

生活者のインターネット利用像について

「第1章 特集 インターネット」を読んで

東京大学社会情報研究所教授 橋元 良明



我々はこれまで「ニューメディアの旗手」と喧伝されながら、結局はむなしく敗退したり、さほど普及もせずほそぼそと命脈を保ちながらいつのまにかオールドメディアになってしまったりしたいくつかの事例を知っている。『平成11年版通信白書』の特集を読んで、インターネットに関しては、既にその懸念は払拭されたという印象をもった。ただし、図表に集約された個々の数値データを詳細に吟味すると、白書では、実態が必ずしも十分反映されていなかったり、やや強引に楽観的観測をアピールしているのではないかと思わせる箇所もあった。ここではとくに家庭でのインターネット利用を中心に気づいた点を2、3述べたい。

まず、本当にインターネットの普及は順風満帆かという点である。確かにインターネットの推計利用者数1,700万人という数字には目を見張るものがあり、一部の予想をも裏切る規模である。しかし、白書の中でも指摘があるとおり、世界的にみれば普及率は10位以下であり、また人口あたりホスト数でいえば20位前後であって、しかもここ2、3年でさほど順位を上げてもない。経済的先進国としてはこの順位は不当に低すぎるといってよい。また、世帯普及率10%達成まで5年で、他の通信メディアと比較して非常に短期間に普及したというが、WWW利用など、インターネット

は純粋に通信メディアとはいえない側面もっている。通信メディアに限定しなければ、1953年に本放送が開始されたテレビは、1958年には普及率が10%を超えていた。当時まだサラリーマンの平均月収の数倍したにもかかわらずである。インターネット利用の中心的媒体機器のパソコンの世帯普及率が30%を超え、ワープロも含めると優に50%以上の世帯が機器環境としてはインターネットを利用できる状況にあるにもかかわらず、またここ数年のマスコミの異常なまでの喧噪を考えれば、世帯普及率11%という現状の数値は決して高いものではない。インターネットは米国でも一般商用サービス開始から10年を経ている。それでも普及率は30%に達している。さらにもし、通信メディアとしてインターネットをとらえるなら、同じくオンライン・ネットワーク・サービスであるパソコン通信の一般商用サービスが実質的に開始された1986年を準起点として考えるべきであり、その場合、NTTによる一般サービスが1987年に開始された携帯電話の現在の普及率（58%）にはるかに遅れをとっていることになる。その携帯電話が急激な伸びを示したのが、世帯普及率で10%を超えた1995年以降である。普及理論で有名なロジャースによれば、情報通信機器普及の臨界点は10-25%であり、携帯電話もこの予測をなぞっているから、通信的側面からみたインターネットの

普及はこれからが正念場ということになる。

自宅でのインターネット利用に関し、結果をみて懸念するのはやはり現利用者の属性的偏りである。郵政省のホームページから得たデータ詳細によれば、現在、自宅でインターネットを利用していると答えた人は、政令指定都市/県庁所在地在住者、世帯主年齢20-30代、世帯主職業が管理職や学生、世帯年収1,000万円以上、の各層にとくに多い。この傾向は、各種の個人利用者調査の結果とも一致する。利用者の属性的偏りは、最近の加入者ほど是正される方向にあるとも言われているが、将来的に急速に偏りがなくなっていくかは疑問である。というのは、同じ質問で、現在利用していない人のうち、「今後利用意向あり」と答える人の比率も、ほとんどの属性別分析で、現在の利用者層ほど高いからである。とくに世帯年収別にみた場合、世帯年収1,000万円以上では、「今後も必要ない」と答えた人の比率が20%以下であるのに対し、400万未満世帯では55%にも達している。テレビをはじめとするこれまでの多くの家電にはステータス・シンボリック側面があり、低所得層にはそれを所有することが一種のあこがれでもあった。パソコンの所有とも密接にリンクしたインターネットには、現状ではそのような記号的価値が希薄だということであり、古典的流行理論でいう「トリクルダウン」的普及現象は妥当しそうにもない。現状の大衆心理が持続するなら、インターネット利用によって、富裕層がインフォメーション・リッチ、非富裕層がインフォメーション・プアとそのまま分化し、情報格差が益々拡大するおそれが大きい。

白書では第3節で「利用者像」について詳述している。ここで描かれたプロフィールは必ずしも利用者の実態を正確に反映していないように思える。まず、男女比率や年齢別構成について、それが依拠する調査はいずれもオンライン調査である。

オンライン調査の回答者がヘビーユーザーに偏る傾向にあることはこれまでしばしば指摘され、我々の研究室でも同一母集団・質問項目による比較調査によってそのことを実証した（「インターネット利用に関する調査法比較 オンライン調査法と郵送法」、『東京大学社会情報研究所調査研究紀要』Vol. 11, 1998）。利用者の正確な属性分布や利用実態は重要な基礎データであるから、是非、利用者の中から無作為抽出・面接法（せめて留置郵送法）による調査を実施していただきたい。15

69歳で利用率が18%に達するというのだから、全国対象無作為抽出でもけっこう有効票は拾える段階に達している。また、白書第3節の利用場所、利用目的、利用頻度、若者・シニア・主婦に関する分析は、個人的にはほとんどデータを引用する気にならない。それらがベースとする「インターネット利用状況調査」の対象が「iMiネット」利用者限定されているからである。「iMiネット」の参加者は、ホームページの案内によれば、一種のマーケティング・モニターである。しかも、電子アンケートに答えるごとにポイントが加算され商品券や図書券を得ることができる。「利用状況調査」では調査対象者をその中から無作為抽出しているとはいえ、電子メール・アンケートであり、当然、ポイントの対象になっているのであろう。その種の調査の回答者の属性、生活形態が、インターネット利用者の平均像、ましてや平均的国民のそれとはかなり異なっていることは自明である。もちろん白書での記述は、回答者内での各属性別比較をベースとしているので、現実をゆがめているなどというつもりはないが、たとえば専業主婦が利用し始めてから「趣味・娯楽の範囲が広がった（73.2%）」、「趣味・娯楽がより深まった（64.2%）」などと言われても、この調査をベースとしている限り、一般論としていかほどの意味をもっているのか首をかしげてしまう。

以上、記述のベースとなった調査方法などではかなり辛口のコメントとなってしまった。ただこれは、あえてコメントを、といわれたからではのあら探しであって、特集全体としての記述はインターネット普及の実態を非常によく簡潔にまとめているという印象をもった。終節「課題と展望」における諸指摘も客観的で正鵠を得たものと考え。ただ、そこにも一部言及があるように、専業主婦、高齢者、障害者など、自宅で広く情報収集ができ、容易にネットワーク・コミュニケーションが営めるといふインターネットのメリットを最大限に生かせるべきはずの人たちが、なぜ現実には利用が遅れているのか、なにが有効活用の障害になっているのか、を正確に知るには、現に積極活用している人たちの声だけでなく、利用していない人も含めた一般市民の意見も広く把握する必要がある。そのためには、母集団を利用者に限定

しない意識調査や、パソコンを有効活用できない人たちへのインタビューなども貴重なデータを資する一手段となるだろう。

最後に、特集では「インターネット」と一括しているが、機能的にはWWWの閲覧とEメール利用とはかなり異なったメディア利用形態である。また電子掲示板やネットニュース利用など、「電子コミュニティ」への参加実態ももっと別の切り口から分析すべきである。今後、情報機器の技術開発で、現在、インターネットと一括されているサービスの利用がそれぞれに特化・複雑化され、「インターネット」という総称が過去の遺物になる可能性も大いに考えられる。そうしたことを考慮すれば、今後は白書でも「インターネット利用」としてすべてを含み入れるのではなく、個別のサービスごとの分析にも力点を入れるべきではないだろうか。