

## インターネットは確実に普及してきている! が……

総務省の「平成21年度通信利用動向調査」によると、平成21年末における日本国内のインターネット利用(過去1年間での利用経験)者数は9,408万人、人口普及率が78.0%とのことである。年代別に見ても、中学生以上から40歳代までではいずれも利用率は95%を超えている。そこまでは達していない50歳以上の年代でも1年前と比して、50～59歳:82.2%⇒86.1%、60～64歳:63.4%⇒71.6%、65～69歳:37.6%⇒58.0%、70～79歳:27.7%⇒32.9%と

インターネットの利用率は確実にしかも飛躍的に向上してきている。

一方、先進諸国にBRICsや南アフリカ等を加えた25カ国を調査対象とした総務省の「ICT基盤に関する国際比較調査」(平成22年)によると、ICT普及の総合評価指標であるICT総合進展度スコアで日本は韓国に次ぐ堂々の世界第2位となった。しかし、その内訳を見てみると、基盤整備(インターネット基盤の物理的な整備状況)ではダントツの第1位ながら、基盤普及(ラストワンマイルやサービスなどインターネット利用環境の普及状況)では総合第8位、利活用(普及したインターネットの個人・企業・政府での利活用状況)に

至っては総合第16位となっている。つまり、物理的ネットは素晴らしく整備されているが、実際はあまり利活用されていないという結果になっている。中でも特に評点の低いのは政府の利活用で、25カ国中18位と先進国中では最下位である。また、個人の利活用でも第9位とあまり奮わない。

## 10～30代で圧倒的に強いモバイルインターネット!

では個人ベースでのインターネット利活用状況についてもう少し細かく見てみよう。ここで用いるデータは、平成21年9月と22年3月

電通総研  
メディア  
インサイト  
メモ

08

# インターネットは「レガシー」メディアを超えたか?

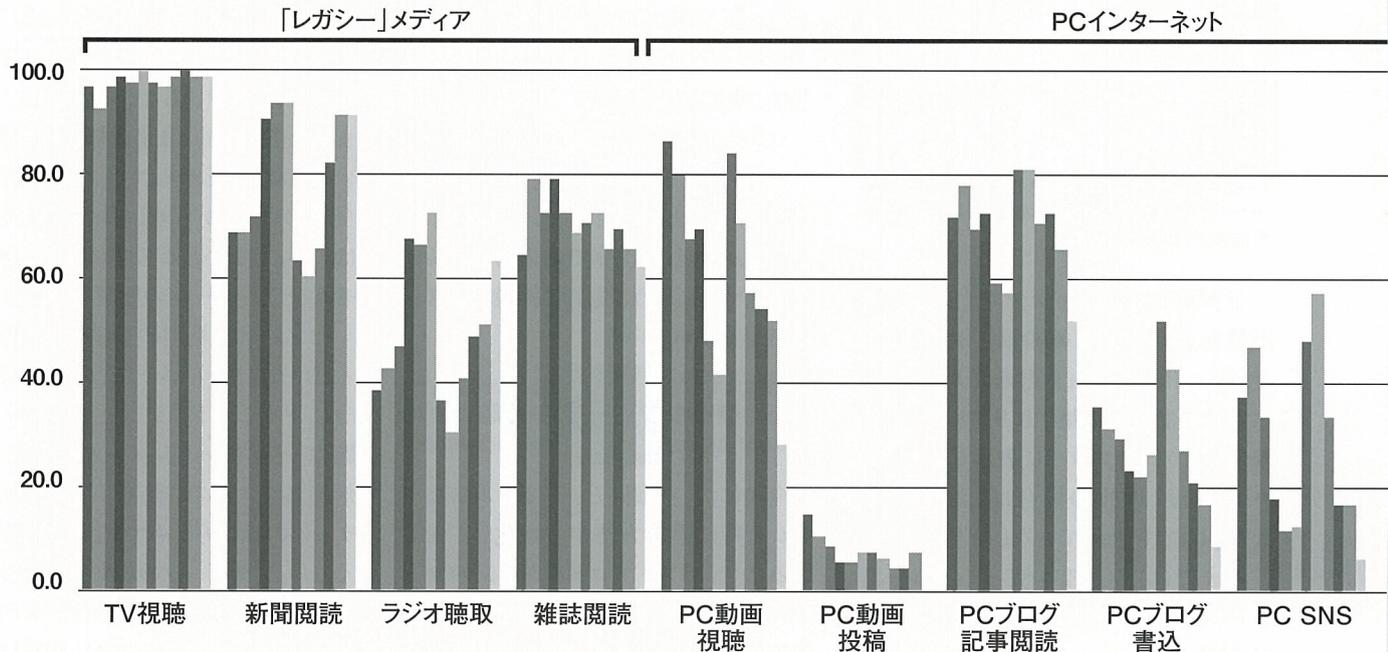
2009年度、インターネット広告費は新聞広告費を抜き、広告媒体としては、ついに第二の「マス」メディアとなった。インターネットの普及に伴い、ラジオ・雑誌はもとよりテレビ・新聞の消滅論まで声高に叫ばれ、これら4マスメディアを「レガシー」(Legacy:遺産、一世代以上前の、旧世代の⇒時代遅れの)と酷評する声さえもある。果たしてインターネットは4マスメディアを超え、4マスはすでに「レガシー」メディアなのだろうか?

文●井出 智明

*Ide Tomoaki*

電通総研 メディアイノベーション研究部 主任研究員

〔図〕個人による1カ月以内でのメディア利用経験(リーチ)



に電通総研がPCとモバイル(以下、MB)両方で行った独自調査結果を集計したもので、総務省等の調査の「1年」よりも短い「1カ月」での利用経験(リーチ)である。ただし、過去の経験からインターネットパネル調査では国民全体平均より全てのリテラシーが高めに  
出る傾向があることと、インターネット利用率の問題もあるので、特に高齢者層でのインターネット・サービス利用実態は本調査結果より低い可能性があることを付記しておく。

グラフを概観して、特に顕著に性年代差が現れているのがMBインターネットである。40~60代に対して10~30代の利用率が総じて非常に高い。特に10代女性ではMBでのブログや記事の読み書きで、他の世代よりもかなり高い傾向を示している。一方、PCインターネットにおいても、20代のSNS利用、40~50代でのネットオークション利用などで10代を上回るものの、総じて若い世代ほどインターネット利用経験が高いという結果となっている。

**若年層ではマスメディアに拮抗するインターネットだが……**

多少ばらつきはあるものの総じて、インターネット、特にMBインターネット系のサービスでは40~60代に比べて10~30代へのリーチが高い。同時に、新聞やラジオでは10~30代に比して40~60代へのリーチが強い。また全ての性年代を通じて50%程度以上の利用率となっているメディアは、テレビ、新聞、雑誌、PCでの動画視聴、PC&MB双方でのブログや記事の閲覧などである。各項目の絶対値を比較した場合に4マスメディアとインターネットとの違いが最も顕著である10代で見ても、PC&MBインターネット・サービスで利用率が高い項目の数値と「レガシー」なマスメディアである新聞や雑誌の利用率の数値とがほぼ拮抗している状況にあるのが現実である。インターネット上の各種サービスも短期間で急伸してきてはいるが、現状では4マスメディアを凌駕するほどのリーチはまだ確保できていない。この実態を踏まえる限りはマスメディアを「レガシー」と呼ぶのは早計であろう。

**明日のレガシーにならないために**

しかし現在の状況がいつまで続くのかは誰

にもわからない。現状のメディア進化速度ならば30年とは言わないまでも、10年や20年は今の傾向が継続する可能性もある。しかし、新しいサービスが明日出現して、数年後には全ての既存サービスを凌駕してしまう可能性もまたある。よって今日はレガシーでなくとも明日レガシーになってしまう可能性はマスメディアにも現在のインターネット・サービスにもあるのである。

紙も電波もインターネットも単なる伝送路の一つにすぎない。それぞれ長所も短所もある。ただ今までの紙や電波と比べて、インターネットは即時性、同報性、共有性、選択性、大容量性、双方向性、個別対応性、記録保存性、データ利用容易性など今までにない利点が非常にたくさんある伝送路でもある。そんな便利なものを使わない手はない! マスメディア企業もインターネット・サービス企業も、現在までのアドバンテージを活かしつつ便利な道具を更に積極的に利活用して、「レガシー」にならないよう進化し続けるしかないのである。

■ M15-19 ■ M20-29 ■ M30-39 ■ M40-49 ■ M50-59 ■ M60-69  
■ F15-19 ■ F20-29 ■ F30-39 ■ F40-49 ■ F50-59 ■ F60-69  
MBインターネット

