

第5章

ホームページ閲覧傾向の探索的分析

江口 篤

1 はじめに

1.1 問題設定

パーソナルコンピューターや携帯電話が急速に普及し始めた最近 10 年ほどの間に、それらの技術によってもたらされる利益の代償として主張されてきた問題に、デジタルディバイドがある。これは、新たな情報技術を使いこなせるか否かという違いが、一種の階級分裂をもたらすという問題であり、国家が情報産業を重視し、情報技術による国民生活の向上を宣言する¹⁾という現状に伴って近年急速に注目されている。

しかし、このようなデジタルディバイドに対する議論は、異なる要素の混同によって混乱しているという指摘もある。木村(2001)によれば、個人レベルでの消費性向・情報行動の問題と、企業・組織・社会レベルでの産業経済活動の問題という 2 つの相異なる要素が、デジタルディバイドという言葉のもとで区別されることなく使用され、そのために論点がずれたまま議論が進められているという。

デジタルディバイドという問題が持つ多様な側面を、原田(2002)は次の表 1 のような分類によって整理している。

表 1 デジタルディバイドがもたらす問題(原田、2002:9)

問題の分類			
発生の場	経済・便益格差	文化・教育格差	軍事・セキュリティ格差
	所得格差	学歴格差	ネットワーク犯罪被害
	雇用機会格差	就学率格差	プライバシー問題
個人	サービス授受格差	教育水準格差	
	所得格差	教育水準格差	ネットワーク犯罪被害
	雇用機会格差	就学率格差	
社会集団 (コミュニティ)	サービス授受格差	固有文化の喪失	
	収益率の差	社会貢献格差	ネットワーク犯罪被害
	作業効率の差	広報力格差	
企業・組織	所得格差	教育水準格差	ネットワーク犯罪被害
	雇用機会格差		
	新たな南北問題	教育水準格差	軍事力格差
地域 (都市と地方)	外資系導入格差		ネットワーク犯罪被害

これらデジタルディバイドの諸要素の中でも、我々が日常で特に意識することが多いのは、個人場で発生する情報技術の使用格差であると思われる。なぜなら、個人が情報技術を上

¹⁾ 日本では、平成 13 年 1 月に高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部 (IT 戦略本部) が表した「e-Japan 戦略」の中で、IT 革命を国家事業として位置づける提言がなされている。

手く使いこなせるか否かという問題は、今や競争社会の新しい環境に適応できるか否かという危機感に置き換えられ、現代人にとって重要な関心事項になっているからである。

平成 15 年版の情報通信白書の中ではこのような個人レベルでのデジタルデバイドの現状について分析²⁾されており、社会的属性がインターネットの利用に与える影響が考察されている。そこでは、デジタルデバイドを情報技術の使用と不使用という二層への層化と定義して扱っているのであるが、実際には情報技術を使用している人々の中にも、ある程度の利用様式の差異が生じていると考えるのが自然である。つまり、個人レベルでのデジタルデバイドとは原田(2002)が主張するような多層的な階層分化³⁾であり、その状況を把握するためには、情報技術使用者の間での使用様式の格差も考慮する必要があるのだ。

この章では、個人場で生じるデジタルデバイドの多層的な状況を確認することを目標に、インターネットの利用者間に生じる利用様式の違いを探索的に分析し、それらの差異がどのような要因によって生じるものか考察したい。

1.2 分析の枠組み

インターネットの利用様式に関して分析するときに、ある程度の定義が必要となるのは、利用様式の差異をどのような側面から捉えるかという問題である。平成 15 年度版情報通信白書のインターネット利用者分析では、利用者が長時間使う利用用途を元にクラスタ分析を行っている他、パソコンや携帯電話・PHS でインターネットを利用している時、何をしながら使用しているかなど複数の側面から考察している。また、NTT アドによる調査では複数のメディアとの使用態度の関係を考慮した分析を行うなど、インターネット使用様式の分析には様々なアプローチが可能である。

この章では、インターネット使用者内でのデジタルデバイドを概観するという目的に沿って分析を進めるのだが、情報技術を「使いこなす」程度を計る指標としてホームページ閲覧頻度の多少を取り上げる。これは、個人場に生じるデジタルデバイドの状況を、情報活用能力の格差によって捉えるためであり、情報活用能力の高い人ほど頻繁にホームページを閲覧するであろうという仮定に基づく。

2 ホームページ閲覧者の分類と閲覧傾向

2.1 ホームページ閲覧者の探索的分類

インターネット利用者のホームページ閲覧傾向を探索的に分類するために、種類別のホームページ利用頻度に関する質問項目である、Q9「あなたは、この中のようなホームページをどの程度ご覧になりますか。」の a~r までの計 18 項目について、Ward 法を用いた平方ユークリッド距離による階層クラスタ分析を行い、2 クラスタから 5 クラスタまで、合計 4 種類の分類モデルを作成した。ここでは、その中でも最も各クラスタの特徴が明確に現れていると思われるものとして、4 クラスタに分類したモデルを採用して分析を行うこととする。た

²⁾ 平成 15 年度版情報通信白書で分析の対象となっているのは、インターネットの利用格差とブロードバンドの利用格差の 2 つである。

³⁾ 原田の想定する個人レベルでのデジタルデバイドとは、ギーク (geek) と呼ばれる新たなテクノクラート層を頂点とし、情報活用能力の格差によって生じる、情報技術の使用様式の多層的な分化である。

だし、Q9 の回答項目に関しては、次の表 2 のような変換による得点付けを行っている。

表 2 Q9 回答項目の変換対応

ほぼ毎日	5	週に 3 日以上	4	週に 1 日程度	3
月に 1 日ぐらい	2	見たことはある	1	見たことはない	0

このとき分析によって得られた 4 クラスターの度数分布は表 3 の通りである。

表 3 4 クラスターの度数分布

	度数	パーセント
クラスタ 1	31	9.3
クラスタ 2	75	22.5
クラスタ 3	111	33.3
クラスタ 4	116	34.8
合計	333	100

この 4 つのクラスタに関して、それぞれどのようなホームページの閲覧傾向を持っているのか具体的に調べるために、Q9 の各質問項目に対する解答得点の平均値を集計しグラフ化したものが次の図 1 である。

また、関連する質問項目として、Q8-1「あなたがホームページを見ているとき、この中のことがらはどの程度あてはまりますか。」の a~k 全 11 項目から、f「ホームページを見て不快になることがある」と i「ホームページに載っている情報はあまり信用できない」を除く 9 項目についてクロス表を作成した。ただし、このとき 5 つの解答選択肢を併合し、「あてはまる*」(= 「あてはまる」「ややあてはまる」) と「あてはまらない*」(= 「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「全くあてはまらない」) の 2 分類として集計している (以下断りのない限りこの定義に従う)。このクロス表を、「あてはまる*」と解答した人の割合についてのみ表したのが次の表 4 である。

図 1 からわかるように、4 クラスタは全体的な閲覧頻度の多少によって分類されており、最も頻繁に閲覧しているクラスタ 1 から最も少ないクラスタ 4 まで、全体的な閲覧頻度はほぼ単調減少している。しかし、その中でもホームページの種類によって閲覧頻度に偏りが確認され、それによってある程度の閲覧傾向把握が可能である。

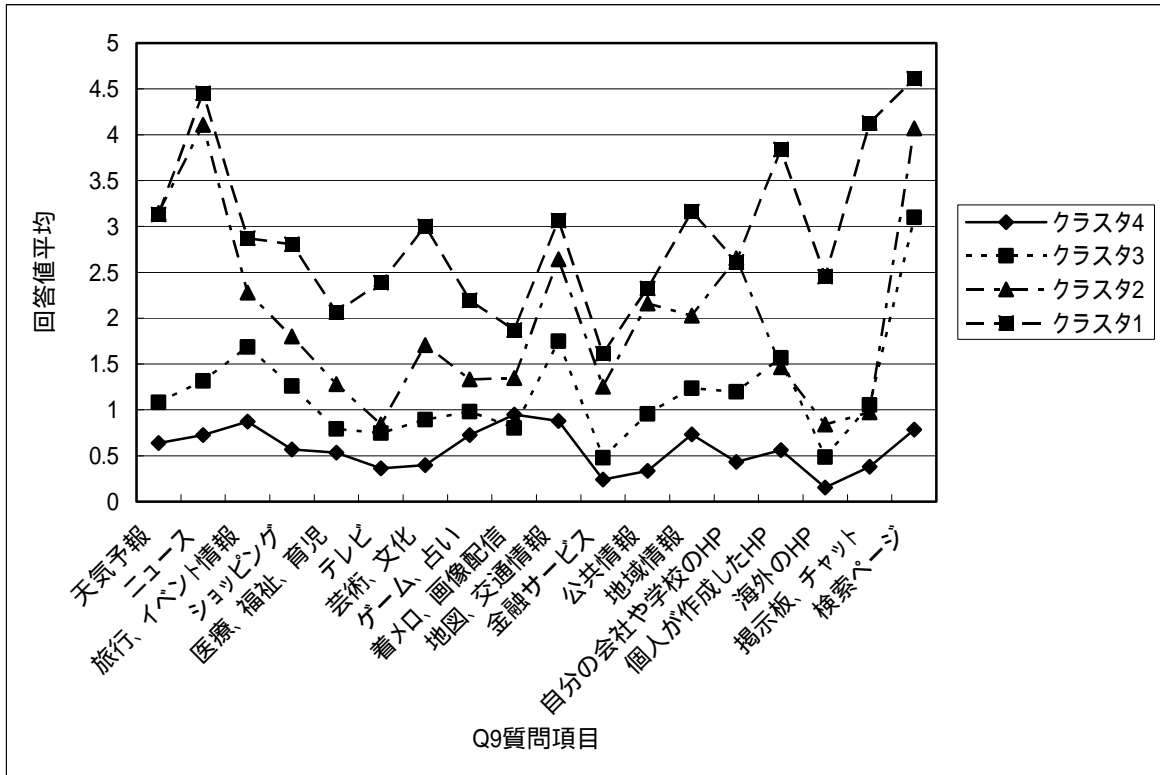


図1 4 クラスタごとのHP閲覧頻度の平均

表4 閲覧用途と4クラスタのクロス表(「あてはまる*」の解答のみ)

	クラスタ	クラスタ	クラスタ	クラスタ	全体 (%)
	1	2	3	4	
A) ホームページを見て楽しむ	93.5	84.0	78.9	56.6	73.8
B) 既存のメディアより詳しい情報を得る	93.5	94.7	72.7	60.7	75.6
C) 買い物、バンキング等、商取引を行う	71.0	48.0	32.1	11.5	32.3
D) 官公庁のHPは役に立つ	58.1	61.1	36.9	21.5	39.3
E) 画像、音楽、ソフト等を手に入れる	58.1	42.7	32.1	33.6	37.5
G) 口コミの意見や評判を調べる	71.0	54.7	40.9	23.4	41.0
H) 新しい情報を素早く得る	93.5	93.3	85.5	71.9	83.3
J) 仕事に必要な情報を得る	80.6	89.3	69.1	47.8	67.5
K) 仕事以外で必要な情報を得る	87.1	93.3	88.2	68.4	82.4

Q8-1e は5%水準、それ以外は1%水準で有意

2.2 4クラスタ別のホームページ閲覧傾向分析

クラスタ1の傾向 クラスタ1の集団は4クラスタの中で最も全体的なホームページ閲覧頻度が高く、ほぼすべての種類のホームページを月に一度程度は閲覧している。特に、「掲示板・チャット」や「個人が作成したホームページ」の閲覧頻度が他より非常に大きな値となっている。また、ニュースや天気予報の閲覧頻度も高く、日常的な情報源としてホームページを

活用していることがわかる。

また、Q8-1の9項目に関しても、表4からわかるようにすべての項目について「あてはまる」と回答した割合が50%を超えており、ホームページを幅広く使用していることが窺える。特に、Q8-1c「買い物、バンキング等、商取引を行う」やQ8-1g「口コミの意見や評判を調べる」といった項目の値が他のクラスタより大きく、インターネットを実生活の重要な行動手段として、また情報源として活用している事がわかる。

クラスタ2の傾向 クラスタ2はクラスタ1の次に全体的な閲覧頻度が高い集団であるが、ホームページの種類によって閲覧頻度のばらつきが比較的大きい傾向がある。具体的には、「天気予報」、「ニュース」、「公共情報」、「自分の会社や学校のHP」といった項目の閲覧頻度がクラスタ1と同等、あるいはそれ以上の値をとっているのに対し、「テレビ」、「個人が作成したHP」、「掲示板・チャット」などの項目は閲覧頻度が低くなっている。

Q8-1の9項目を見ると、Q8-1b「既存のメディアより詳しい情報を得る」やQ8-1d「官公庁のHPは役に立つ」、Q8-1j「仕事に必要な情報を得る」、Q8-1k「仕事以外に必要な情報を得る」といった項目で「あてはまる」と回答した割合がクラスタ1を上回っており、Q8-1h「新しい情報を素早く得る」の割合もクラスタ1とほぼ同じ数値となっている。その他はいずれもクラスタ1の次に大きな値をとっているが、特にQ8-1c「買い物、バンキング等、商取引を行う」の値はクラスタ1と20ポイント以上の開きがあり、その差が顕著である。

このような特徴より、クラスタ2の集団は個人的なコミュニケーションの手段としてホームページを利用するというより、むしろ公に発表されている情報の効率的な収集手段として利用していると想像される。

クラスタ3の傾向 クラスタ3の集団は、平均するとほとんどのホームページに関して見たことあるか、月に一度程度の頻度で閲覧している層である。その中でも、特に検索サイトの閲覧は週に一度程度と高く、「旅行、イベント情報」、「地図、交通情報」、「個人が作成したHP」などの閲覧頻度も比較的高い値をとっている。また、ニュースや天気予報といった項目の閲覧頻度が低いことから、これらの情報は新聞や雑誌などの既存のメディアに頼っていることが予想される。

Q8-1の9項目では、Q8-1k「仕事以外に必要な情報を得る」の割合がクラスタ2に次いで、クラスタ1よりも大きい値となっているが、それ以外はいずれもクラスタ2および1の値を下回っている。

このことから、クラスタ3の人々は日常的な情報の収集源としての利用はしないながら、時々検索サイトを通して必要な情報の掲載するホームページを見つけ出し閲覧する、という利用の態度が想像できる。

クラスタ4の傾向 クラスタ4の集団は、すべての種類のホームページについて「見たことはある」か「見たことはない」の間であり、検索サイトの利用頻度も他のクラスタと比較して非常に少ない。

Q8-1の9項目に関しても、Q8-1e「画像、音楽、ソフト等を手に入れる」以外は最も低い値をとっているが、これは主に携帯電話によるホームページ閲覧の態度が現れているものと考えられる。

これらのことから、クラスタ4の人々は、何か特別な機会に少しホームページを閲覧する

程度のインターネット利用しかせず、日常生活の便利な道具として利用するような習慣を持っていないと考えることができる。

2.3 各クラスタへの命名と想定される利用態度

2.2 の議論によるホームページ閲覧傾向の特徴を踏まえた上で、4 クラスタに対して便宜上次のような名前を与えたい。

クラスタ 1：オンラインコミュニティ参加型

クラスタ 2：情報収集型

クラスタ 3：補助的使用型

クラスタ 4：非習慣型

クラスタ 1 で想定されているのは、日常の情報収集や買い物などの活動の多くをホームページ上で済ませている人々である。特に注目すべきは、オンラインコミュニティに積極的に参加している点である。オンラインコミュニティとは、掲示板やチャットなどを媒介してインターネット上に形成されるコミュニティであり⁴⁾、現実のコミュニティでは不可能な即時性、相互性、匿名性、地理的制約の解消など様々な特徴を持ち合わせている。このようなコミュニティに参加することでホームページをコミュニケーションツールとして利用しているのがオンラインコミュニティ参加型の人々であり、彼らはホームページを最も頻繁に閲覧しているが、その数は全体の 10%以下と非常に少ない。

クラスタ 2 の人々は全体の 20%程度を占めており、ホームページを自分に必要な情報を収集する為の手段だと考えている。ホームページは迅速に大量の情報を検索可能なデータベースであり、生活や仕事、趣味などに必要な情報を収集するには合理的である。また、ニュースや天気予報の更新は既存のメディアより迅速で、いち早く知りたい情報を手に入れることができる。このようなホームページのメリットを日常的に活用しているのが情報収集型の集団だと言える。しかし、彼らはホームページをコミュニケーションの手段として活用することは希で、掲示板やチャットを媒介するオンラインコミュニティへの参加には消極的である。

クラスタ 3 に属する人々は、ホームページを日常の中心的な情報収集手段とは考えていない。普段はテレビや雑誌、新聞などの既存のメディア⁵⁾から情報を得る事のほうが多いが、おそらく、それらでは十分な情報が得られないような時に限って、インターネットを使用し必要な情報の掲載されているホームページを閲覧するのだと考えられる。彼ら、全体の約三分の一を占める補助的使用型は、既存のメディアや活動手段でも実現可能な事柄をインターネットに移行していないのである。

クラスタ 4 の人々は、日常的にホームページを閲覧する機会はほとんどない。使うとしても携帯電話の着信音や待ち受け画面をダウンロードする時か、他の希な理由があるときだけ

4) 平成 15 年度版情報通信白書の中では、電子掲示板等ホームページの閲覧以外にメーリングリストの閲覧・発信もオンラインコミュニティへの参加としている。

5) 平成 15 年度版情報通信白書によれば、「社会のニュース」や「社会事象の詳しい解説」といった情報を得るために利用されるメディアは、テレビと新聞といった既存のメディアが 1 位となっている。それに対して、「趣味関連商品の情報」や「病気に関する情報」では、ホームページが 1 位を占めている。

である。このようなあまりインターネットを活用していない非習慣型の人々の層は全体の約35%にのぼり、最も大きな集団を形成している。

3 ホームページ閲覧傾向 4 分類の決定要因

3.1 性別、世帯収入、年齢の影響

平成 15 年度版情報通信白書によると、インターネットの利用、未利用に影響を与える要因として性別、世帯年収、年齢、都市規模の 4 要素が分析の対象となっている。ここでは、その中でも性別、世帯年収、性別の 3 要素に関してホームページ利用者の 4 分類との関連を分析したい。

先にあげた 3 要素の中で、それぞれホームページ閲覧者の 4 分類がどのような割合で存在するかを調べるために、クロス表を作成した。また、参考のため、3 要素と HP 閲覧率とのクロス表も作成し併記した(表 5 の上から 3 つ目まで)。なお、世帯収入は「年収 450 万円未満」「450 万円以上 650 万円未満」「650 万円以上 1000 万円未満」「1000 万円以上」の 4 項目に、年齢は「20 代」「30 代」「40 代」「50 代」「60 代以上」の 5 項目に変換して集計している。

性別の影響 ホームページの閲覧率は、男性のほうが女性より約 10 ポイント高い結果になっている。このときカイ 2 乗検定は 1%水準で有意であるものの、クラマーの V の値は .108 と低くなっており関係性はあまり強くないと思われる。また性別による閲覧傾向 4 分類への影響も、男性が女性よりも非習慣型層で約 10 ポイント高く、情報収集型層で約 10 ポイント低くなっているが、他の二つの層についてはほとんど差が見られない。カイ 2 乗検定は 5%水準でも有意ならず、クラマーの V は .129 である。

ホームページ閲覧者の 4 分類は、ほぼ全体的な閲覧頻度の多少を反映するのであるが、この結果を見る限り、性別と閲覧頻度の間に線形の関係は無さそうである。しかし、個別の閲覧傾向と性別の間には微少な関係が見られるかもしれない。

世帯収入の影響 世帯収入とホームページ閲覧率との関係は、年収が増加するにつれ閲覧率が単調増加するという強い線形の関係を示しており、クラマーの V は .307 と大きくカイ 2 乗検定も 1%水準で有意である。一方、閲覧傾向の 4 分類との間には線形の関係は見られない。クラマーの V は .153 とある程度の関連性を考えさせるが、カイ 2 乗検定は 5%水準でも有意にならない。

世帯収入はホームページの閲覧率には大きな線形の影響を与えている要素であったが、閲覧頻度に関してはほとんど影響が無いと思われる。閲覧傾向の分布との関連については多少の関連性があるかもしれないが、それもあまり強いとは言えないであろう。

年齢の影響 年齢とホームページ閲覧率は非常に強い線形の関係を示しており、年齢が上がるに従って閲覧率は単調減少する。このときクラマーの V は .438 であり、カイ 2 乗検定は 1%水準で有意である。閲覧傾向 4 分類との関係については、これも線形の関係は見られず、クラマーの V は .0133、カイ 2 乗検定は 5%水準でも有意にならない。

年齢の場合も、閲覧率の時には見られた強い線形の関係は、閲覧傾向(頻度)に関しては全く見られず、4 分類の分布との関連も強いものではない。

3.2 情報志向性、接続方法、ホームページ閲覧歴の影響

3.1で調べた要素以外に、ホームページの閲覧傾向に影響を与え得ると考えられる要素はどのようなものがあるだろうか。平成15年版情報通信白書によれば、インターネット未利用者の、利用しない理由として最も多いのが「利用する必要がない」からだという。

インターネットの必要性を感じないというのは情報に対する基本的な態度の問題であると考えられる。つまり、既存のメディアの使用に十分満足しているので、あえて新しいメディアを使用する必要性が無いのだと解釈できる。このような情報への態度を測る指標として、Q14「この中にあげることがらは、あなたにとってどのくらい重要ですか。」の中の項目k「人の知らない情報を得ること」を用い、ホームページの閲覧率と閲覧傾向4分類との間にクロス表を作成した(表5の上から4つ目)。

さらに、ホームページ閲覧者の中で格差を生み出す可能性のある要素として、インターネットの接続方法とホームページの閲覧開始時期を用い、それぞれ閲覧傾向の4分類とのクロス表を作成した(表5の上から5、6つ目)。

ただし、このときQ14kの回答項目は「重要である」と「やや重要である」を併合し「重要である」に、「あまり重要でない」と「重要ではない」を併合し「重要ではない」に変換している。また、インターネット接続方法の「ブロードバンド」とは、ADSL、光ファイバー、ケーブルテレビ回線などを指し、「ナローバンド」とは通常の電話回線やISDNなどを指す。ホームページの閲覧開始時期は2年以内と3年以上前の2項目で集計している。

情報志向性の影響 ホームページ閲覧率に関して、「人の知らない情報を得る事」が重要であると考えている人は、重要でないと考えている人より約20ポイント多い。このときクラマーのVは.216でカイ2乗検定は1%水準で有意である。それに対して閲覧傾向の4分類では、非習慣型の層で重要であると解答した人の割合は重要ではないと解答した人の割合より約14ポイント低いが、これが補助的使用型、情報収集型、オンラインコミュニティ参加型では逆転して、それぞれ約2ポイント、6ポイント、6ポイントずつ重要だと解答した割合が勝る結果となっている。クラマーのVは.157でカイ2乗検定は5%水準で有意である。

これより、情報志向性はホームページ閲覧率のみならず、閲覧傾向にもある程度の影響を及ぼしていることがわかる。具体的には、情報志向性が強いほど閲覧頻度が高くなり、4分類で言うところの情報収集型やコミュニティ参加型の層の人数が増えるという線形の関係が見られる。

接続方法の影響 非習慣型の層は自宅でインターネットに接続していないと解答した人の約半数を占め、また携帯電話・PHSでのみ接続しているという人の約70%を占めている一方、ブロードバンドで接続している人は17.4%と4分類の中で一番低い。補助的使用型の人々が各接続方法の中で占める割合はナローバンドが最大で、次にブロードバンド、接続していないと続く。これが情報収集型では、ブロードバンド、接続していない、ナローバンドの順になり、オンラインコミュニティ参加型ではブロードバンド、ナローバンド、接続していない、の順になる。クラマーのVは.258であり、カイ2乗検定は1%水準で有意である。

これらのことから、インターネットの接続方法と閲覧傾向の間には強い関連性を見いだすことができる。特に、ブロードバンド回線利用者は他より閲覧頻度が高くなる傾向が顕著

である。

ホームページ閲覧歴の影響 ホームページ閲覧開始時期が2年以内の人の中では、約半数が非習慣型の層に属しているのに対し、3年以上前の人々の中に占める非習慣型の層は約21%と、29ポイントも低い。反対に、補助的使用型、情報収集型、オンラインコミュニティ参加型では、3年以上前から閲覧を開始している人の割合がそれぞれ約8ポイント、14ポイント、8ポイントずつ、2年以内に開始した人の割合より大きい。クラマーのVは.314と大きく、カイ2乗検定は1%水準で有意である。

これより、ホームページ閲覧歴が長いほうが、ホームページ閲覧頻度が高くなる傾向があることがわかる。ホームページ閲覧を開始したばかりの人々は、はじめ多くが非習慣型のよに低い頻度でしか閲覧しないのが、3年以上経過すると情報収集型や補助的使用型など、より高い頻度で閲覧する層へ移行してゆく傾向があるようである。

表5 HP閲覧者4分類及びHP閲覧率と、諸要因とのクロス表

		HPを閲覧している/いない		合計(人)	非習慣型	補助的使用型	情報収集型	参加型	合計(人)
性別	男	34.2	65.8	579	30.6	33.9	26.8	8.7	183
	女	24.4	75.6	677	40.0	32.7	17.3	10.0	150
クラマーのV		.108		**				.129	n.s.
世帯収入	450万未満	12.1	87.9	373	47.6	35.7	7.1	9.5	42
	450~650万	33.3	66.7	189	32.2	35.6	25.4	6.8	59
	650~1000万	41.0	59.0	178	41.9	25.8	22.6	9.7	62
	1000万以上	44.1	55.9	127	20.4	40.7	31.5	7.4	54
	クラマーのV	.307		**				.153	n.s.
年齢	20代	61.9	38.1	139	34.6	29.6	22.2	13.6	81
	30代	53.1	46.9	175	34.5	33.3	21.8	10.3	87
	40代	44.2	55.8	181	28.4	37.8	27.0	6.8	74
	50代	24.8	75.2	262	31.0	31.0	27.6	10.3	58
	60代以上	8.6	91.4	456	57.6	36.4	6.1	.0	33
	クラマーのV	.438		**				.133	n.s.
人の知らない情報を得る事	重要である	41.6	58.4	510	29.4	34.0	24.9	11.7	197
	重要ではない	21.6	78.4	677	42.9	32.3	18.8	6.0	133
クラマーのV		.216		**				.157	*
自宅でのインターネット接続方法	接続していない				50.0	23.7	23.7	2.6	38
	ナローバンド				30.7	40.7	22.0	6.7	150
	ブロードバンド				17.4	32.6	30.4	19.6	92
	携帯、PHSのみ				72.7	11.4	11.4	4.5	44
	その他				16.7	83.3	.0	.0	6
クラマーのV								.258	**
HP閲覧開始時期	2年以内				50.3	28.8	15.0	5.9	153
	3年以上前				21.3	37.1	29.2	12.4	178
	クラマーのV							.314	**

*は5%水準で、**は1%水準で有意、n.s.は5%水準で有意にならず

4 考察

先に設定した「オンラインコミュニティ参加型」「情報収集型」「補助的利用型」「非習慣型」

の4分類は、ホームページを閲覧するか否を決定する要因の中でも、性別、世帯収入、年齢といった要因とは強い関連を持たずに決定されることが確認された。一方、情報への志向性はホームページの閲覧の是非と、閲覧傾向の4分類の両方に影響する要因であり、インターネットの接続法とホームページの閲覧開始時期も4分類に関連すると言することができる。

これより、ホームページ閲覧者内に生じるデジタルデバイドを決定する要因は、ホームページ閲覧の是非を決定する要因と一部を共有するものの、大部分は別であると言える。性別、世帯収入、年齢といった社会的属性は、主にパーソナルコンピューターや携帯電話・PHSといった機器を使用する機会に影響する要素であり、同様の機会を与えられたインターネット使用者という集団の中における各層への分化については、あまり影響を及ぼさないと考えられる。一方、情報志向性はホームページを閲覧しようとする動機に関わる要素であり、ホームページ閲覧者内においてもその使用様式に影響する要素なのである。

情報志向性以外に、ホームページ閲覧傾向の4分類に関係するのは、ホームページ閲覧開始時期とインターネット接続方法の2つである。ホームページの閲覧開始時期の影響は、時間の経過による情報活用能力の向上という要素が関わっていると考えられる。パーソナルコンピューターや携帯電話・PHSのインターフェイスは使いこなすためにある程度の慣れを必要とするものであり、また、ネットワーク利用に必要な知識が蓄積されるのにも多少の時間がかかる。このような、情報活用能力と時間の関係が間接的にホームページ閲覧傾向を決定していると考えられる。

インターネット接続方法と4分類との関係は、2通りの解釈が存在する。まず、インターネットの接続方法がホームページ閲覧傾向に影響を及ぼすという解釈。そして、ホームページ閲覧者が自らの閲覧傾向に応じて接続方法を選択するという解釈である。この2つの解釈のどちらがより妥当であるかを見るためには、居住都市のブロードバンド普及率など、新たな変数を加えて分析を行う必要があるだろう。

参考文献

総務省,2003,『情報通信白書平成15年版』

NTTアド編,2000,『ネット&ケータイ人類白書』NTT出版

日本ITU協会編,『ワールドコムビジュアルデータブック:デジタルデバイド解消に向けて』

日本ITU協会

原田泉,2002,「<デジタルデバイド>の全体像」C&C振興財団編『デジタルデバイド 構造と課題』

NTT出版,1-21.

木村忠正,2001,『デジタルデバイドとは何か』岩波書店