

インターネットの利用に関するアンケート 調査結果報告書

2006年7月

株式会社ジーコム 生活行動研究所

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の15歳以上の女性

3. 調査時期

平成18年6月9日(金)～6月15日(木)

【標本構成】

職業

	件数	構成比
学生	8	4.8%
会社員	39	23.2%
公務員・団体職員	5	3.0%
会社役員	1	0.6%
自由業・自営業	4	2.4%
パート・アルバイト	48	28.6%
専業主婦	56	33.3%
無職	4	2.4%
その他	3	1.8%
合計	168	100.0%

年代

	件数	構成比
20代以下	43	25.6%
30代	68	40.5%
40代	41	24.4%
50代以上	16	9.5%
合計	168	100.0%

【報告書の見方】

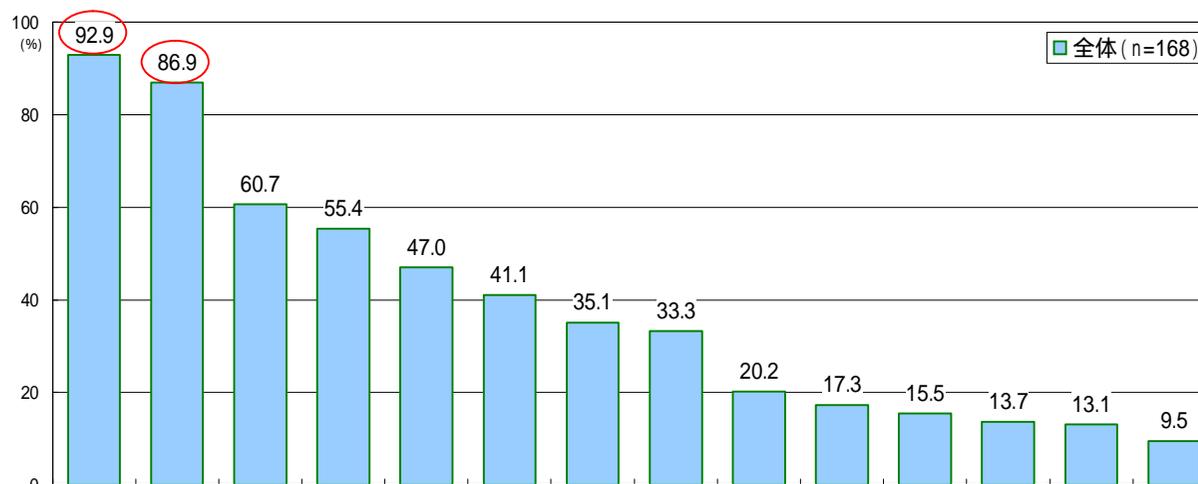
本文及び図中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示してある。これらの数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合がある。複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。報告書中の図表では、コンピューター入力の場合、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. インターネットの利用目的

インターネットの利用目的は「情報検索」が92.9%で最も多く、次いで「電子メール」86.9%、「ニュース等の情報収集」60.7%、「商品やサービスの購入」55.4%、「クイズやアンケート」47.0%の順となっている。

年代別にみると、年代が上がるにつれて「情報検索」「クイズやアンケート」「メールマガジン」の割合が高くなり、逆に「掲示板やチャット」の割合は低くなっている。また、30代と40代は他の年代に比べて「商品やサービスの購入」の割合が高い。

インターネットの利用目的【複数回答】



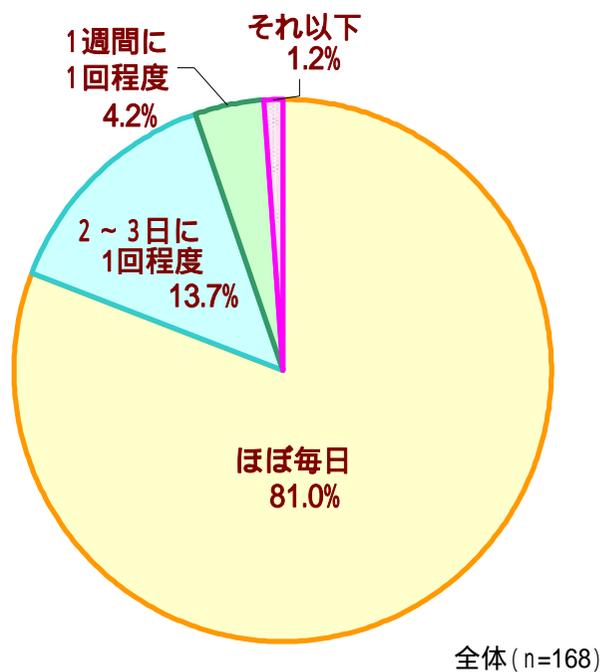
年代	n	利用目的 (%)													
		情報検索	電子メール	ニュース等の情報収集	商品やサービスの購入	クイズやアンケート	インターネットクイズ	メールマガジン	掲示板やチャット	ブログやホームページ等の作成	動画の視聴	音楽の視聴	SNS等でのコミュニケーション	オンライン株取引	ゲーム
全体	168	92.9	86.9	60.7	55.4	47.0	41.1	35.1	33.3	20.2	17.3	15.5	13.7	13.1	9.5
20代以下	43	86.0	88.4	48.8	39.5	34.9	30.2	25.6	39.5	25.6	23.3	16.3	23.3	11.6	16.3
30代	68	92.6	89.7	72.1	64.7	45.6	48.5	33.8	38.2	19.1	16.2	13.2	13.2	10.3	7.4
40代	41	97.6	80.5	51.2	61.0	51.2	36.6	39.0	24.4	22.0	9.8	19.5	9.8	12.2	2.4
50代以上	16	100.0	87.5	68.8	43.8	75.0	50.0	56.3	18.8	6.3	25.0	12.5	-	31.3	18.8

2. インターネットの利用頻度

インターネットの利用頻度は「ほぼ毎日」が81.0%を占め、続く「2～3日に1回程度」の13.7%と合わせると、約95%に達している。

年代別で大きな違いはみられなかった。

インターネットの利用頻度(メールの送受信は除く)【単一回答】



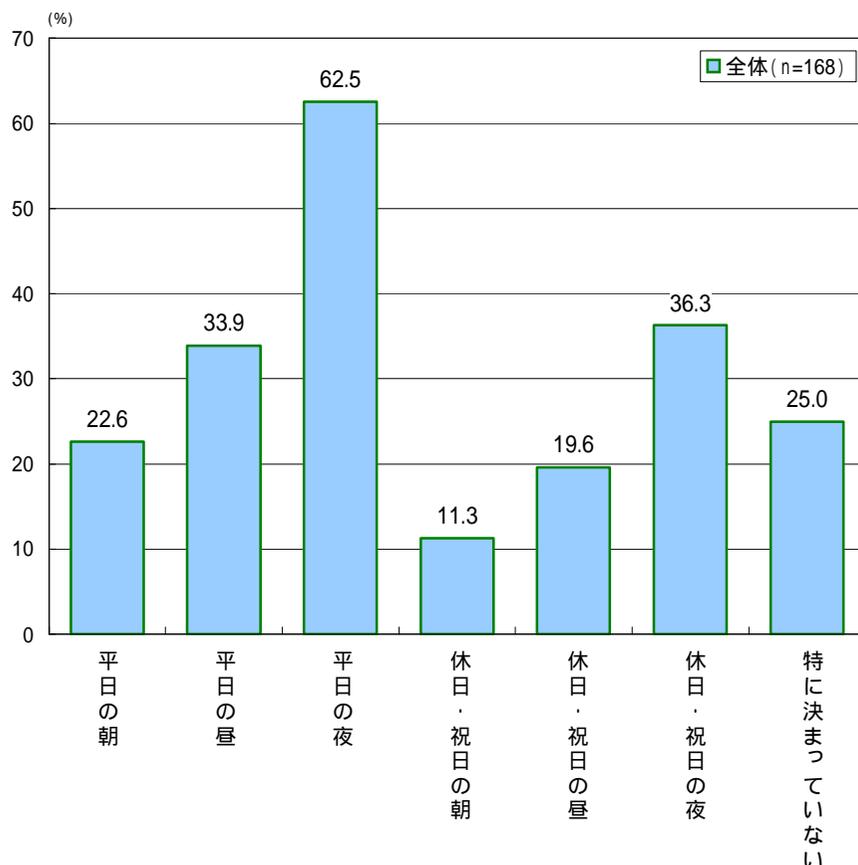
		n	ほぼ毎日	2～3日に1回程度	1週間に1回程度	それ以下
全体		168	81.0	13.7	4.2	1.2
年代	20代以下	43	81.4	11.6	2.3	4.6
	30代	68	85.3	13.2	1.5	-
	40代	41	70.7	17.1	12.2	-
	50代以上	16	87.5	12.5	-	-

3. インターネットの利用時間帯

インターネットの利用時間帯は、「平日の夜」が62.5%で最も多く、続いて「休日・祝日の夜」36.3%、「平日の昼」33.9%の順となっている。

年代別では、年代が下がるにつれて曜日を問わず夜の利用率が高くなり、年代が上がるほど「平日の朝」の利用率が高くなる傾向がみられる。

インターネットの主な利用時間帯(メールの送受信は除く)【複数回答】



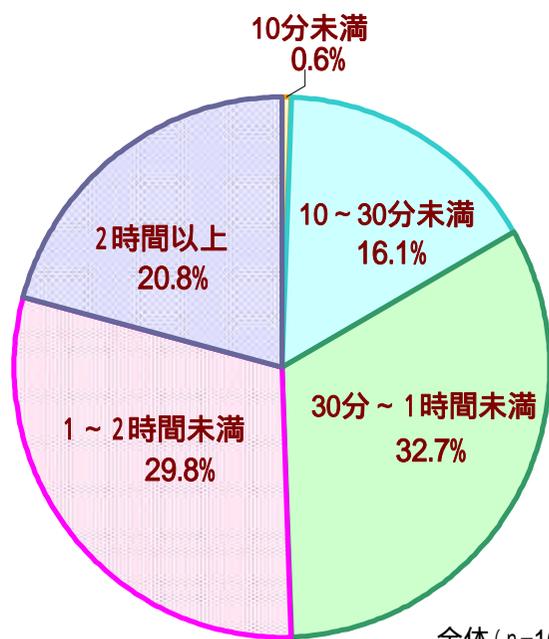
		n	平日の朝	平日の昼	平日の夜	休日・祝日の朝	休日・祝日の昼	休日・祝日の夜	特に決まっていない
全体		168	22.6	33.9	62.5	11.3	19.6	36.3	25.0
年代	20代以下	43	14.0	23.3	69.8	7.0	20.9	44.2	20.9
	30代	68	22.1	39.7	66.2	7.4	16.2	35.3	25.0
	40代	41	29.3	41.5	58.5	19.5	29.3	34.1	22.0
	50代以上	16	31.3	18.8	37.5	18.8	6.3	25.0	43.8

4. インターネットの利用時間

インターネットを利用する際の1回当たりの利用時間を尋ねたところ、「30分～1時間未満」が32.7%で最も多く、次いで「1～2時間未満」29.8%、「2時間以上」20.8%の順になっている。1回当たりの平均利用時間は81.5分であった。

年代別にみると、20代以下は他の年代に比べて「2時間以上」の割合が高くなっている。

1回当たりのインターネット利用時間(メールの送受信は除く)【単一回答】



		n	10分未満	10～30分未満	30分～1時間未満	1～2時間未満	2時間以上	【%】	【分】
全体		168	0.6	16.1	32.7	29.8	20.8		81.5
年代	20代以下	43	-	14.0	30.2	27.9	27.9		91.1
	30代	68	1.5	19.1	26.5	33.8	19.1		79.7
	40代	41	-	9.8	41.5	31.7	17.1		79.4
	50代以上	16	-	25.0	43.8	12.5	18.8		68.4

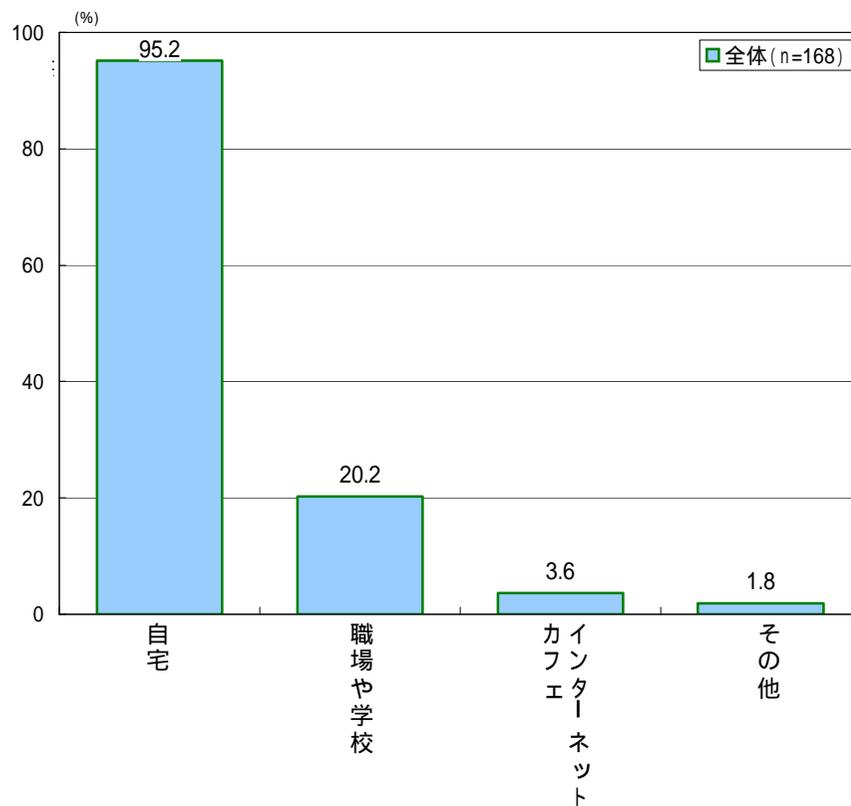
* 加重平均は「10分未満」= 5、「10～30分未満」= 15、「30分～1時間未満」= 45、「1～2時間未満」= 90、「2時間以上」= 180として算出。

5. インターネットの利用場所

インターネットの利用場所では、「自宅」が95.2%で最も多く、次いで「職場や学校」20.2%、「インターネットカフェ」3.6%の順であった。調査対象者に主婦が多いことから、自宅利用の比率が高くなっていると考えられる。

年代別では、年代が上がるにつれて「職場や学校」の割合が低くなっている。

インターネットの利用場所(メールの送受信は除く)【複数回答】



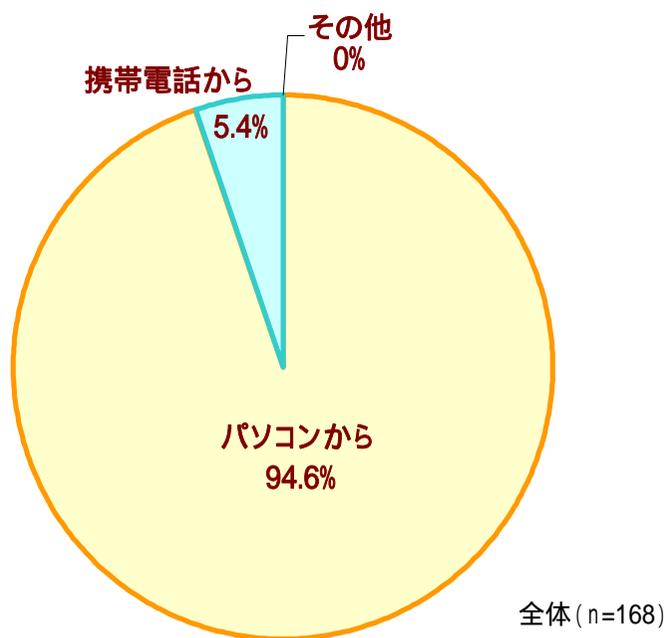
		n	自宅	職場や学校	インターネットカフェ	その他
全体		168	95.2	20.2	3.6	1.8
年代	20代以下	43	93.0	30.2	7.0	-
	30代	68	94.1	19.1	4.4	2.9
	40代	41	100.0	14.6	-	2.4
	50代以上	16	93.8	12.5	-	-

6. インターネットへの接続方法

インターネットへの接続方法では「パソコンから」が94.6%を占めた。

年代別で見ると、20代以下は他の年代に比べて「携帯電話から」の割合が高くなっている。

インターネットへの主な接続方法(メールの送受信は除く)【単一回答】



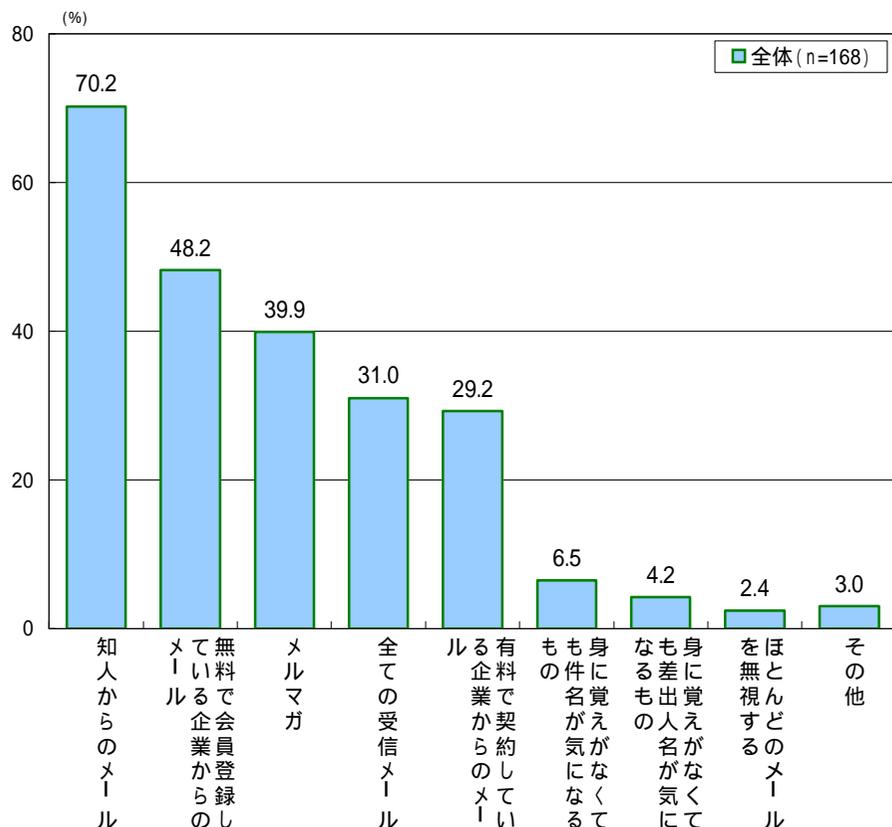
		【%】			
		n	パソコンから	携帯電話から	その他
全体		168	94.6	5.4	-
年代	20代以下	43	83.7	16.3	-
	30代	68	98.5	1.5	-
	40代	41	97.6	2.4	-
	50代以上	16	100.0	-	-

7. 受信メールの閲覧

受信したメールのうち、どのメールに目を通すか聞いたところ、「知人からのメール」が70.2%で最も多く、次いで「無料で会員登録している企業からのメール」48.2%、「メルマガ」39.9%の順となっている。

年代別にみると、他の年代に比べて50代以上では「知人からのメール」の割合が高く、また、年代が上がるにつれて「無料で会員登録している企業からのメール」の割合が高くなっている。「全ての受信メール」の割合が高いのは20代以下で、46.5%に及ぶ。

受信メールの閲覧【複数回答】



	n	知人からのメール	無料で会員登録している企業からのメール	メルマガ	全ての受信メール	有料で契約している企業からのメール	身に覚えがなくなっても件名が気にならぬもの	身に覚えがなくなっても差出人名が気にならぬもの	ほとんどのメールを無視する	その他
全体	168	70.2	48.2	39.9	31.0	29.2	6.5	4.2	2.4	3.0
年代										
20代以下	43	58.1	39.5	25.6	46.5	25.6	7.0	4.7	7.0	-
30代	68	75.0	44.1	42.6	27.9	22.1	1.5	1.5	-	4.4
40代	41	68.3	56.1	48.8	24.4	36.6	14.6	7.3	-	4.9
50代以上	16	87.5	68.8	43.8	18.8	50.0	6.3	6.3	-	-

8. よく利用するサイト

よく利用するサイトでは、「Yahoo! Japan」が144件と最も多く、続く「楽天」や「Google」を大きく引き離している。

上位項目には大手のポータルサイトや検索エンジンが多い中で、「Yahoo! オークション」や「楽天市場」「アマゾン」のようなショッピングサイト、また「mixi」や「2ちゃんねる」のようにコミュニケーションや情報交換を重視したサイトも挙がっている。

よく利用するサイト【自由回答を事後分類】

順位	サイト名	件数
1	Yahoo! Japan	144
2	楽天	37
3	Google	34
4	Yahoo! オークション	24
5	mixi	23
6	MSN	22
7	ECナビ	18
7	goo	18
9	楽天市場	16
10	2ちゃんねる	11
10	アマゾン	11
12	@cosme	7
12	マクロミル	7
14	GyaO	6
14	ちょびリッチ	6
16	Yahoo!メール	5
16	Infoseek	5
16	ネットマイル	5
16	リトル・ママ	5
20	BIGLOBE	4
20	予想ネット	4

順位	サイト名	件数
20	ANA	4
20	JAL	4
20	ニッセン	4
20	ベルメゾン	4
20	ホークス	4
27	Yahoo! ニュース	3
27	Yahoo! BB	3
27	ベネッセウィメンズパーク	3
27	ママすき	3
27	価格.Com	3
27	フルーツメール	3
27	MYD	3
27	ディズニールゾート	3
27	ライブドア	3
27	J-COM	3
27	KBC	3
27	ハンゲーム	3
27	アマーバブログ	3
27	オリコン	3
27	ユナイテッド・シネマ福岡	3
27	日経新聞	3