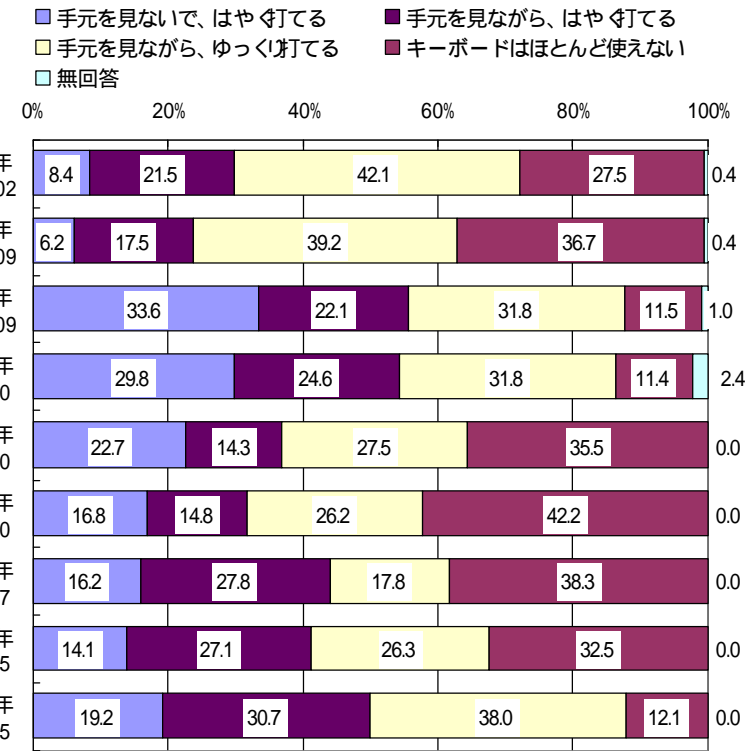
【パソコンの利用経験の推移】

【キーボードリテラシー】



注)スウェーデンは、2000年の値のみ

Q 職場や学校などでの経験も含めて、あなたがパソコン(パーソナルコンピュータ)を使い始めてから、どのくらいたちますか。



注)スウェーデンは、2000年の値のみ

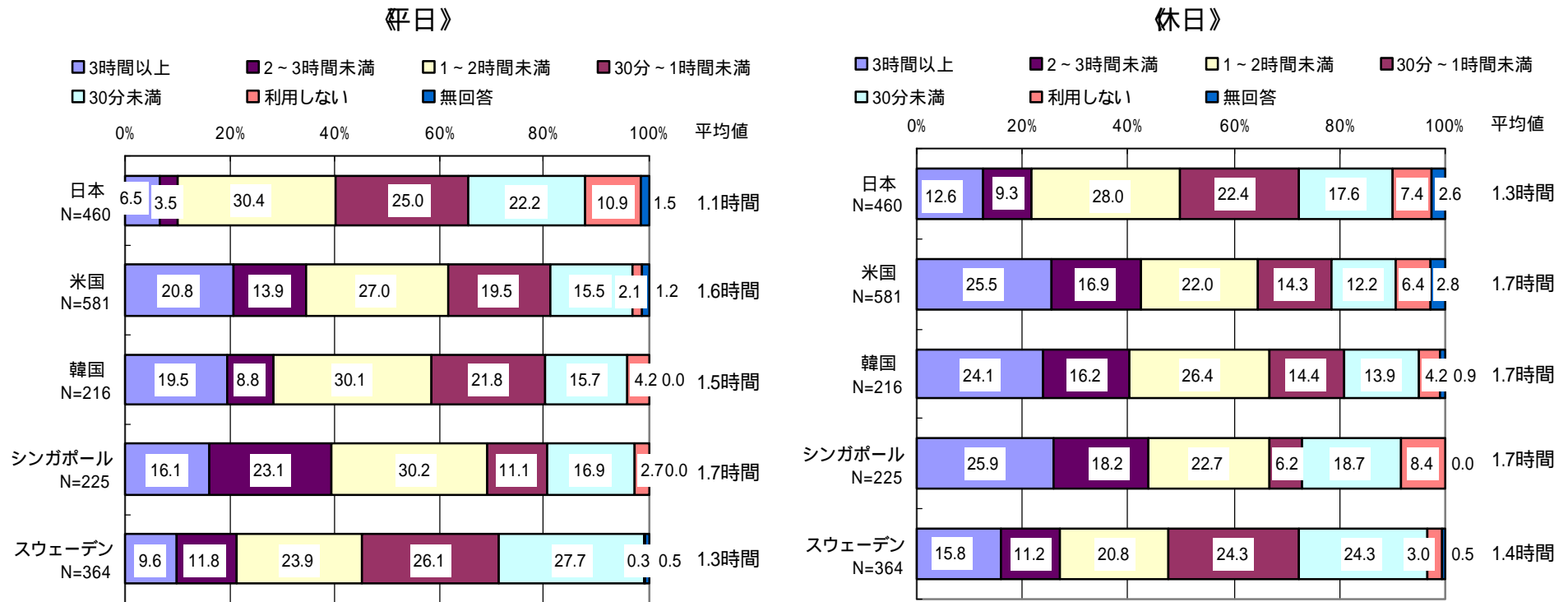
Q あなたは、パソコンのキーボードをどれくらい使いこなせますか。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート

1997年9月～12月、2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表6) 米国、韓国、シンガポールは、日本やスウェーデンに比べ、自宅でパソコンを利用している時間が平日・休日とも長い

【平日・休日のパソコンの利用時間】
(自宅でパソコンを利用している人を100%とする)



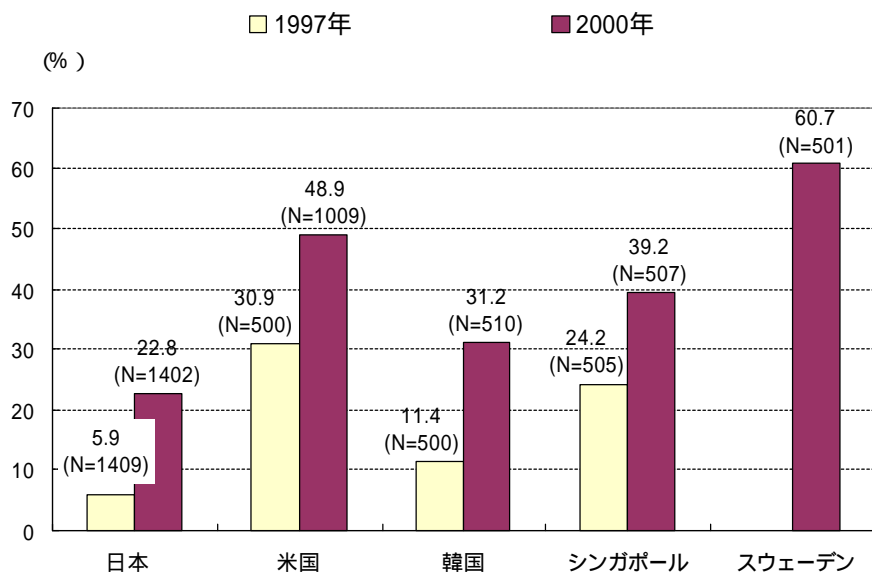
Q 日頃あなたは、自宅のパソコンを何時間くらいご利用になりますか。平日と休日に分けてお答え下さい。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
2000年9月~11月 野村総合研究所

(図表7) 日本のインターネット個人利用率は、3年間で17ポイント増加し、22.8%になったものの、依然、ほかの国には及ばない
インターネット利用時間の長い人の割合は、韓国が最も高い

【自宅のパソコンでインターネットを利用して
いる人の割合(個人利用率)の推移】

本資料は2000年12月20日に発表済みです

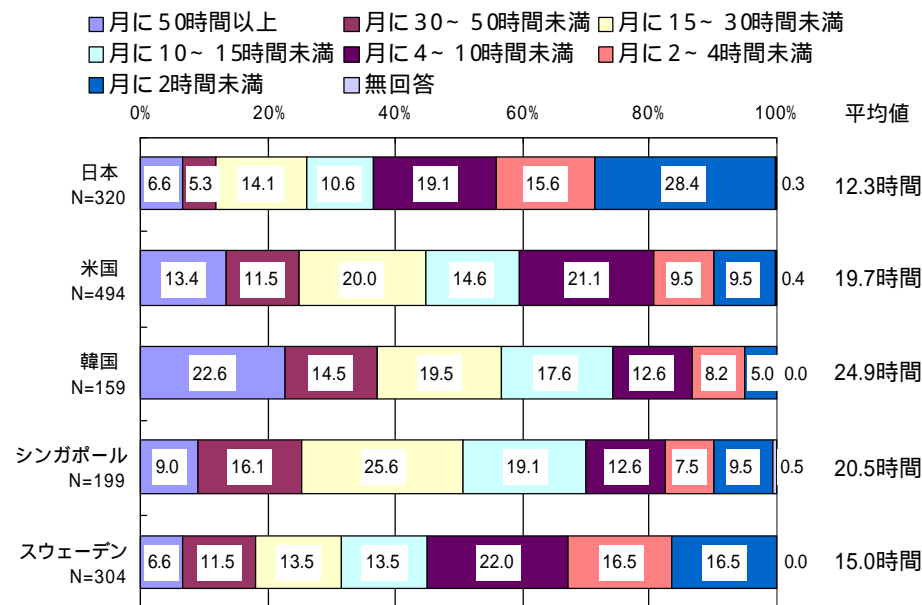


注1)1997年の値はネットワーク接続率であり、インターネットの利用以外が含まれたり、ネットワークには接続していてもインターネットは利用していない場合が含まれる

注2)スウェーデンは、2000年の値のみ

Q あなたは、自宅のパソコンをインターネットに接続していますか。

【月間のインターネット利用時間】
(自宅パソコンでインターネットを利用している人を100%とする)



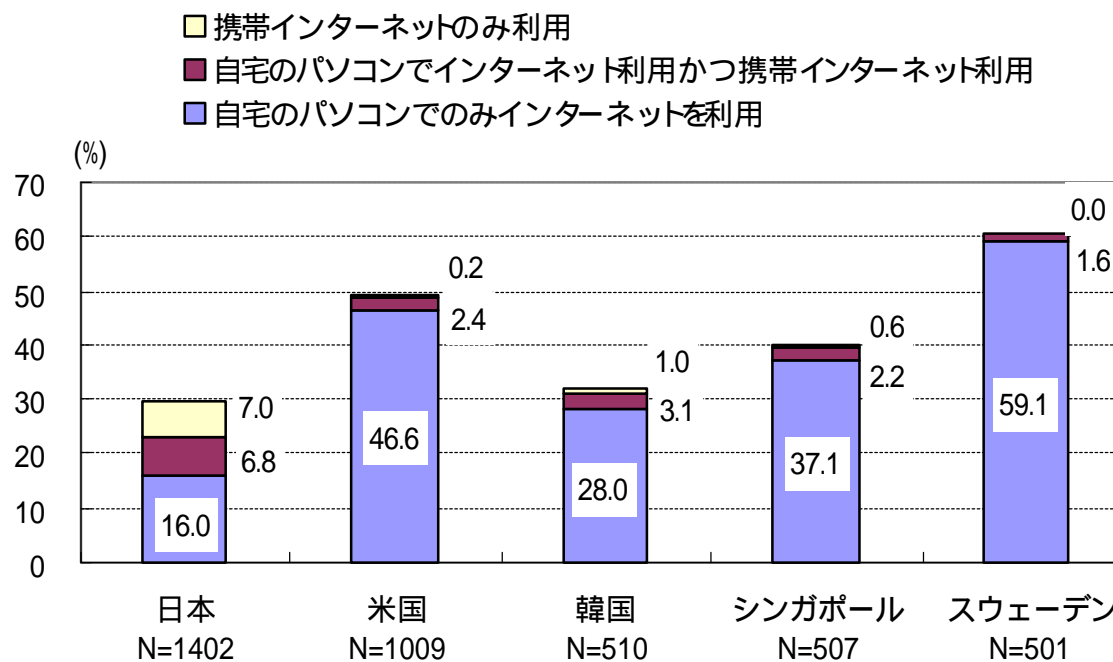
Q あなたご自身はどの位インターネットに接続して利用していますか。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート

1997年9月~12月、2000年9月~11月 野村総合研究所

(図表 8) 日本では、携帯インターネットのみを利用している人の割合が7%と、ほかの国に比べ高い。これを加えるとインターネットを利用する人の割合は3割程度になり、韓国と同程度になる

【自宅のパソコンおよび携帯電話でのインターネットの利用の現状】



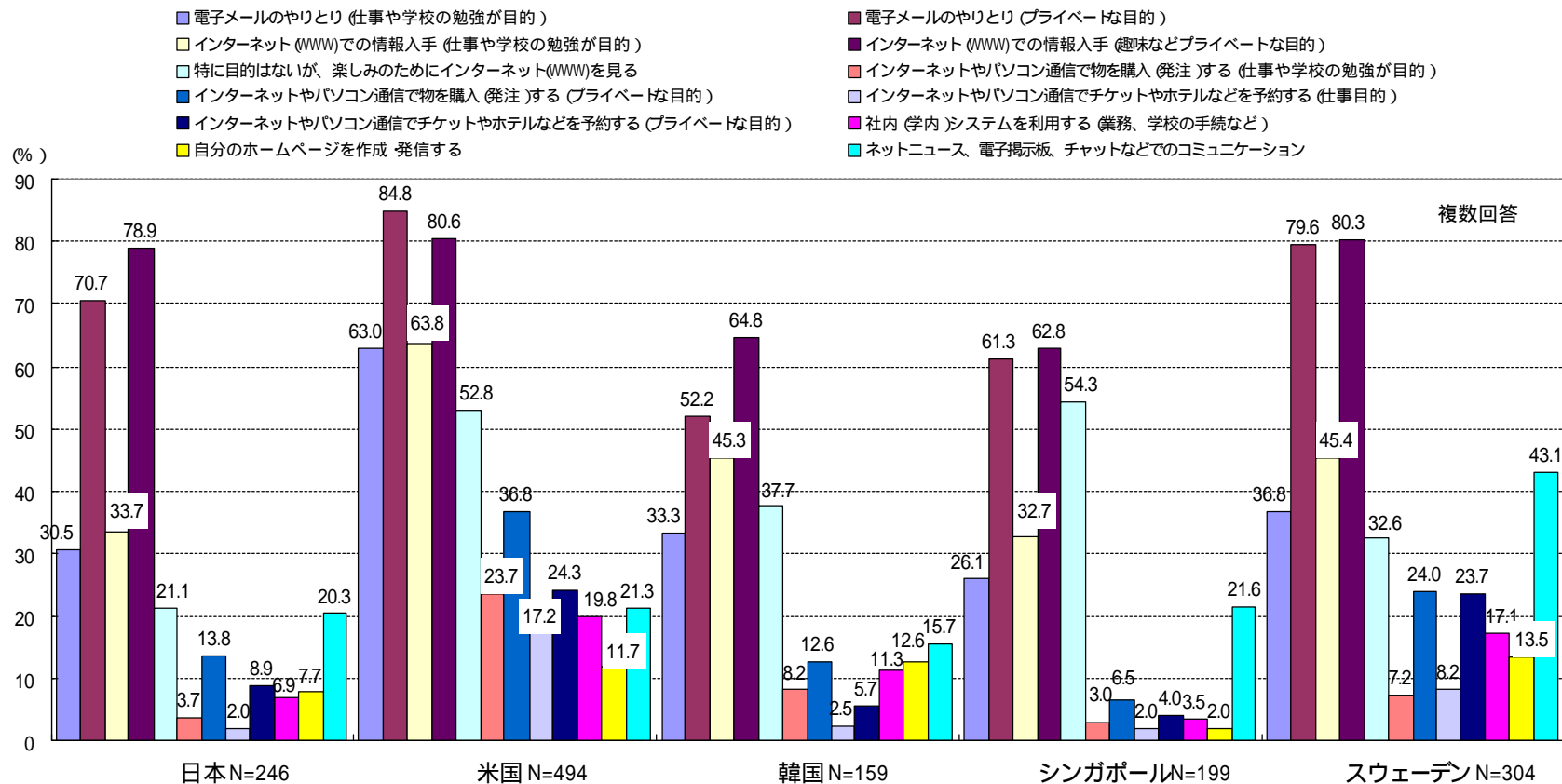
注) 携帯インターネット利用 = 携帯電話・PHSでインターネットに接続して電子メール・情報サービスを利用することを指す。ショートメッセージの利用は除く。携帯電話・PHSを単体で用いる場合と、別の機器を接続する場合を含む。

- Q あなたは、自宅のパソコンをインターネットに接続していますか。
- Q あなたは、携帯電話単体もしくは、携帯電話にパソコンや携帯情報通信端末を接続してインターネットを利用していますか。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表9) どの国も、プライベートな目的での電子メールや情報収集がインターネット利用の中心であるが、米国では仕事や勉強目的の利用比率が他国より高い
 米国、スウェーデンではECでの利用も高い。また、スウェーデンではネットニュース、電子掲示板、チャットなどでのコミュニケーションを目的にする人の割合が高いことが特徴的

【パソコンをインターネットに接続して行うこと】
 (自宅でパソコンをインターネットに接続して利用している人を100%とする)



注)日本では今回調査を行っていないため、前回の調査 (2000年3月実施)のデータを使用。

Q あなたはパソコンをインターネットに接続してどのようなことをなさっていますか。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
 2000年3月～11月 野村総合研究所

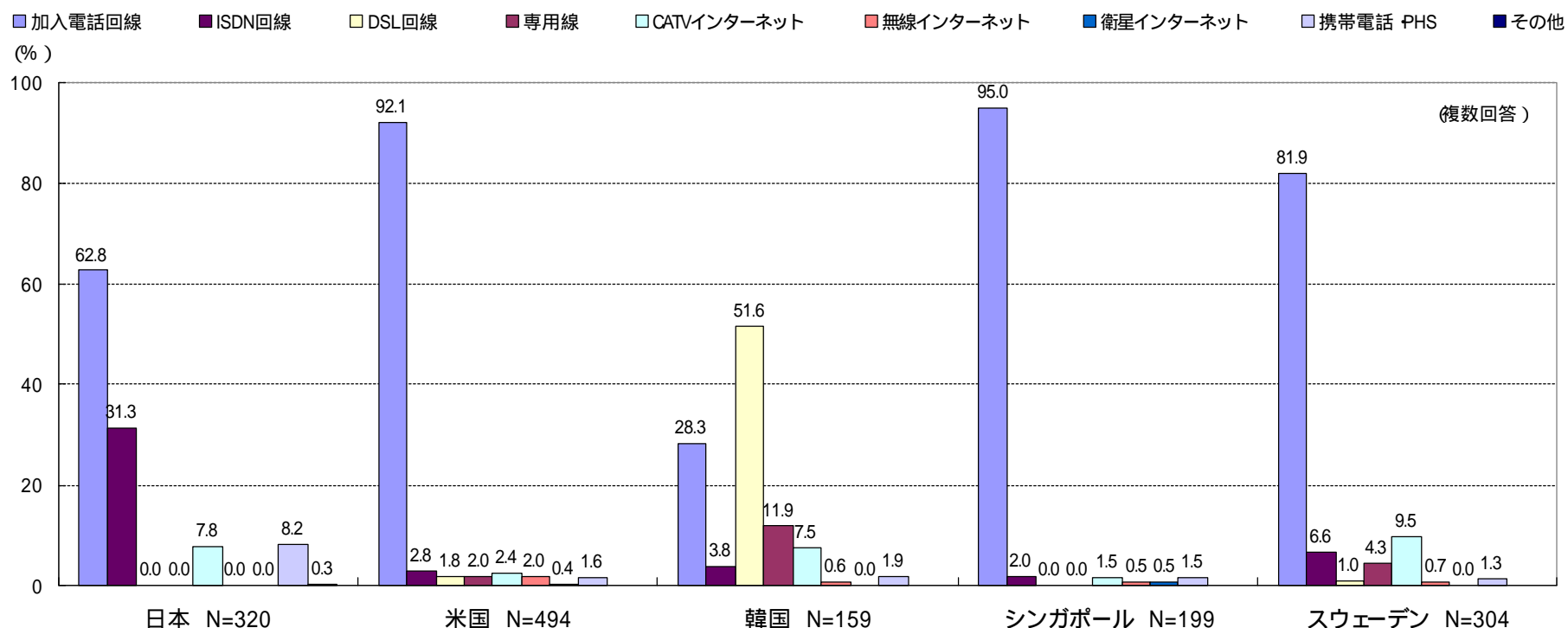
(図表 10) 韓国では、インターネット個人利用率の急増と平行して、高速回線 (DSL) の利用も進んでおり、通信インフラにおける LEAP FROG (カエル跳び) 効果が顕著である

日本はISDN利用の比率が高いことが特徴である。その他の3ヶ国は、加入電話回線利用が大半を占める

【自宅でインターネット接続に利用している通信回線の割合】

(自宅のパソコンでインターネットを利用している人を100%とする)

本資料は2000年12月20日に発表済みです



注) 日本では、DSL回線、専用線、無線インターネット、衛星インターネットは、「その他」に含まれている。

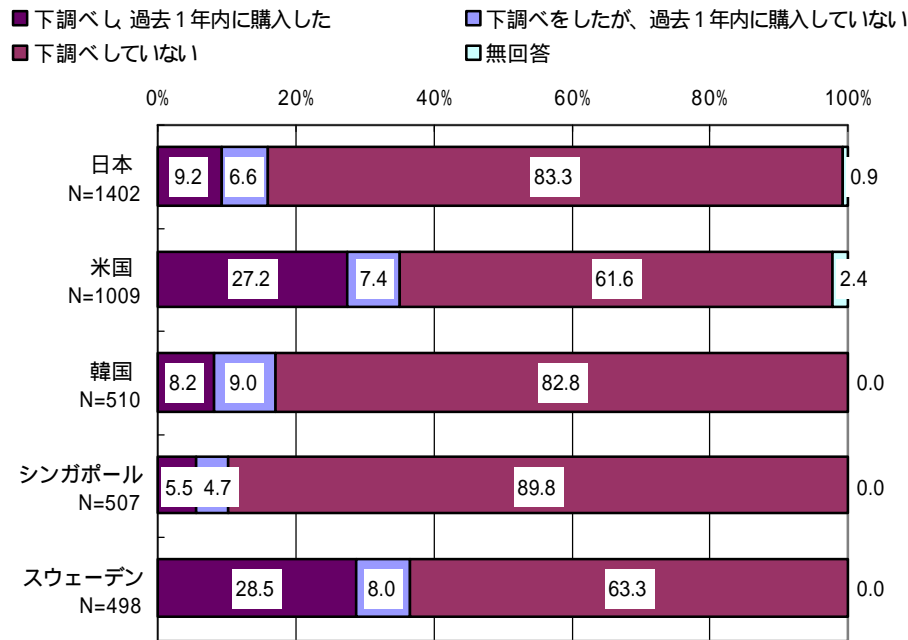
Q 自宅のパソコンで、インターネットを利用する際の通信回線は次のいずれですか。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート

2000年9月～11月 野村総合研究所

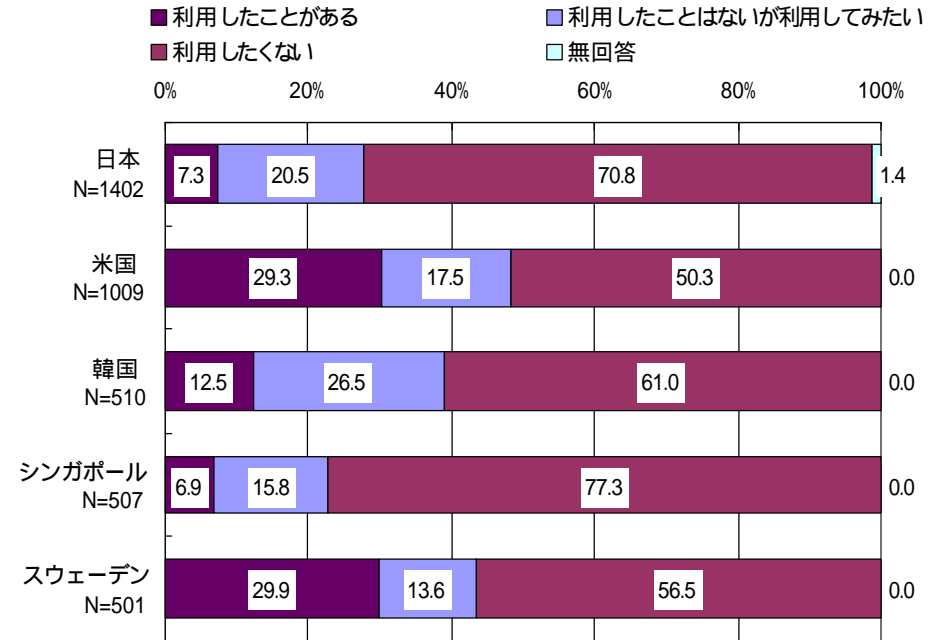
(図表 11) スウェーデン、米国では、インターネットで商品の下調べをする人の割合が4割近くにおよぶ。また下調べした商品を、実際に購入している人の割合も高い
 オンラインショッピングの利用経験がある人の割合は、スウェーデン、米国で高く、3割程度に達する
 日本での利用経験のある人および、利用意向のある人の割合は、共にシンガポールより高いが韓国に比べて低い

【商品購入や予約に先立つインターネットでの下調べの状況】



- Q あなたは商品購入や予約などに先立って、インターネットのホームページで、それらに関する情報や値段などを下調べしたことがありますか。
 Q あなたは下調べしたその商品を、過去一年間に購入したことがありますか。
 インターネット経由で購入した場合と実際の店舗で購入した場合を含めてお答え下さい。

【オンラインショッピングの利用経験と意向】



- Q 最近、パソコン、携帯電話、店頭の情報(オスク)端末などからインターネットを使って、買い物をしたり各種有料サービスを利用したりできるようになってきています。あなたはこのようなオンラインショッピング(電子商取引/エレクトロニック・コマース)を利用したいと思われますか。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート

2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 12) オンラインショッピングで購入したい商品は、米国は被服・装飾品やギフトなど、物品が上位に来る。一方日本は、ホテル・チケットなどの予約が中心

【オンラインショッピングでの購入 / 利用希望商品】

[各国の回答の上位 10 項目]

(オンラインショッピングを利用したことがある人および利用したいと思う人を100%とする)

日本 N=410 (%)	
1	ホテル・旅館の予約 41.7
2	コンサート・演劇などのチケット 41.5
3	航空券・鉄道乗車券の予約 38.8
4	本 雑誌 37.3
5	金融関連サービス 30.7
6	被服・装飾品 28.8
6	旅行の予約 28.8
8	音楽CD 28.0
9	音楽のダウンロード 26.6
10	地域行政サービス 23.7

米国 N=473 (%)	
1	被服・装飾品 48.6
2	ギフト 46.5
3	本 雑誌 46.1
4	音楽CD 43.1
5	航空券・鉄道乗車券の予約 41.9
6	コンサート・演劇などのチケット 39.8
7	ホテル・旅館の予約 37.0
8	旅行の予約 32.6
9	金融関連サービス 25.0
10	パソコンソフト 23.7

韓国 N=199 (%)	
1	本 雑誌 41.7
2	音楽CD 38.7
3	被服・装飾品 34.7
4	航空券・鉄道乗車券の予約 23.1
5	コンサート・演劇などのチケット 21.6
6	金融関連サービス 21.1
7	旅行の予約 20.6
8	日用雑貨品 16.6
9	ギフト 15.1
9	ホテル・旅館の予約 15.1

シンガポール N=115 (%)	
1	本 雑誌 59.1
2	音楽CD 40.9
3	ビデオソフト 29.6
4	旅行の予約 27.0
5	日用雑貨品 26.1
6	ギフト 25.2
7	パソコンソフト 23.5
7	文具・オフィス用品 23.5
9	食品 22.6
10	航空券・鉄道乗車券の予約 17.4

スウェーデン N=216 (%)	
1	音楽CD 64.8
2	航空券・鉄道乗車券の予約 53.2
3	本 雑誌 50.9
4	金融関連サービス 47.2
4	コンサート・演劇などのチケット 47.2
6	ホテル・旅館の予約 43.1
7	ビデオソフト 41.7
8	旅行の予約 37.0
9	地域行政サービス 32.9
10	音楽のダウンロード 31.9

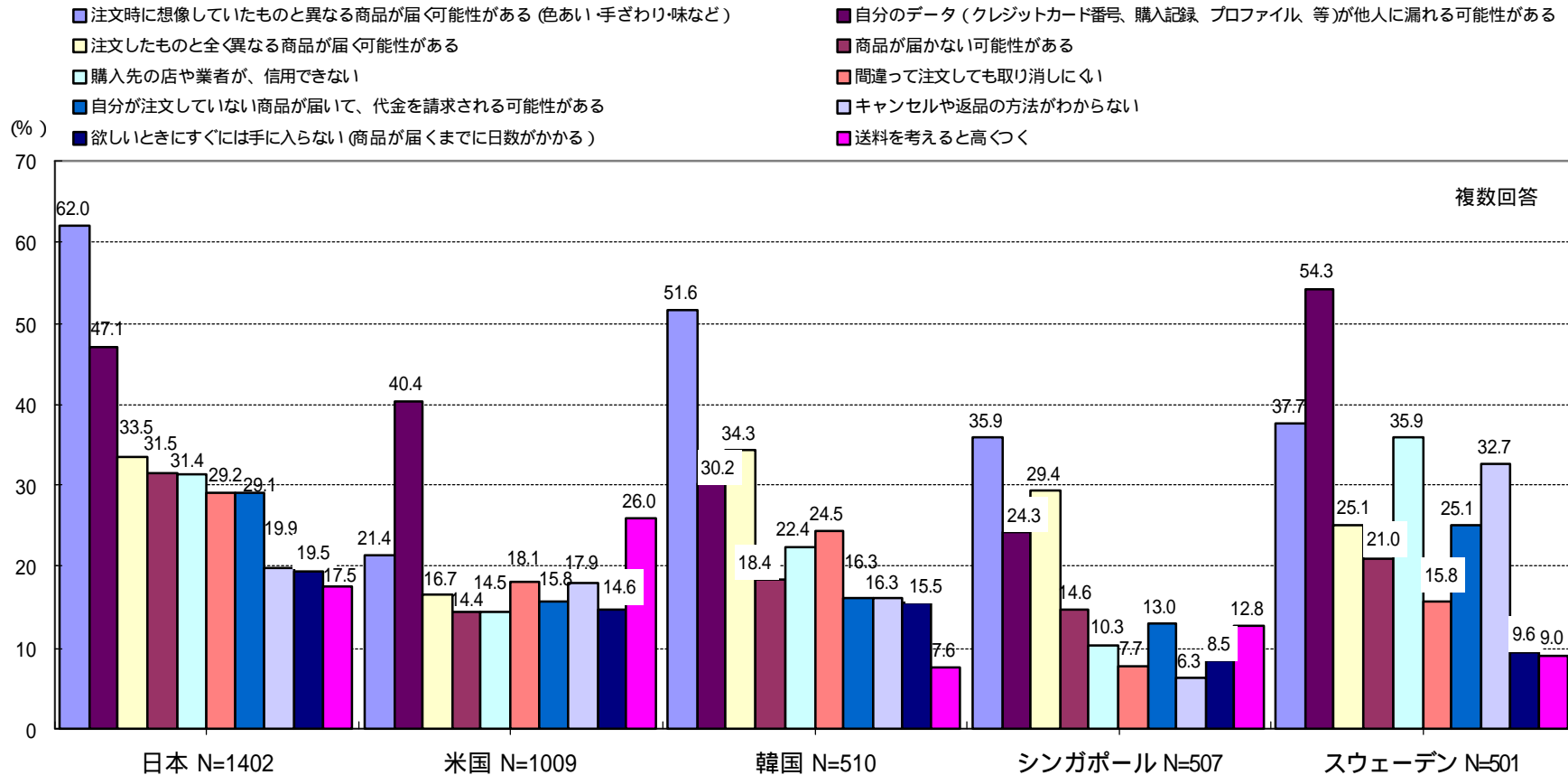
Q あなたは、今後、オンラインショッピング(電子商取引 / エレクトロニック・コマース)でどのような商品・サービスを購入・利用したいですか。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート

2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 13) 米国とスウェーデンでは、ECに関する第一の不安は「個人情報の漏洩」
 これに対し、日本、韓国、シンガポールでは「注文時に想像していたものと異なる商品が届く」ことが筆頭に挙げられている
 また、米国では「送料を考えると高つく」と考える人の割合が高いことが特徴的

【オンラインショッピングを利用する際に感じる不安、障害】



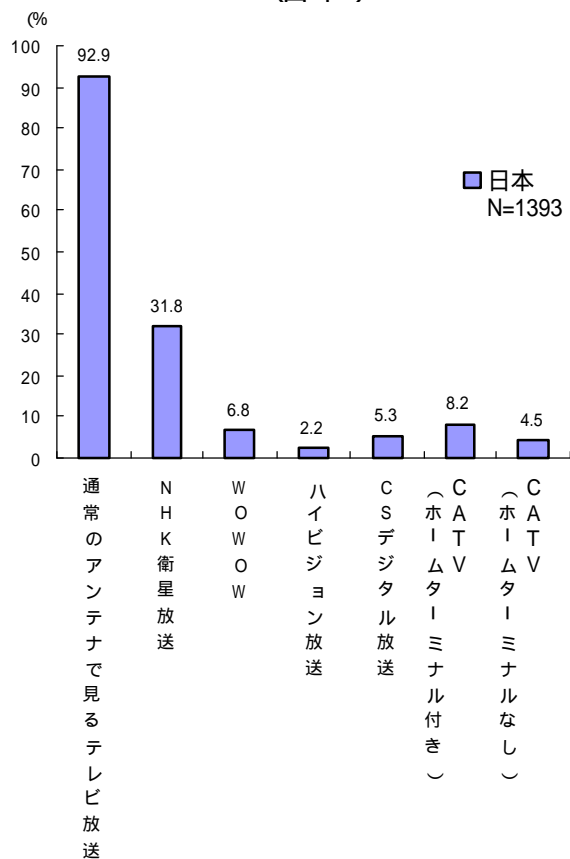
注 日本の上位10項目のみ記載

Q あなたは、オンラインショッピング(電子商取引/エレクトロニック・コマース)を利用する際に、どのような不安、障害を感じますか。また、使いたいと思われない方は、その理由をお答え下さい。

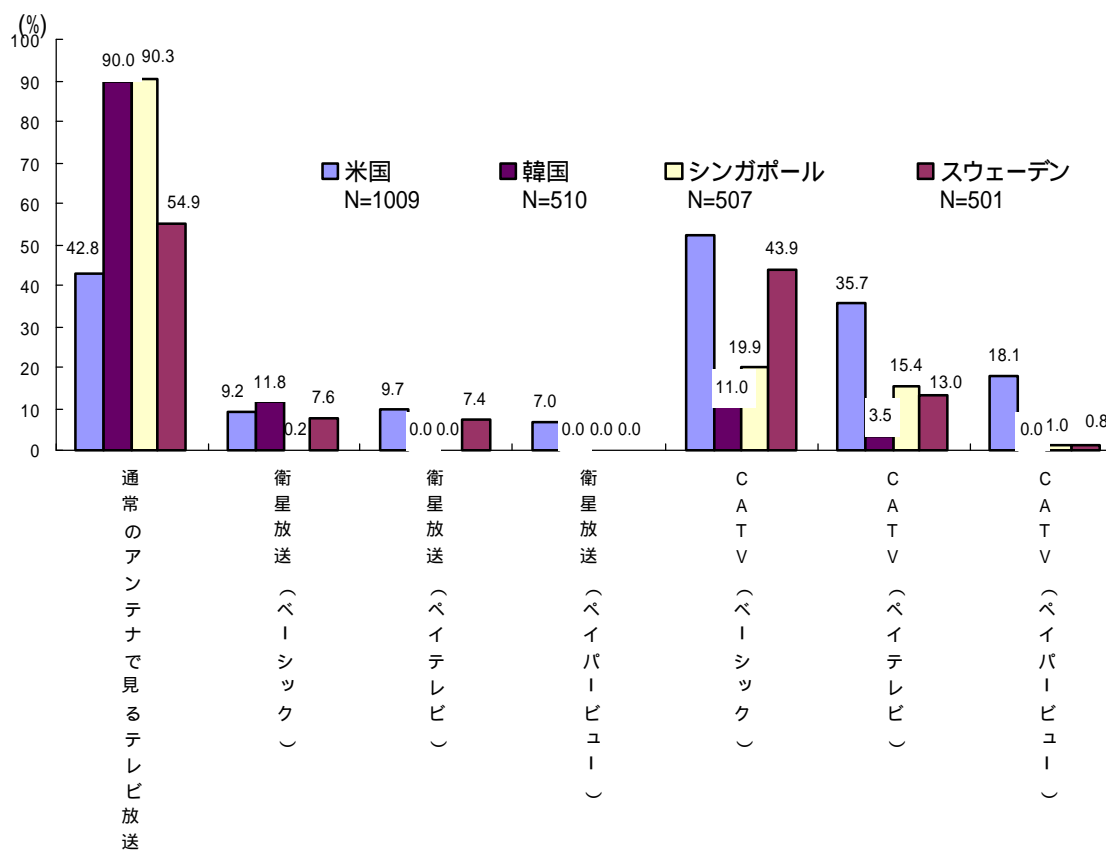
(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
 2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 14) 米国、スウェーデンでは、CATVの普及が進んでいる
 一方、日本、韓国、シンガポールは地上波が中心であるが、5ヶ国の中で日本は衛星放送で先行している

【自宅で見られるテレビ放送】複数回答
 (自宅にテレビがある人を100%とする)
 (日本)



【自宅で見られるテレビ放送】複数回答
 (米国、韓国、シンガポール、スウェーデン)



Q お宅では、現在どのようなテレビ放送を視聴することができますか。

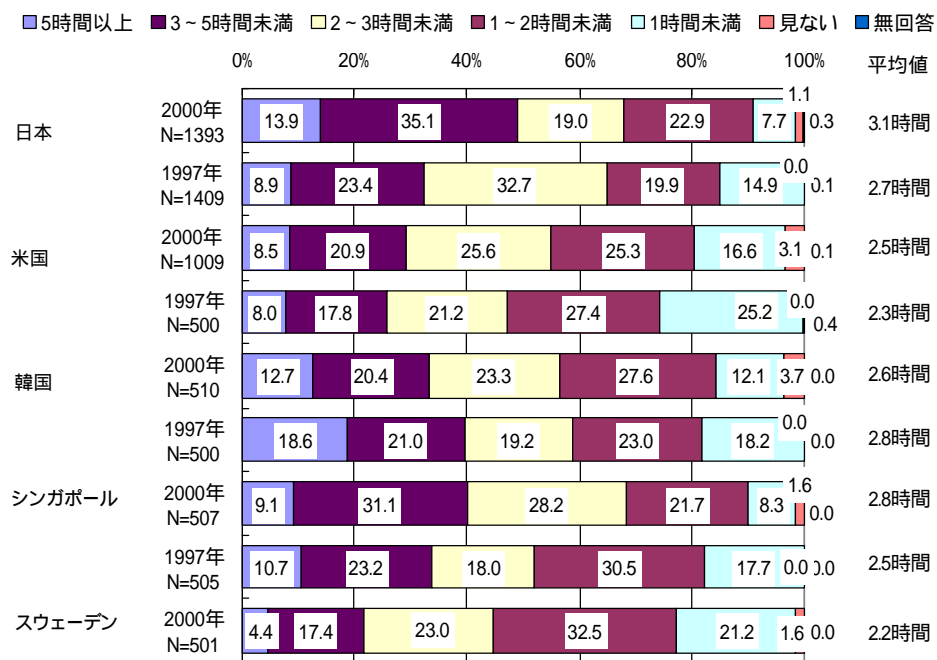
(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
 2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 15) 韓国を除き、テレビの視聴時間が3年間で増加傾向にある
特に、日本で、この傾向が顕著であり、5ヶ国の中で一番長くなった

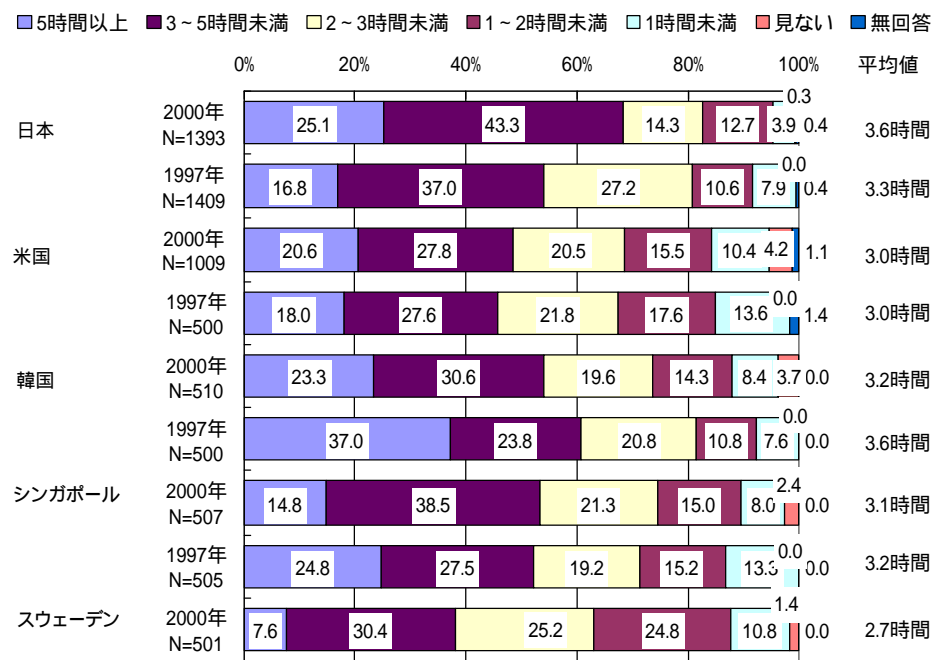
【平日・休日のテレビ視聴時間】
(テレビを視聴している人を100%とする)

《平日》

《休日》



注)スウェーデンは、2000年の値のみ



注)スウェーデンは、2000年の値のみ

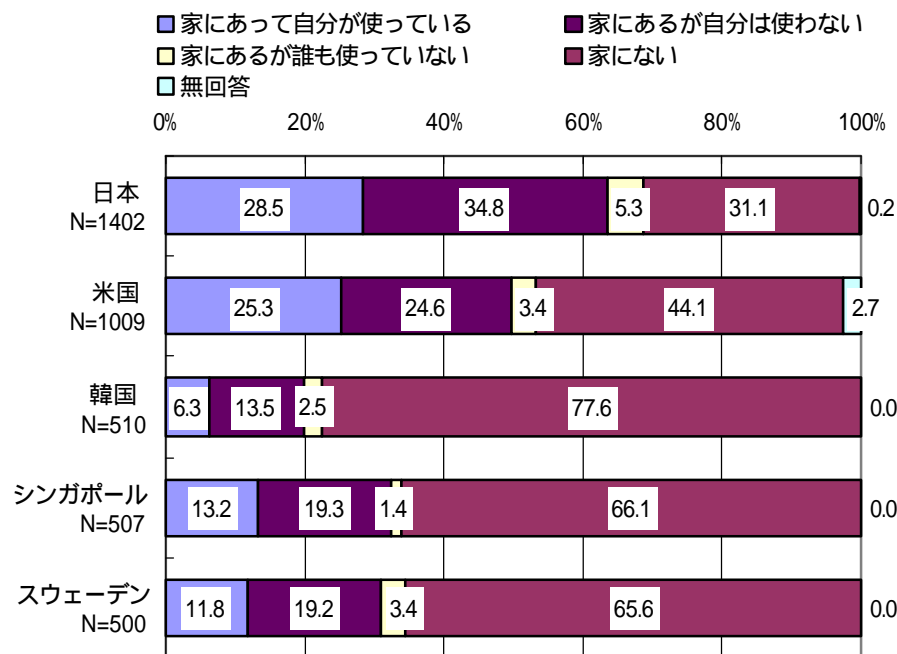
Q 日頃あなたは、テレビを何時間くらいご覧になりますか。平日と休日に分けてお答え下さい。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート

1997年9月～12月、2000年9月～11月 野村総合研究所

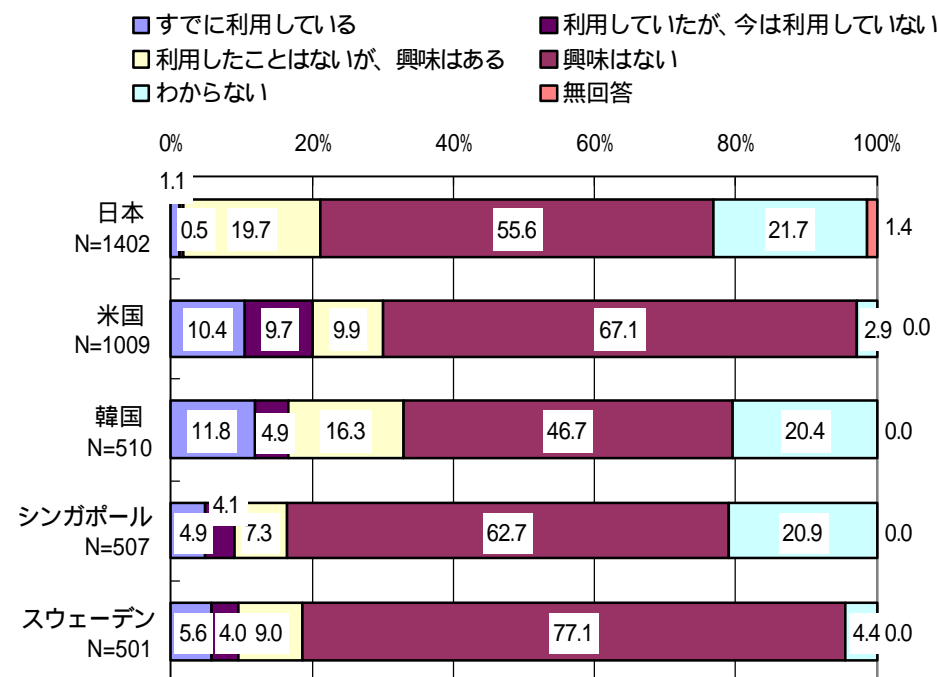
(図表 16) テレビゲームの個人利用率は、日本と米国が高いものの、インターネットを利用したゲームの利用経験は韓国、米国が高く、日本は最も低い

【テレビゲームの利用状況】



Q お宅には、テレビゲーム機がありますか。パソコンゲームを除いてお答え下さい。

【インターネットを利用した対話型 参加型ゲームの利用と興味】

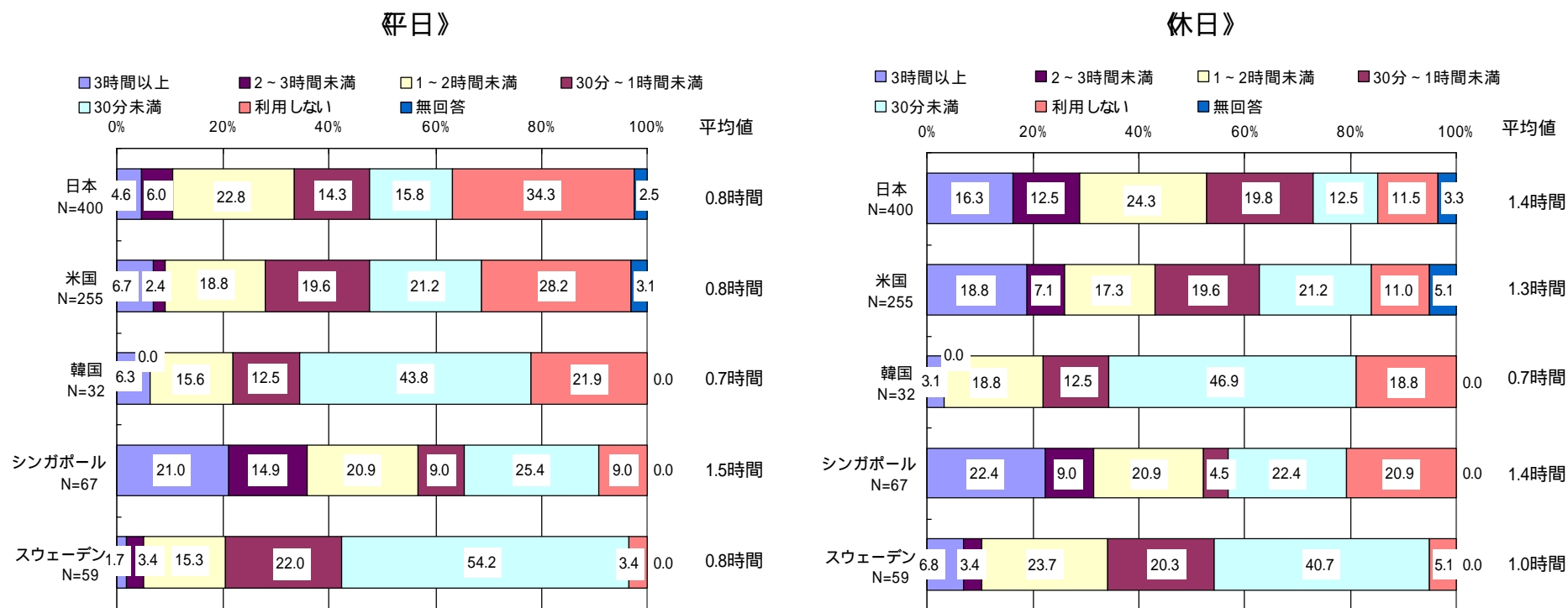


Q あなたは、インターネットを利用した対話型、参加型ゲームに興味をお持ちですか。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 17) テレビゲーム利用者のうち、長時間利用している人の割合は、シンガポールが最も高く、韓国で最も低い。特に平日で、その傾向が見られる
 スウェーデンは、平日・休日とも利用時間が短い人が多いことが特徴である
 日本は平日にはテレビゲームをしない人が、利用者の3割強おり、最も多い

【平日・休日のテレビゲームの利用時間】
 (テレビゲームを利用している人を100%とする)

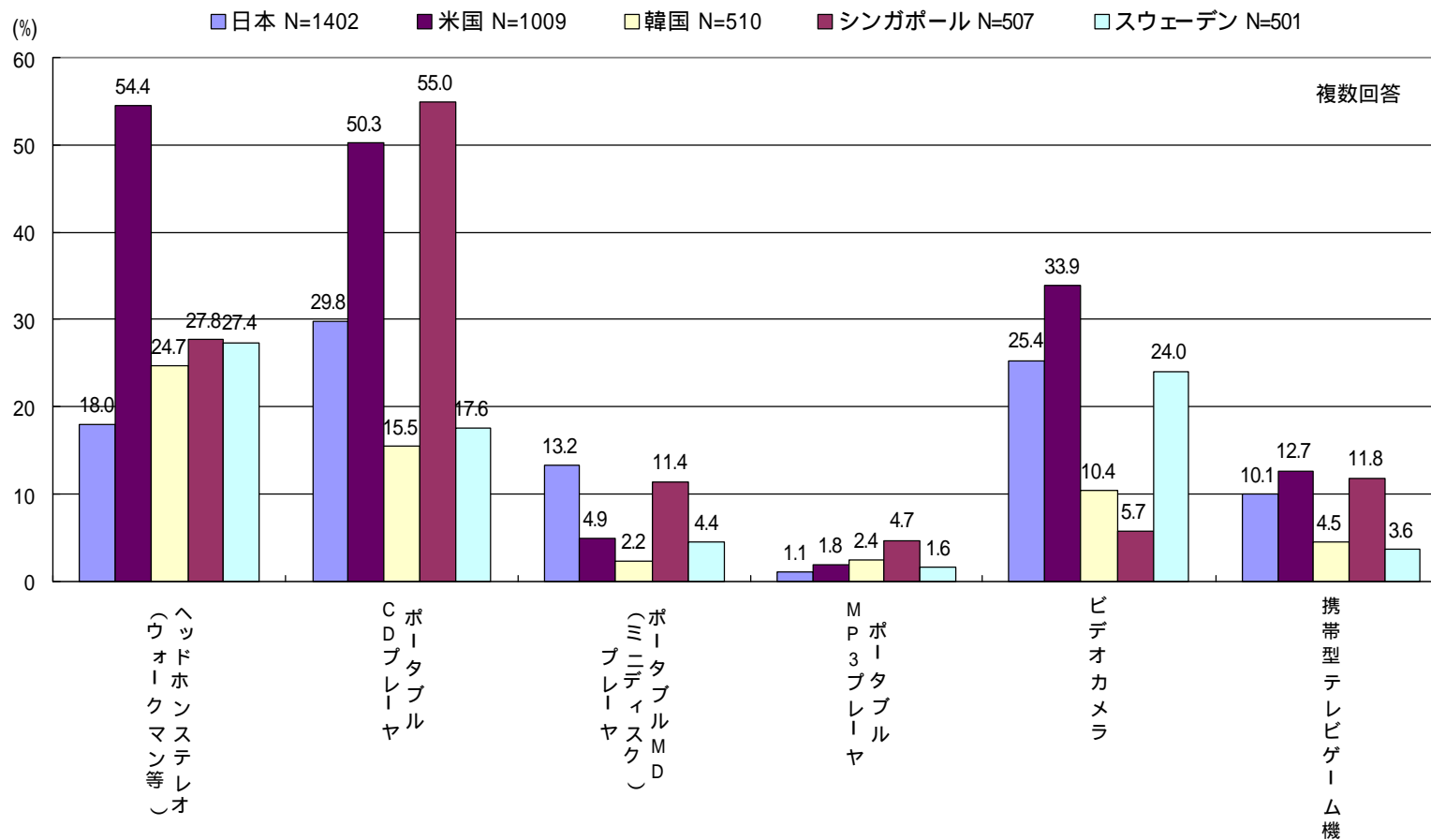


Q 日頃あなたは、テレビゲームを何時間くらいご利用になりますか。平日と休日に分けてお答え下さい。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
 2000年9月~11月 野村総合研究所

(図表 18)ポータブルMDプレーヤは日本、ポータブルCDプレーヤはシンガポール、ヘッドホンステレオとビデオカメラは米国で、それぞれ最も個人利用率が高い

【AV機器などの個人利用率】



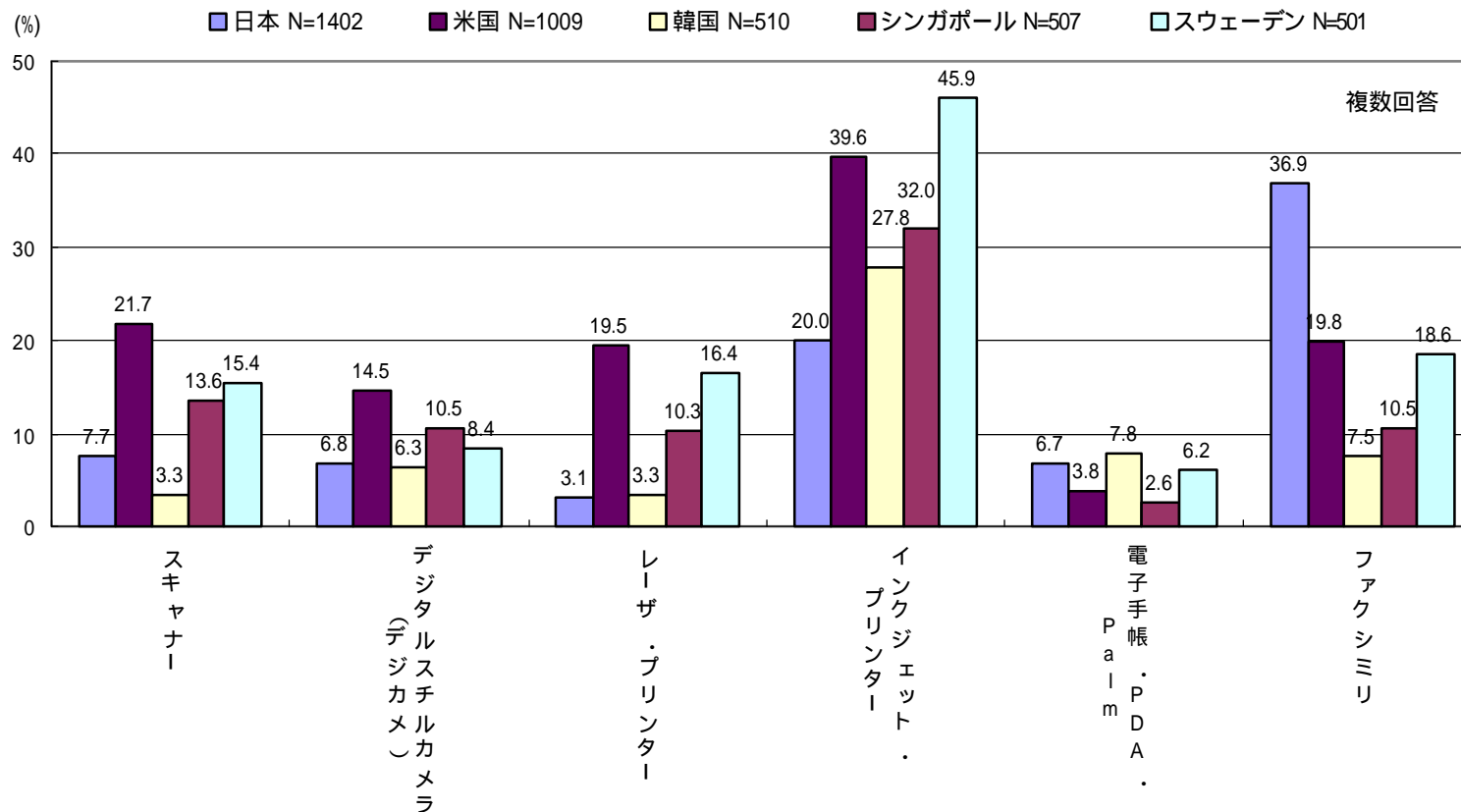
Q あなたは、以下のような機器をどのくらいお使いですか。それぞれについてお答え下さい。

(資料)「情報機器やサービスの利用に関するアンケート」

2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 19) 情報通信関連機器については、全般的に米国での個人利用率が高い
 ファクシミリでは日本が、インクジェットプリンターではスウェーデンでの個人利用率が最も高い

【情報通信機器などの個人利用率】

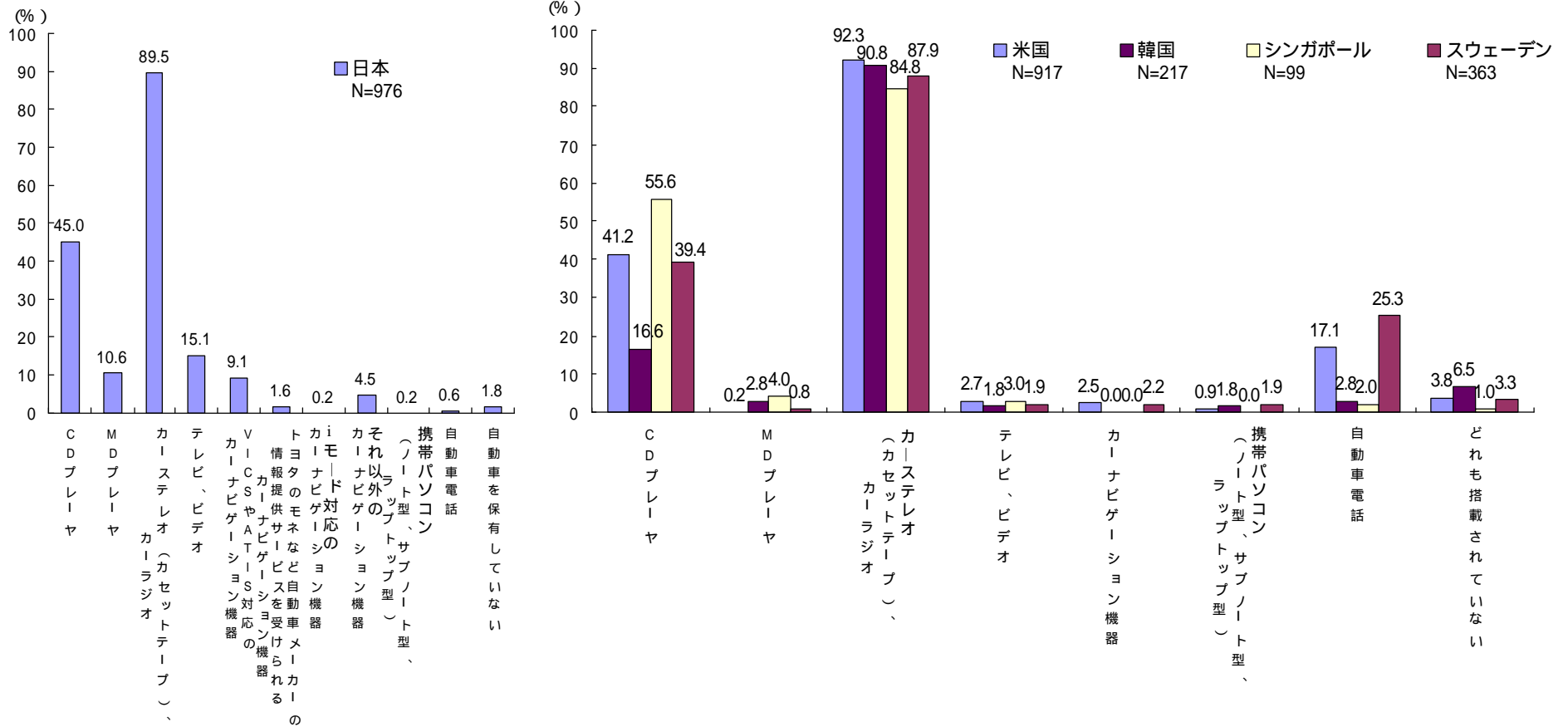


Q あなたは、以下のような機器をどのくらいお使いですか。それぞれについてお答え下さい。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
 2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 20)日本では車載機器の普及が進んでおり、カーナビゲーションのほか、MDプレーヤやテレビ・ビデオの搭載率が5ヶ国中で最も高い。CDプレーヤはシンガポール、自動車電話はスウェーデンで、それぞれ搭載率が高い

【自動車に搭載されているAV・情報通信機器】
(自動車を運転する人を100%とする)

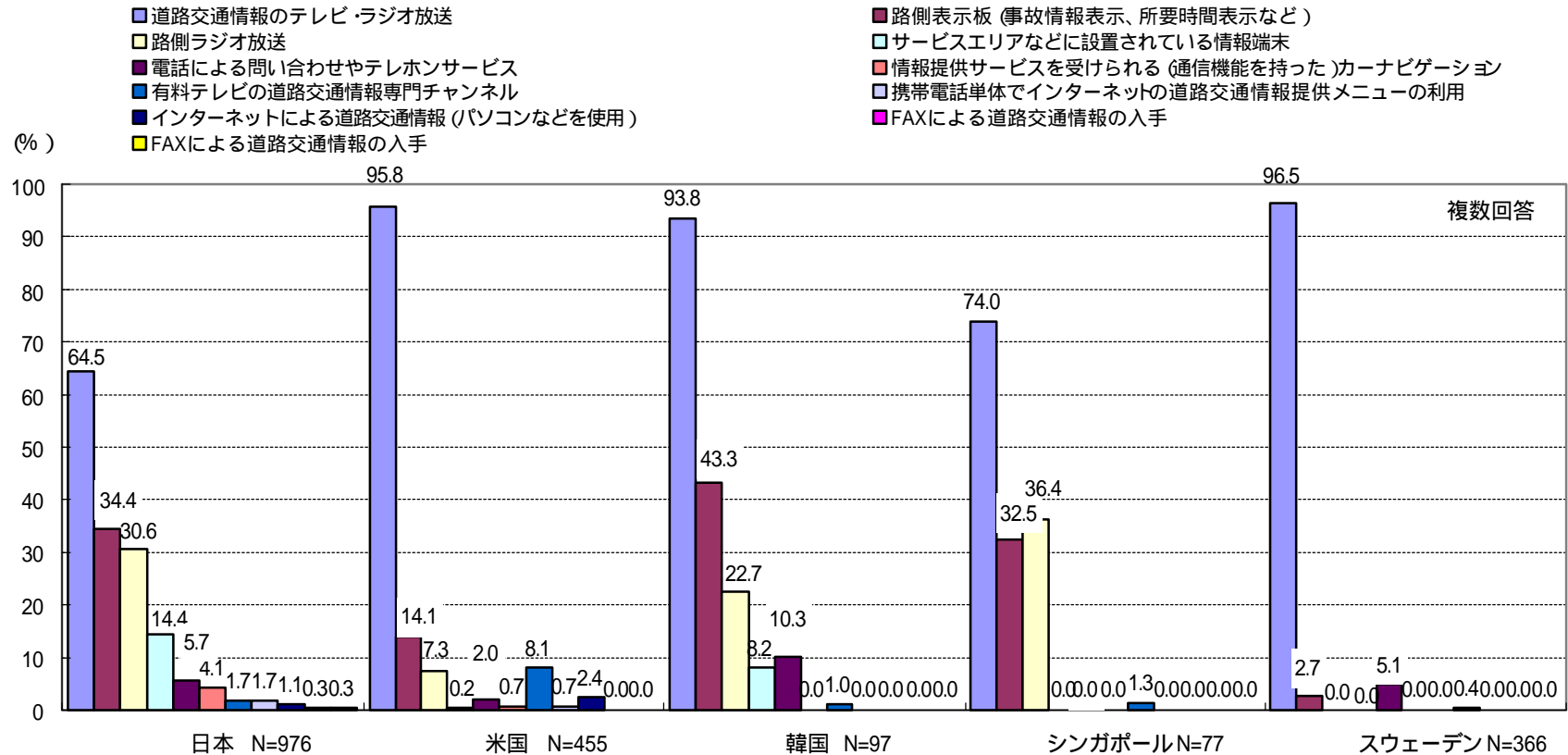


Q あなたが運転する自動車には、どのようなAV・情報通信機器が搭載されていますか。
複数の自動車を運転されている場合は、そのうちのどれか1台に搭載されていれば をつけて下さい。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 21) 米国、スウェーデンでは、道路交通情報をテレビ・ラジオ放送で入手している人がほとんどであり、それ以外の手段の利用度は低い
 日本、韓国、シンガポールは、これに加えて路側表示板や路側ラジオ放送から情報を入手する人の割合も、3割前後で高い

【自動車に乗車する際の道路交通情報の入手方法】
 (自動車を運転する人を100%とする)

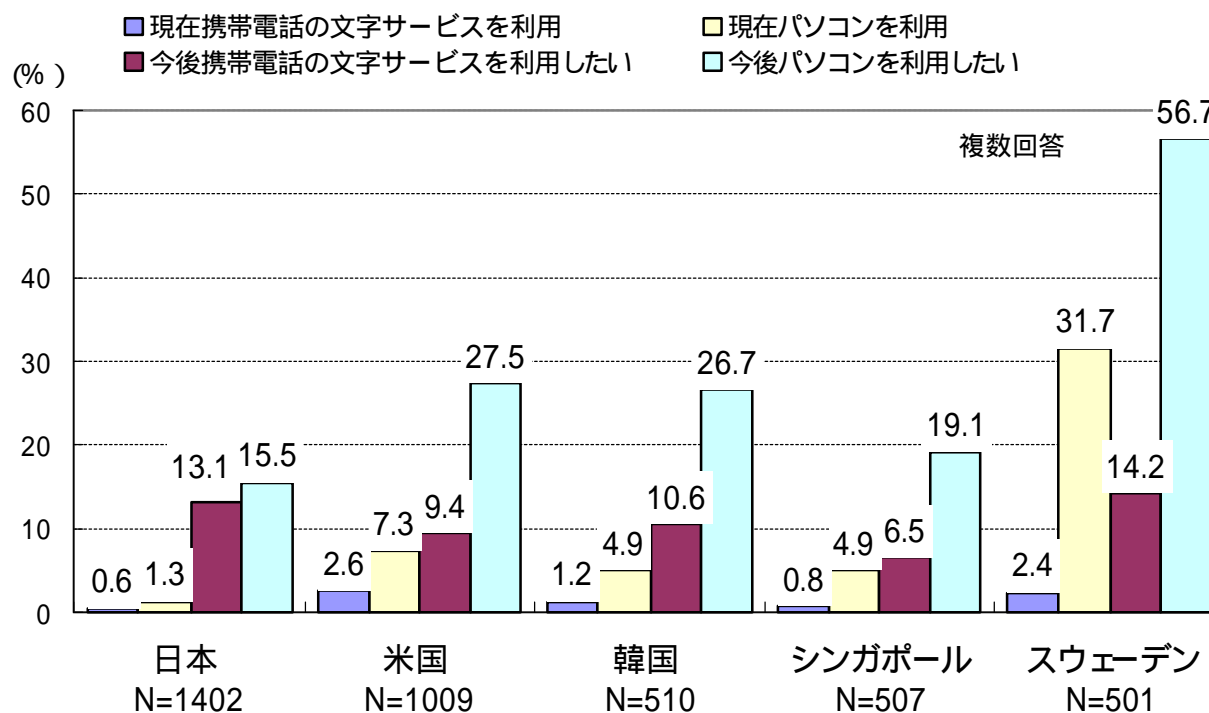


Q あなたは自動車を運転したり、家族や友人の運転する自動車に同乗する際に、道路の渋滞や事故などの、最新の道路交通情報を入手することはありますか。それはどのような方法ですか。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
 2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 22) 銀行取引にパソコンを利用している人の割合は、スウェーデンが群を抜いて高い
 また、今後パソコンを利用したい人の割合は、日本がやや低い
 しかし、今後、携帯電話の文字サービスを利用したい人の割合は、日本とスウェーデンがやや高い

【銀行サービスを利用している場所・方法と今後利用したい場所・方法】



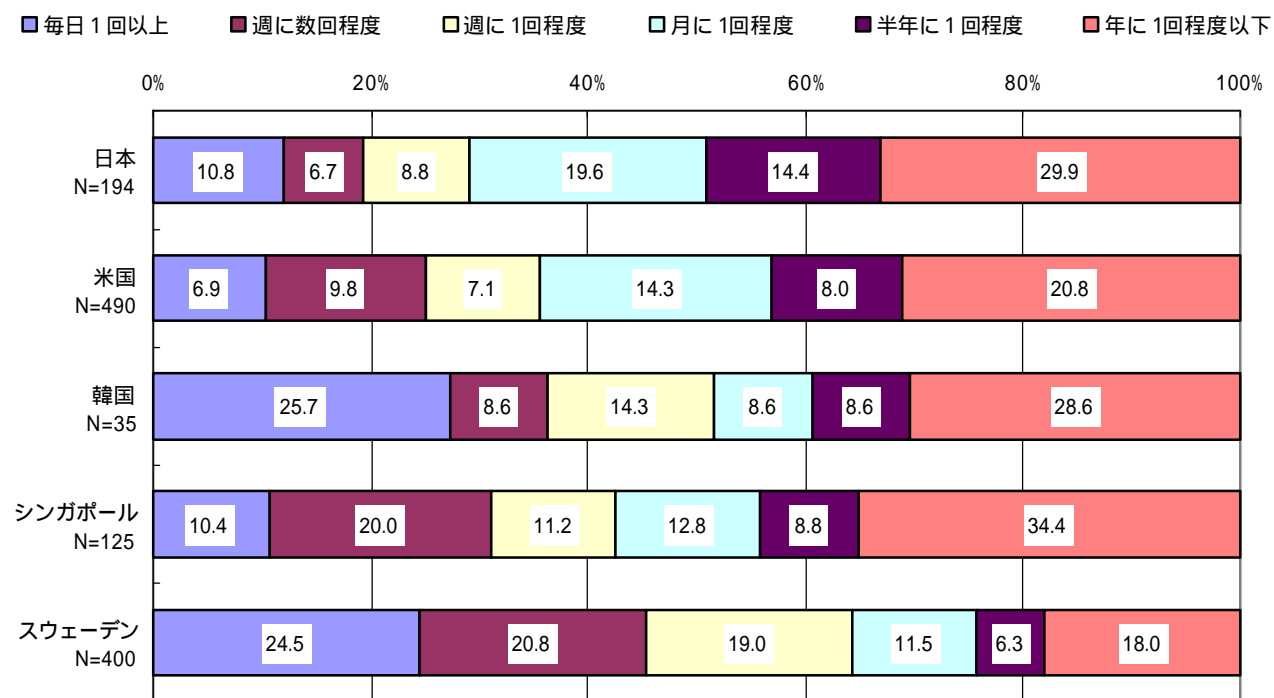
注 銀行サービスを利用している場所・方法のうち、パソコンと携帯電話の文字サービスに限定して比較

Q 現在あなたは、銀行(郵便局を含む)のサービスを、どのような所・方法で利用していますか。
 今後あなたは、銀行(郵便局を含む)のサービスを、どのような所・方法で利用したいと思われますか。
 現金の出し入れを伴わないサービス(残高照会、振込み、口座間の資金移動など)だけを利用する場合を含めて、ご希望の所・方法をお知らせ下さい。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート
 2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 23) 韓国、スウェーデンで、毎日 1 回以上金融商品の情報をチェックしている人は、投資型の金融商品を保有・売買している人のうち、4分の 1におよぶ

【金融商品の情報を電話・FAXやインターネット経由でチェックしている頻度】
(投資信託、株式、債券を保有もしくは売買したことのある人を100%とする)



Q これらの金融商品に関して、利回り・為替・株価・投信の基準価格などの情報をどの程度の頻度でチェックしていますか。
あなたが、現在、電話・FAXやインターネット経由で、このような情報の照会をされている頻度をお知らせ下さい。

(資料) 情報機器やサービスの利用に関するアンケート

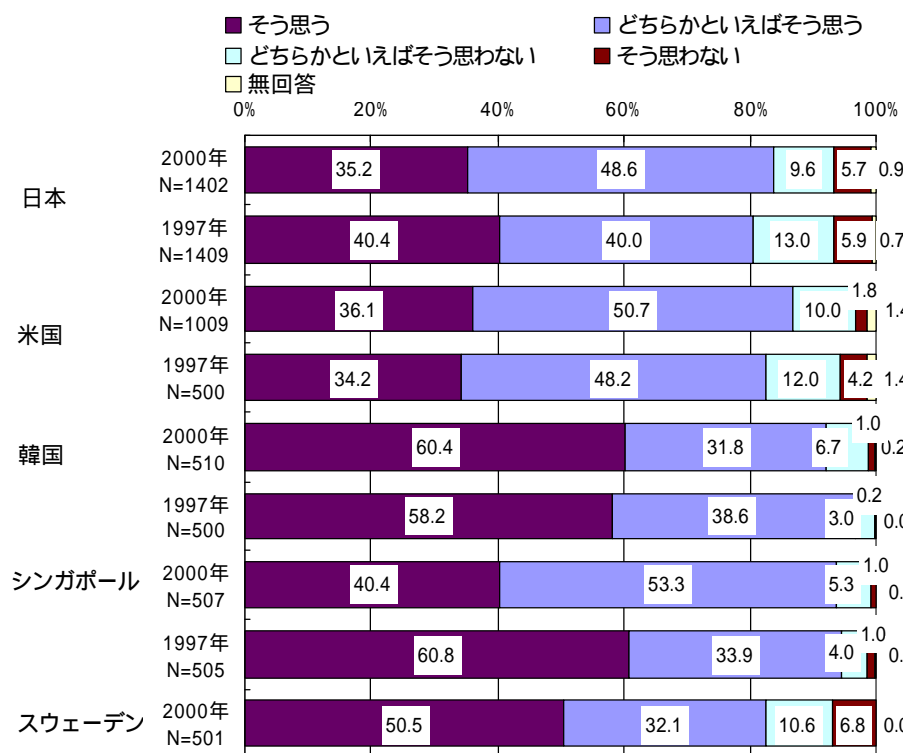
2000年9月～11月 野村総合研究所

(図表 24)各国ともに、情報化の進展により、生活が便利になると考えている
コミュニケーションが活発になることについては、日本のみが否定的である

【情報化の時代」に対する意識の推移】

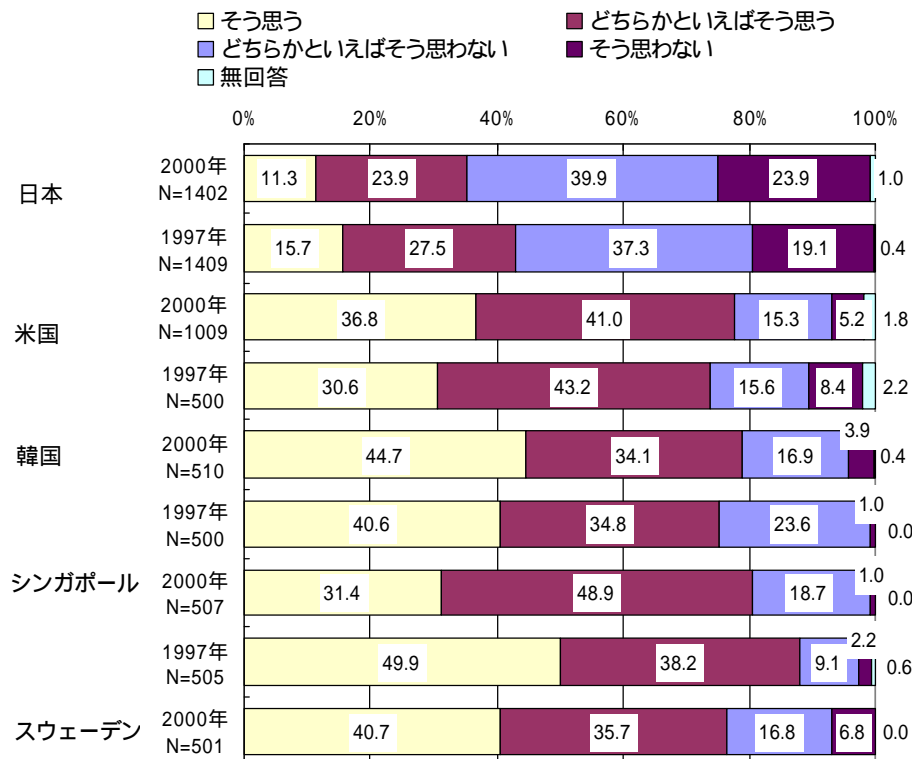
必要な情報が簡単に手に入り 生活が便利になる]

[人とのつきあいやコミュニケーションがますます活発になる]



注)スウェーデンは、2000年の値のみ

Q あなたは、今後、日本や世界が向かうと言われる「情報化の時代」について、どのようにお考えですか。



注)スウェーデンは、2000年の値のみ

(資料)「情報機器やサービスの利用に関するアンケート」

2000年9月～11月 野村総合研究所