

早くて、安い、その先は？

イー・ウーマン調査「ブロードバンド活用調査」
<http://www.ewoman.co.jp/>

あなたの生活は未来の夢につながっている？

今回は、2002年12月に全国のイー・ウーマンリーダーズを対象に行った「ブロードバンドに関する調査」の結果を紹介したい。このところADSLを始めとした、今までの通信容量とは比較にならない程の超高速大容量通信を実現する「光ファイバー」に関するニュースや広告宣伝をよく見かけるようになった。手を伸ばせば、直ぐにでも超高速インターネットが満喫できるようになったといわれているが、果たして、リーダーズの中のどれぐらいの人が、その恩恵によって、まったくストレスを感じずにオンラインゲームやストリーミングを楽しんでいるのだろうか？ そのあたりの意識や実態をWeb調査によって、探ってみることにした。

6割強の人がブロードバンドを利用

右のグラフからも分かるように、自宅のPC環境をブロードバンドにしている人は全体の6割強。その中でも、ADSL8Mを使っている人が133人と最も多かった。続いて、ADSLの1.5Mと12Mを使っている人がほぼ同じような率となった。ケーブル8Mと10Mは、約7%とそれに続くような形となった。光回線100Mを使っている人は、まだわずか約2%という結果である。

そのブロードバンドサービスを選んだきっかけは？

選択決定の要因としてあげられているものの中では、「料金」に関連するものが多く見受けられた。「ランニングコストが安いから」「無料お試し期間があったから」という意見が目立った。一方、同じく多かったのが「評判が良かった」「信頼性が高かった」「安定しているから」という自分が納得いくまで調べて選んだ慎重派の人たちの意見である。これらの人の中には、肝心のところは直接周囲の知人、友人から情報を収集する「クチコミ」によるものだという答えがいくつか見受けられた。インターネットの時代がきて、人間的なものが大きく影響するということが大変興味深い。

中には、利便性をもっとも重視するという意見もあり、「もともと使っているプロバイダーだった」「アドレスを変えなくて良いから」「もっとも手続きが簡単だったから」という理由で、そのプロバイダーを選んだという人も多かった。

どんな用途に使っているのか？

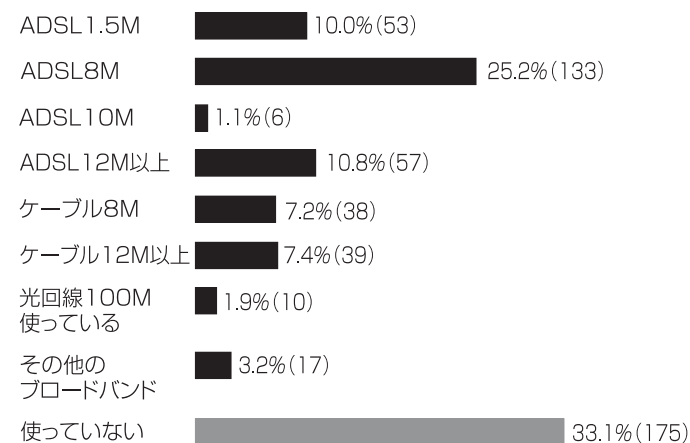
ブロードバンドの活用方法としては、情報収集がもっとも多くあげられている。用途としては、これまでと同じではないかと思われるかもしれないが、メールやインターネット閲覧がかなり早く、ストレスなく行えることにより、時間の使い方がかなり有効的になり、質の高い情報にもアクセスできるようになってきている。一般的には、従来どおりホームページの検索とメールのやりとりの人がもっとも多いが、常時接続状態、料金を気にしなくて良いということにより、時間を気にせず、じっくり情報を読んでいるという人が多い。中には、時間数はそれまでより何十倍にも増え、はまっているという人も見受けられた。このことは、商品やサービスを供給している側にとっては、さらなる試練のときがきているといえるかもしれない。つまり、一般の生活者といえども、ほんの数分で多くの情報にふれ、専門家並みの知識を入手して、店頭で商品を選別をしているのである。このような状況がくりひろげられているということ、あらためて認識し直す時期にきているといえる。

ブロードバンドならではのということでは、写真、映像系の趣味などの用途も多く取り上げられており、音楽、映画のダウンロードもひろがりつつある。

また、株取引、証券会社の提供する情報入手なども、回答の中に幾人か見受けられた。そのような金融関連で活用している人には、何よりもうまい営業マンに付きまといることがないというベネフィットまであり、その快適性は手放せないものになっているという。あとは、イー・ウーマンのグローバルイングリッシュをはじめとする e-ラーニングに取り組んでいるという意見が多く見受けられた。個人それぞれの興味、仕事、趣味などの各分野で、ブロードバンドが深く根をおろしつつある様子を伺い知ることができた。

これから光ファイバーによるブロードバンド利用者が増えていくと、高画質の動画をらくらく送受信できることにより、家庭に居ながらにしてコミュニケーションがますます豊かになっていくと思われる。今後は、高品質の動画を活用した教育・医療・福祉での積極的な取り組みなどを期待する声も多くあがっている。さまざまな分野での取り組みは開始されたばかりであるが、近い将来には、私たちの生活をドラマチックに変えていくことが予感できる調査結果となった。

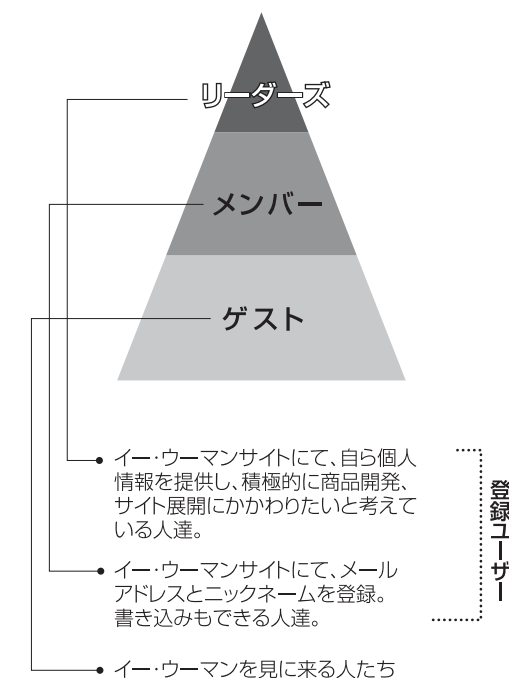
●ブロードバンドで何を使っていますか？



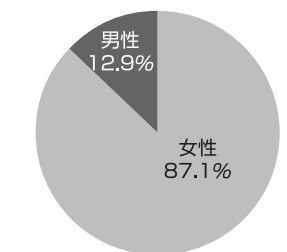
<調査概要>

調査実施:2002年12月10日~12日
 調査方法:インターネットによる自記入式アンケート
 対象:イー・ウーマンリーダーズ
 有効回答者数:528名

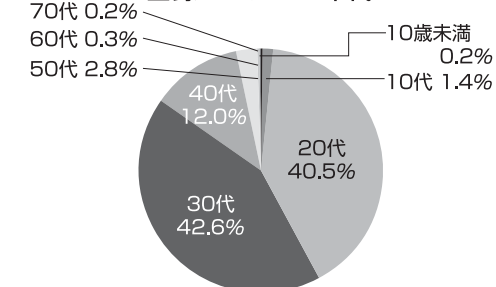
ユーザーの構成



登録ユーザーの男女比



登録ユーザーの年代



LEADERS DATA

