

< 報道発表資料 >

2001年3月13日
(株)情報通信総合研究所
(財)日本電信電話ユーザ協会

ブロードバンド時代のネットワーク・サービスとコンテンツ利用に関する インターネット・ユーザ調査結果について

(株)情報通信総合研究所(東京都港区南青山1-12-31、代表取締役社長:小原暉章)と財団法人日本電信電話ユーザ協会(東京都千代田区大手町2-3-5、会長:端田泰三)は共同で、「ブロードバンド時代のネットワーク・サービスとコンテンツ利用に関するインターネット・ユーザ調査」を実施しました。

本調査は、現在のコンテンツの利用実態と評価並びにブロードバンド・ネットワークへの期待とそこで提供される次世代コンテンツのイメージについて調査したものです。

調査結果の主なポイントは以下の通りです。

調査結果のポイント

- 今後最も利用したいブロードバンド・ネットワークは、光ファイバ(26%)、CATVインターネット(24%)、ADSL(23%)がベスト3。
- インターネット上のコンテンツ(*)の利用経験は回答者全体の76%に上るが、そのうち有料コンテンツの利用経験は13%にすぎない。有料コンテンツは、パソコン用ソフト、ニュース等のビジネス系コンテンツが主流で、エンタテインメント系コンテンツの購入はまだ少ない。
(*)ダウンロードまたはストリーミング形式で入手する、インターネット上の画像、文書、音楽、動画等のデジタルデータ。
- コンテンツ全体の総合評価では、3分の2のユーザが不満を感じている。個別項目の評価では、ダウンロード等の伝送時間がかかることへの不満が最も高いが、総合評価と個別項目の評価の相関関係を分析した結果、総合評価を左右する最大の要因は、画質等の品質や入手後の再利用価値など、コンテンツそのものの内容であることがわかった。
- 無料コンテンツのみの利用経験の方が有料コンテンツ利用経験者よりコンテンツに対する満足度が低い。不満の内容も、コンテンツの品質や内容から伝送時間等のネットワーク機能まで幅広い。現在のコンテンツ市場は、無料コンテンツのみの利用経験者を有料コンテンツの利用へ牽引する力が弱いといえる。
- ブロードバンド時代に普及が期待されるエンタテインメント系コンテンツへのユーザの希望は「ユーザ参加型」が主流。利用シーンは「深海探検」等のバーチャル特化型から現実世界とリンクした「買物前にネット上で試着」等まで多彩。
- エンタテインメント以外では、生活の安全(火の始末や戸締まり)、教育(各種講座の受講)といった、日常生活に役立つコンテンツがブロードバンドで充実することが期待されている。

以上の調査結果から、今後のコンテンツ利用拡大に向けて、ネットワーク機能の高度化だけでなく、コンテンツの品質向上や内容の充実が重要であるといえます。

1. ブロードバンド・ネットワークは光ファイバ、CATVインターネット、ADSL

現在の接続環境を見ると、「フレッツ・ISDN」18%、「CATVインターネット」15%と、徐々に常

時接続が浸透し始めている（図1）。今後「最も利用したいブロードバンド・ネットワーク」は、「光ファイバ」26%、「CATVインターネット」24%、「ADSL」23%がベスト3（図2）。

2．常時接続から大容量化へ、高まるネットワークニーズ

ブロードバンド・ネットワークがもたらすメリットは「常時接続&高速大容量」であるが、ユーザが認識しているメリットは「常時接続」が優先している（図3）。そして、フレッツ・ISDN、CATVインターネットで常時接続を経験済のユーザは、「高速大容量」ニーズに発展している（図4）。

常時接続でネットワーク上のコンテンツを今まで以上に利用できるようになったユーザは、それゆえに速度や容量など、コンテンツの利用条件の改善につながる、ネットワークの高速大容量化を望んでいる。

3．インターネット上のコンテンツ*の利用経験は76%、うち有料は13%

無料・有料を問わず、インターネット上で提供されるコンテンツの利用経験は76%にのぼるが、そのうち有料コンテンツの購入経験はわずか13%（図5）。

有料コンテンツの内容は、パソコン用ソフトやニュース、データベース検索などビジネス目的のものが多く、音楽を除いてエンタテインメント系コンテンツの購入はまだ少ない（図6）。無料でコンテンツを楽しむユーザは多いものの、「買うほどではない」との意識が伺われる。

* ダウンロードまたはストリーミング形式で入手する、インターネット上の画像、文書、音楽、動画等のデジタルデータ。

4．3分の2が現在のコンテンツに不満。不満の根源はコンテンツの質

現在のコンテンツに対して「不満」（「やや不満」+「不満」）とした人が65%。個別に見ると、「不満」が最も高いのは、ダウンロード時間等の「伝送時間」42%、次いで「商品価格」「画質等のコンテンツの品質」各28%。（図7）

個別項目の評価がコンテンツ全体の総合評価にどの程度影響しているか、多変量解析により分析した結果、「コンテンツの品質（画質等）」「商品メニュー」等のコンテンツの内容の方が、「伝送時間」「検索機能」「操作手順」「セキュリティ」等のネットワーク機能より、総合評価に対する影響度が高いことがわかった。（図8）

今後のユーザ拡大にあたっては、ネットワーク機能の向上だけでなくコンテンツの品質向上や内容の充実が必要である。

5．現在のコンテンツに対して最も不満が高いのは無料のみの利用経験者

無料コンテンツのみの利用経験者の方が有料コンテンツ利用経験者より、ネットワーク機能からコンテンツの内容まで、全般的に不満が高い（図9）。現在のコンテンツは、無料コンテンツのみの利用経験者を有料コンテンツに牽引する魅力に乏しいといえる。

6．バーチャル/リアル、観客/主体者_ユーザが望む「参加」スタイルは多彩

ブロードバンド・ネットワーク上のコンテンツはよりリッチに、インタラクティブ性が進み、それに伴い音楽、映像といったエンタテインメント系コンテンツも「ユーザ参加型」になると見られる。アンケートでそのイメージを例示して利用意向を確認した。

「ふつうは行かれないところ（宇宙、深海等）を探検旅行できる」といったバーチャルに特化した世界だけでなく、「買物前に試着や試乗できる」のような現実の世界とリンクしたもの、また「名所旧跡を散策できる」等の見るだけのものから「スターと対談できる」等の自分が主体のものまで、ユーザが望む参加スタイルは様々である（図10）。

7. 生活の安全や教育分野にもブロードバンドならではのコンテンツニーズ

エンタテインメント以外に、ブロードバンドで利用したいコンテンツ分野として、生活の安全や教育に関わるものが上位を占めた(図11)。

生活の安全に対しては、高齢者や小さい子供を持つ母親、一人暮らしやDINKS等のニーズが高い。また、プライベート、ビジネス両面で地域社会と関わりを持つSOHOは、ビジネスと直結した生涯教育などにおいて特に強いニーズが見られた。

ブロードバンド・ネットワークが日常生活にどのように役立つかを質問したところ、「非常に役立つ」の比率が高い順に「生活の安全や利便性」41%、「遊びや娯楽」37%、「学習活動や教養」29%となった。これは、前述のコンテンツニーズと一致しており、ブロードバンド時代に向けて、これらの分野におけるコンテンツが有望視される(図12)。

調査概要

- (1)調査名 ブロードバンド時代のネットワーク・サービスと
コンテンツ利用に関するインターネット・ユーザ調査
- (2)調査方法 ウェブ・アンケート調査
(株)情報通信総合研究所が企画運営するマーケティング・サイト「MIN」で実施
- (3)調査期間 2000年12月21日～28日
- (4)有効回答数 1,875サンプル

調査レポート(詳細版)の販売について

本調査結果をまとめた詳細版レポートを下記の通り販売いたします。
申込み書(下記)をファクシミリにてお送りください。

「ブロードバンド時代のネットワーク・サービスと コンテンツ利用に関するユーザニーズ調査レポート」

価格：10,000円+送料(消費税別)
サイズ：A4版 125頁
発売日：平成13年3月19日(月)

お申込み書のダウンロード

- Microsoft Word形式 ([press20010313_form.doc](#))
- Adobe Acrobat形式 ([press20010313_form.pdf](#))
- HTML形式 ([press20010313_form.html](#))

【本件に関するお問い合わせ先】

(株)情報通信総合研究所
情報流通ビジネス研究担当
宮下 (miyashita@icr.co.jp)
Tel. 03(3470)8046 Fax.03(3470)7263

図1．現在の自宅でのインターネット接続回線 (N=1799)

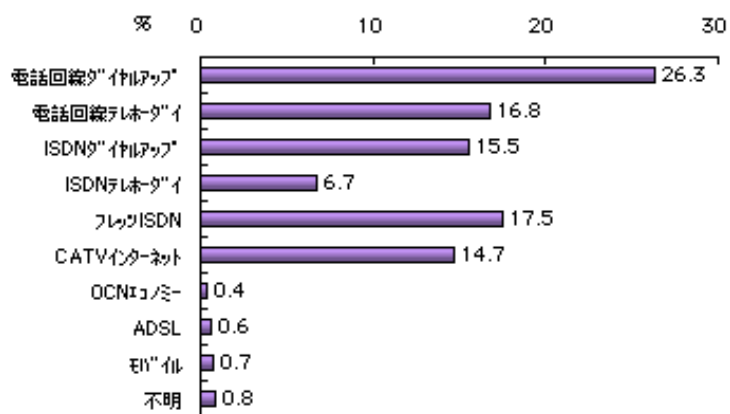


図2．今後最も利用したいブロードバンド・ネットワーク (N=1875)

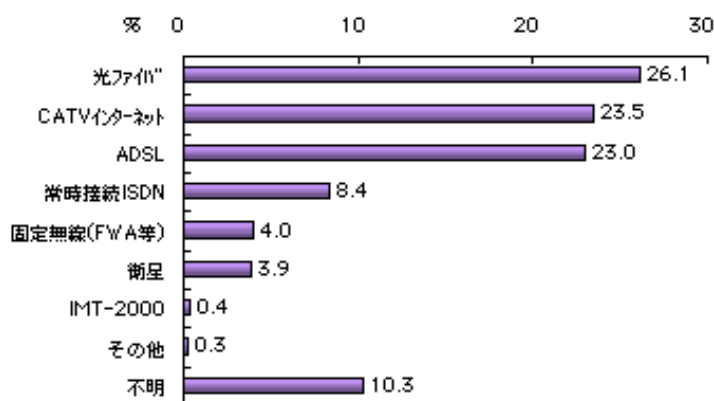


図3．ブロードバンド・ネットワークに期待する利用効果 (N=1875)

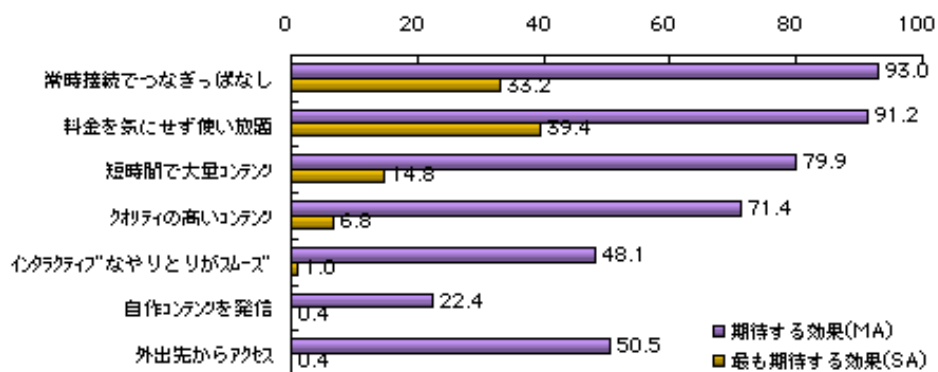


図4．ブロードバンド・ネットワークに期待する利用効果（現在利用中のアクセス回線別）

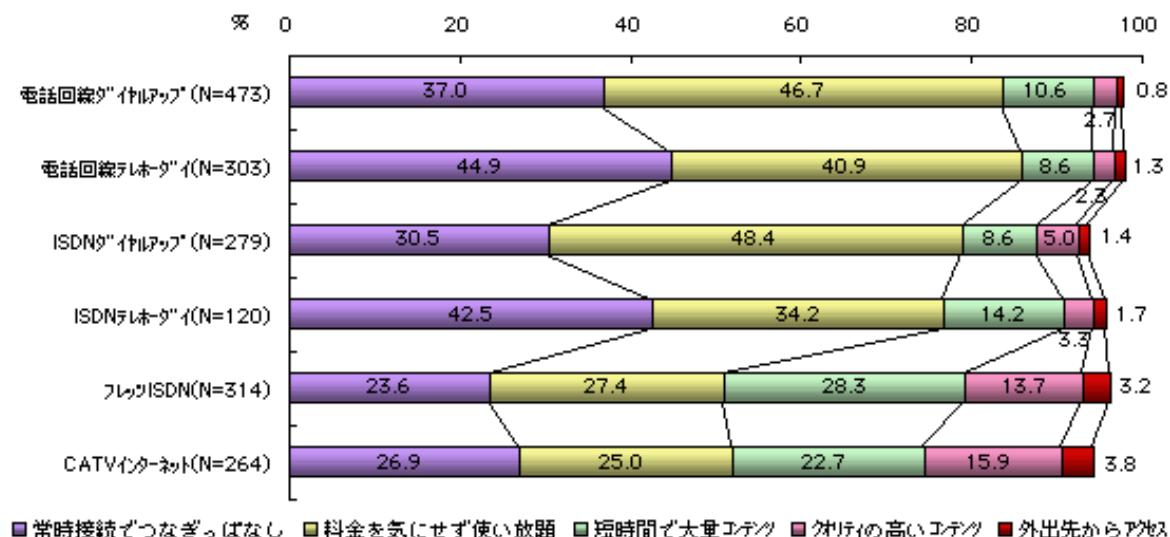


図5．コンテンツの利用経験 (N=1875)

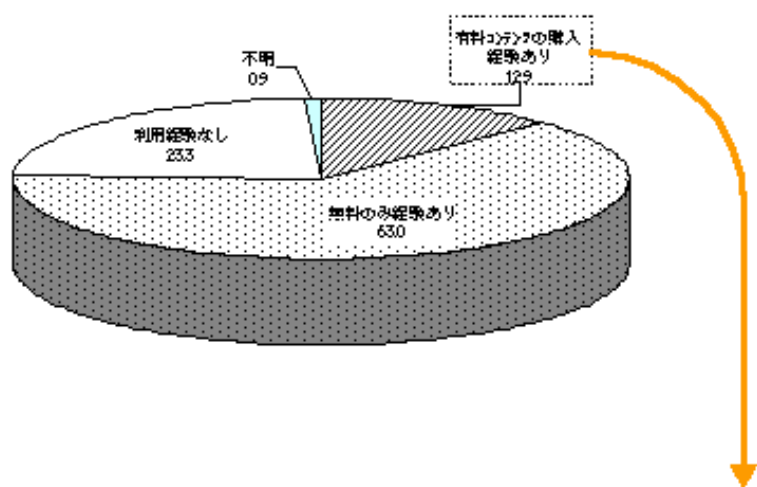


図6．有料コンテンツの購入内容 (N=241)

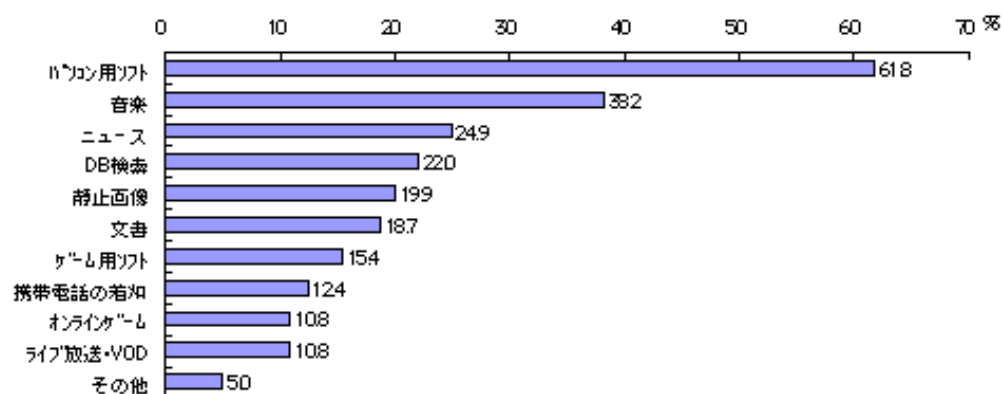


図7．現在のコンテンツに対する評価 (N=1875)

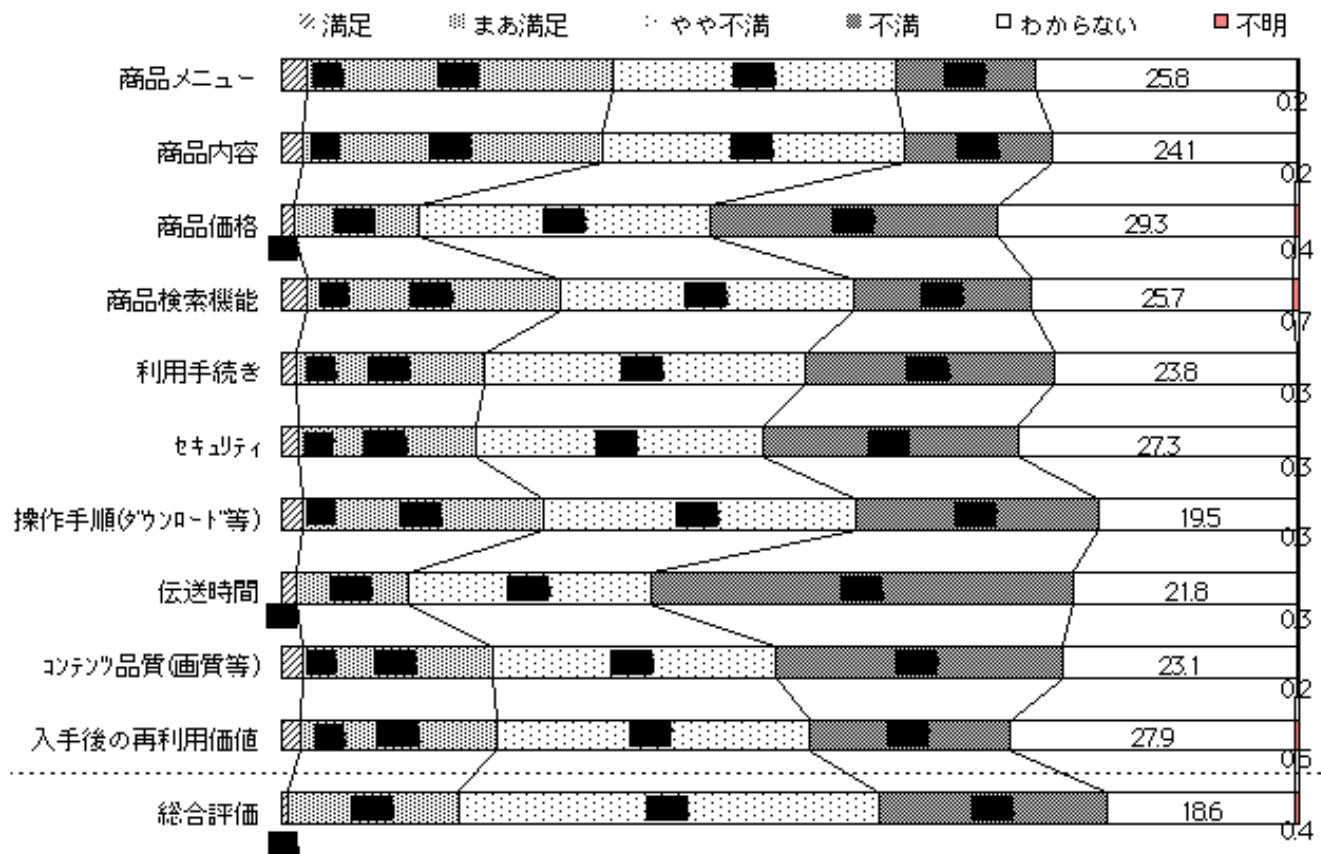


図8 . コンテンツの総合評価に対する個別項目の影響度 (N=1875)

*個別項目の各評価が総合評価にどの程度影響を及ぼしているかを多変量解析により分析した。個別項目の総合評価に対する影響の大きさを表す指標として、偏相関とレンジの2つを採用した。個別項目のそれぞれの指標の数値が高ければ高いほど、総合評価への影響度が大きい。したがって、右上にある項目ほど総合評価への影響度が大きいといえる。

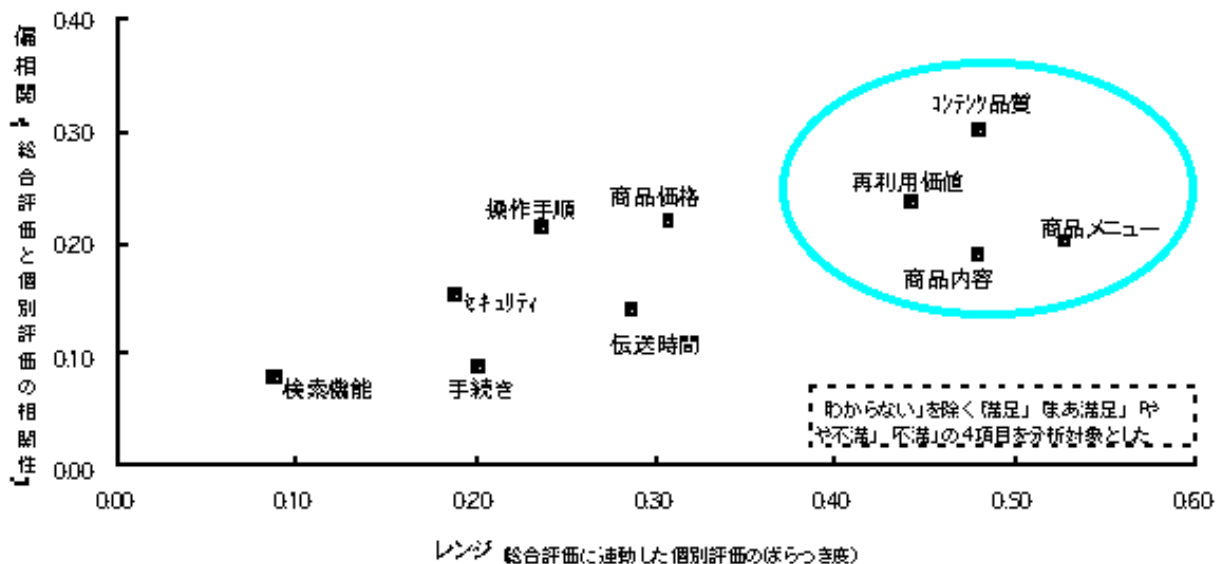


図9．現在のコンテンツに対する評価（利用経験別）

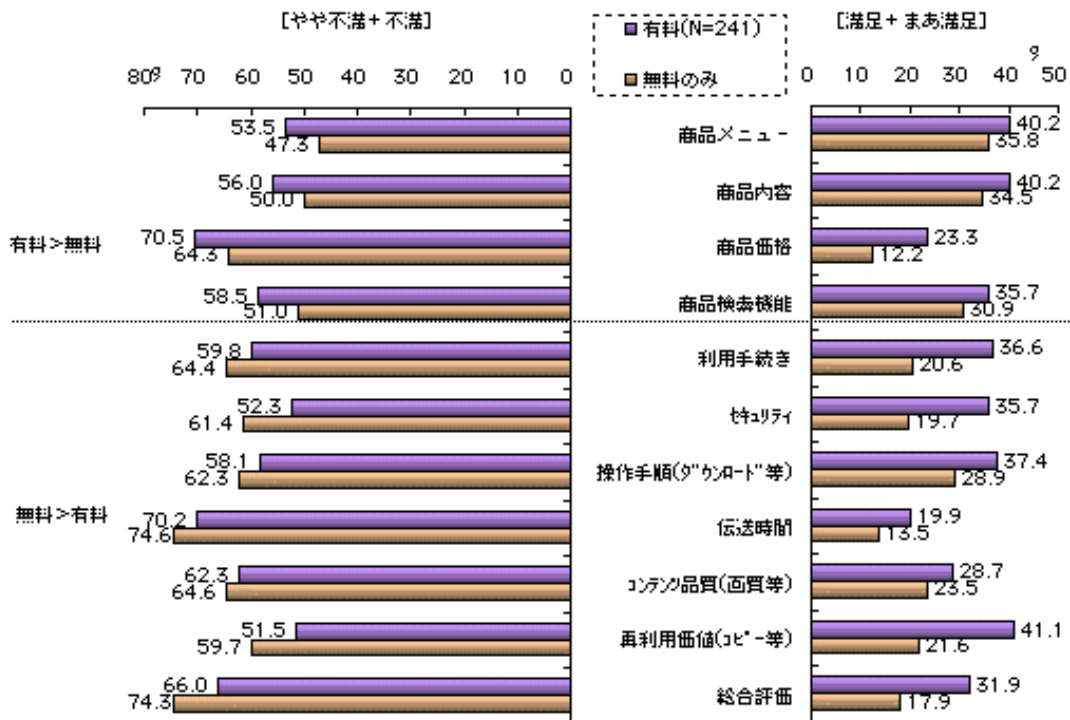


図10．ブロードバンド向けコンテンツの利用意向（N=1875）

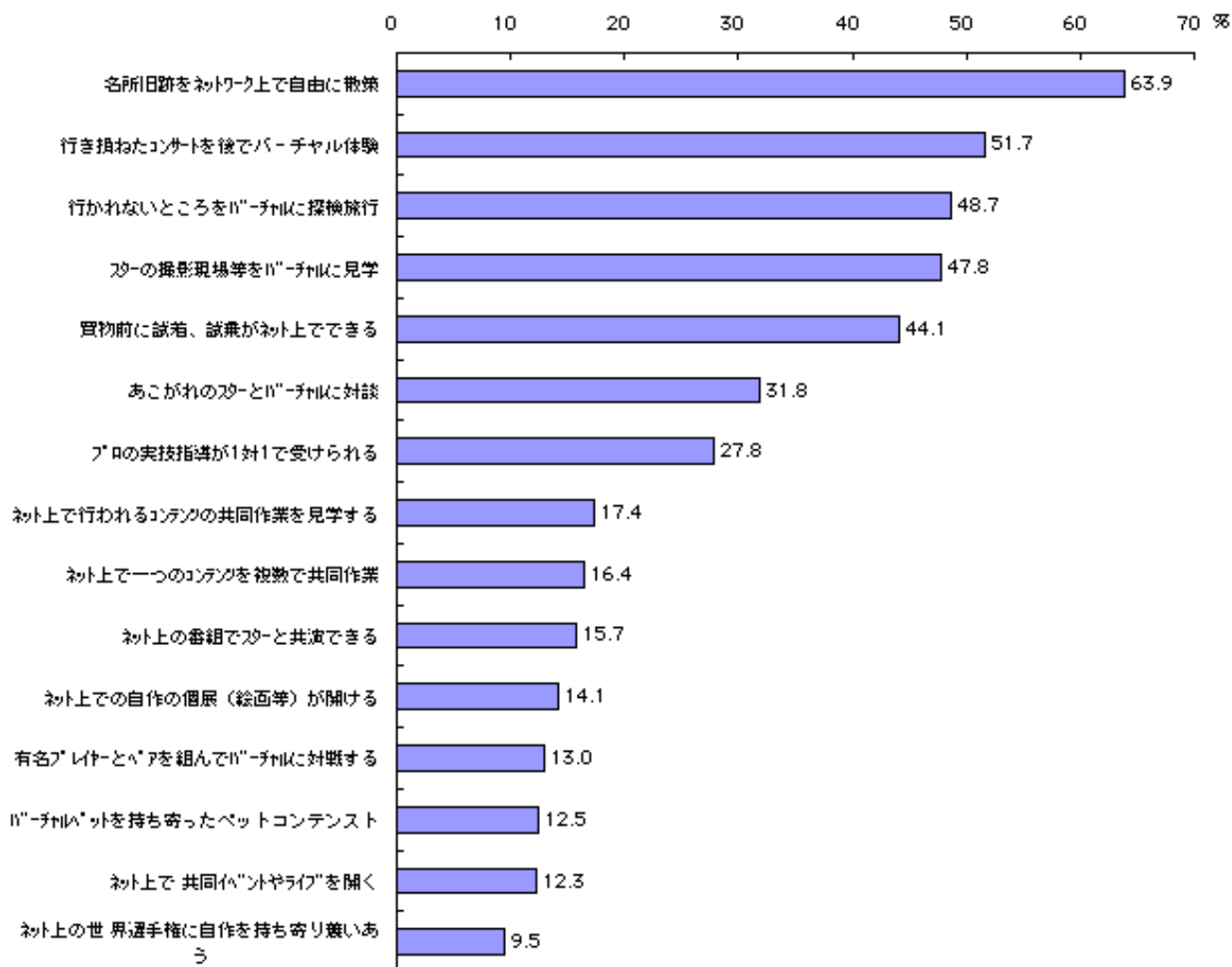


図11. ブロードバンド・ネットワークで利用したいサービス (N=1875)

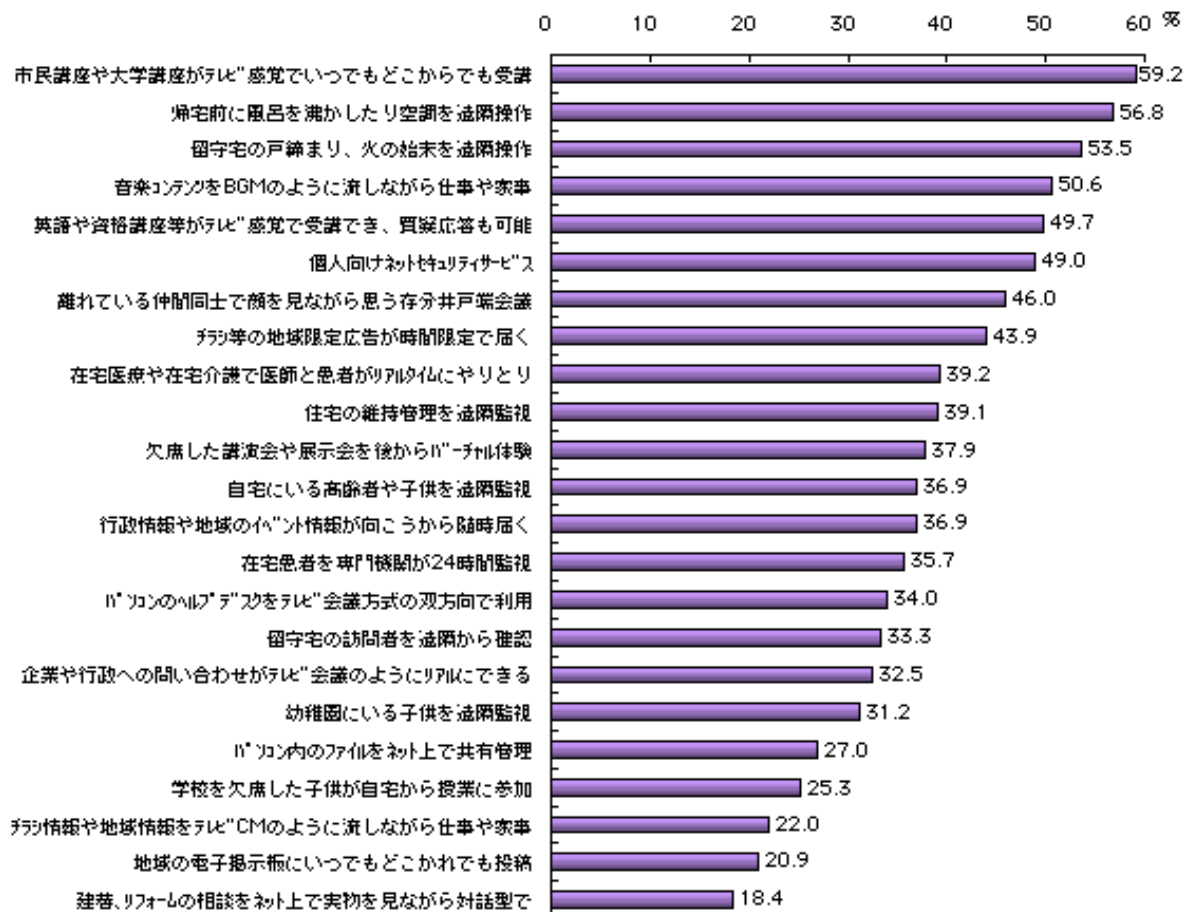
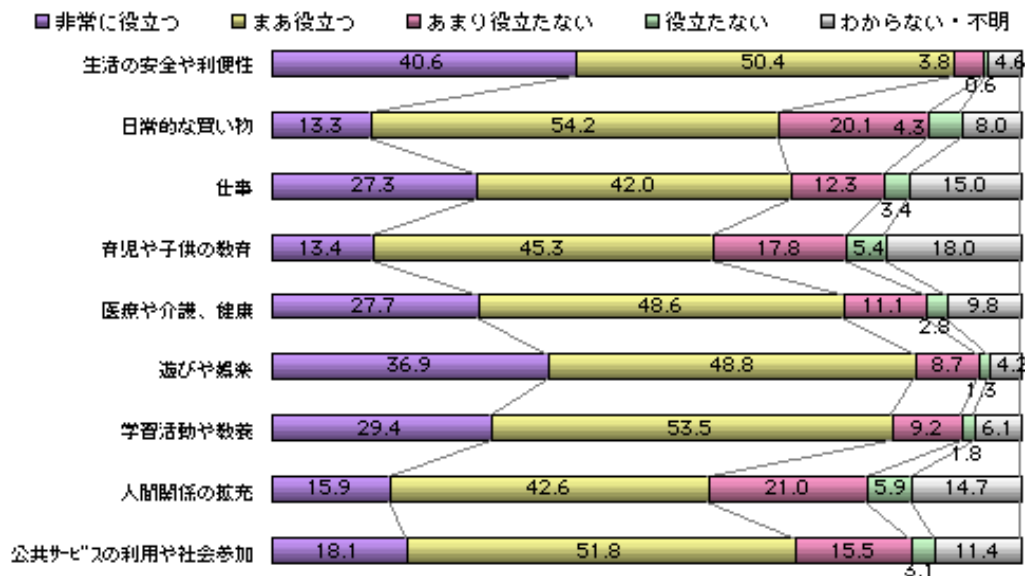


図12. ブロードバンド・ネットワークの有用性 (N=1875)



ブロードバンド時代のネットワーク・サービスと
コンテンツ利用に関するユーザニーズ調査レポート

お申込書

送信先: (株)情報通信総合研究所 情報流通研究グループ
情報流通ビジネス担当 宮下啓子 宛
FAX: 03(3470)7263

[お問い合わせ] TEL: 03(3470)8046
e-mail: miyashita@icr.co.jp

お申し込み冊数	
冊	
貴社名	
貴部署名	
貴役職名	ご担当者名
ご住所 〒 -	
電話番号 () -	FAX番号 () -
e-mail	

[請求書の送付先] 上記と異なる場合、ご記入願います

貴部署名	
貴役職名	ご担当者名
ご住所 〒 -	

ブロードバンド時代のネットワーク・サービスとコンテンツ利用に関するユーザニーズ調査レポート

2001年3月19日発売

A4判 125ページ

価格: 本体10,000円+送料(税別)