

---

# 『インターネット白書2007』 記者発表会



2007年6月13日  
株式会社インプレスR&D

## 本資料の構成

---

- 第1部 日本のインターネット普及動向
- 第2部 個人利用動向
- 第3部 企業利用動向
- 『インターネット白書2007』について

## 「第1部 日本のインターネット普及動向」調査方法

### ■ 調査設計・分析主体

株式会社インプレスR&D  
インターネットメディア総合研究所



- 調査対象 一般世帯、3歳以上の個人
- 抽出方法 全国201都市を無作為抽出、  
地域別、性別、年代別の割付回収
- 調査方法 電話調査 (RDD:ランダム・デジット・ダイヤリング)
- 調査期間 2007年3月
- 有効回答数 6,000人、5,874世帯

## 昨年までの調査からの変更点 その1

### ■ 調査対象都市を町村部まで拡大

- ・ インターネットが成熟期に入り、普及状況や利用人口の拡大のみを把握する段階ではない
- ・ 今後は、接続の質やインターネットの利用内容、インターネット技術を使ったアクティビティ、どこにいても繋がるといったコネクティビティに着目していく必要がある



2006年：人口50万人以上の都市を中心に26都市

2007年：町村部を含めた**201都市**

### ■ 調査サンプル数の変更

2006年：41,025世帯 (誤差率 ±0.5%)

2007年：6,000人、5,874世帯 (誤差率 ±1.5%)

→ 調査コストを調査対象都市の拡大に振り分け

## 昨年までの調査からの変更点 その2

- 固定電話を保有していない世帯のインターネット利用人口も別途調査を組み合わせて推計
  - ・ 単身世帯や世帯主が若年層の世帯を中心に、固定電話を保有していない世帯の増加
  - ・ インターネットを含めた全ての通信を携帯電話のみで行うユーザーの増加



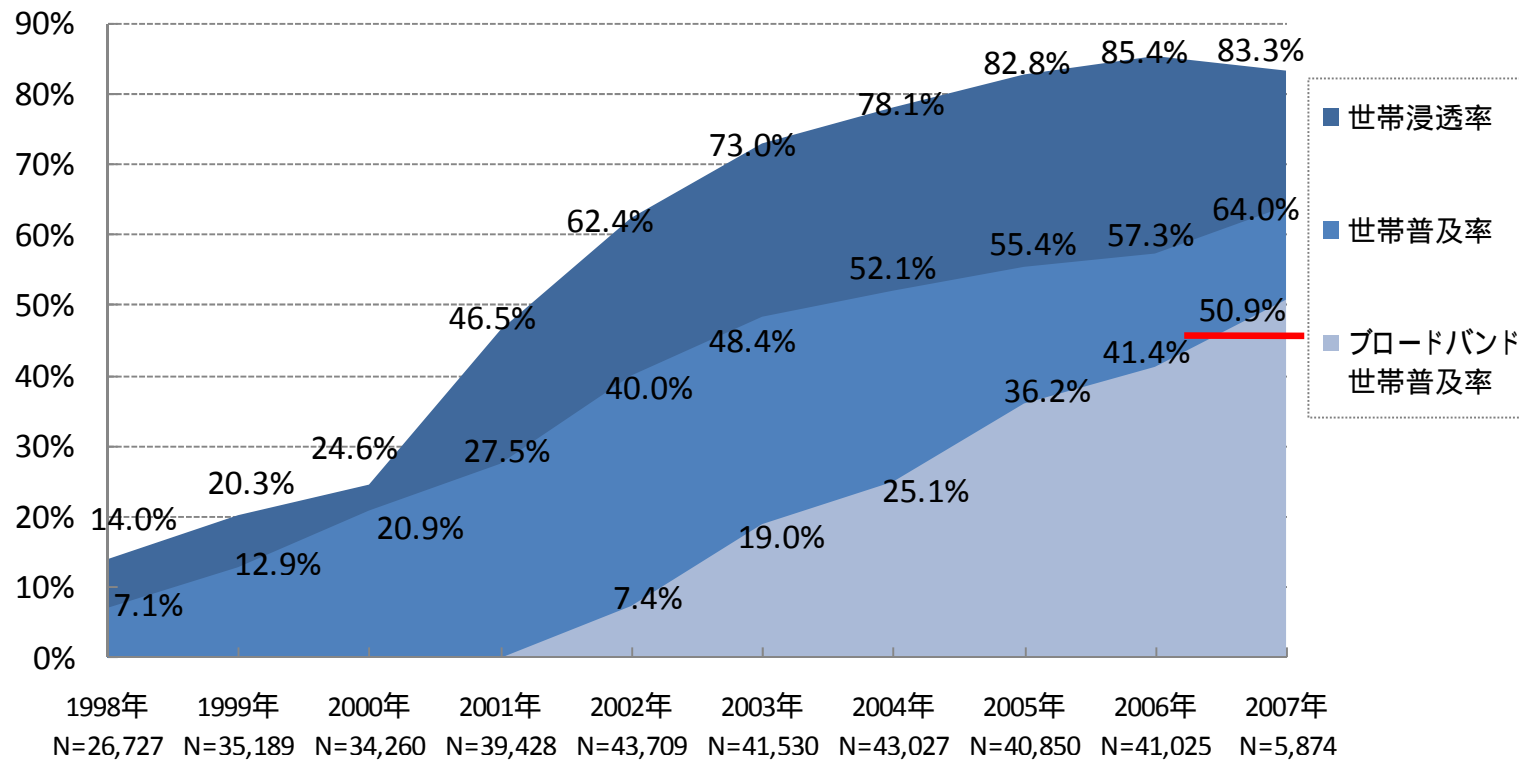
- ・ 電話調査に加え、PCによるインターネットリサーチ、携帯電話によるインターネットリサーチを実施
- ・ インターネット利用者の固定電話保有率を調査し、電話調査の結果を補正

第1部 日本のインターネット普及動向

ブロードバンド世帯普及率は50.9%  
日本の世帯の半数を超える

- 世帯普及率とブロードバンド世帯普及率の上昇傾向は続いており、ブロードバンド世帯普及率は50.9%と初めて全世帯の半数を超えた

インターネット世帯浸透率と普及率、ブロードバンド世帯普及率の推移



「インターネット世帯浸透率」は勤務先/学校/外出中から、携帯電話/PHSからも含め、何らかの形でインターネットを利用している人がいる世帯

「インターネット世帯普及率」は、自宅の機器（主にPC、ゲーム機など別の機器も含まれる）から接続している比率

2007年より調査手法を変更

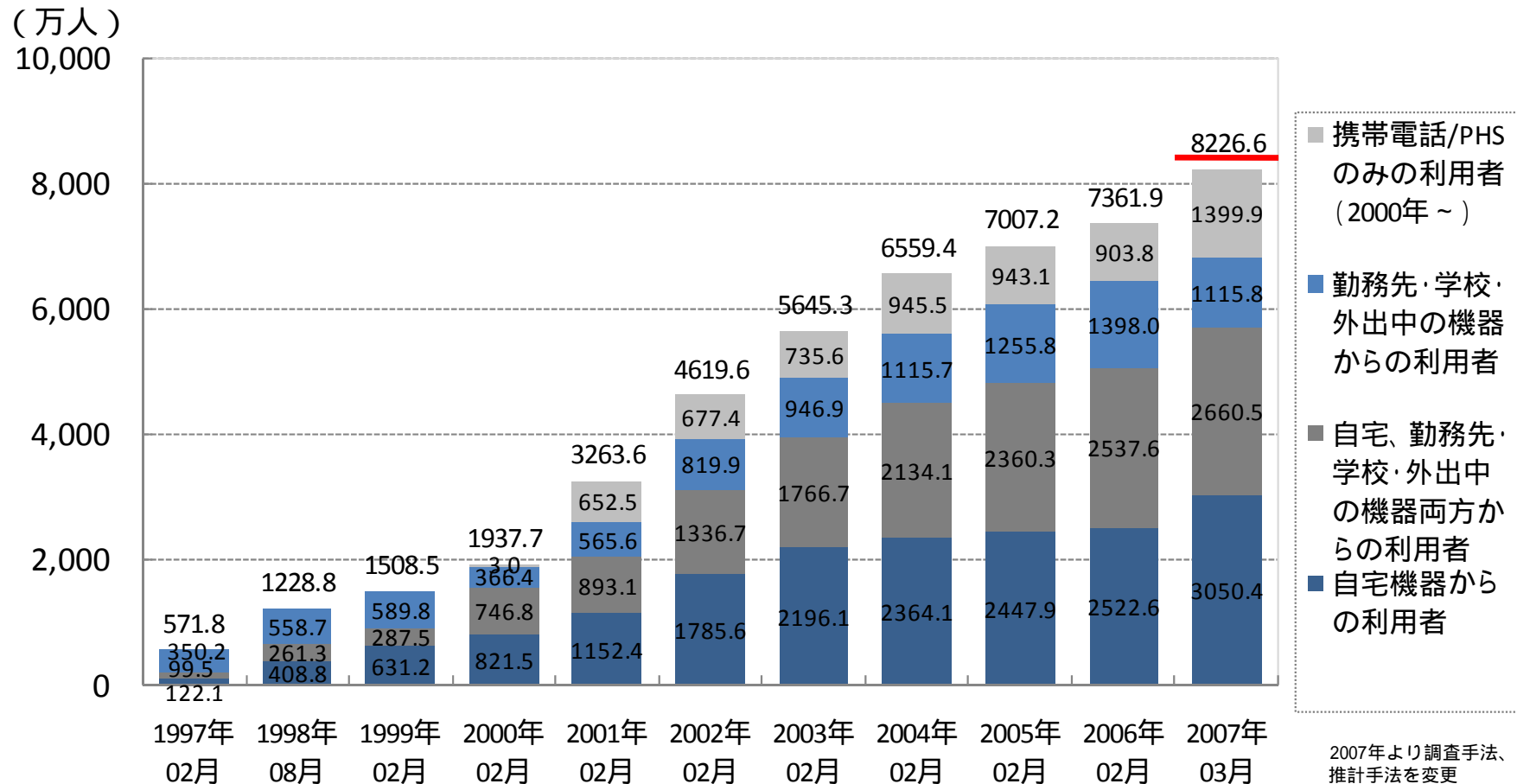
Copyright© 2007 impress R&D ALL right reserved.

第1部 日本のインターネット普及動向

日本のインターネット人口は8,226.6万人

■ 自宅機器や携帯電話でのインターネット利用者が増加

利用場所・利用機器別・インターネット利用者数の推移

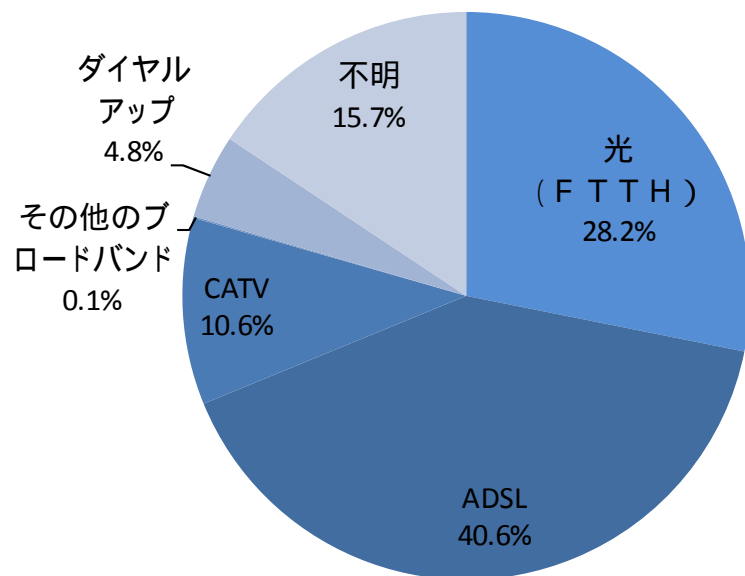


第1部 日本のインターネット普及動向

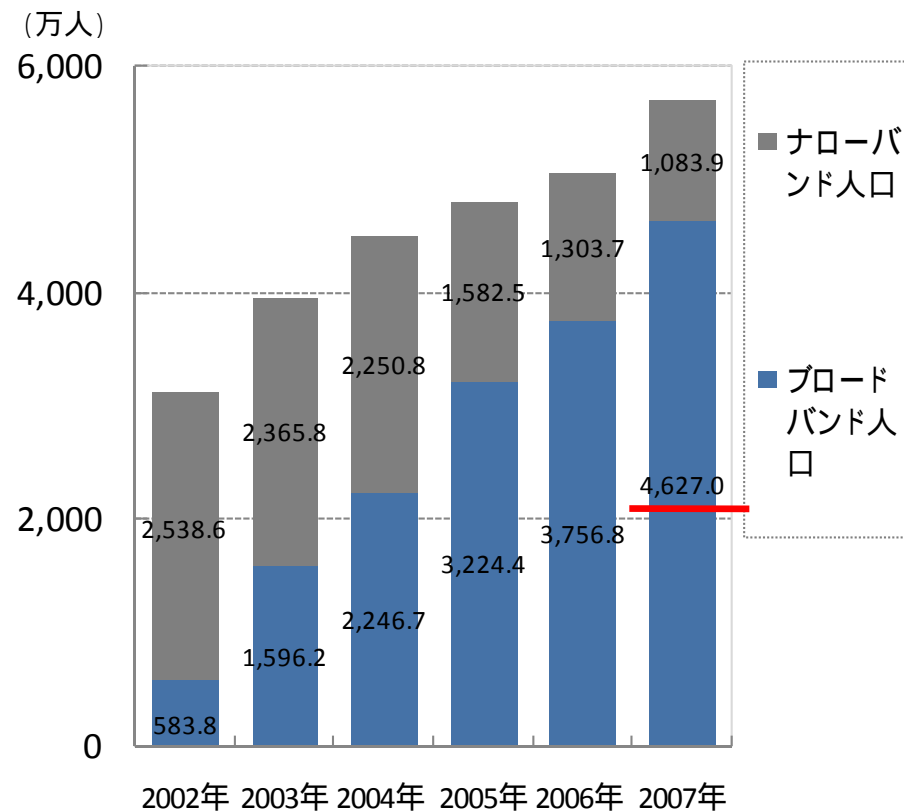
家庭のブロードバンド利用者は4627.0万人

- インターネット利用世帯の79.5%がブロードバンドを利用
- 光 (FTTH) が牽引して上昇傾向は今後も続く

自宅でのインターネット利用者の接続回線



家庭のブロードバンド利用者数

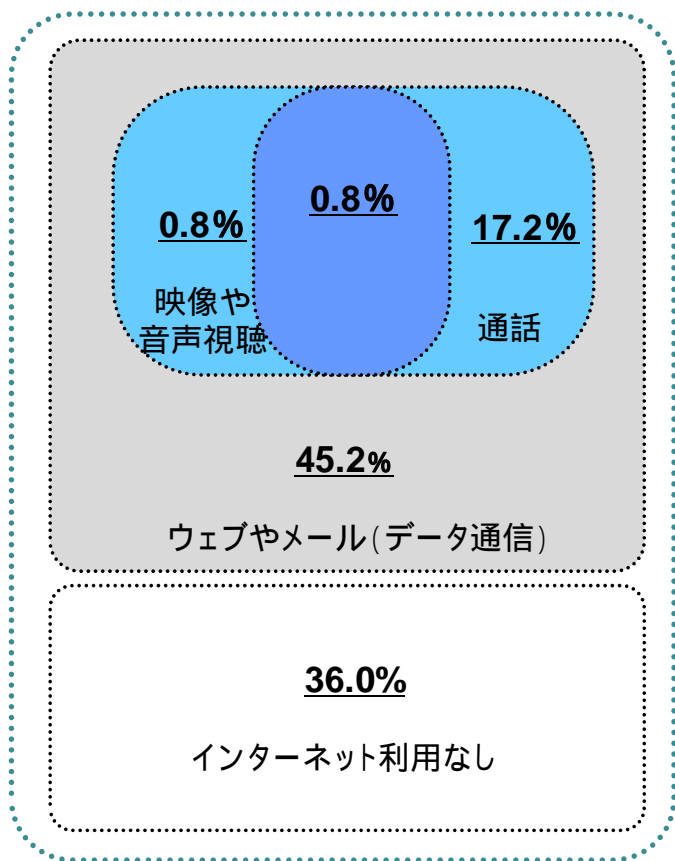


2007年より調査手法、推計手法を変更  
2007年のナローバンドには「不明」を含む

# IP化完了世帯は全世帯の0.8%、世帯IP化指標は28.2

■ 世帯IP化指標100に向けて、インフラ面は光（FTTH）が牽引

## 世帯のIP化状況とその構成



<b>IP化完了世帯</b> ウェブやメール、通話、映像や音声視聴の3要素をIPで利用可能な世帯
<b>基本+メディアサービスIP化世帯</b> ウェブやメールに加えて、通話あるいは映像や音声視聴のどちらかをIPによって利用できる世帯
<b>基本IP化世帯</b> ウェブやメール(データ通信)のみを利用している世帯
<b>インターネット非利用世帯</b> インターネットを使用していない世帯

日本の全世帯が、

- ・ウェブやメール（データ通信）
- ・通話
- ・映像や音声視聴

の3要素すべてをIP（インターネットプロトコル）によって利用できる状態を、世帯IP化指標100と定義



**2007年の世帯IP化指標**  
**28.2**

## 「第2部 個人利用動向」調査方法

- 調査設計・分析主体
  - 株式会社インプレスR&D
  - インターネットメディア総合研究所
- 調査方法
  - インタラクティブウェブ調査（ネットリサーチ）
- 調査対象
  - 自宅からインターネットを行っている13歳以上の個人
- 対象地域
  - 全国
- サンプルング
  - NTTレゾナント株式会社gooリサーチの保有するアンケートパネルからの条件抽出によるメール配信、アンケートサイトへの誘導
- 有効サンプル数
  - 有効回答数5,728サンプルから世帯普及率調査で把握した、性別、年齢階層別、自宅PCからの1週間あたりのインターネット利用時間別の構成比に可能な限り整合するように2,000サンプルを抽出
- 調査期間
  - 2007年4月18日(水)～27日(金)



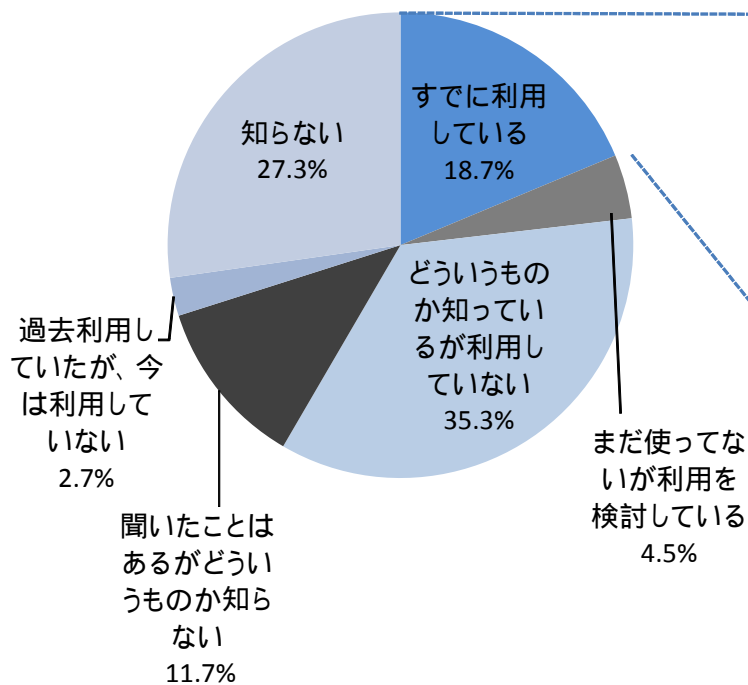
第2部 個人利用動向

動画投稿サイトの利用率は18.7%、  
1位は「YouTube」、2位は「ニコニコ動画」

- 動画投稿サイトの利用率は18.7%も、そのうち92.0%が「閲覧のみ」で「投稿」経験は8.0%にとどまる

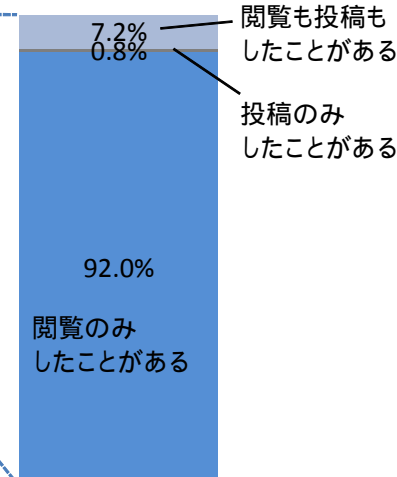
動画投稿サイトの認知と理由

N=2,000



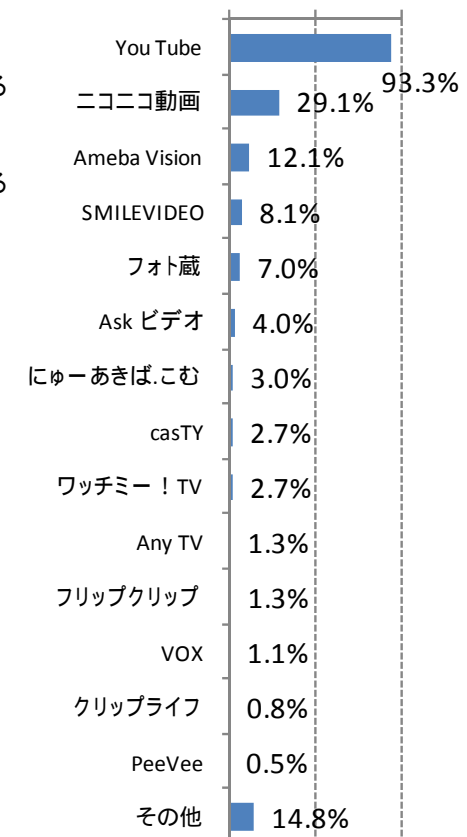
動画投稿サイトの利用状況

N=374



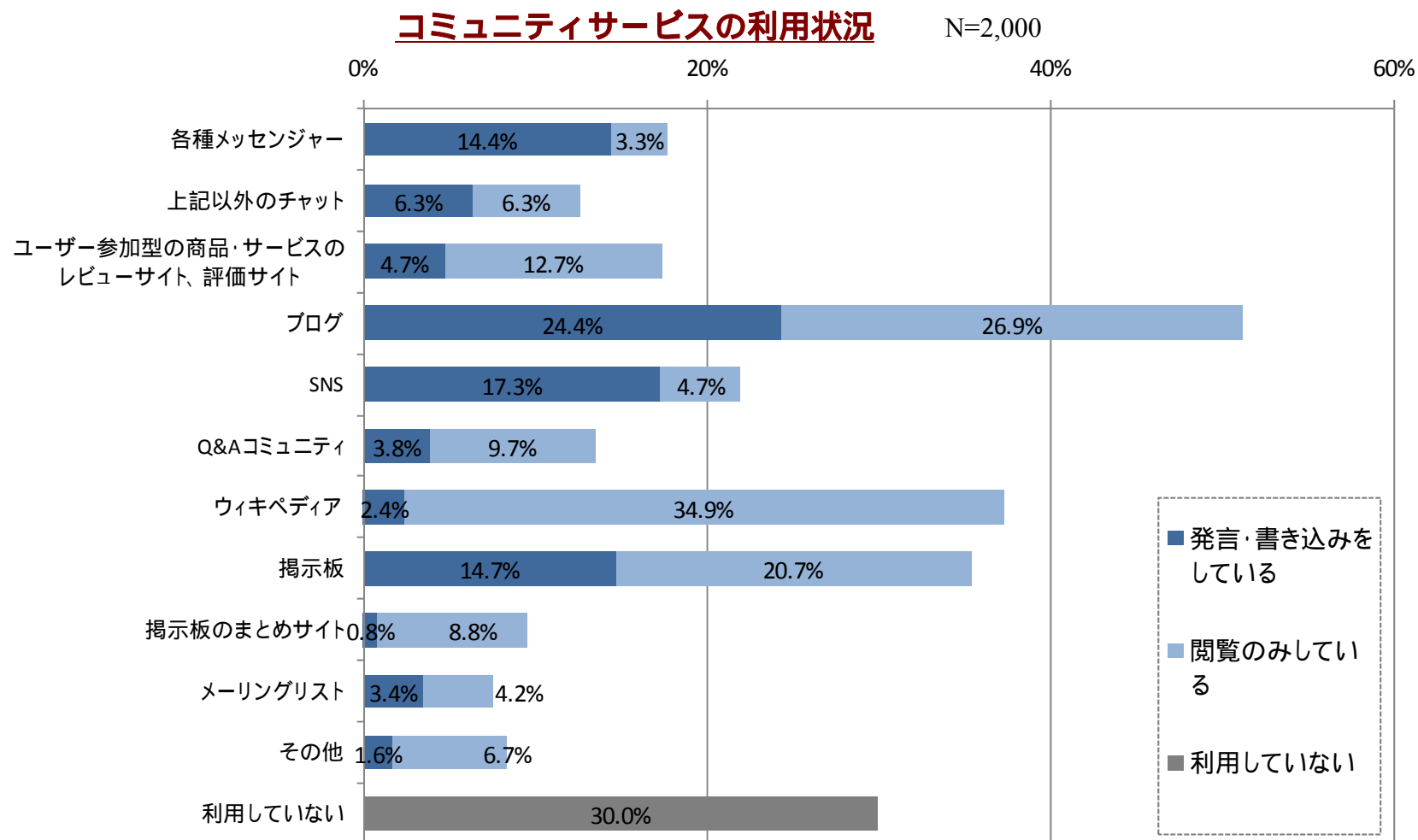
閲覧している動画投稿サイト

0% 50% 100% N=371



# ブログの書き込みは24.4%、ウィキペディアは「閲覧のみ」が34.9%

■ 利用者全体の70.0%が何らかのコミュニティサービスを利用



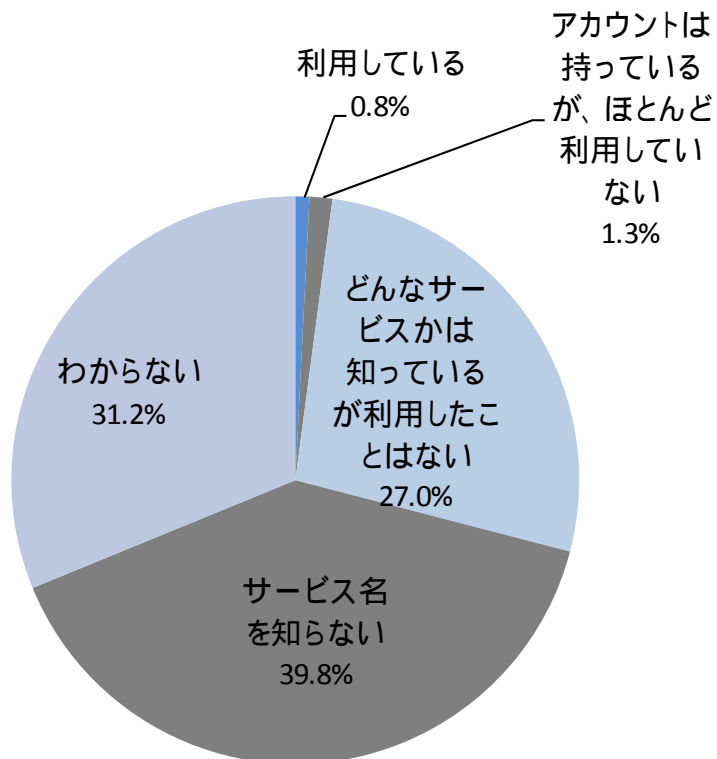
第2部 個人利用動向

3D仮想空間サービスは、「セカンドライフ」の認知度が29.1%、利用率が0.8%

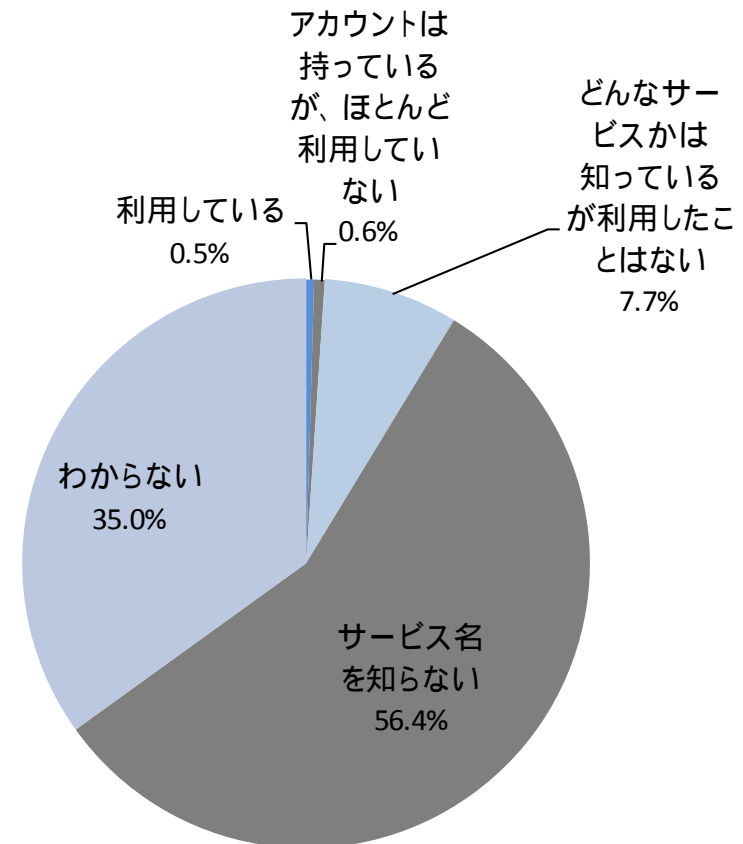
- セカンドライフの認知度は29.1%と高く、日本版サービス開始以降の動きが注目される

3D仮想空間サービスの認知と利用 N=2,000

【セカンドライフ】



【スプリューム】



## 「第3部 企業利用動向」調査方法

ネットワーク、情報インフラに関する調査

ウェブサイトに関する調査



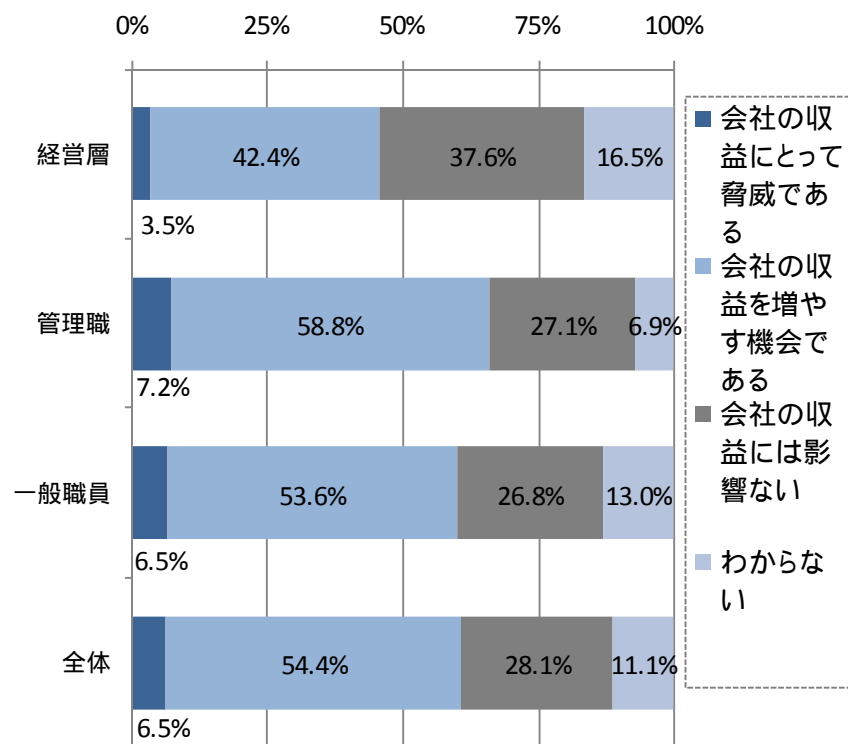
- 調査設計・分析主体 株式会社インプレスR&D インターネットメディア総合研究所
- 調査方法 インタラクティブウェブ調査（ネットリサーチ）
- 調査対象
  - 企業におけるネットワークやそれに付随するソフトウェア、サービスの導入、管理、運用担当者
  - 企業におけるウェブサイトの企画・運用・管理、およびオンラインマーケティング担当者
- 対象地域 全国
- サンプルング NTTレゾナント株式会社のgooリサーチの保有するアンケートパネルからの条件抽出によるメール配信、誘導
- 最終有効回答数
  - 有効回答数3,020サンプルからインターネットを利用している企業の業種別・雇用者規模別構成比（推計値）に可能な限り整合するように1,500サンプルを抽出
  - 有効回答数2,154サンプルからウェブサイトを開設している企業の業種別・雇用者規模別構成比（推計値）に可能な限り整合するように1,000サンプルを抽出
- 調査期間 2007年4月18日(水)～27日(金)      2007年4月18日(水)～5月2日(水)

# 企業におけるweb2.0の重要性を認識しているものの、半数以上が具体的な利用計画には至らず

- 管理職の59%が「会社の収益を増やす機会である」とweb2.0の重要性を認識しているものの、web2.0への取り組みはすべての項目で半数以上が具体的な利用計画に至っていない

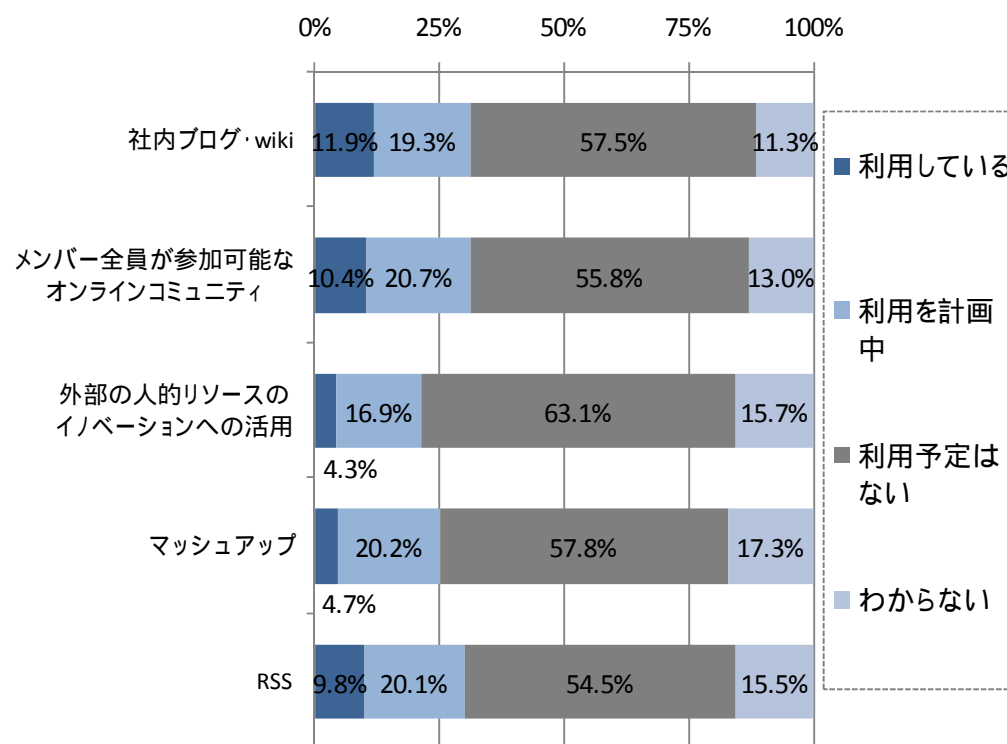
## 情報共有やコラボレーションのためのウェブサイト利用に対する意識

N=805



## web2.0の取りくみ状況

N=805

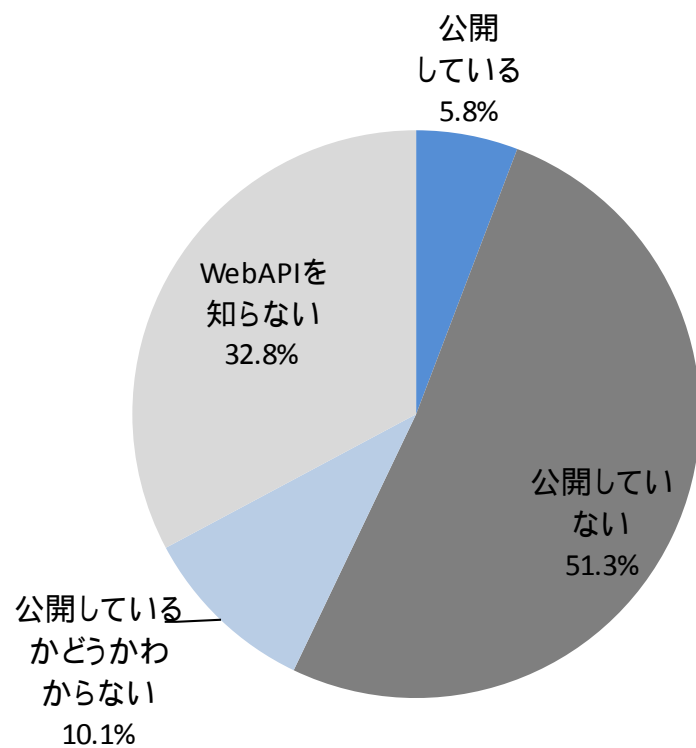


## WebAPIの公開は5.8%、利用は6.8%

- 企業のウェブ担当者におけるWebAPIの認知率はすでに67.2%に上る

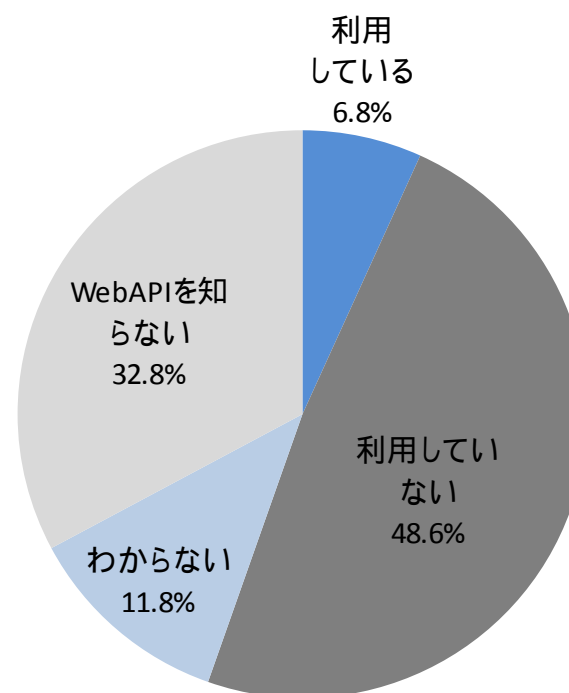
**WebAPIの公開状況**

N=1,000



**WebAPIの利用状況**

N=1,000

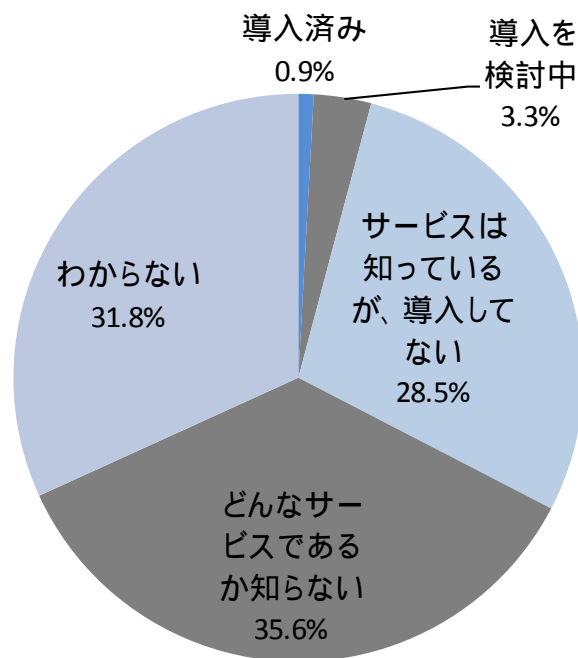


## Google Appsの認知度は32.7%、導入は0.9%

- メールやスケジュール管理、ワープロ、表計算などのアプリケーションをウェブで提供するグーグルのエンタープライズ向けソリューション「Google Apps」は、認知度が37.2%、「導入済み」が0.9%

### GoogleAppsの認知と利用状況

N=1,500



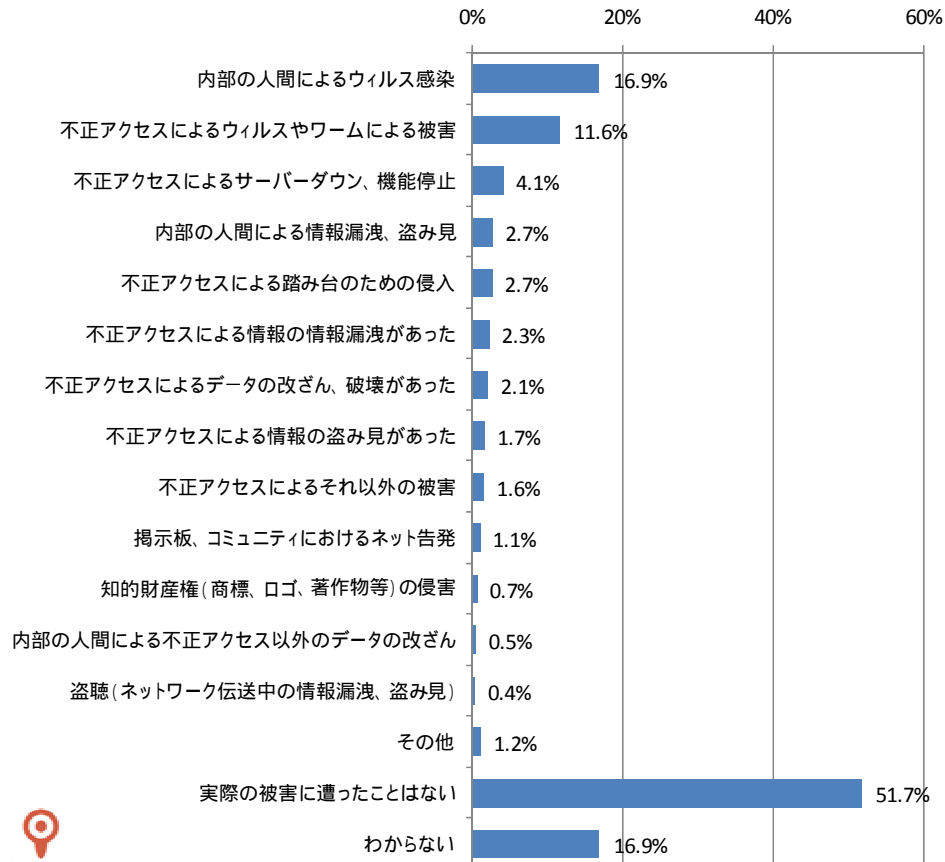
第3部 企業利用動向

企業のセキュリティ被害経験は31.4%、  
取り組んでいる対策の効果は自信がないが28.1%

- セキュリティ対策の効果は「まったく自信がない」「あまり自信がない」をあわせると28.1%で、「非常に自信がある」「やや自信がある」の25.5%を上回る

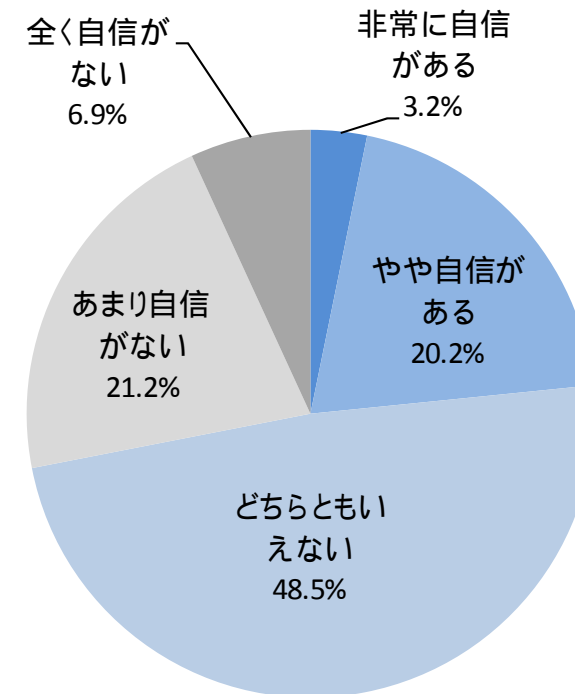
セキュリティ被害の内容

N=1,500



セキュリティ対策の効果に対する意識

N=1,500

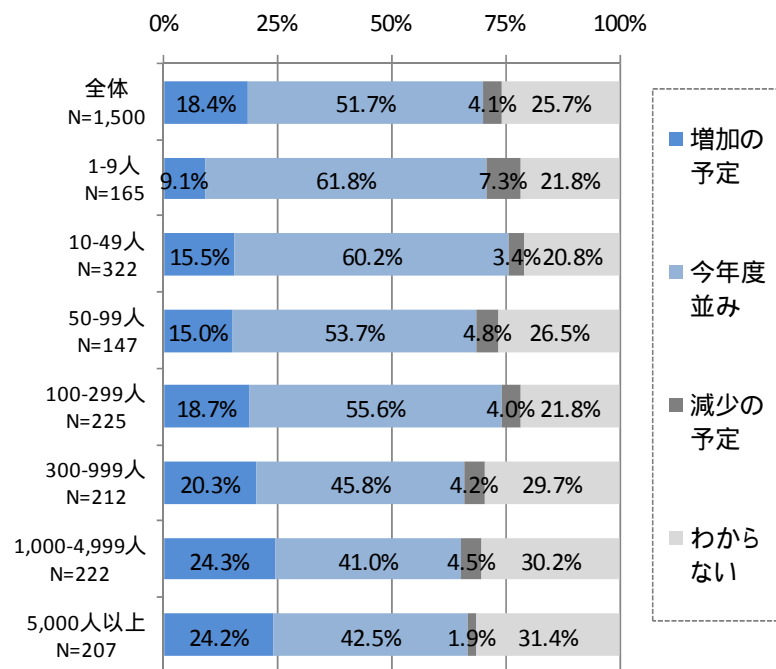


## 情報通信コストやセキュリティ関連投資額は上昇傾向

- 企業規模が大きいほど増加を見込んでいる企業の比率は高い

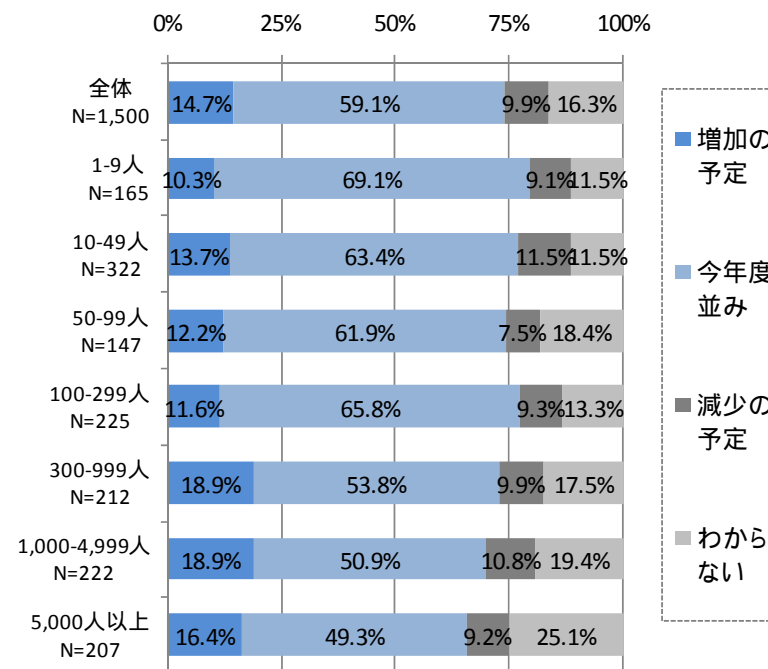
次年度の情報セキュリティ関連投資額の見込み

N=1,500

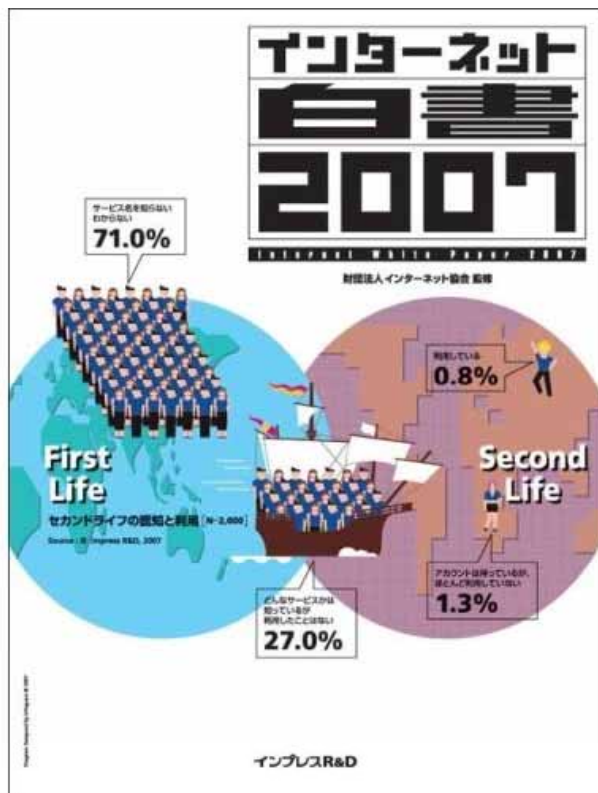


次年度の通信コストの見込み

N=1,500



# 『インターネット白書2007』について



## 詳細

発売日	2007/06/21発売
ページ数	376P
サイズ・判型	A4変型判
ISBNコード	978-4-8443-2410-2
付録	CD-ROM × 1
定価	¥7,140(本体 ¥6,800 + 税)

## 目次

### 巻頭カラー

第1部 日本のインターネット普及動向

第2部 個人利用動向

第3部 企業利用動向

第4部 通信事業者動向

第5部 ネットビジネス動向

第6部 社会動向

第7部 インフラストラクチャー動向

第8部 技術動向

## 『インターネット利用動向調査報告書』について

『インターネット白書2007』より詳細なデータを知りたい方へ



- ・インターネット利用動向調査報告書2007<個人編>
- ・インターネット利用動向調査報告書2007<企業編>
- ・インターネット利用動向調査報告書2007<ウェブ担当者編>

### <特徴>

- 集計サンプル数を大幅に拡大し調査精度を向上
- 白書に掲載しきれなかった設問も掲載
- 複数軸による詳細な集計結果を掲載